

EINZELHANDELSKONZEPT für die Kreisstadt Siegburg -1. Fortschreibung-



Quelle Fotos Deckblatt: eigene Aufnahmen Junker + Kruse

Einzelhandelskonzept für die Kreisstadt Siegburg

- Fortschreibung -

Im Auftrag der Kreisstadt Siegburg

Stefan Kruse
Jana Fieseler-Smolana



Markt 5 - 44137 Dortmund
Telefon: 02 31-55 78 58-0 Fax: 02 31-55 78 58-50
www.junker-kruse.de info@junker-kruse.de

Mai 2021

Datenschutzerklärung

Diese Datenschutzerklärung klärt darüber auf, wie personenbezogene Daten im Rahmen der Erarbeitung dieses Einzelhandelskonzepts genutzt werden und zu welchem Zweck das geschieht.

Wir verarbeiten die personenbezogenen Daten (Betriebsname, Adresse, Sortimentsangebot, Verkaufsfläche, Internetpräsenz) im Einklang mit den Bestimmungen der Datenschutz-Grundverordnung und dem Bundesdatenschutzgesetz. Die Erhebung und Verarbeitung der Daten erfolgt nach Artikel 6 Abs. 1 e) DSGVO zum Zweck der Wahrnehmung einer Aufgabe, die im öffentlichen Interesse liegt, und ist im Rahmen der Erstellung des kommunalen Einzelhandelskonzepts für die Kreisstadt Siegburg als städtebauliches Entwicklungskonzept i. S. d. § 1 (6) Nr. 11 BauGB erforderlich. Darüber hinaus verwenden wir die Daten im Rahmen unserer weiteren Arbeiten, die ebenfalls im öffentlichen Interesse stehen (z. B. Bauleitplanverfahren, Raumordnungsverfahren).

Die bei uns gespeicherten Daten werden gelöscht, sobald die Daten für die für sie bestimmten Zwecke nicht mehr notwendig sind und der Löschung keine gesetzlichen Aufbewahrungspflichten entgegenstehen.

Kontaktdaten der Verantwortlichen

Junker + Kruse Stadtforschung Planung, Markt 5 | D-44137 Dortmund
Gesellschafter Dipl.-Ing. Rolf Junker und Dipl.-Geogr. Stefan Kruse
Tel +49 (0)2 31 55 78 58 0 | Fax+49 (0)2 31 55 78 58 50
E-Mail: info(at)junker-kruse.de | www.junker-kruse.de

Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit verzichten wir darauf, stets männliche und weibliche Schriftformen zu verwenden. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich Frauen und Männer angesprochen.

Der Endbericht sowie die Entwurfsvorlagen unterliegen dem Urheberrecht (§ 2 Absatz 2 sowie § 31 Absatz 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte). Soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart wurde, sind Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung (auch auszugsweise) nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt.

Corona-Pandemie

Die anhaltende Corona-Pandemie verbunden mit dem ersten Lockdown (Mitte März bis Mai 2020), dem Lockdown light (ab November 2020) und dem harten Lockdown (ab Mitte Dezember 2020) stellt die Siegburger Innenstadt, wie alle Innenstädte, vor besondere Herausforderungen. Seit Langem zeigt sich in vielen Städten ein schleichender Abwärtstrend der Zentren/Innenstädte durch die Konkurrenz auf der „Grünen Wiese“ und den wachsenden Onlinehandel. Die Corona-Krise beschleunigt diese Strukturprobleme und drohenden Funktionsverluste. Neben dem Einzelhandel sind wichtige frequenzbringende Funktionen in den Innenstädten ebenso betroffen: Gastronomie, Dienstleistungen, Hotellerie und Tourismus, Kultur, Freizeit und Sport, Events usw. Diese innerstädtischen Funktionen haben sich bisher synergetisch ergänzt, jetzt zeigt sich eine wechselseitig verstärkende Abwärtsspirale. Touristen, Geschäftsreisende und Kulturbesucher fehlen dem Einzelhandel und der Gastronomie. Es droht eine Insolvenzwelle im laufenden Jahr 2021 mit zunehmendem Leerstand in der Innenstadt.

Während des ersten Lockdowns konnte der Onlinehandel teilweise von der Situation profitieren. Jedoch wurde bewusster eingekauft, wobei die Bedeutung des stationären Einzelhandels als Kommunikationspunkt mit Servicequalität und vor allem auch Standorte mit Nahversorgungsfunktion besonders wertgeschätzt wurden. Innenstädte ohne oder mit deutlich eingeschränkter Nahversorgungsfunktion hatten allerdings sehr deutliche Frequenz- und damit verbunden auch Umsatzrückgänge zu verzeichnen.

Einschlägige Prognosen gehen für das Jahr 2020/21 teilweise von erheblichen Umsatzeinbußen im Einzelhandel aus, die auch mit Geschäftsaufgaben einhergehen können. Die BBE Gruppe prognostiziert derzeit für drei Segmente eine positive Entwicklung für 2020 und 2021. Dazu zählen der Fahrradhandel (bis + 9 %), Garten- und Baumärkte (bis + 5 %) sowie der Lebensmittel- und Drogeriehandel (bis + 5 %). Besonders starke Einbrüche sind laut der Einschätzung der Experten bis Ende 2021 im stationären Schuh- (bis - 17 %) und modeorientierten Textilhandel (bis -22 %) zu erwarten. Eine abschließende Bewertung der Auswirkungen auf den stationären Einzelhandel und die Einzelhandelslandschaft im Allgemeinen wie auch auf die Situation in der Kreisstadt Siegburg wird sich daher erst nach abschließender Beendigung der Maßnahmen vornehmen lassen, wobei bundesweit gesehen eine Erholung der Situation erst nach 2021 erwartet wird. Es sollte beobachtet werden, ob aufgrund einschneidender Veränderungen der Einzelhandelsituation (z. B. in Form von einer deutlichen Zunahme von Leerständen oder der Schließung von funktionstragenden Betrieben) eine Aktualisierung und Neubewertung der Datenbasis vorzunehmen ist.

Grundsätzlich ist jedoch festzuhalten, dass sich die Zielrichtung der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes mit einem Fokus auf der Innenstadtentwicklung sowie vor allem auch einer weitreichenden Grundversorgung voraussichtlich nicht verändern wird. Dabei behält die Steuerungs- und Lenkungsfunktion des Einzelhandelskonzeptes und auch eine konsequente Anwendung des bauplanungsrechtlichen Instrumentariums im Rahmen der Einzelhandelssteuerung – zur Vermeidung von langfristig nicht korrigierbaren Fehlentwicklungen – weiterhin eine hervorzuhebende Bedeutung.

INHALTSVERZEICHNIS

1	Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung.....	9
2	Übergeordnete Zielaussagen	11
2.1	Ziele und Grundsätze der Landesplanung	11
2.2	Ziele und Grundsätze der Regionalplanung.....	14
3	Methodische Vorgehensweise	16
3.1	Angebotsanalyse.....	16
3.2	Nachfrageanalyse.....	21
3.3	Städtebauliche Analyse	22
3.4	Prozessbegleitung	23
4	Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends der Einzelhandelsentwicklung.....	25
4.1	Entwicklungen und Trends vor der Corona-Pandemie.....	25
4.2	Aktuelle Entwicklungen durch die Corona-Pandemie	31
5	Nachfrageseitige Rahmenbedingungen	33
5.1	Standortrelevante Rahmenbedingungen	33
5.2	Kaufkraftpotenzial in Siegburg	35
5.3	Einzugsgebiet des Einzelhandels in Siegburg	38
6	Aktuelle Angebotssituation in Siegburg.....	41
6.1	Eckdaten des Einzelhandels in Siegburg	41
6.2	Angebotsstruktur des Einzelhandels in Siegburg	45
6.3	Angebotsstandorte des Einzelhandels in Siegburg	50
6.3.1	<i>Die Siegburger Innenstadt</i>	<i>50</i>
6.3.2	<i>Der zentrale Bereich Brückberg.....</i>	<i>56</i>
6.3.3	<i>Der zentrale Bereich Kaldauen</i>	<i>59</i>
6.3.4	<i>Der zentrale Bereich Stallberg</i>	<i>62</i>
6.3.5	<i>Dezentrale Standortbereiche.....</i>	<i>64</i>
6.4	Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Siegburg	72
6.5	Wohnungsnahе Grundversorgung in Siegburg	78
6.6	Analyse der Online-Affinität des Siegburger Einzelhandels.....	82
6.7	Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse.....	83
7	Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Siegburg	85
8	Einzelhandelskonzept für die Kreisstadt Siegburg.....	93
8.1	Übergeordnetes Entwicklungsleitbild	93
8.2	Übergeordnete Ziele der Einzelhandelsentwicklung	94

8.3	Räumliche Standortstruktur	98
8.3.1	<i>Zentrale Versorgungsbereiche</i>	103
I.	Hauptzentrum Innenstadt.....	106
II.	Nahversorgungszentrum Brückberg	109
III.	Nahversorgungszentrum Kaldauen.....	110
IV.	Nahversorgungszentrum Stallberg.....	111
8.3.2	<i>Sonderstandorte des Einzelhandels in Siegburg</i>	113
I.	Sonderstandort Gewerbegebiet Am Turm	113
II.	Sonderstandort Gewerbegebiet Zange	114
III.	Sonderstandort Industriestraße	116
8.3.3	<i>Integrierte (solitäre) Standorte zur Nahversorgung</i>	118
8.4	Siegburger Sortimentsliste	121
8.5	Ansiedlungsregeln zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung.....	131
8.6	Prüfschema zur Einzelhandelsentwicklung	142
9	Die planungsrechtliche Umsetzung des Einzelhandelskonzepts	144
9.1	Anwendung des § 1 Abs. 5 bis 10 BauNVO.....	144
9.2	Anwendung des § 11 Abs. 3 BauNVO.....	145
9.3	Anwendung des § 15 BauNVO	145
9.4	Anwendung des § 34 Abs. 3 BauGB	145
9.5	Aufstellung von Bebauungsplänen mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB	146
9.5.1	<i>Definition des „zentralen Versorgungsbereichs“</i>	147
9.5.2	<i>Möglicher Geltungsbereich von Bebauungsplänen zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels</i>	147
9.5.3	<i>Festsetzungsinhalte</i>	148
9.5.4	<i>Besondere Anforderungen an die Begründung und Abwägung</i>	149
Anhang	150
A1	Verzeichnisse	151
A2	Legende.....	154
A3	Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe	155

1 ANLASS UND ZIELSETZUNG DER FORTSCHREIBUNG

Die Kreisstadt Siegburg verfügt über ein gesamtstädtisches Einzelhandelskonzept¹. Ein solches konsensfähiges Einzelhandelskonzept stellt eine unverzichtbare Grundlage für sachgerechte Planungen zur Steuerung des Einzelhandels sowie zur Beurteilung und Abwägung von (insbesondere großflächigen) Einzelhandelsvorhaben dar. Zum einen erleichtert es der Kreisstadt Siegburg frühzeitig mögliche Auswirkungen einzelner Planvorhaben bzw. Standortentscheidungen auf die Versorgungsstrukturen im Stadtgebiet einschätzen zu können und dient Stadtverwaltung und Politik der Kreisstadt Siegburg so als fundierte Bewertungsgrundlage und Orientierungshilfe für sachgerechte Grundsatzentscheidungen im Zusammenhang mit einzelhandelsspezifischen Stadtentwicklungsfragestellungen. Zum anderen zeigt das Konzept (insbesondere baurechtliche) Handlungsnotwendigkeiten zur Schaffung von geeigneten städtebaulichen Rahmenbedingungen für die stadtentwicklungspolitisch gewünschte Einzelhandelsentwicklung auf und stellt vor diesem Hintergrund eine bedeutende Argumentations- und Begründungshilfe im Rahmen der bauleitplanerischen Umsetzung dieser Zielsetzungen dar.

Eine bedeutsame Grundlage des Einzelhandelskonzepts – sowohl für die Bewertung der Ist-Situation, aber auch für die Herleitung der Schlussfolgerungen und Empfehlungen – ist das empirische Grundgerüst des Konzepts. Seit der Erarbeitung des gesamtstädtischen Einzelhandelskonzepts 2009 und der Teilfortschreibung 2012 haben Veränderungen in der Siegburger Einzelhandelslandschaft stattgefunden und es werden verschiedene Einzelhandelsprojekte bzw. Ansiedlungsanfragen im Stadtgebiet diskutiert.

Doch nicht nur die Siegburger Einzelhandelslandschaft erfährt Veränderungen, auch die rechtlichen Rahmenbedingungen auf Bundes- (BauGB-Novellen) wie auf Landesebene (Landesentwicklungsplan NRW – zuletzt geändert im Juli 2019 – (LEP NRW) Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel) mit neuen Zielen und Grundsätzen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels in NRW sowie die darauf reflektierende Rechtsprechung haben sich weiterentwickelt².

Aus diesen nachvollziehbaren Gründen hat die Kreisstadt Siegburg das Planungsbüro Junker + Kruse, Stadtforschung Planung mit einer aktuellen Einzelhandelsbestandserfassung sowie der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts beauftragt. Diese Untersuchung soll – unter Berücksichtigung aktueller rechtlicher, demographischer und städtebaulicher Rahmenbedingungen als auch betrieblicher Anforderungen – einzelhandelsspezifische Entwicklungserfordernisse und -grenzen aufzeigen sowie darauf aufbauende Strategien für die zukünftige Steuerung und Entwicklung des Einzelhandels in Siegburg im Allgemeinen und insbesondere der zentralen Versorgungsbereiche im Speziellen entwickeln. Dabei spielen vor allem die städtebaulichen Zielvorstellungen der Kreisstadt Siegburg, wie die Sicherung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche und die Sicherung und Weiterentwicklung einer funktionsfähigen Grundversorgungssituation, eine bedeutende Rolle.

¹ BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG (2009): Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Kreisstadt Siegburg. Köln.

BBE Handelsberatung GmbH (2012): Fortschreibung des Zentrenkonzeptes der Stadt Siegburg. Köln.

² zahlreiche Urteile (OVG und BVerwG) zum Themenkomplex der Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung, u. a. Urteil des Oberverwaltungsgerichtes NRW vom 19.06.2008 (OVG NRW 7 A 1392/07), bestätigt durch das Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 17.12.2009 (BVerwG 4 C 2.08); Urteil des Oberverwaltungsgerichtes NRW vom 15.02.2012 (OVG NRW 10 D 32/11.NE)

Vor allem soll die Fortschreibung des Konzepts auch die Planungs- und Rechtssicherheit für zukünftige Entscheidungen und Verfahren sowohl auf kommunaler wie auch privater Seite weiterhin gewährleisten. Die Kreisstadt Siegburg erhält mit dem fortgeschriebenen Einzelhandelskonzept und dem „abschließenden“ Ratsbeschluss ein „neues“ städtebauliches Entwicklungskonzept i. S. d. § 1 (6) Nr. 11 BauGB, welches sie auch zukünftig in die Lage versetzt – für den weitestgrößten Teil der zukünftigen Anfragen – Entscheidungen auf Basis des Einzelhandelskonzepts herbeizuführen und dies auch im möglichen Bauleitplanverfahren zu begründen, ohne für den Einzelfall die städtebauliche Verträglichkeit belegt oder widerlegt zu haben.³ Dies wiederum „entlastet“ die Stadt von der häufig strittigen Auseinandersetzung mit einzelfallbezogenen Wirkungsanalysen, die sehr häufig zu anderen Ergebnissen kommen, als das jeweilige Einzelhandelskonzept für den betrachteten Standort vorgibt.

Die – auch insbesondere rechtliche – Notwendigkeit (im Sinne der späteren bauleitplanerischen Umsetzung) eines solchen städtebaulichen Konzepts i.S.v. § 1 (6) Nr. 11 BauGB ist in einschlägigen Urteilen, z.B. des OVG Münster, nochmals hervorgehoben worden: Denn „erst solche konzeptionelle Festlegungen, die dann gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB n.F. (früher: § 1 Abs. 5 Satz 2 Nr. 10 BauGB) auch bei der weiteren Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen sind, lassen in aller Regel die Feststellung zu, ob das Angebot bestimmter Warensortimente an bestimmten Standorte in das städtebauliche Ordnungssystem der jeweiligen Stadt funktionsgerecht eingebunden ist.“⁴

Die vorliegende Fortschreibung umfasst zunächst eine Aktualisierung der angebots- und nachfrageseitigen Datenbasis sowie eine Neubewertung der daraus abgeleiteten Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Siegburg. Darauf aufbauend sind die im Jahr 2009 formulierten konzeptionellen Bausteine des Einzelhandelskonzepts (Zielsetzungen, Zentrenhierarchie, Definition und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, Sortimentsliste sowie Empfehlungen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung) kritisch geprüft und – soweit notwendig – überarbeitet bzw. angepasst worden.

Der europäische Gerichtshof (EuGH) hat in dem Urteil vom 30.01.2018 (Az. C-360/15 und C-31/16) entschieden, dass Einzelhandel eine Dienstleistung im Sinne der Europäischen Dienstleistungsrichtlinie (2006/123/EG) ist. Demgemäß sind wirtschaftliche Bedarfsprüfungen (im Sinne von prognostischen Ermittlungen der Verkaufsflächenbedarfe) nicht mehr zulässig. Die Steuerung des Einzelhandels muss zudem nicht diskriminierend, erforderlich und verhältnismäßig sein. Das vorliegende Einzelhandelskonzept, welches konkrete städtebauliche Zusammenhänge und Kriterien berücksichtigt und bewusst auf eine bedarfsorientierte Argumentation verzichtet, bietet die Grundlage für eine EuGH-konforme Steuerung des Einzelhandels in Siegburg und erfüllt die Anforderungen der Artikel 14 und 15 der Europäischen Dienstleistungsrichtlinie.

³ Urteil des BVerwG vom 26. März 2009 – 4 C 2.07

⁴ OVG NRW, Urteil vom 30. Januar 2006 - 7 D 8/04.NE; hier Seite 16; vgl. zur Notwendigkeit eines Einzelhandelskonzepts auch OVG NRW, Urteil vom 28. August 2006 - 7 D 112/05.NE

2 ÜBERGEORDNETE ZIELAUSSAGEN

Im Rahmen des Planungssystems in Nordrhein-Westfalen erfolgen stadtentwicklungspolitische Entscheidungen – insbesondere auch der Einzelhandelssteuerung im Bezug zu übergeordneten Planungen – auf Landes-, regionaler und kommunaler Ebene.

2.1 ZIELE UND GRUNDSÄTZE DER LANDESPLANUNG

Mit seinen Zielen und Grundsätzen ist der **LEP NRW 2019**⁵ das wichtigste Planungsinstrument der Landesplanungsbehörde in Nordrhein-Westfalen. Die Vorgaben der Landesplanung sind bei der Erarbeitung von Regionalplänen, Flächennutzungsplänen und Bebauungsplänen sowie anderen Fachplänen der nachgeordneten Planungsebenen zu beachten. Der LEP NRW beinhaltet

- die raumstrukturellen Zielsetzungen mit den Entwicklungsachsen der Siedlungsräume und den natürlichen Lebensgrundlagen wie Freiraum, Natur, Landschaft, Wald und Wasser;
- die Flächenvorsorge für Wohnbauland, für die Wirtschaft, für Großvorhaben, für Bodenschätze sowie für Freizeit und Erholung;
- die Infrastruktur für Verkehr, Energieversorgung und Entsorgung.

Kapitel 6.5 befasst sich mit vorgezogenen Regelungen zum großflächigen Einzelhandel. Dabei werden die im Raumordnungsgesetz (ROG) festgelegten Grundsätze der Raumordnung zur Daseinsvorsorge und zur Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche im Hinblick auf den großflächigen Einzelhandel konkretisiert. Vor dem Hintergrund der Einzelhandelssteuerung ist somit hervorzuheben, dass durch die Festlegung der zentralen Orte eine Versorgung der Bevölkerung mit einem ausgewogenen Warenangebot, sozialen, kulturellen und wirtschaftsbezogenen Einrichtungen und Dienstleistungen sowie eines entsprechenden Wohnungsangebots im Sinne des dezentralen Konzentrationsgebotes auf kurzem Wege sichergestellt wird. Die Festlegung von Zielen und Grundsätzen für die Ansiedlung, Erweiterung und Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen trägt dazu bei, dass in allen Landesteilen eine bedarfsorientierte Warenversorgung der Bevölkerung durch eine ausgewogene und breit gefächerte, nach Zentralörtlichkeit differenzierte Einzelhandelsstruktur sichergestellt wird. Die Kreisstadt Siegburg wird als Mittelzentrum eingestuft (LEP NRW Kapitel 2, Abbildung 1).

Der Landesentwicklungsplan gibt in seinem Kapitel 6.5 vor, dass Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben i. S. v. § 11 (3) BauNVO nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen (ASB) ausgewiesen werden können. Darüber hinaus werden klare Vorgaben zur Steuerung des zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Einzelhandels gemacht, wobei die Landesplanung städtebaulich integrierten Einzelhandelsstandorten und damit nicht zuletzt den zentralen Versorgungsbereichen den Vorrang einräumt. In Anlage 1 werden zentrenrelevante Leitsortimente dargestellt, die stets zu beachten sind und die Innenstadtlagen prägen sowie eine hohe Besuchsattraktivität implementieren. Diese Liste ist auf kommunaler Ebene auf Grundlage der örtlichen Situation zu überprüfen und ggf. zu ergänzen.

⁵ In seiner zuletzt geänderten Fassung (Juli 2019)

Folgende Ziele und Grundsätze mit Bezug zum großflächigen Einzelhandel werden im Kapitel 6.5 des LEP NRW festgelegt:

3.2.3 Öffentliche Einrichtungen und Dienstleistungen (großflächiger Einzelhandel)

Ziele und Grundsätze

6.5-1 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels nur in Allgemeinen Siedlungsgebieten

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

6.5-2 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur in zentralen Versorgungsbereichen

Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur:

- in bestehenden zentralen Versorgungsbereichen sowie
- in neu geplanten zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrierten Lagen, die aufgrund ihrer räumlichen Zuordnung sowie verkehrsmäßigen Anbindung für die Versorgung der Bevölkerung zentrale Funktionen des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs erfüllen sollen, dargestellt und festgesetzt werden.

Zentrenrelevant sind

- die Sortimente gemäß Anlage 1 und
- weitere von der jeweiligen Gemeinde als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (ortstypische Sortimentsliste).

Ausnahmsweise dürfen Sondergebiete für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dargestellt und festgesetzt werden, wenn nachweislich:

- eine Lage in den zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere der Erhaltung gewachsener baulicher Strukturen oder der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild, nicht möglich ist und
- die Bauleitplanung der Gewährleistung einer wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient und
- zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

6.5-3 Ziel Beeinträchtigungsverbot

Durch die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

6.5-4 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche

Bei der Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll der zu erwartende Gesamtumsatz der durch die jeweilige Festsetzung ermöglichten Einzelhandelsnutzungen die Kaufkraft der Einwohner der jeweiligen Gemeinde für die geplanten Sortimentsgruppen nicht überschreiten.

6.5-5 Ziel Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, relativer Anteil zentrenrelevanter Randsortimente

Sondergebiete für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen nur dann auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden, wenn der Umfang der zentrenrelevanten Sortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche beträgt und es sich bei diesen Sortimenten um Randsortimente handelt.

6.5-6 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente

Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente eines Sondergebietes für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen 2.500 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten.

6.5-7 Ziel Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel

Abweichend von den Festlegungen 6.5-1 bis 6.5-6 dürfen vorhandene Standorte von Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen als Sondergebiete gemäß § 11 (3) BauNVO dargestellt und festgesetzt werden. Dabei sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen in der Regel auf die Verkaufsflächen, die baurechtlichen Schutz genießen, zu begrenzen. Wird durch diese Begrenzung die zulässige Nutzung innerhalb einer Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit aufgehoben oder geändert, sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen auf die zulässigen Verkaufsflächenobergrenzen zu begrenzen. Ein Ersatz zentrenrelevanter durch nicht zentrenrelevante Sortimente ist möglich.

Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn dadurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden erfolgt.

6.5-8 Ziel Einzelhandelsagglomeration

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

6.5-9 Grundsatz Regionale Einzelhandelskonzepte

Regionale Einzelhandelskonzepte sind bei der Aufstellung und Änderung von Regionalplänen in die Abwägung einzustellen.

6.5-10 Ziel Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO

Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO sind, soweit von § 12 (3a) S.1 BauGB kein Gebrauch gemacht wird, nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Festlegungen 6.5-1, 6.5-7 und 6.5-8 entsprechen; im Falle von zentrenrelevanten Kernsortimenten haben sie zudem den Festlegungen 6.5-2 und 6.5-3, im Falle von nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten den Festlegungen 6.5-3, 6.5-4, 6.5-5 und 6.5-6 zu entsprechen.

Anlage 1 (Leitsortimente)

- Papier / Bürobedarf / Schreibwaren,
- Bücher,
- Bekleidung, Wäsche,

- Schuhe, Lederwaren,
- medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel,
- Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik,
- Spielwaren,
- Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Teilsortimente Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte),
- Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto, ohne Elektrogroßgeräte, Leuchten),
und
- Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant),
- Gesundheits- und Körperpflegemittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant).

2.2 ZIELE UND GRUNDSÄTZE DER REGIONALPLANUNG

Der Regionalplan für den Regierungsbezirk Köln stellt einen fachübergreifenden Plan dar und bildet die zusammenfassende, übergeordnete und überörtliche Schnittstelle zwischen der Landesentwicklungsplanung und der kommunalen Bauleitplanung sowie den raumbedeutsamen Fachplanungen. Seine Ziele und Grundsätze dienen der Sicherung natürlicher Lebensgrundlagen der Region und bieten ausreichende Spielräume für die Bevölkerungs- und Wirtschaftsentwicklung. Sie sind vor allem bei raumbedeutsamen Planungen und Maßnahmen im Regierungsbezirk zu beachten bzw. zu berücksichtigen. Zu den wesentlichen Themenfeldern gehört, neben der Steuerung der Siedlungs- und Freiraumentwicklung, der Standortvorsorge technischer Infrastrukturen, den Raumansprüchen erneuerbarer Energien, der Rohstoffsicherung und dem Gewässer- sowie vorbeugenden Hochwasserschutz, auch der Bereich der großflächigen Einzelhandelsentwicklungen.⁶

Der aktuelle Regionalplan Köln besteht aus drei räumlichen Teilabschnitten (aus den Jahren 2001, 2003 und 2004) sowie aus zwei zusätzlichen sachlichen Teilabschnitten. Der neue am 06.08.2019 in Kraft getretene Landesentwicklungsplan (s. Kapitel 2.1) sowie veränderte gesellschaftliche, ökonomische und rechtliche Rahmenbedingungen machen eine Überarbeitung des Regionalplans für den Regierungsbezirk Köln erforderlich. Eine Fortschreibung des Regionalplans ist derzeit noch im Verfahren.

Folgende Ziele mit Bezug zum großflächigen Einzelhandel werden im bestehenden Regionalplan – Teilabschnitt Region Bonn / Rhein-Sieg (Stand: 2009) festgelegt:

1.1.1 Allgemeine Siedlungsgebiete

Ziel 1

In der Bauleitplanung dürfen Sondergebiete für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige Handelsbetriebe im Sinne von § 11 Absatz 3 der Baunutzungsverordnung (BauNVO) nur in ASB geplant werden.

⁶ Bezirksregierung Köln: Regionalplan für den Regierungsbezirk Köln, Textliche Darstellung, Teilabschnitt Region Bonn, Stand 2009

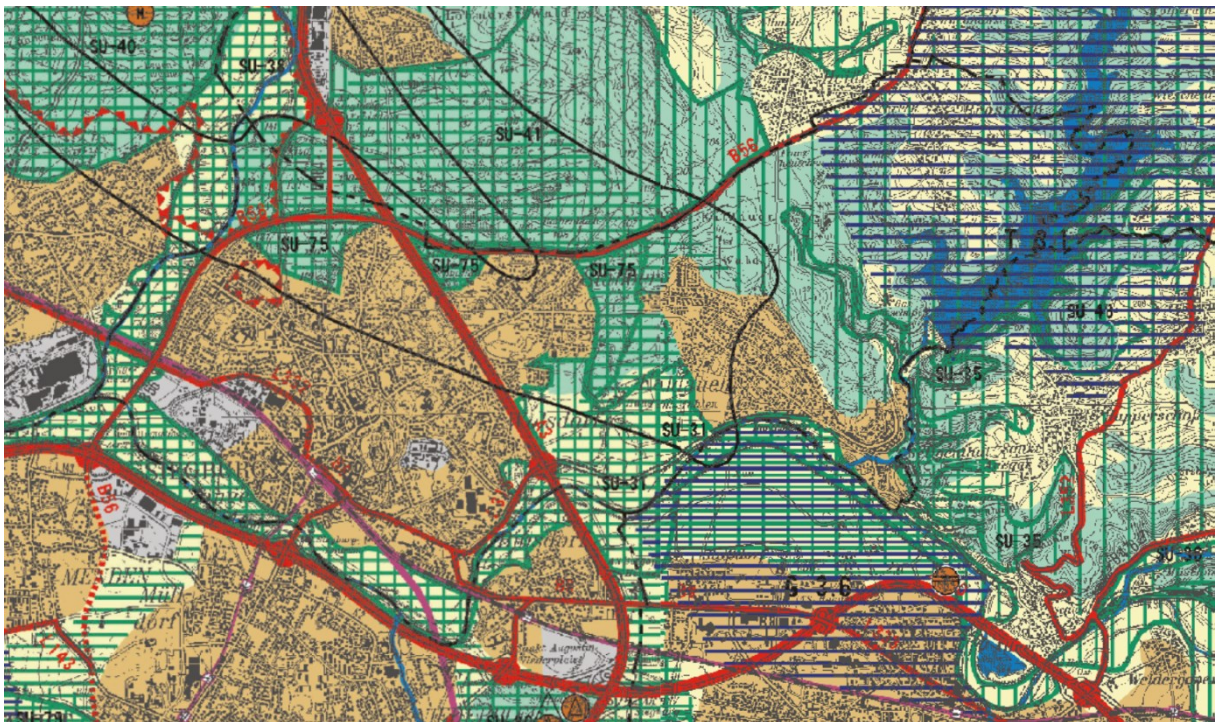
1.2.1 Gewerbe- und Industrieansiedlungsbereiche

Ziel 1

In GIB ist die Ansiedlung oder wesentliche Erweiterung von Handelsbetrieben im Sinne von § 11 Absatz 3 der Baunutzungsverordnung (BauNVO) bauleitplanerisch auszuschließen. Zum Zweck der Eingrenzung bereits bestehender solcher Betriebe ist ausnahmsweise die Festsetzung von Sondergebieten in der Bauleitplanung möglich – einschließlich ggf. zur Bestandssicherung notwendiger geringfügiger Erweiterungen.

Die nachfolgende Karte zeigt einen Ausschnitt aus der zeichnerischen Darstellung des Regionalplans mit dem Siegburger Stadtgebiet

Karte 1: Ausschnitt aus dem Regionalplan für den Regierungsbezirk Köln – Kreisstadt Siegburg



Allgemeine Siedlungsbereiche (ASB)



Bereiche für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB)

Quelle: Regionalplan für den Regierungsbezirk Köln, Teilabschnitt Region Bonn/Rhein-Sieg, zeichnerische Darstellung, Abruf unter https://www.bezreg-koeln.nrw.de/brk_internet/leistungen/abteilung03/32/regionalplanung/aktueller_regionalplan/teilabschnitt_bonn/zeichnerisch/index.html

3 METHODISCHE VORGEHENSWEISE

Die vorliegende Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Kreisstadt Siegburg stützt sich sowohl auf die Ergebnisse aktueller primärstatistischer Erhebungen als auch auf sekundärstatistische Quellen.

- Die **primärstatistischen Erhebungen** bilden im Rahmen der Fortschreibung eine wichtige Datengrundlage und Berechnungsbasis, anhand derer eine sachgerechte und empirisch abgesicherte Beurteilung derzeit aktueller und zukünftig anstehender Einzelhandelsansiedlungen ermöglicht wird. In erster Linie zählt hierzu die erneute flächendeckende Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerstände) im gesamten Siegburger Stadtgebiet sowie die Erhebung der Dienstleistungsbetriebe in den zentralen Bereichen.
- Für die **sekundärstatistischen Daten** wurde auf spezifische Quellen (Pläne, Programme, Veröffentlichungen) zurückgegriffen, die in erster Linie dem interregionalen und intertemporären Vergleich der für die Kreisstadt Siegburg gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch verschiedene Kennziffern aus dem Bereich der Handelsforschung und hier vor allem die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IfH Retail Consultants, Köln.
- Hinzu kommt eine auf einzelhandelsrelevante Belange ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte**, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Überprüfung der Definition und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO darstellen und somit auch planungsrechtlich zwingend erforderlich sind. Diese städtebauliche Analyse stellt eine qualitative Ergänzung der quantitativen Bausteine dar, so dass sich in der Gesamtschau (Angebotsanalyse, Städtebau und Nachfrageanalyse) ein auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtetes, detailliertes Bild zur Einkaufssituation in Siegburg ergibt, welches die Grundlage für die Erstellung der konzeptionellen Bausteine darstellt.

3.1 ANGEBOTSANALYSE

Bestandserhebung

Zur Analyse der Angebotssituation wurde im August / September 2019 eine flächendeckende **Vollerhebung des Siegburger Einzelhandelsbestands** (inkl. Leerstände) durchgeführt. Die Vollerhebung basiert auf einer Begehung des gesamten Stadtgebiets bei gleichzeitiger Bestandsaufnahme und Kartierung der Einzelhandelsbetriebe.

Im Rahmen der Vollerhebung wurden die jeweils geführten Sortimentsgruppen und dazugehörigen Verkaufsflächen der einzelnen Anbieter unter Zuhilfenahme lasergestützter Flächenerfassungsgeräte – soweit möglich bzw. vom Geschäftsinhaber / Filialleiter zugelassen⁷ – erhoben und eine räumliche Zuordnung der Geschäfte vorgenommen.

Der Erhebung liegt folgende **Definition der Verkaufsfläche** zugrunde:

Gemäß dem Urteil vom BVerwG vom 24.11.2005, 4 C 10.04 ist bei der Berechnung der Verkaufsfläche die dem Kunden zugängliche Fläche maßgeblich. Hierzu gehören auch Schaufenster, Gänge, Treppen, Kassenzonen in den Verkaufsräumen, Standflächen für

⁷ Sofern eine lasergestützte Messung nicht möglich war, wurden die Flächen abgeschrieben bzw. geschätzt.

Einrichtungsgegenstände und Freiverkaufsflächen soweit sie nicht nur vorübergehend zum Verkauf genutzt werden.

- Auch zur Verkaufsfläche sind diejenigen Bereiche zu zählen, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für ihn sichtbar ausliegt (Käse-, Fleisch- und Wursttheke etc.) und in denen das Personal die Ware zerkleinert, abwiegt und verpackt.
- Ebenso zählen dazu die Flächen des Windfangs und des Kassenvorraums (einschließlich eines Bereichs zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials).
- Flächen für die Pfandrücknahme sind gemäß aktueller Rechtsprechung (Urteil OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06. Februar 2009) der Verkaufsfläche zuzurechnen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind. Für Kunden unzugängliche Lagerräume für Pfandgut gehören nicht zur Verkaufsfläche.
- Nicht zur Verkaufsfläche sind diejenigen Flächen zu zählen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige Vorbereitung (Portionierung etc.) erfolgt sowie die (reinen) Lagerflächen. Abstellflächen für Einkaufswagen gehören, soweit sie außerhalb des Gebäudes gelegen sind, laut dem Urteil des OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06. Februar 2009 grundsätzlich nicht zur Verkaufsfläche.

Eine solche primärstatistische Erhebung ist als wichtige Datenbasis und fundierte Bewertungsgrundlage zwingend erforderlich. Insbesondere mit Blick auf die einschlägige Rechtsprechung zum Thema Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung ist eine sehr dezidierte Bestandserfassung erforderlich. So müssen insbesondere auch relevante Nebensortimente erfasst werden, die neben den klassischen Kernsortimenten zentrenprägende Funktionen einnehmen können. Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden daher einzelne Sortimente (auf der Basis eines etwa 50 Sortimente umfassenden Erhebungsschlüssels) differenziert erfasst und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen ermittelt.

Zwar wird bei der Erfassung der Verkaufsflächen ein sehr hoher Grad von Genauigkeit und Sorgfalt angelegt, jedoch kann und soll diese Bestandserfassung nicht den Anspruch erfüllen, der z. B. an ein DIN-Flächenaufmaß anzulegen ist.

In der sich anschließenden Auswertung werden die Sortimentsgruppen den in der folgenden Tabelle 1 dargestellten 17 Warengruppen zugeordnet.

Tabelle 1: Sortimentsspezifische Erhebungssystematik Junker + Kruse

Warengruppe	Sortiment
überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe	
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel
	Backwaren / Konditoreiwaren
	Fleischwaren
	Getränke
Blumen (Indoor) / Zoo	Blumen
	Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen (Indoor)
	Zoologische Artikel, lebende Tiere
	Heim- und Kleintierfutter
Gesundheit und Körperpflege	Apotheke
	Drogeriewaren / Körperpflegeartikel, Kosmetikartikel / Parfümeriewaren
Papier / Büroartikel / Schreibwaren (PBS) / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	Bücher
	Papier / Büroartikel / Schreibwaren, Büromaschinen
	Zeitungen / Zeitschriften
überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe	
Bekleidung	Bekleidung
Schuhe / Lederwaren	Schuhe
	Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme
Glas, Porzellan, Keramik (GPK) / Haushaltswaren	Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	Hobbyartikel (inkl. Künstlerartikel / Bastelzubehör sowie Handarbeitswaren / Kurzwaren / Meterware / Wolle)
	Musikinstrumente und Zubehör
	Spielwaren
	sonstige Babyartikel (Kinderwagen, Kindersicherheit)
Sport und Freizeit	Angler-, Jagdartikel und Waffen
	Campingartikel
	Fahrräder und technisches Zubehör
	Reitsportartikel
	Sportartikel / -kleingeräte
	Sportbekleidung und Sportschuhe
	Sportgroßgeräte
überwiegend langfristige Bedarfsstufe	
Wohneinrichtung	Bettwaren
	Matratzen
	Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe
	Teppiche (Einzelware)
Möbel	Kunstgewerbe / Bilder / Bilderrahmen, Wohndekorationsartikel
	Möbel
Elektro / Leuchten	Elektrogroßgeräte
	Elektrokleingeräte
	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel
Elektronik / Multimedia	Bild- und Tonträger, Computer und Zubehör, Fotoartikel, Telekommunikation und Zubehör, Unterhaltungselektronik und Zubehör
Medizinische und orthopädische Artikel	Hörgeräte, Optik / Augenoptik, Sanitätsartikel
Uhren, Schmuck	Uhren / Schmuck
Baumarktsortimente	baumarktspezifisches Sortiment: Bodenbeläge, Eisenwaren und Beschläge, Elektroinstallationsmaterial, Farben / Lacke, Fliesen, Heizungs- und Klimageräte, Kamine / Kachelöfen, Rollläden / Markisen, Sanitärartikel, Tapeten, Installationsmaterial, Maschinen / Werkzeuge
	Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör
	Gartenartikel und -geräte
Gartenmarktsortimente	Pflanzen / Samen
	Erotikartikel
Sonstiges	Sammlerbriefmarken und -münzen

Quelle: eigene Zusammenstellung

Die in Anlehnung an die vorstehende Tabelle durchgeföhrt flächendeckende Vollerhebung des Siegburger Einzelhandels im gesamten Stadtgebiet stellt eine wesentliche Grundlage zur Analyse und Bewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebots sowohl auf gesamtstädtischer als auch auf Ebene einzelner Standortbereiche dar.

Auf Basis der Verkaufsflächendaten der Einzelhandelsbetriebe sowie der im Rahmen der städtebaulichen Analyse durchgeföhrt räumlichen Einordnung der Betriebe in verschiedene Lagekategorien können die absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen ermittelt werden, die in die zukünftigen Handlungserfordernisse und planungsrelevanten Aussagen einfließen. Gleichzeitig ist diese detaillierte Vorgehensweise im Hinblick auf die im Rahmen dieses Konzepts zu erstellende ortstypische Sortimentsliste zwingend geboten (vgl. Kapitel 8.4).

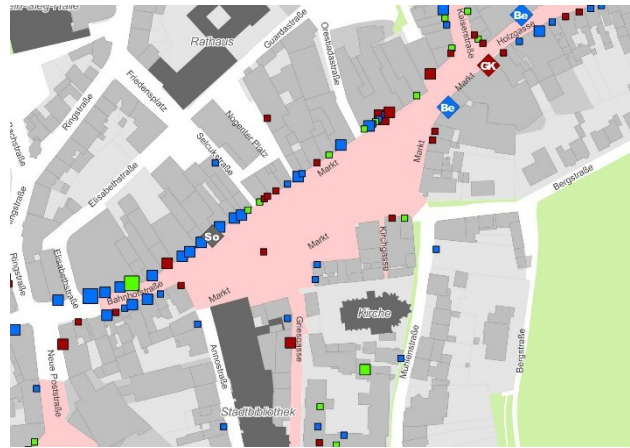
Im Rahmen der Erhebung wurden die Einzelhandelsbetriebe den Lagekategorien zentrale Bereiche, städtebaulich integrierte (Solitär-)Lagen oder städtebaulich nicht integrierte Lagen zugeordnet, deren Merkmale in der nachstehenden Tabelle 2 erläutert werden:

Tabelle 2: Definition von Lagekategorien

Zentraler (Versorgungs)Bereich

Zentrale Lagen zeichnen sich durch städtebauliche und funktionale Kriterien aus. Sie besitzen eine Versorgungsfunktion für ein über den unmittelbaren Nahbereich hinausgehendes Einzugsgebiet. Kennzeichnend ist in der Regel eine Multifunktionalität, d. h. Mischung von unterschiedlichen Nutzungen wie Einzelhandel und Dienstleistungen, aber auch Gastronomie, Kultur und Freizeit sowie unterschiedlicher Betriebsformen und -größen. Zentrale Versorgungsbereiche sind schützenswert im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO. (siehe auch weitergehende Erläuterungen im Glossar)

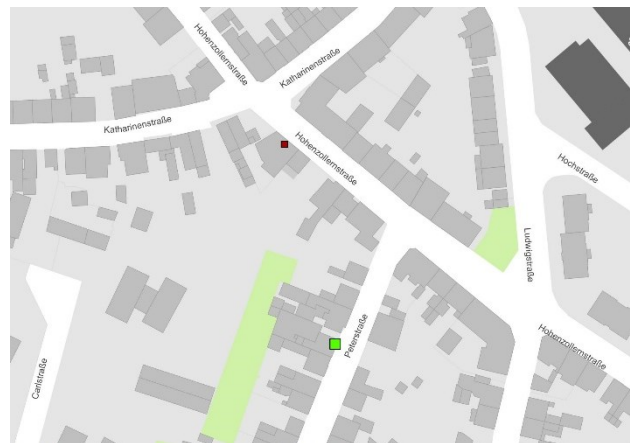
Beispiel: Innenstadt



Städtebaulich integrierte (Solitär-)Lage

Eine Legaldefinition des Begriffspaares der „städtebaulich integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Siegburger Konzepts werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der Kreisstadt Siegburg integriert sind und einen unmittelbaren Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen haben, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreicht, um sie als zentralen Versorgungsbereich zu bezeichnen. Konkret wurden alle Standorte als städtebaulich integriert eingestuft, deren direktes siedlungs- bzw. wohnstrukturelles Umfeld an mindestens zwei Seiten von zusammenhängenden Wohnsiedlungen geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren, wie z. B. Autobahnen, Hauptverkehrsstraßen oder Bahngleise, den Standort von der Wohnsiedlung separieren und die fußläufige Erreichbarkeit einschränken.

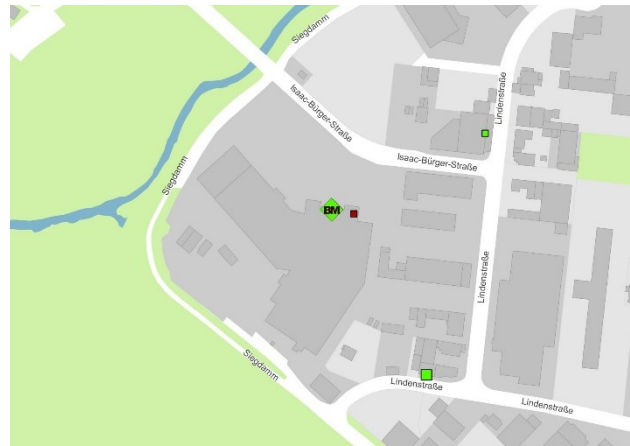
Beispiel: Hohenzollernstr.



Städtebaulich nicht integrierte Lage

Die nicht integrierte Lage umfasst sämtliche Standorte, die nicht oder nur in geringem Maße im Zusammenhang mit der Wohnbebauung stehen, z. B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfallstraßen bzw. Bundesstraßen und Pkw-kundenorientierten Standorten (z. B. in Gewerbegebieten).

Beispiel: Gewerbegebiet Zange



Quelle: eigene Zusammenstellung; Legende für Kartengrundlage im Anhang (S. 154)

Umsatzberechnung

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsatzdaten des Siegburger Einzelhandels werden nicht nur die ermittelte Verkaufsfläche pro Warengruppe und bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte für einzelne Branchen angesetzt, sondern vielmehr die konkrete Situation vor Ort mitberücksichtigt. Dazu zählen insbesondere die unterschiedliche Flächenproduktivität der Vertriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der detaillierten Angebotsstrukturen in Siegburg. Diese werden schließlich auf den Verkaufsflächenbestand für die einzelnen Warengruppen hochgerechnet.

Definition „Nahversorgung“

Der Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben zu verschiedenen Lagekategorien kommt insbesondere auch vor dem Hintergrund einer wohnungsnahen Grundversorgung eine hohe Bedeutung zu, die im Rahmen der Einzelhandelsstruktur und kommunalen Daseinsvorsorge einen besonderen Stellenwert einnimmt.

Unter *Nahversorgung* oder *wohnungsnaher Grundversorgung* wird hier die Versorgung der Bürger mit nahversorgungsrelevanten Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden.

Zu den Gütern des kurzfristigen Bedarfs werden die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege, Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher sowie Blumen (Indoor) / Zoo gezählt (s. o.). Ergänzt werden diese Warengruppen häufig durch weitere eher kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. In der Praxis und somit auch in diesem Einzelhandelskonzept wird als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation einer Stadt insbesondere die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. das Sortiment Lebensmittel herangezogen.

Dabei kann es sehr unterschiedlich ausgestattete Nahversorgungsstandorte geben. Neben einer rein *quantitativen* Betrachtung sind vor allem *räumliche* und *qualitative* Aspekte (Erreichbarkeit und Betriebsformenmix) von Bedeutung, die ergänzend bei der Bewertung der Angebotssituation berücksichtigt werden. Geht es bei der qualitativen Betrachtung vor allem um die warengruppenspezifische Angebotsstruktur und -vielfalt, wird bei der räumlichen Betrachtung die (fußläufige) Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen.

Die kleinste Einheit der Nahversorgungsstandorte bilden *solitäre Verkaufseinrichtungen* in Wohngebieten, die eine fußläufig erreichbare, wohnstandortnahe Versorgung im Quartier gewährleisten sollen. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben diesbezüglich ein Entfernungsmaß zwischen 500 und 1.000 m als akzeptierte Distanz herausgestellt. Aufgrund der spezifischen Situation und Siedlungsstruktur in Siegburg wird eine Distanz von ca. 800 m als kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistancen definiert.

Davon zu unterscheiden sind zentrale Versorgungsbereiche, die eine über die reine fußläufige Erreichbarkeit hinausgehende Versorgungsfunktion mit Gütern und Dienstleistungen für die Gesamtstadt einnehmen. Folgende Sortimente bzw. Dienstleistungsangebote können als relevant für die wohnungsnahe Nahversorgung bezeichnet werden:

Tabelle 3: Angebotsbausteine der Nahversorgung

„idealtypische“ Ausstattung	Nahrungs- und Genussmittel / Lebensmittel Brot und Backwaren Fleisch- und Wurstwaren Getränke Drogerie- und Körperpflegeartikel Apothekenwaren
	Post, Bank Ärzte, Friseur, Lotto
Zusatzausstattung	Spirituosen, Tabakwaren Zeitungen, Zeitschriften Bücher, Schreibwaren Blumen
	Café, Gaststätte Reinigung, Reisebüro

Quelle: eigene Zusammenstellung

3.2 NACHFRAGEANALYSE

Ein zweiter wichtiger Baustein der Grundlagenermittlung ist die Analyse der Nachfragesituation. Sie liefert ein umfassendes Bild über das aktuelle einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen der Siegburger Bevölkerung sowie der Region und ermöglicht in der Gegenüberstellung zur Angebotssituation Rückschlüsse über den aktuellen Angebots- und Leistungsstand des Einzelhandels.

Sekundärstatistische Daten

Die modellgestützte Schätzung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft innerhalb von Einzelhandelsgutachten und -analysen zählt zu den Arbeitsschritten, die methodisch nur unzureichend abgesichert sind. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine Daten und Angaben über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden.

Entsprechende Werte werden u. a. jährlich von der IfH Retail Consultants Köln oder der Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung (GfK) Nürnberg herausgegeben. In der vorliegenden Untersuchung wird auf Daten der IfH Retail Consultants Köln zurückgegriffen, die in Teilen modifiziert und an den der Erhebung zugrunde gelegten Branchenschlüssel (vgl. dazu Tabelle 1) angepasst wurden.

Diese sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebiets. Liegt der errechnete Wert unter dem Wert 100 (Bundesdurchschnitt), so ist die Region durch ein um den entsprechenden Prozentsatz niedrigeres Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres Kaufkraftniveau vor.

Ergänzend zu den vorab beschriebenen Quellen bilden die Literaturanalyse, sekundärstatistische Materialien (u. a. Gutachten, Pläne, Programme, Vorlagen und Veröffentlichungen) und sonstige Quellen (u. a. lokale Tageszeitungen) weitere wichtige Informationsgrundlagen der vorliegenden Untersuchung.

Kundenherkunftserhebung

Ein wichtiger Baustein zur Betrachtung der Nachfrageseite ist eine Kundenherkunftserhebung zur Bestimmung der räumlichen Ausdehnung des Einzugsbereichs des Einzelhandelsstandorts Siegburg. Diese Erhebung wurde in Kooperation mit ausgewählten Einzelhändlern in Siegburg durchgeführt. Hierzu wurden in einem Zeitraum von einer Woche im Januar 2020 in mehr als 40 teilnehmenden Einzelhandelsbetrieben unterschiedlicher Hauptbranche und Größenordnungen in Siegburg (ausschließlich) der Wohnort (Gemeinde oder Postleitzahl) des jeweils zahlenden Kunden erfasst.

Hierdurch ergibt sich eine valide empirische Grundlage, die neben anderen Faktoren in die Bestimmung des aktuellen Einzugsgebiets der Stadt Siegburg eingeflossen ist (vgl. Kapitel 5.3).

3.3 STÄDTEBAULICHE ANALYSE

Die städtebauliche Analyse zielt darauf ab, aktuelle Stärken und Schwächen der Versorgungsstandorte in Siegburg im Kontext der Siedlungsstruktur zu erfassen. Dabei liegt ein Schwerpunkt der Betrachtungen auf den *zentralen Bereichen*. Auch im Einzelhandelskonzept von 2009/2012 sind Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche vorgenommen worden. Insgesamt werden alle vorhandenen (wie auch ggf. neue faktische oder perspektivische) zentralen Versorgungsbereiche anhand einer transparenten und einheitlichen Bewertungsmatrix überprüft und entsprechend abgegrenzt, dies auch mit Blick auf die aktuelle Rechtsprechung zu diesem Themenkomplex. Grundlage hierfür bildet in jedem Fall auch eine aktuelle städtebauliche Analyse der einzelnen Standortbereiche.

Durch die Lage im Zentrum einer Stadt bzw. eines Stadt- / Ortsteils sind für die Prosperität eines Zentrums neben dem Einzelhandelsprofil auch städtebauliche Belange und die Organisationsstruktur verantwortlich. Für eine tieferegreifende Analyse von Geschäftszentren sind daher insbesondere die Verknüpfung und die wechselseitigen Beeinflussungen der oben beschriebenen Themenbereiche Einzelhandel, Organisation und Städtebau von Belang. Nur dadurch ist auch gewährleistet, dass im abschließenden Schritt, bei der Erstellung des Einzelhandelskonzepts, die richtigen Maßnahmen für eine nachhaltige Aufwertung und Qualifizierung der Zentren genannt werden.

Die Kriterien der städtebaulichen Analyse lauten wie folgt:

- Einzelhandelsdichte⁸
- Lage der Einzelhandelsmagneten
- Verteilung der Geschäfte
- Ausdehnung und Kontinuität der Einzelhandelslagen
- Qualität und Erhaltungszustand der Architektur
- Qualität und Erhaltungszustand des öffentlichen Raumes
- Nutzungsmischung mit Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie kulturellen Einrichtungen
- Einkaufsatmosphäre
- Räumliche und funktionale Beziehungen zwischen dem Zentrum und seiner Umgebung
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr

Die städtebauliche Analyse ist ein wichtiger integraler Bestandteil des Einzelhandelskonzepts für die Kreisstadt Siegburg. Hierdurch können nicht nur Veränderungen seit der letzten Analyse bewertet werden, sie liefert auch die Grundlage zur Ableitung städtebaulicher Handlungsempfehlungen für die Einzelhandelsstandorte der Stadt. Gleichzeitig stellt sie aber auch einen unbedingt notwendigen Arbeitsschritt zur räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), § 9 (2a) und 34 (3) BauGB und des § 11 (3) BauNVO dar. In diesem Zusammenhang ist deutlich darauf hinzuweisen, dass die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines Zentrums vor dem Hintergrund einschlägiger Rechtsprechung⁹ keine planerische „Abgrenzungsübung“ sondern ein notwendiger Schritt ist, um eine rechtssichere Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten.

3.4 PROZESSBEGLEITUNG

Wie die Erfahrungen gezeigt haben, ist die Umsetzung des besten Konzepts nur dann möglich, wenn es gelingt, die wesentlichen Akteure sowohl in den Erarbeitungsprozess mit einzubinden als auch – auf einer breiteren Ebene – allen Akteursgruppen (insbesondere Politik, lokale Kaufmannschaft, Verwaltung) die Konsequenzen ihres Handelns (mit und ohne Konzept) aufzuzeigen. Dies wird jedoch in der Regel nicht nur durch eine entsprechende Streuung des Konzeptes erzielt, sondern vielmehr durch gezielte und persönliche Informationen und Diskussionen mit den Betroffenen. Aus diesem Grund wird von Seiten der Stadt Siegburg als auch des Gutachters nach wie vor ein besonderer Wert auf die Vermittlung der jeweiligen Zwischen- und Endergebnisse gelegt.

⁸ Anteil der Einzelhandelsbetriebe im Vergleich zu anderen Nutzungsarten wie Gastronomie, Dienstleistungs- oder Wohnnutzungen im Erdgeschoss. Hauptlagen weisen in der Regel einen durchgehenden Einzelhandelsbesatz von ca. 90 bis 100 % auf. Bei geringeren Einzelhandelsdichten von 0 bis 25 % oder auch bei 25 bis 50 % ist demnach eine Dominanz anderer Nutzungen vorhanden.

⁹ vgl. dazu u. a. Urteile des BVerwG vom 11.10.2007 (AZ 4 C 7.07) sowie des OVG NRW vom 25.10.2007 (AZ 7A 1059/06)

Im Rahmen der Erarbeitung der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Siegburg wurde neben zwei Sitzungen der interfraktionellen Projektgruppe am 10. Februar 2020 und am 25. Februar 2021 sowie der Berichterstattung und Diskussion im Planungsausschuss am 22. März 2021 eine fachübergreifende Expertenrunde durchgeführt, in der im Rahmen einer digitalen Veranstaltung am 21. April 2021 neben den Analyseergebnissen vor allem die konzeptionellen Bausteine vorgestellt und diskutiert wurden. Diese Expertenrunde war mit Vertretern folgender Institutionen besetzt:

- Bezirksregierung Köln
- Einzelhandelsverband Bonn Rhein-Sieg Euskirchen e.V.
- Industrie- und Handelskammer Bonn/Rhein-Sieg
- Stadt Bonn
- Stadt Hennef
- Stadt St. Augustin
- Stadt Troisdorf
- Baudezernat der Kreisstadt Siegburg
- Planungs- und Bauaufsichtsamt der Kreisstadt Siegburg
- Wirtschaftsförderung der Kreisstadt Siegburg

Den Teilnehmern der Lenkungsgruppe sei für ihr Mitwirken und ihre konstruktive Mitarbeit an dieser Stelle ausdrücklich gedankt.

4 ALLGEMEINE RAHMENBEDINGUNGEN UND TRENDS DER EINZELHANDESENTWICKLUNG

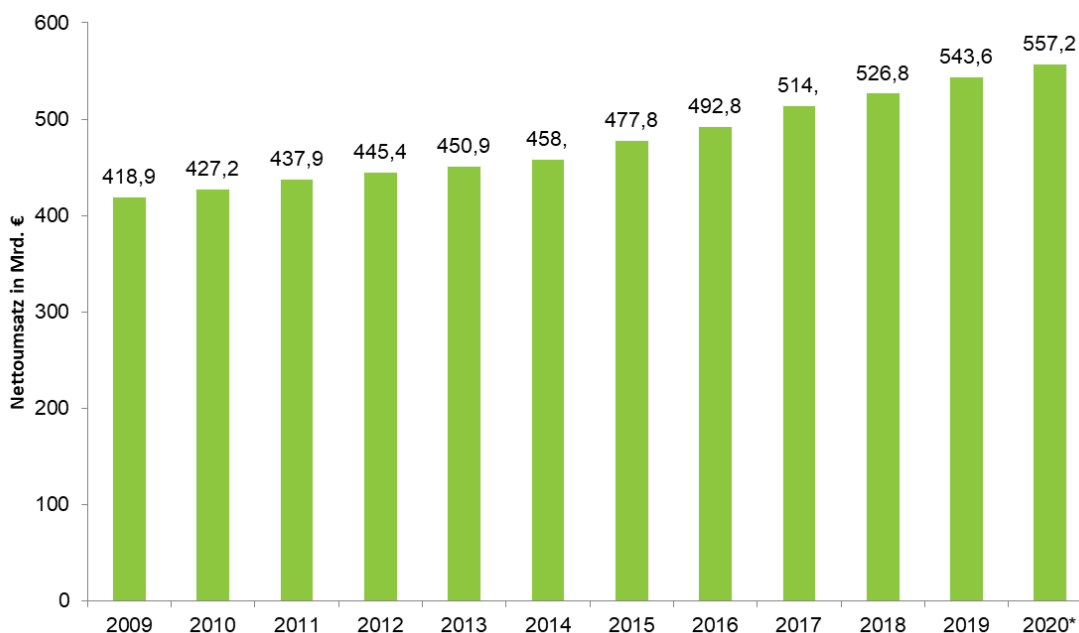
Seit Jahrzehnten unterliegt der Einzelhandel einem ständigen Wandel. Neben den allgemeinen betriebstypischen Entwicklungen zeigt sich eine enorme Dynamik aufgrund eines Strukturwandels im Einzelhandel, welcher durch die Digitalisierung und den Onlinehandel hervorgerufen wird. Die Corona-Pandemie und deren Auswirkungen trifft den stationären Einzelhandel enorm und stellt ihn vor neue Herausforderungen. Nachfolgend werden wesentliche Entwicklungen und Trends vor der Corona-Pandemie, welche zugleich einen nicht unerheblichen Einfluss auf die Entwicklung der städtischen Zentren und der räumlichen Einzelhandelsstruktur haben, skizziert. Anschließend werden die zum gegenwärtigen Zeitpunkt (April 2021) aktuellen Entwicklungen und Auswirkungen durch die Corona-Pandemie thematisiert.

4.1 ENTWICKLUNGEN UND TRENDS VOR DER CORONA-PANDEMIE

Standort- und Strukturentwicklungen im stationären Einzelhandel

- Trotz diverser anderslautender Prognosen setzt sich die Expansion im stationären Einzelhandel noch immer fort: zwischen den Jahren 2010 und 2018 stieg die Gesamtzahl der **Verkaufsfläche** in Deutschland von rund 122 Mio. um ca. 3 % auf rund 125 Mio. m² an¹⁰. Gleichwohl sind die jährlichen Zuwachsraten in den letzten Jahren gesunken.

Abbildung 1: Umsatzentwicklung im Einzelhandel (2009 – 2020*)



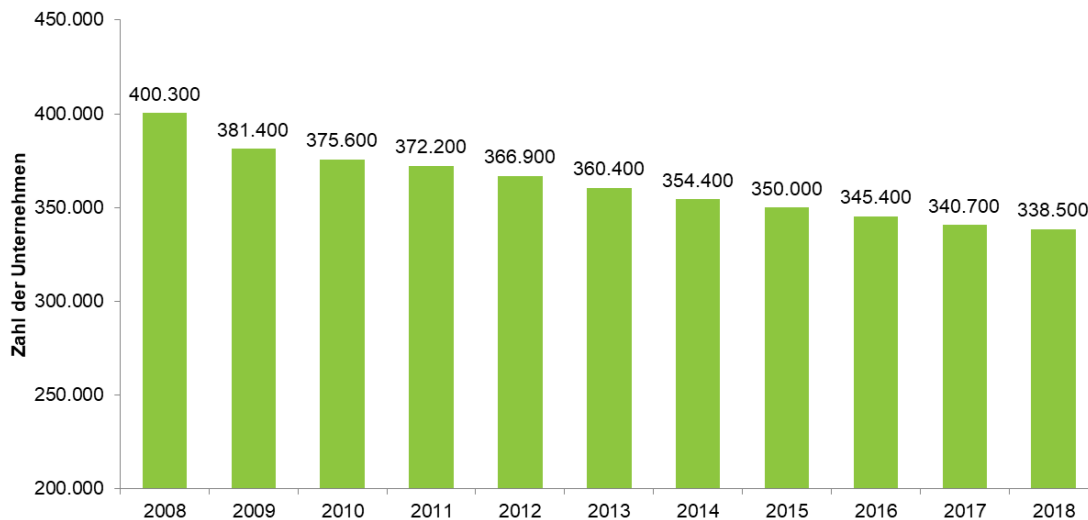
Quelle: eigene Darstellung, Grundlage: Statistisches Bundesamt; Handelsverband Deutschland; Umsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland in den Jahren 2009 bis 2020* (Einzelhandelsumsatz im engeren Sinne = Einzelhandel ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe und Apotheken)

* Prognose (Stand 01 / 2020)

¹⁰ Quelle: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); Entwicklung der Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 1970 bis 2018 (in Millionen m²), Abruf unter www.statista.de, (Zugriff: 03/2020)

- Auch der **Umsatz** im Einzelhandel konnte sich nach der Finanz- und Wirtschaftskrise im Jahr 2009 erholen. Nach einem zwischenzeitlich rückläufigen Gesamtumsatz von rund 419 Mrd. Euro im Jahr 2009, wurde im Jahr 2019 ein Gesamtumsatz von fast 544 Mrd. Euro im deutschen Einzelhandel erzielt, was einem Zuwachs von rund 30 % entspricht. Für das Jahr 2020 wird ein weiterer Umsatzzuwachs um rund 2,5 % auf rund 557 Mrd. Euro prognostiziert.¹¹ (Hinweis: Eine mögliche Korrektur der Prognose aufgrund der Corona-Pandemie liegt zum Redaktionsschluss des Einzelhandelskonzepts nicht vor.)

Abbildung 2: Zahl der Unternehmen im Einzelhandel 2008 - 2018



Quelle: eigene Darstellung, Grundlage: Statistisches Bundesamt; Anzahl der Unternehmen im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2002 bis 2018, veröffentlicht 03/2020

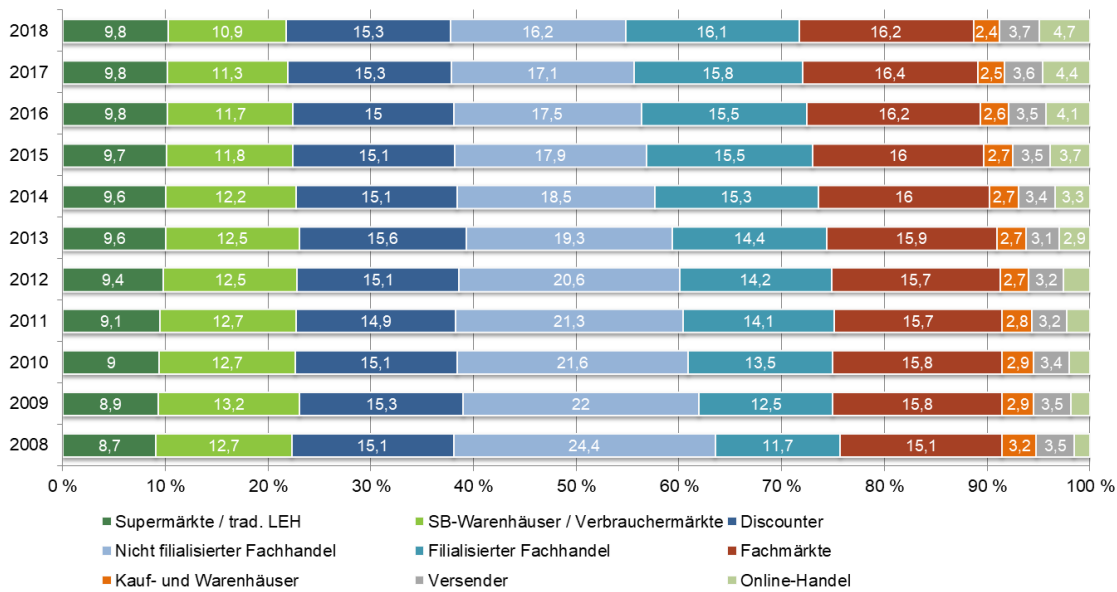
- Gleichzeitig ist die **Anzahl der Einzelhandelsbetriebe** jedoch weiter rückläufig. Zwischen 2010 und 2018 sank die Zahl der Unternehmen im Einzelhandel von rund 375.600 um etwa 10 % auf rund 338.500¹². Diese gegenläufigen Entwicklungen (von Umsatz und Anzahl der Betriebe) sind Merkmale einer fortschreitenden **Konzentrationstendenz** im Einzelhandel: Insbesondere (zumeist großflächige) Fachmärkte, Discounter und Filialisten expandieren weiterhin deutlich. In der Folge steigt der Druck vor allem auf inhabergeführte Geschäfte, die, neben Umsatzeinbußen aufgrund eines erhöhten Wettbewerbsdrucks, auch unter Nachfolgeproblemen im Zuge des Generationenwechsels leiden. Während der nicht-filialisierte Fachhandel im Jahr 2008 noch einen Marktanteil von 24,4 % einnahm, lag dieser 2018 nur noch bei 16,2 %¹³. Supermärkte und Discounter, Fachmärkte und der filialisierte Non-Food-Einzelhandel konnten ihre Marktposition hingegen weitgehend behaupten. Doch nicht nur inhabergeführte Einzelhandelsgeschäfte gerieten in der Vergangenheit zunehmend unter Druck. Neben der anhaltenden „Warenhauskrise“ war dies vor allem auch in Insolvenzen ehemals namhafter Filialisten (u. a. Woolworth, Wehmeyer, Schlecker) ablesbar.

¹¹ Quelle: Statistisches Bundesamt; Handelsverband Deutschland; Umsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2019 (in Milliarden Euro) mit Prognose für 2020; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 03/2020)

¹² Quelle: Statistisches Bundesamt; Anzahl der Unternehmen im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2002 bis 2018, veröffentlicht 03/2020; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 03/2020)

¹³ Quelle: IfH Köln, Einzelhandelsumsatz in Deutschland nach Vertriebsformen in den Jahren 2000 bis 2018; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 07/2019)

Abbildung 3: Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im deutschen Einzelhandel 2008 – 2018



Quelle: eigene Darstellung, Grundlage: IfH Köln, Einzelhandelsumsatz in Deutschland nach Vertriebsformen in den Jahren 2000 bis 2018; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 03 / 2020)

- Die Zahl der **Einkaufszentren** ist hingegen weiter gestiegen. Waren es im Jahr 2010 noch 428 Center mit einer Gesamtfläche von 13,5 Mio. m², existierten im Jahr 2018 schon 479 mit einer Gesamtfläche von 15,4 Mio. m².¹⁴ Dabei stehen neue Konzepte von Centern und neu entstehende Flächen dem Revitalisierungsbedarf von in die Jahre gekommenen Centern gegenüber. Hier sind es vor allem die „kleineren“ Passagen und Einkaufszentren, die mindergenutzte Flächen, Leerstände, Gestaltungsmängel und Investitionsstaus aufweisen und einen städtebaulichen Misstand in einzelnen städtischen Zentren darstellen.
- In den 80er und 90er Jahren waren es vor allem „klassische“ Fachmärkte, Lebensmittelanbieter und Einkaufszentren, die durch Neuentwicklungen an peripheren Standorten für eine räumliche Angebotsverschiebung an Pkw-kundenorientierte Standorte mit hoher Flächenverfügbarkeit (sog. sekundäres Standortnetz) sorgten und so mit den Angeboten in den Zentren in Konkurrenz traten. Wenngleich diesem Entwicklungstrend durch planerische Steuerung deutlich entgegengewirkt werden konnte, stehen häufig noch Standorte ohne Bezug zu gewachsenen städtebaulichen Zentren im Fokus der Betreiber und Projektentwickler. Neben den Lebensmitteldiscountern mit ihren wechselnden **Aktionswaren** (in auch zentrenrelevanten Warengruppen wie Unterhaltungselektronik und Bekleidung) weisen auch Anbieter mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten (wie beispielsweise Möbelfachmärkte) umfangreiche zentrenrelevante **Randsortimentsangebote** (z. B. Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren) auf, die den Wettbewerbsdruck auf Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen erhöhen.
Auch für **Factory Outlet Center** entstehen deutschlandweit immer mehr Standorte. Diese konzentrierten Ansammlungen von Fabrikverkaufsläden zum Vertrieb von spezifischen

¹⁴ Quelle: EHI Retail Institute, Anzahl der Einkaufszentren in Deutschland in den Jahren von 1965 bis 2018, Gesamtfläche der Shopping-Center in Deutschland (1965-2019), Abruf unter www.statista.de und www.handelsdaten.de (Zugriff: 07/2019)

Waren aus eigener Produktion an peripheren, verkehrsorientierten Standorten weisen in der Regel weitreichende Einzugsbereiche und einen Angebotsschwerpunkt im Bereich Bekleidung und Schuhe auf.

- Auf der anderen Seite positionieren sich einige – üblicherweise großflächige Anbieter – auch mit **kleineren Betriebskonzepten** in vorzugsweise (hoch)verdichteten integrierten, zentralen Lagen. Dazu gehören Lebensmittelanbieter, aber auch Möbel- oder Baumärkte sowie Spielwaren- oder Sportfachmärkte. Andere Betreiber ziehen sich aus bestehenden Flächen zurück, wie beispielsweise Elektronikfachmärkte oder auch Warenhäuser (Umwandlung bisheriger Verkaufsfläche in Lagerfläche, Untervermietung, Gastronomienutzung, o. ä.).
- Mit sich verändernden Betriebsformen und Konzepten treten auch „**neue**“ **Kundenmagnete** auf den Markt. Dazu gehören beispielsweise ausländische Konzerne, wie Primark, die mit großen Flächen städtische Zentren und Einkaufszentren prägen. Sie tragen zu einer deutlichen Erhöhung der Kundenfrequenz am Standort bei und beeinflussen das Qualitätsniveau. Da sie aber nicht ausschließlich zusätzliche Kaufkraft an den Standort ziehen, sondern ihren Umsatz auch aus Umsatzumverteilungen generieren, sind Auswirkungen auf umliegende Anbieter und in der Regel auch auf andere Zentren nicht auszuschließen.

Steigender Wettbewerbsdruck durch E-Commerce (=Onlinehandel)¹⁵

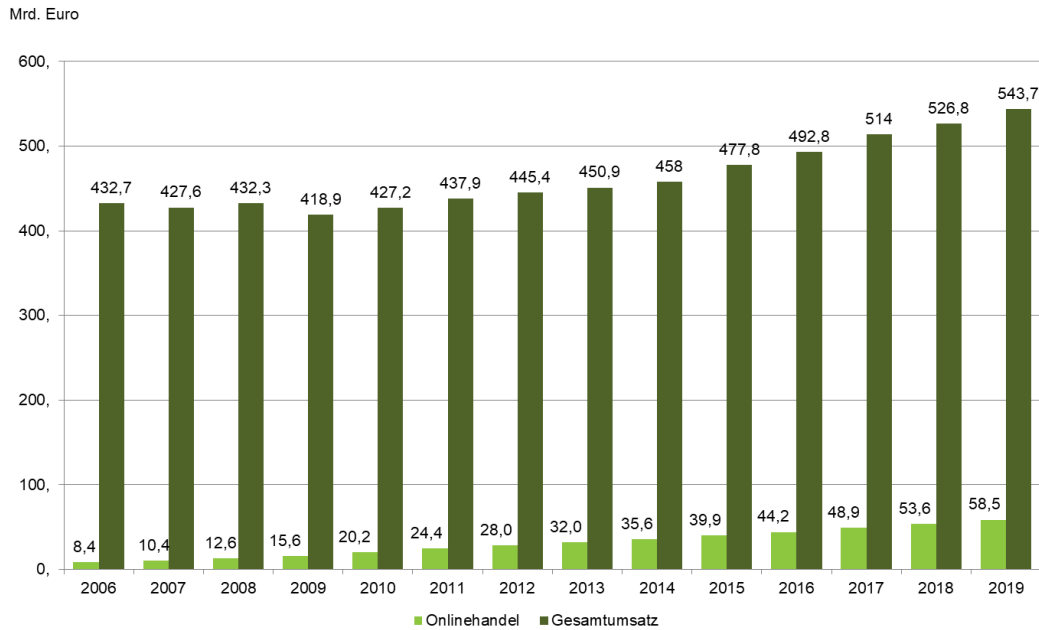
- Im Zuge des Strukturwandels im Einzelhandel gewinnen „neue“ Vertriebs- und Absatzwege zunehmend an Bedeutung und stellen den stationären Einzelhandel vor besondere Herausforderungen. Dazu gehört vor allem der **Onlinehandel**, der durch Vorteile, wie oftmals günstigere Preise, die direkte Vergleichbarkeit von Angeboten, die unmittelbare Verfügbarkeit von Testberichten und / oder Kundenbewertungen, keine Bindung an Ladenöffnungszeiten und / oder die Lieferung der bestellten Produkte ins Haus, besonders hervortritt. In der Folge weist dieser Vertriebsweg bundesweit stetig zunehmende Marktanteile auf: Der im Onlinehandel erzielte Einzelhandelsumsatz wuchs von rund 1 Mrd. Euro im Jahr 2000 auf rund 73 Mrd. Euro im Jahr 2019 an.¹⁶ Gemessen an den insgesamt im Einzelhandel erzielten Umsätzen entspricht dieser Wert aktuell einem relativen Umsatzanteil von rund 13 %¹⁷.

¹⁵ „Ein Unternehmen betreibt E-Commerce, wenn es rechtsverbindliche Ein- oder Verkäufe über Websites oder automatisierten Datenaustausch (EDI) tätigt. Bezahlung und Auslieferung der Bestellungen müssen bei E-Commerce nicht im Bestellvorgang integriert sein.“ Definition des Statistischen Bundesamtes; Abruf unter www.destatis.de (Zugriff: 03/2020)

¹⁶ Quelle: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bev), Umsatz im Onlinehandel mit Waren in Deutschland (2000-2018), Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 03/2020)

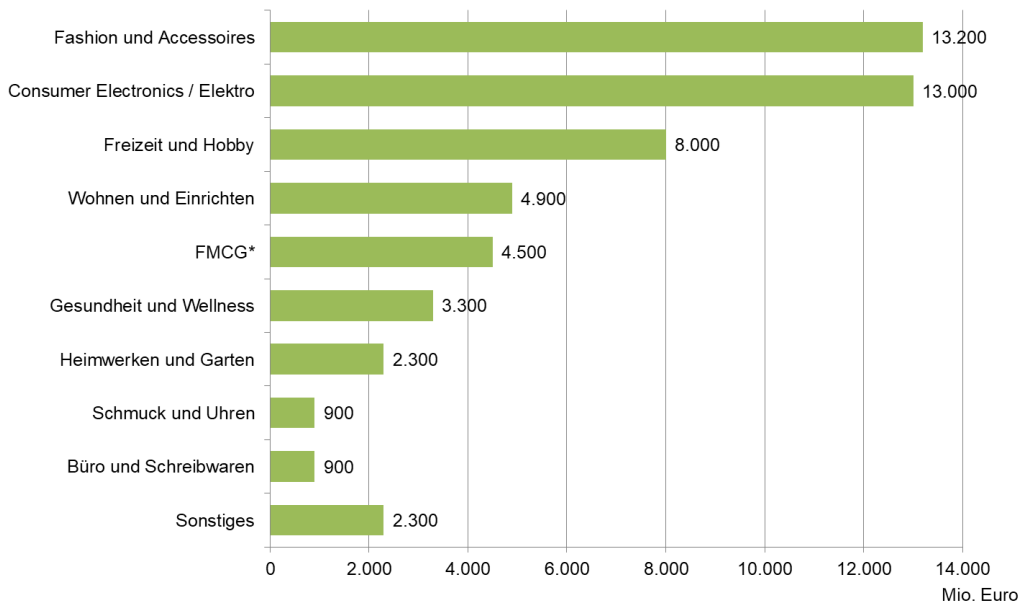
¹⁷ Eigene Berechnung auf Grundlage von: HDE; Statistisches Bundesamt: Umsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2020 und Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V.: E-Commerce-Umsatz mit Waren in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2019, Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 03/2020)

Abbildung 4: Marktentwicklung des Onlinehandels sowie des Einzelhandels insgesamt in Deutschland



Quelle: eigene Darstellung, Grundlage: Statistisches Bundesamt, HDE, 2019 (2019: Prognose)

Abbildung 5: Größte Warengruppen im Onlinehandel 2018 (nach Umsatz)



Quelle: eigene Darstellung, Grundlage: HDE 2018

*FMCG = Fast Moving Consumer Goods (Konsumgüter, die besonders häufig gekauft und in der Regel täglich benötigt werden, zum Beispiel Lebensmittel, Reinigungsmittel und Körperpflegeprodukte)

Wesentlichen Anteil an der Umsatzentwicklung haben die üblicherweise als zentrenrelevant eingestuft Sortimente aus dem Bereich Fashion und Accessoires mit 13,2 Mrd. Euro im Jahr 2018, gefolgt von Sortimenten aus dem Elektronikbereich (Consumer Electronics / Elektro) mit 13,0 Mrd. Euro (vgl. Abbildung 5).

Eine prägende Entwicklung sind die sogenannten Multi-Channel-Konzepte. Dabei erfolgt eine Verknüpfung von verschiedenen Handelsformaten, beispielsweise von stationärem Einzelhandel und E-Commerce, d. h. der stationäre Handel geht online oder ein bisher nur online agierender Händler geht ins stationäre Geschäft. Ziel ist es, durch eine Verbindung unterschiedlicher Kanäle ein breites Kundenspektrum zu erreichen. Der Kunde hat bei diesem Konzept beispielsweise die Möglichkeit, sich im stationären Einzelhandel über ein bestimmtes Produkt zu informieren, um es daraufhin im Online-Shop käuflich zu erwerben oder ein online erworbenes Produkt im stationären Handel umzutauschen oder zurückzugeben.

Spezifische Entwicklungstrends in der Nahversorgung

Im Bereich der Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln und Drogeriewaren zeigen sich spezifische Entwicklungen:

- Auf der einen Seite beleben neue Handelsformate den Markt; dazu gehören kleinere Formate von Lebensmittelanbietern in gut frequentierten städtischen Zentren oder Bringdienste - gekoppelt mit dem Onlinehandel.
- Auf der anderen Seite steigen – vorzugsweise außerhalb zentraler Lagen – die Marktzutrittsgrößen bzw. werden entsprechend von Investoren und Betreibern nachgefragt. Größere Märkte generieren einen größeren – in der Regel über die reine Nahversorgung hinausgehenden – Einzugsbereich. Dies impliziert eine Veränderung der Versorgungsnetzstruktur aufgrund wettbewerblicher bzw. städtebaulicher Auswirkungen. Es findet eine Netzausdünnung zu Lasten der fußläufigen Erreichbarkeit statt, die Qualität der wohnungsnahen Grundversorgung kann nicht mehr aufrechterhalten werden bzw. die Funktion „kleinerer“ Zentren in denen Lebensmittelanbieter einen wichtigen, funktionstragenden Anker darstellen, wird beeinträchtigt.
- Onlinehandel oder Bringdienste können diese entstehenden Lücken nur sehr eingeschränkt schließen, da es vor dem Hintergrund der Erhaltung der Zentren nicht allein um die Versorgung mit Lebensmitteln und Drogeriewaren geht, sondern auch um Synergien mit anderen Funktionen (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie).

Konsequenzen der Entwicklungen für die räumliche Planung

Die aufgeführten strukturellen und räumlichen Angebotsverschiebungen stellen die räumliche Planung im Allgemeinen sowie in der Kreisstadt Siegburg im Besonderen weiterhin vor große Herausforderungen:

- Die **Nachfrage nach Standorten außerhalb von Zentren oder in peripheren Lagen im Randbereich der Zentren** hält nach wie vor an. Angesichts steigender Flächenansprüche vieler Betriebskonzepte passen diese vermeintlich nicht in vorhandene, gewachsene Siedlungsstrukturen. Die überwiegend dichten, kleinteiligen und manchmal auch historischen oder denkmalgeschützten Bebauungsstrukturen in städtischen Zentren können die Flächenansprüche heutiger Betriebsformen nur bedingt bzw. nur mit erheblichen Eingriffen (Umbaumaßnahmen wie Zusammenlegungen, Erweiterungen, Umnutzungen etc.) erfüllen.
- Durch überdimensionierte Einzelhandelsbausteine sowohl innerhalb und vor allem auch außerhalb der Zentren droht weiterhin eine **zunehmende Standortkonkurrenz**. Dabei sind es speziell die zentren- sowie nahversorgungsrelevanten Warenangebote, die für die

Funktionsfähigkeit der städtischen Zentren Beeinträchtigungen mit sich bringen können. Eine besondere Bedeutung kommt dabei den Randsortimenten großflächiger Anbieter mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten in dezentralen Lagen zu (z. B. Möbelanbieter).

- Aufgrund eines Rückgangs der Betriebszahlen sowie einer sinkenden Angebotsbreite und -qualität des Einzelhandels droht ein **Funktionsverlust gewachsener Zentren**, der aufgrund der bestehenden Multifunktionalität nicht nur den Einzelhandel betrifft. Das kann sich durch uniforme und zumeist kurzlebige Geschäftstypen manifestieren. Besonders kleinere Zentren sind einem Wettbewerbsdruck durch hybride Angebotsformen an Konkurrenzstandorten, vor allem auch außerhalb der Zentren, ausgesetzt. Die (Folge-) Nutzung von Leerständen und entstehende Brachflächen stellen immer wieder eine besondere Herausforderung dar, ebenso wie die sinkende Individualisierung des Einzelhandels und damit letztlich auch der Individualität der Städte.
- Wachsende Betriebsgrößen, Konzentrationstendenzen und in Teilen auch eine zunehmende Bedeutung des Onlinehandels auf der einen Seite sowie Angebotsverschiebungen an nicht integrierte Standorte auf der anderen Seite bewirken vor allem im Lebensmitteleinzelhandel sowie auch im Handel mit Drogeriewaren eine zunehmende **Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes** mit einer Verschlechterung der (fußläufigen) Erreichbarkeit von Versorgungsstandorten. Dies betrifft nicht nur ländlich strukturierte Räume, sondern auch kleinere bzw. dünner besiedelte Stadt- und Ortsteile in größeren Städten.

4.2 AKTUELLE ENTWICKLUNGEN DURCH DIE CORONA-PANDEMIE

Derzeit absehbare Entwicklungen für den Einzelhandel lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Infolge des Lockdowns kam es insgesamt zu einem massiven Umsatzrückgang im stationären Einzelhandel. Verschiedene Prognosen gehen davon aus, dass die Umsatzentwicklung im stationären Einzelhandel im Jahr 2020 im Vergleich zum Vorjahr stagniert bzw. leicht unter dem Vorjahresniveau liegen wird¹⁸.
- Dabei gibt es allerdings große Unterschiede in den einzelnen Warengruppen. Während im ersten Halbjahr 2020 in den innerstädtischen Leitbranchen Bekleidung und Schuhe / Lederwaren enorme Umsatzeinbußen von bis zu rund -30 % gegenüber dem Vorjahr verzeichnet werden, erzielen der Lebensmitteleinzelhandel, der Bau- und Heimwerkerbedarf sowie der Fahrradhandel z. T. deutliche Umsatzzuwächse zwischen rund +5 % bis +25 %.¹⁹ Auch für das gesamte Jahr 2020 werden in den Bereichen Bekleidung und Schuhe / Lederwaren Umsatzverluste zwischen -10 % bis -20 % prognostiziert, was zeigt, dass die negativen Entwicklungen des ersten Halbjahres nicht kompensiert werden können. Im Gegensatz dazu wird im Lebensmitteleinzelhandel, Bau- und Heimwerkerbedarf sowie im Fahrradhandel

¹⁸ Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE); Herbstpressekonferenz 22. September 2020; Abruf unter <https://einzelhandel.de/presse/pressekonferenzen/12921-hde-herbstpk-2020> (Zugriff: 09/2020); Hahn Gruppe; 15. Retail Real Estate Report Germany 2020/2021; Bergisch-Gladbach

¹⁹ Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE); Herbstpressekonferenz 22. September 2020; Abruf unter <https://einzelhandel.de/presse/pressekonferenzen/12921-hde-herbstpk-2020> (Zugriff: 09/2020)

auch für das gesamte Jahr 2020 eine positive Umsatzentwicklung mit bis zu +5 % erwartet²⁰.

- Aufgrund der massiven Umsatzeinbrüche ist mit einem Rückgang der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe zu rechnen. Der HDE prognostiziert bis zu 50.000 Schließungen im stationären Einzelhandel infolge der Corona-Pandemie²¹. Erste Unternehmen haben bereits Insolvenzverfahren eingeleitet, darunter die Warenhauskette Galeria Karstadt Kaufhof sowie bekannte Bekleidungsfilialisten wie Bonita, Esprit, Gina Tricot, Hallhuber und Promod.
- Gleichzeitig gehen renommierte Wirtschaftsinstitute davon aus, dass der Onlinehandel in einigen Branchen durch seine stationäre Unabhängigkeit und einfachere Liefer-, Versorgungs- und Absatzketten ein potentieller Profiteur dieser Krise sein wird.

Folgende, durch die Corona-Pandemie ausgelöste oder verstärkte Trends im Einzelhandel lassen sich bereits beobachten:

- Es gibt zunehmend Online-Plattformen auf lokaler / regionaler Ebene. Diese aufgebauten lokalen / regionalen Online-Plattformen werden diesen Absatzweg dem inhabergeführten Einzelhandel „näherbringen“.
- Insgesamt wird die Verknüpfung von stationärem Einzelhandel und Onlinehandel zunehmen. Dadurch werden Multi-Channel-Konzepte für den stationären Einzelhandel wichtiger denn je.
- Die Bedeutung und Wertschätzung sowohl des stationären Einzelhandels – über die einfache Versorgung mit Gütern hinaus – als auch der Innenstädte bzw. Zentren als Treff- / Einkaufs- / Lebensmittelpunkte wird zunehmen. Das bestätigt eine aktuelle Umfrage des Unternehmens Bonial zum Einfluss von Corona auf das Kaufverhalten und die Entwicklung des innerstädtischen Handels. Demnach kaufen mehr als 40 % der Befragten nun häufiger im lokalen Einzelhandel als vor der Corona-Pandemie und knapp 90 % der Befragten ist eine lebendige Innenstadt wichtig.²²

Ein kommunales Einzelhandelskonzept ist ein langfristig angelegtes Steuerungsinstrument für die Einzelhandels- und Stadtentwicklung, welches in regelmäßigen Abständen überprüft und aktualisiert wird (etwa alle fünf Jahre). Auf Grundlage einer Status-Quo-Analyse der Angebots- und Nachfrageseite werden mittelfristige Entwicklungsprognosen getroffen und übergeordnete Entwicklungsziele und Maßnahmen definiert.

Ein Ende der Maßnahmen scheint zum gegenwärtigen Zeitpunkt (November 2020) nicht in Sicht. Mittelfristige Prognosen sind aufgrund der ungewissen Dauer der Maßnahmen zur Bekämpfung der Corona-Pandemie und deren wirtschaftlichen Auswirkungen derzeit nicht zuverlässig möglich. Das gilt sowohl für die Angebots- als auch für die Nachfrageseite. Gleichwohl ist der Einzelhandel in erheblichem Ausmaß betroffen.

²⁰ Quelle: Hahn Gruppe; 15. Retail Real Estate Report Germany 2020/2021; Bergisch-Gladbach; S. 79

²¹ Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE); Existenzsorgen im Einzelhandel – Rettungsschirm notwendig; Abruf unter <https://einzelhandel.de/presse/aktuellmeldungen/12679-existenzsorgen-im-einzelhandel-rettungsschirm-notwendig> (Zugriff: 09/2020)

²² Quelle: Bonial International GmbH; Exklusive Umfrage: 90 Prozent der Deutschen ist eine lebendige Innenstadt wichtig; Abruf unter <https://www.bonial.com/de/pressemitteilungen/exklusive-umfrage/> (Zugriff: 09/2020)

5 NACHFRAGESEITIGE RAHMENBEDINGUNGEN

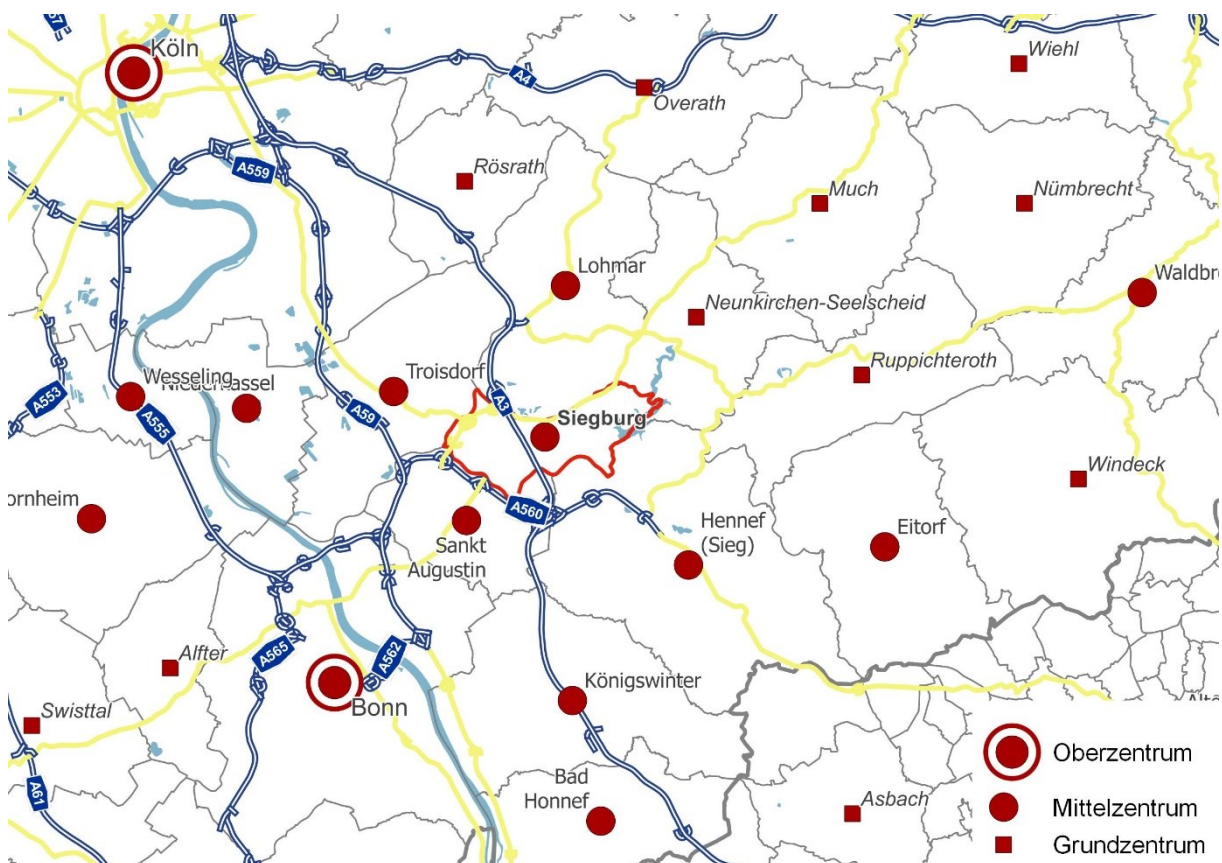
Nachstehend folgt zur grundsätzlichen Einordnung der Einzelhandelssituation in der Kreisstadt Siegburg eine Übersicht der aktuellen Rahmenbedingungen, die sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch die Prosperität des Einzelhandelsstandorts Siegburg auswirken können.

5.1 STANDORTRELEVANTE RAHMENBEDINGUNGEN

Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung

Die Kreisstadt Siegburg mit rund 43.600 Einwohnern liegt im Süden Nordrhein-Westfalens im Rhein-Sieg-Kreis. Siegburg nimmt die landesplanerische Versorgungsfunktion eines Mittelzentrums ein. Die nächstgelegenen Mittelzentren sind die unmittelbar an das Siegburger Stadtgebiet angrenzenden Städte Hennef (Sieg), Sankt Augustin, Troisdorf und Lohmar. Die nächstgelegenen Oberzentren Bonn und Köln befinden sich in rund 15 bis 30 km Entfernung. Die Kreisstadt Siegburg konkurriert als Wirtschaftsstandort vor allem mit den benachbarten Mittelzentren in der Region.

Karte 2: Lage der Kreisstadt Siegburg in der Region



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlagen: © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

Die räumlich-funktionalen Verflechtungen Siegburgs mit der Region werden durch eine gute verkehrliche Anbindung begünstigt. In erster Linie bieten die Bundesautobahnen A 3 (Richtung Köln im Norden und Frankfurt am Main im Süden) und A 560 (Richtung Westen Anschluss an

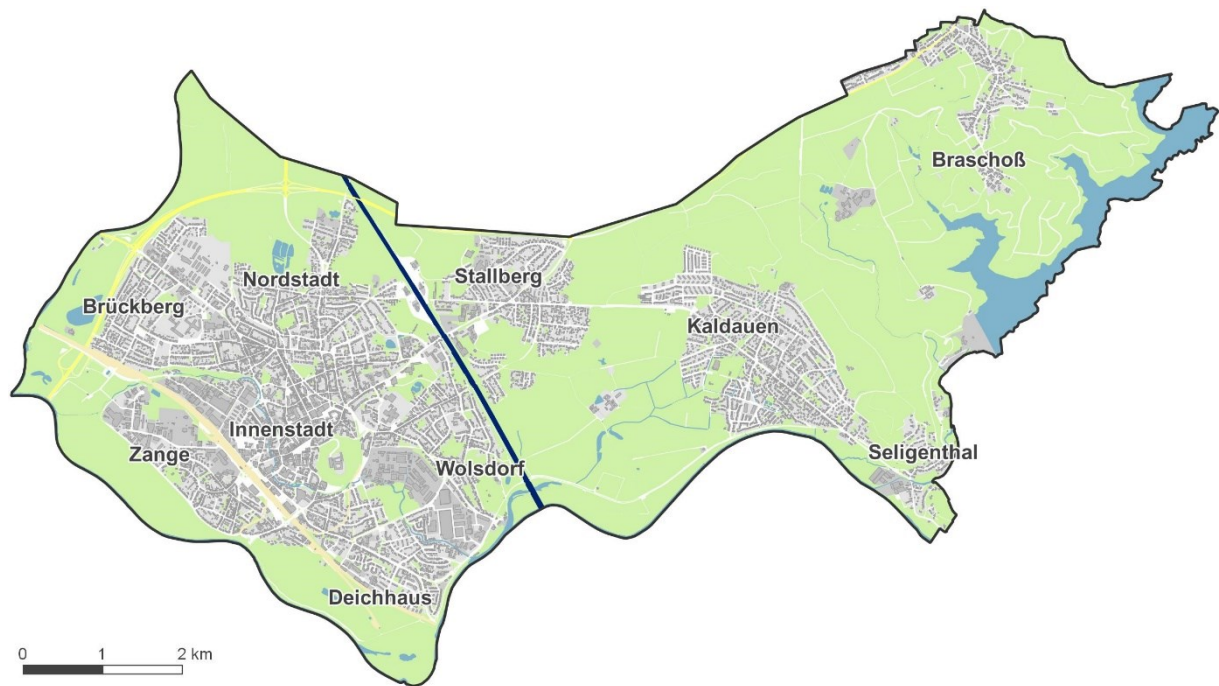
die A 59 und Osten Anschluss an die B 8) sowie die Bundesstraße B 56 (Richtung Süden Anschluss an die A 59 und Neunkirchen-Seelscheid im Nordosten) gute überörtliche Straßenverbindungen.

Mit dem Bahnhof Siegburg / Bonn, der seit 2003 in das ICE-Netz integriert ist, ist die Kreisstadt an den Fernverkehr und das regionale Schienennetz angebunden. Aufgrund seiner zentralen, innenstadtnahen Lage ermöglicht der Siegburger Bahnhof auswärtigen Kunden den Besuch der Innenstadt mit der Bahn. Darüber hinaus bietet ein Netz aus Buslinien Verbindungen innerhalb Siegburgs und in benachbarte Orte der Region.

Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung

Das Siegburger Stadtgebiet umfasst rund 25 km² und gliedert sich in die zehn Stadtteile Braschoß, Brückberg, Deichhaus, Innenstadt, Kaldauen, Nordstadt, Stallberg, Wolsdorf sowie Zange.

Karte 3: Siedlungs- und Stadtstruktur Siegburg



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlagen: Land NRW (2019), Datenlizenz Deutschland – Namensnennung – Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0); Legende für Kartengrundlage im Anhang (S. 154)

In der folgenden Tabelle 4 werden die Einwohner der Stadtteile und deren Anteile an der Gesamtbevölkerung dargestellt.

Tabelle 4: Siegburger Stadtteile mit Einwohnerzahlen

Stadtteile	Einwohner	Anteil
Braschoß	1.595	4 %
Brückberg	4.265	10 %
Deichhaus	3.872	9 %
Innenstadt	8.833	20 %
Kaldauen	7.315	17 %
Nordstadt	7.028	16 %
Seligenthal	471	1 %
Stallberg	3.867	9 %
Wolsdorf	3.417	8 %
Zange	2.884	7 %
Nicht zugeordnet	55	< 1 %
Gesamt	43.602	100 %

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: Stadt Siegburg, Stand: 31.12.2018

Das Stadtgebiet wird durch die Bundesautobahn A 3 in zwei Stadtbereiche geteilt: Mit einem Anteil von mehr als zwei Drittel der Gesamtbevölkerung liegt der Siedlungsschwerpunkt westlich der Autobahn. Die Stadtteile in diesem Bereich bilden einen überwiegend zusammenhängenden Siedlungskörper. Einzig der Stadtteil Zange wird durch die Bahngleise von dem übrigen Siedlungsgebiet abgetrennt. Hier befindet sich der mit rund 8.800 Einwohnern bzw. einem Anteil von 20 % an der Gesamtbevölkerung größte Stadtteil, der Stadtteil Innenstadt. Die weiteren Stadtteile weisen Einwohnerzahlen von zwischen rund 2.900 bis 7.000 Einwohnern auf, was Anteilen von 7 % bis 16 % entspricht. Die Stadtteile östlich der A 3 werden durch einen hohen Anteil an land- und forstwirtschaftlichen Nutzungen geprägt und bilden z. T. abgesetzte, eigenständige Siedlungskörper. Der Stadtteil Kaldauen ist dabei bezogen auf die Einwohnerzahl mit rund 7.300 Einwohnern und einem Anteil von 17 % der zweitgrößte Stadtteil. Im Stadtteil Stallberg leben rund 3.900 Einwohner, was in etwa 9 % der Gesamtbevölkerung der Kreisstadt Siegburg ausmacht. Die Stadtteile Seligenthal und Braschoß weisen zwischen rund 500 und knapp 1.600 Einwohner auf, was Anteilen zwischen 1 % und 4 % entspricht.

5.2 KAUFKRAFTPOTENZIAL IN SIEGBURG

Zur Abbildung der aktuellen Nachfragesituation wird auf sekundärstatistische Rahmendaten der IfH Retail Consultants Köln zurückgegriffen. Diese werden durch die IfH-Marktforschung bundesweit ermittelt und aktuell fortgeschrieben. Anhand der Bevölkerungszahlen und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Gebiet vorhandene Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und nach Warengruppen ermitteln.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial stellt sich für die Kreisstadt Siegburg folgendermaßen dar:

Tabelle 5: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in Siegburg

Warengruppe	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Siegburger Wohnbevölkerung	
	Pro Kopf (in Euro / Jahr)	Gesamt (in Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	2.511	109,5
Blumen (Indoor) / Zoo	116	5,1
Gesundheit und Körperpflege	444	19,3
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	175	7,6
<i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	<i>3.245</i>	<i>141,5</i>
Bekleidung	547	23,9
Schuhe / Lederwaren	158	6,9
GPK** / Haushaltswaren	114	5,0
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	144	6,3
Sport und Freizeit	159	6,9
<i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	<i>1.122</i>	<i>48,9</i>
Wohneinrichtung	177	7,7
Möbel	400	17,4
Elektro / Leuchten	186	8,1
Elektronik / Multimedia	425	18,5
Medizinische und orthopädische Artikel	86	3,8
Uhren / Schmuck	75	3,3
Baumarktsortimente	505	22,0
Gartenmarktsortimente	110	4,8
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>	<i>1.964</i>	<i>85,6</i>
<i>Sonstige</i>	<i>263</i>	<i>11,5</i>
Gesamt	6.595	287,6

* Papier, Büroartikel, Schreibwaren, ** Glas, Porzellan, Keramik

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

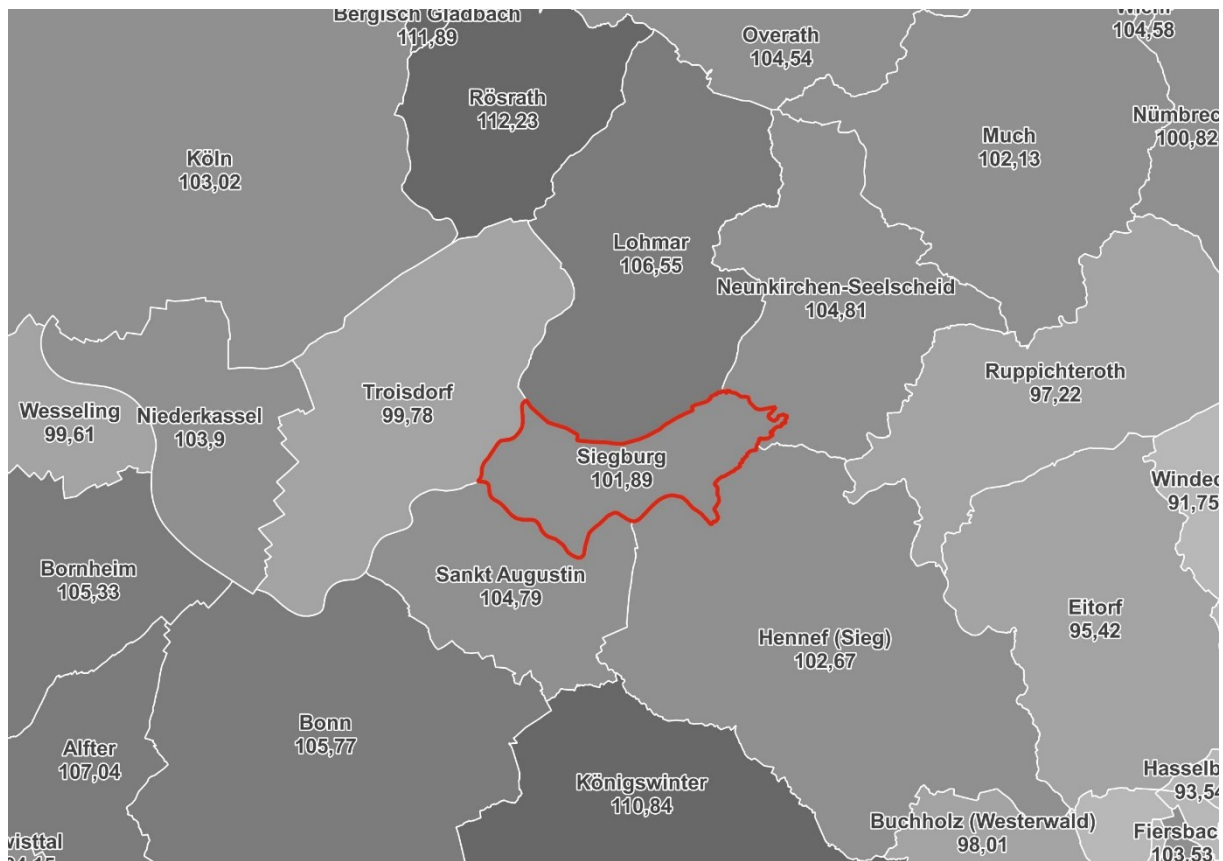
Quelle: eigene Berechnung nach IfH Retail Consultants Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2019, Köln, 2019

Insgesamt beträgt das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial für Siegburg rund 288 Mio. Euro (2019)**. Die Verbrauchsausgaben in den Warengruppen sind dabei unterschiedlich ausgeprägt. Auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel entfällt mit rund 110 Mio. Euro bzw. rund 38 % der höchste Anteil am gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial. Mit deutlichem Abstand folgen die Warengruppen Bekleidung (rund 24 Mio. Euro bzw. 8 %), Baumarktsortimente (rund 22 Mio. Euro bzw. 8 %) sowie Gesundheit und Körperpflege (rund 19 Mio. Euro bzw. 7 %). Weitere monetär bedeutsame Warengruppen sind Elektronik / Multimedia und Möbel.

Diesem monetären Kaufkraftpotenzial liegt – unter Berücksichtigung der Einwohnerzahlen – das örtliche Kaufkraftniveau der Kreisstadt Siegburg zu Grunde. Die sogenannte einzelhandels-

relevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der örtlich vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Dabei gibt sie die Abweichung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Kaufkraft in Siegburg vom Bundesdurchschnitt (= 100) an. Derzeit ergibt sich in Siegburg eine **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer** von **101,9**, d. h. das Kaufkraftniveau der Siegburger Bevölkerung liegt um rund 2 % über dem Bundesdurchschnitt. Im Vergleich zum Jahr 2009 (KKZ: 104,1) ist das Kaufkraftniveau leicht gesunken. Dagegen ist das absolute Kaufkraftvolumen um rund 18 % gestiegen.²³

Karte 4: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich (2019)



Quelle: eigene Darstellung nach IFH Retail Consultants, Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2019

²³ Auf Basis von BBE-Marktforschung-Daten ergab sich 2008 anhand der damaligen Bevölkerungszahl ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen von rund 243 Mio. Euro. (Quelle: BBE (2009): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Kreisstadt Siegburg. Köln. S. 14)

Tabelle 6: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im regionalen Vergleich (2019)

Kommune	Landesplanerische Versorgungsfunktion	Einwohner (gerundet)	Einzelhandelsrelevante/s	
			Kaufkraftkennziffer	Kaufkraftvolumen (in Mio. Euro)
Siegburg	Mittelzentrum	43.600	101,9	287,6
Hennef (Sieg)	Mittelzentrum	47.300	102,7	314,6
Lohmar	Mittelzentrum	30.500	106,6	211,2
Neunkirchen-Seelscheid	Grundzentrum	19.800	104,8	134,5
Sankt Augustin	Mittelzentrum	55.900	104,8	380,3
Troisdorf	Mittelzentrum	74.900	99,8	482,2

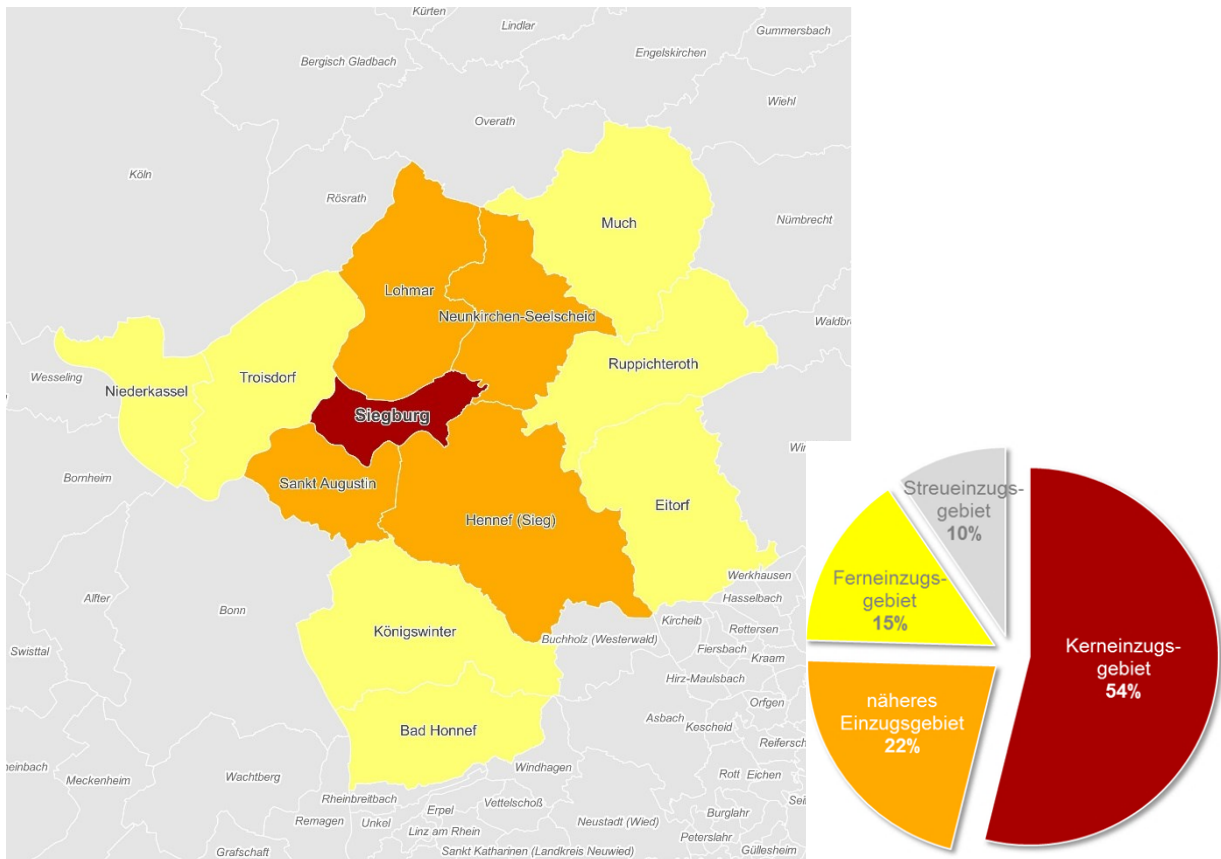
Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage von IFH Retail Consultants GmbH, Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2019

Im **regionalen Vergleich** wird deutlich, dass die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer in Siegburg leicht unter dem Durchschnitt der Kaufkraftkennziffern der benachbarten Kommunen liegt (vgl. Karte 4 und Tabelle 6). Einzig Troisdorf weist eine knapp unter den Bundesdurchschnitt liegende Kennziffer auf.

5.3 EINZUGSGEBIET DES EINZELHANDELS IN SIEGBURG

Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden Mobilität im Rahmen der Versorgung mit insbesondere mittel- und langfristigen Bedarfsgütern vollziehen sich räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelszentren und Wohnorten der Nachfrager. Im Zuge zunehmender Mobilitätsanforderungen werden erhöhte Zeit- und Entfernungswiderstände sowohl für das Einkaufen als auch für die Funktionen Arbeit, Dienstleistungsanspruchnahme und Freizeitgestaltung in Kauf genommen. Andererseits ist aber auch zu berücksichtigen, dass ab spezifischen Raum-Zeit-Distanzen (Entfernung zum Einkaufsstandort) die Bereitschaft der Kunden abnimmt, diese aufzusuchen, weil wiederum andere Zentren bzw. Standorte geringere Raum-Zeit-Distanzen aufweisen. Aus diesem räumlichen Spannungsgeflecht resultiert schließlich ein Einzugsgebiet.

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes dient zum einen als Indikator zur Bewertung der derzeitigen Ausstrahlungskraft des Einzelhandels in Siegburg, zum anderen als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Neben der regionalen Wettbewerbssituation, siedlungsräumlicher, verkehrlicher sowie sozioökonomischer Rahmenbedingungen fließen hier auch die Ergebnisse der Kundenherkunftserhebung (vgl. Kapitel 3) ein. Die dort ermittelten Kundenzahlen wurden in Relation zur Bevölkerungszahl des jeweiligen Herkunftsortes gesetzt, um die verhältnismäßige Bedeutung der Kreisstadt Siegburg als Einkaufsort ermitteln zu können. Auf Grundlage dieser sogenannten „Kundenherkunftskoeffizienten“ sowie unter Berücksichtigung der Raumwiderstände und der Einordnung bzw. Bewertung von Konkurrenzstandorten lässt sich das Einzugsgebiet der Kreisstadt Siegburg wie folgt abgrenzen:

Karte 5: Einzugsbereich des Siegburger Einzelhandels

Quelle: eigene Darstellung, © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

Kerneinzugsgebiet

Als **Kerneinzugsgebiet** für den Einzelhandel in Siegburg bietet die Kreisstadt Siegburg mit ihren gesamten Stadtbereichen und Stadtteilen selbst ein Kundenpotenzial von rund 43.600 Einwohnern. 54 % und damit etwas mehr als die Hälfte der während der Kundenherkunftserhebung befragten Kunden stammen aus diesem Kerneinzugsgebiet.

Näheres Einzugsgebiet

Dem **näheren Einzugsgebiet** (oder Naheinzugsgebiet) werden in der Regel Kommunen zugeordnet, die in direkter Nachbarschaft zur Untersuchungskommune liegen. Dazu zählen mit einem Kundenpotenzial von insgesamt mehr als 153.000 Einwohnern Lohmar, Neunkirchen-Seelscheid, Hennef (Sieg) und Sankt Augustin.

Das Kundenpotenzial entspricht einem Anteil von 22 % des gesamten Einzugsgebietes. Einzelne Betriebe in Siegburg, wie beispielsweise Magnetbetriebe an verkehrsgünstigen Standorten, können dabei aber auch deutlich überdurchschnittliche Werte aufweisen.

Ferneinzugsgebiet

Das **Ferneinzugsgebiet** umfasst all diejenigen Besucher und Kunden, die zwar den Einzelhandel in Siegburg mit einer gewissen Regelmäßigkeit aufsuchen, jedoch auch räumliche Einkaufsorientierung auf andere Standorte aufweisen und nicht hauptsächlich auf den Einzelhandel in Siegburg ausgerichtet sind. Dabei handelt es sich um Städte und Gemeinden, die sich an jene des

näheren Einzugsgebietes anschließen. Das Kundenpotenzial entspricht einem Anteil von etwa 15 % des gesamten Einzugsgebietes.

Streueinzugsgebiet

Das **Streueinzugsgebiet** umfasst all diejenigen Besucher und Kunden, die keiner der oben genannten Gemeinden zugeordnet werden können und die den Einkaufsstandort Siegburg nicht regelmäßig aufsuchen (z. B. Reisende, Touristen etc.). Als sogenannte Streuumsätze des Einzelhandels werden „Zufallskäufe“ durch Personen von außerhalb des eigentlichen Einzugsgebietes bezeichnet. 10 % der ermittelten Kunden des Siegburger Einzelhandels kommen aus diesem Streugebiet.

Insgesamt konnte durch die Kundenherkunftserfassung im Januar 2020 das Einzugsgebiet aus dem Einzelhandelskonzept von 2009 weitestgehend bestätigt werden. Während der überwiegende Anteil der Kunden erwartungsgemäß aus dem Stadtgebiet Siegburgs selbst stammt, ist auch für die Umlandgemeinden ein beachtlich hoher Anteil zu konstatieren, der die regionale Bedeutung des Einzelhandelsstandorts Siegburg unterstreicht.

6 AKTUELLE ANGEBOTSSITUATION IN SIEGBURG

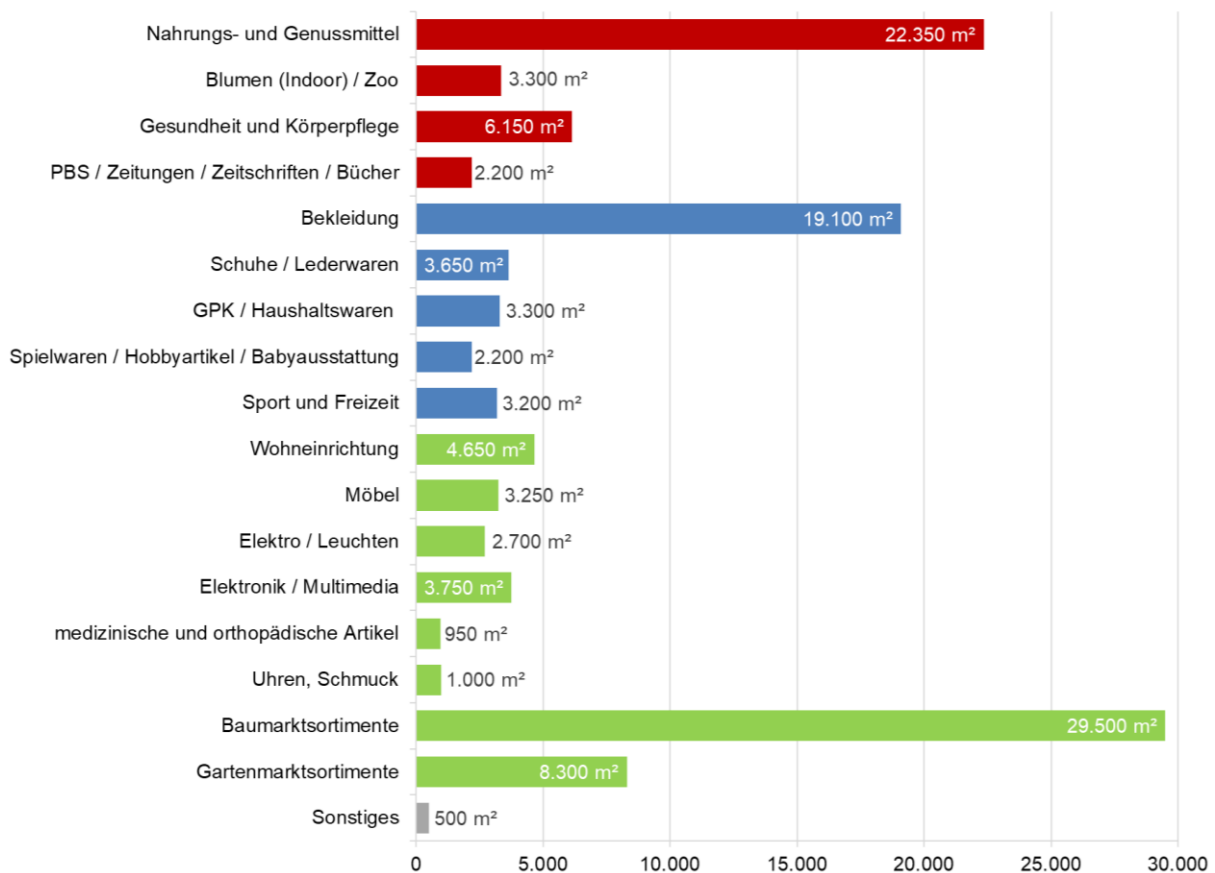
Unter Berücksichtigung der im vorstehenden Kapitel beschriebenen standortrelevanten Rahmenbedingungen werden im Folgenden die Einzelhandelsstandorte und Einzelhandelsstrukturen in der Kreisstadt Siegburg unter einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Gesichtspunkten analysiert. Hierfür wird zunächst ein gesamtstädtischer Betrachtungsbogen gespannt, bevor in einem vertiefenden Schritt eine räumliche Differenzierung sowie eine Betrachtung der Grundversorgungssituation im Stadtgebiet erfolgen.

Um die Entwicklung des Einzelhandelsbesatzes vergleichbar darstellen zu können, basieren die nachfolgenden Erläuterungen zur räumlich-funktionalen Angebotsstruktur auf dem beschlossenen Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009 sowie der Teilfortschreibung aus dem Jahr 2012. Das heißt: Die zentralen Versorgungsbereiche (Innenstadt, Kaldauen, Stallberg und Brückberg) wurden entsprechend ihrer damaligen Funktion und Abgrenzung in die Analyse eingestellt. Im Rahmen der Fortschreibung ist es allerdings möglich, dass sich – entsprechend der zwischenzeitlich erfolgten einzelhandelsrelevanten Entwicklungen – Veränderungen in den räumlichen Abgrenzungen ergeben haben oder damals abgegrenzte zentrale Versorgungsbereiche heute nicht mehr als solche definiert werden können.

6.1 ECKDATEN DES EINZELHANDELS IN SIEGBURG

Auf Basis der vorhandenen Datengrundlage aus der sortimentspezifischen flächendeckenden Erhebung aller Anbieter können differenzierte Aussagen zur Versorgungssituation in Siegburg getroffen werden. Die nachfolgenden Zahlen beziehen sich grundsätzlich auf den Bestand zum Erhebungszeitpunkt (August / September 2019). Die wesentlichen Kennwerte des Einzelhandels in Siegburg stellen sich zu diesem Zeitpunkt wie folgt dar:

- Es bestehen insgesamt **339 Betriebe** des Einzelhandels im engeren Sinne (d. h. ohne KFZ- und Brennstoffhandel, vgl. Kapitel 3) mit einer **Gesamtverkaufsfläche** von rund **120.100 m²**. Seit 2009 ist somit über alle Warengruppen ein Verkaufsflächenzuwachs von knapp 37.700 m² (+46 %) bei einer rückläufigen Anzahl an Einzelhandelsbetrieben (2009: 426 Betriebe) festzustellen. Hier spiegeln sich u. a. einzelne Veränderungen im Bestand (z. B. Neuansiedlung Mühlengrabenquartier) sowie methodische Änderungen wider.

Abbildung 6: Warengruppenspezifische Verkaufsflächen in Siegburg (in m²)


* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, ** Glas, Porzellan, Keramik

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019

- **Quantitative Angebotsschwerpunkte** liegen in Siegburg in der flächenintensiven Warengruppe **Baummarktsortimente** (rund 29.500 m² Verkaufsfläche) sowie in der nahversorgungsrelevanten Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** (rund 22.350 m² Verkaufsfläche). Aber auch die innerstädtische Leitbranche **Bekleidung** weist mit rund 19.100 m² Verkaufsfläche eine hohe quantitative Bedeutung auf.
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb** beträgt rund **354 m²** und ist gegenüber 2009 (193 m²) deutlich gestiegen. Im Vergleich zu den durchschnittlichen Werten aus vergleichbaren Erhebungen des Büros Junker + Kruse in anderen Städten mit 25.000 bis 50.000 Einwohnern (280 m²)²⁴ ist der Wert als überdurchschnittlich zu bewerten.
- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** beträgt **2,75 m²** pro Einwohner und rangiert damit – losgelöst von branchenspezifischen Betrachtungen – deutlich über dem bundesdeutschen Durchschnittswert von rund 1,5 m² pro Einwohner. Im interkommunalen Vergleich liegt auch dieser Wert leicht über dem Durchschnitt (zum Vergleich: Der diesbezügliche Durchschnittswert aller Kommunen mit 25.000 - 50.000 Einwohnern aus der

²⁴ Quelle: Junker + Kruse-Datenbank aus eigenen Erhebungen in Kommunen zwischen 25.000 und 50.000 Einwohnern (n=45)

bundesweiten Junker + Kruse Datenbank beträgt rund 2,02 m²). In der Gegenüberstellung zur letzten Erhebung (1,90 m²) ist der Wert ebenfalls gestiegen.

In einem warengruppenspezifischen Vergleich der einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattungsgrade zu Kommunen ähnlicher Größenordnung zeigen sich aus rein quantitativer Sicht Angebotsausstattungen in einem größtenteils überdurchschnittlichen Rahmen. Lediglich in der nicht zentrenrelevanten Warengruppe Möbel zeigt sich eine leicht unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung.

Tabelle 7: Einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattungen im Vergleich

Warengruppe	Siegburg (rund 43.600 Einwohner)	Kommunen mit 25.000 - 50.000 Einwohnern (Durchschnitt)
Nahrungs- und Genussmittel	0,51	0,44
Blumen (Indoor) / Zoo	0,08	0,07
Gesundheit und Körperpflege	0,14	0,08
PBS* / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	0,05	0,04
<i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	<i>0,78</i>	<i>0,62</i>
Bekleidung	0,44	0,23
Schuhe / Lederwaren	0,08	0,06
GPK** / Haushaltswaren	0,08	0,08
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	0,05	0,03
Sport und Freizeit	0,07	0,06
<i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	<i>0,72</i>	<i>0,46</i>
Wohneinrichtung	0,13	0,08
Möbel	0,07	0,23
Elektro / Leuchten	0,06	0,04
Elektronik / Multimedia	0,09	0,05
Medizinische und orthopädische Artikel	0,02	0,02
Uhren / Schmuck	0,02	0,01
Bau- und Gartenmarktsortimente	0,87	0,49
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>	<i>1,24</i>	<i>0,92</i>
Gesamtsumme	2,75	2,02

* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, ** Glas, Porzellan, Keramik

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019 und Junker + Kruse-Datenbank aus eigenen Erhebungen in Kommunen zwischen 25.000 und 50.000 Einwohnern (n=45)

In der nachfolgenden Tabelle 8 werden die warengruppenspezifischen Verkaufsflächen, Umsätze und Zentralitäten in Siegburg aufgeführt. Die Zentralität zeigt an, wie viel der lokal vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch den niedergelassenen Einzelhandel

gebunden werden kann. Ein Wert von 1 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genau so groß ist wie die lokal vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraft in der entsprechenden Warengruppe; Werte über 1 deuten auf Zuflüsse von außen hin.

Tabelle 8: Umsätze und Zentralitäten in Siegburg nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m ²)	Umsatz (in Mio. Euro)	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	22.350	115,5	1,05
Blumen (Indoor) / Zoo	3.300	6,8	1,34
Gesundheit und Körperpflege	6.150	38,2	1,98
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	2.200	9,5	1,25
<i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	<i>34.050</i>	<i>170,0</i>	<i>1,20</i>
Bekleidung	19.100	51,4	2,16
Schuhe / Lederwaren	3.650	11,6	1,69
GPK** / Haushaltswaren	3.300	7,0	1,41
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	2.200	6,0	0,95
Sport und Freizeit	3.200	9,0	1,29
<i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	<i>31.450</i>	<i>85,0</i>	<i>1,74</i>
Wohneinrichtung	4.650	8,2	1,06
Möbel	3.250	3,2	0,18
Elektro / Leuchten	2.700	12,1	1,49
Elektronik / Multimedia	3.750	28,6	1,55
Medizinische und orthopädische Artikel	950	6,7	1,79
Uhren / Schmuck	1.000	7,7	2,33
Baumarktsortimente	29.500	28,0	1,27
Gartenmarktsortimente	8.300	6,2	1,30
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>	<i>54.050</i>	<i>100,6</i>	<i>1,18</i>
Gesamtsumme (inkl. sonstiges)	120.050	355,8	1,24

* Papier, Büroartikel, Schreibwaren, ** Glas, Porzellan, Keramik

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019

- Dem in der Kreisstadt Siegburg vorhandenen einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von rund 288 Mio. Euro** steht ein geschätztes **Jahresumsatzvolumen von rund 356 Mio. Euro** gegenüber. Daraus ergibt sich eine **Einzelhandelszentralität von 1,24** über alle Warengruppen, d. h. der erzielte Einzelhandelsumsatz liegt rund 24 % über dem örtlichen Kaufkraftvolumen. Per Saldo lässt sich also feststellen, dass zusätzlich zu der örtlich vorhandenen Kaufkraft Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland existieren. Der errechnete Zentralitätswert liegt über dem einer Vollversorgung, wovon bei einer 100 % igen Kaufkraftbindung gesprochen wird. Angesichts der regionalen Angebots- und Konkurrenzsituation ist dieser Wert – unabhängig von warengruppenspezifischen und räumlichen Betrachtungen – als sehr gut

einzuordnen. Die Kreisstadt Siegburg wird der landesplanerischen Versorgungsfunktion als Mittelzentrum gerecht.

Gegenüber dem Jahr 2009 ist eine positive Umsatzentwicklung (+31 %) zu beobachten, auch stieg das Kaufkraftvolumen in diesem Zeitraum ebenfalls an (+18 %). Dementsprechend ist die Zentralität über alle Warengruppen im Vergleich zum Jahr 2009 (1,11) leicht gestiegen.

- Vor dem Hintergrund der Versorgungsfunktion Siegburgs erscheinen aus rein quantitativer Sicht lediglich die Zentralitätswerte in den Warengruppen Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung und Möbel ausbaufähig. Weiterführende Betrachtungen hierzu erfolgen in den weiteren Analyseschritten zur qualitativen bzw. strukturellen sowie räumlichen Angebotsstruktur in Siegburg. Die daraus abgeleiteten Aussagen zu Entwicklungsperspektiven des Siegburger Einzelhandels erfolgen in Kapitel 7 dieses Konzepts.

Neben dieser überwiegend quantitativen Betrachtung spielen für die Bewertung eines Einzelhandelsstandorts vor allem auch **qualitative** und **räumliche** Aspekte eine entscheidende Rolle. In einem weiteren Schritt wird das Einzelhandelsangebot der Kreisstadt Siegburg daher unter diesen Gesichtspunkten näher betrachtet.

6.2 ANGEBOTSSTRUKTUR DES EINZELHANDELS IN SIEGBURG

Das Einzelhandelsangebot in Siegburg weist auf gesamtstädtischer Ebene folgende strukturelle Merkmale auf:

Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe

- Mit knapp 22.400 m² entfällt der zweitgrößte Einzelanteil (rund 19 %) der Gesamtverkaufsfläche in Siegburg auf die nahversorgungsrelevante Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**. Bei den Betrieben ist sogar der mit Abstand größte Anteil (96 Betriebe, rund 28 %) dieser Warengruppe zuzuordnen, wobei in diesem Zusammenhang jedoch insbesondere auch die zahlreichen Betriebe des Lebensmittelhandwerks (v. a. Bäckereien) eine wichtige Rolle spielen. Der Bereich Nahrungs- und Genussmittel nimmt mit rund 116 Mio. Euro den größten Einzelanteil (32 %) am Umsatz in den verschiedenen Warengruppen ein. Die *einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung* in dieser Warengruppe von ca. 0,51 m² liegt über dem Vergleichswert aus Kommunen vergleichbarer Größenordnung²⁵ (0,44 m² pro Einwohner) und weist auf eine im Bundesvergleich überdurchschnittliche Ausstattung hin. Die Zentralität von 1,05 zeigt ein ausgeglichenes Umsatz-Kaufkraft-Verhältnis. Diese Werte zeigen aus rein quantitativer Sicht zunächst einen sehr guten Ausstattungsgrad in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel in Siegburg und unterstreichen die hohe Bedeutung dieser Warengruppe innerhalb der privaten Verbrauchsausgaben der Haushalte. Detailliertere Aussagen zur wohnortnahen Grundversorgungssituation in Siegburg folgen in Kapitel 6.5 dieser Untersuchung.
- Auch die Werte in den weiteren Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs spiegeln aus rein quantitativer Sicht zunächst eine gute Angebotsausstattung in der Kreisstadt Siegburg wider.

²⁵ Quelle: Junker + Kruse-Datenbank aus eigenen Erhebungen in Kommunen zwischen 25.000 und 50.000 Einwohnern (n=45)

Rund 6.200 m² Verkaufsfläche entfallen auf die ebenfalls nahversorgungsrelevante Warengruppe **Gesundheit und Körperpflege**. Mit rund 0,14 m² Verkaufsfläche je Einwohner besteht hier eine für Städte dieser Größenordnung überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung (Schnitt: 0,06 m² / EW)²⁶. Dabei existieren fünf Drogeriemärkte im Stadtgebiet, wovon sich drei innerhalb der Innenstadt befinden. Das weitere sortimentspezifische Fachangebot besteht neben Fachgeschäften in der Siegburger Innenstadt (u. a. Parfümerien) vor allem in einer Vielzahl Apotheken. Mehr als ein Viertel der warengruppenspezifischen Verkaufsfläche entfällt auf Nebensortimente der Lebensmittelanbieter, wo sie maßgeblich zur wohnortnahen Grundversorgung der Siegburger Bevölkerung beitragen.

- In der Warengruppe **Blumen (Indoor) / Zoo** existieren im Siegburger Stadtgebiet elf Kernsortimentsanbieter, darunter zwei Zoofachmärkte sowie diverse Blumenfachgeschäfte. Fast zwei Drittel der insgesamt knapp 3.350 m² Verkaufsfläche in dieser Warengruppe entfallen auf Randsortimentsangebote u. a. der Lebensmittelmärkte sowie Bau- und Gartenmärkte (Tierfutter und Schnittblumen).
- In der Warengruppe **Papier / Bücher / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften** ist ein Verkaufsflächenangebot von rund 2.200 m² vorhanden. Das Angebot umfasst Fachangebote wie Buch-, Presse- oder Schreibwarenhandel, aber auch Randsortimentsangebote (Schreibwaren und Zeitschriften in Lebensmittelmärkten) und Angebote in Tankstellenshops und preisorientierten Fachdiscountern.

Insgesamt entfällt mit rund 34.100 m² mehr als ein Viertel des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots und knapp die Hälfte des Umsatzes im Siegburger Einzelhandel auf die **Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe**. Dies liegt vor allem an dem hohen Anteil dieser Warengruppen (v. a. Lebensmittel) an den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben. Die Gesamtzentralität der Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs zeigt mit 1,20 per Saldo Kaufkraftzuflüsse, die sich statistisch in den Warengruppen Blumen (Indoor)/Zoo sowie Gesundheit und Körperpflege sogar über diesem Durchschnittswert bewegen.

Warengruppen der überwiegend mittelfristigen Bedarfsstufe

- Im Bereich der mittelfristigen Bedarfsstufe liegt der quantitative Angebotsschwerpunkt mit rund 19.100 m² Verkaufsfläche (rund 16 % der Gesamtverkaufsfläche), 73 Einzelhandelsbetrieben (rund 22 % aller Siegburger Betriebe) und rund 51 Mio. Euro Umsatz in der zentralen Leitbranche des innerstädtischen Einzelhandels **Bekleidung**. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung von 0,44 m² / Einwohner liegt deutlich über dem Vergleichswert aus Kommunen vergleichbarer Größenordnung²⁷ (0,23 m² pro Einwohner). Die sortimentspezifische Zentralität von 2,16 weist auf deutliche Kaufkraftzuflüsse hin. Erfreulicherweise befinden sich jeweils rund 90 % der Verkaufsfläche und aller Betriebe in der Siegburger Innenstadt. Auch sind die vier im Stadtgebiet existierenden großflächigen Kernsortimentsanbieter in der Innenstadt lokalisiert.
- Die Warengruppe **Schuhe / Lederwaren** weist mit mehr als 3.600 m² Verkaufsfläche aus quantitativer Sicht ein für eine Stadt dieser Größenordnung sehr gutes Angebot auf. Die *einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung* in dieser Warengruppe von ca. 0,08 m² liegt

²⁶ Ebd.

²⁷ Ebd.

über dem Vergleichswert aus Kommunen vergleichbarer Größenordnung²⁸. Die sortimentspezifische Zentralität von 1,69 liegt auf einem sehr guten Niveau und zeigt deutlich Kaufkraftzuflüsse. Auch in dieser Warengruppe entfallen rund 90 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche auf die Siegburger Innenstadt, in der zudem mehr als 80 % aller Kernsortimentsanbieter lokalisiert sind.

- Ein weiterer Angebotsbaustein der mittelfristigen Bedarfsstufe ist die **Warengruppe Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren** mit rund 3.300 m² Verkaufsfläche und 7 Mio. Euro Umsatz. Von insgesamt neun Kernsortimentsanbietern befinden sich acht in der Siegburger Innenstadt. Allerdings entfallen rund drei Viertel der warengruppenspezifischen Verkaufsfläche auf Angebote von Rand- und Nebensortimenten von übrigen Fachgeschäften, Lebensmittelanbietern und Drogeriemärkten sowie von preisorientierten Billiganbietern und Bau- und Gartenmärkten. Die *einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung* in dieser Warengruppe von rund 0,08 m² liegt im Bereich des Vergleichswerts aus Kommunen vergleichbarer Größenordnung²⁹. Die sortimentsspezifische Zentralität von 1,41 zeigt deutliche Kaufkraftzuflüsse.
- In der Warengruppe **Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung** ist unter den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs mit 0,95 die niedrigste Zentralität zu verzeichnen. Das Verkaufsflächenangebot beträgt insgesamt rund 2.200 m² Verkaufsfläche. Von den insgesamt vier Kernsortimentsanbietern in dieser Warengruppe befinden sich drei in der Siegburger Innenstadt und einer im zentralen Bereich Stallberg. Darüber hinaus werden Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung als Randsortiment oder Aktionswaren u. a. von Lebensmittelanbietern, Drogerie- oder Discountmärkten angeboten, auf die mehr als 80 % der warengruppenspezifischen Verkaufsfläche entfallen. Es ist anzumerken, dass der mittelständische Spielwarenhandel in den letzten Jahren verstärkt durch Angebotskonzentrationen in großen Fachmärkten sowie die zunehmende Konkurrenz des E-Commerce geprägt war. Dennoch besitzt dieser Angebotsbaustein eine hohe Bedeutung für eine attraktive innerstädtische Angebotsstruktur.
- Die Warengruppe **Sport und Freizeit** ist mit rund 3.200 m² Verkaufsfläche und einem sortimentspezifischen Umsatz von rund 9 Mio. Euro (Zentralität: 1,29) in Siegburg vertreten. Das Angebot ist durch Fachanbieter mit den Kernsortimenten Sportbekleidung / Sportschuhe, Fahrräder und technisches Zubehör sowie Angelsport vielfältig strukturiert. Des Weiteren wird die Warengruppe als Randsortiment (bzw. Aktionswaren) vorgehalten. Es befinden sich rund die Hälfte der warengruppenspezifischen Verkaufsfläche und vier von insgesamt elf verschiedenen Fachanbietern in der Siegburger Innenstadt. Ein großflächiger Anbieter existiert in Siegburg nicht. Der größte Anbieter, ein Sportfachmarkt, ist in der Innenstadt lokalisiert.

Mit insgesamt rund **31.500 m² Verkaufsfläche** und einer Gesamtzentralität von 1,74 kann auch in den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs für ein Mittelzentrum der Größe Siegburgs insgesamt von einer **deutlich überdurchschnittlichen quantitativen Angebotsausstattung ausgegangen werden**. Die Zentralitätswerte in vier von fünf Warengruppen weisen auf Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland hin.

²⁸ Ebd.

²⁹ Ebd.

Warengruppen der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe

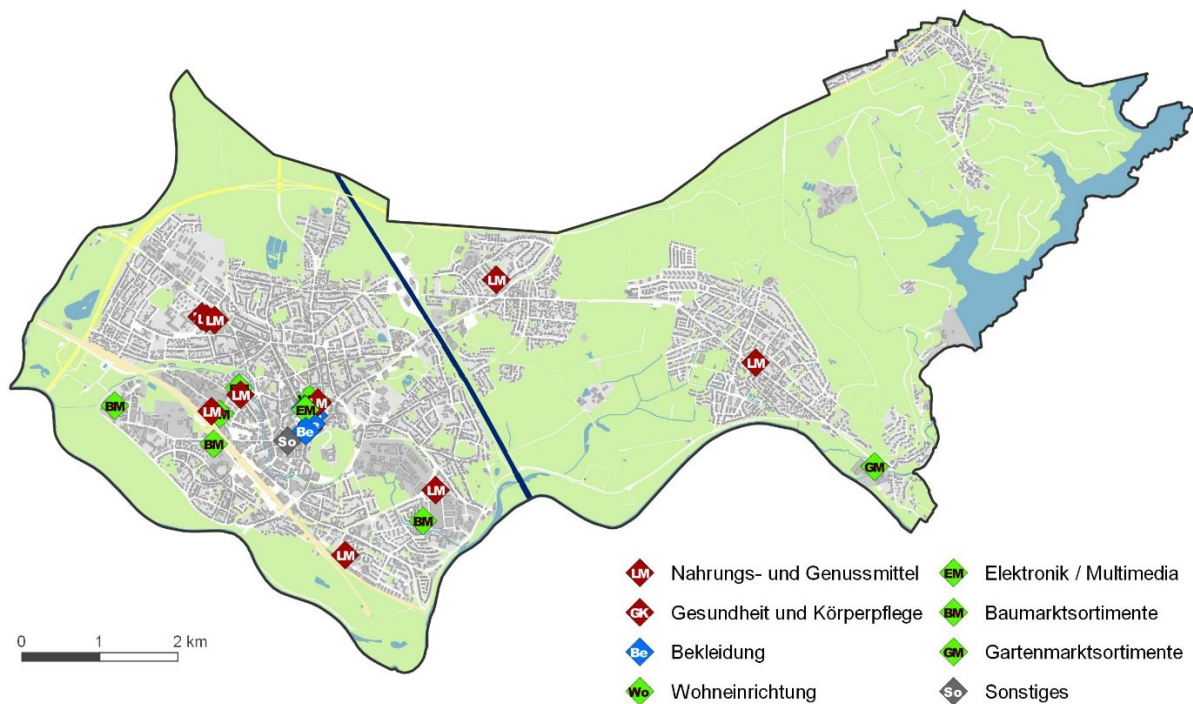
- Knapp 54.100 m² Verkaufsfläche und damit etwas weniger als die Hälfte der gesamtstädtischen Verkaufsfläche entfallen auf Waren der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe. Quantitative Angebotsschwerpunkte liegen in den Warengruppen **Bau-** (rund 29.500 m² Verkaufsfläche) und **Gartenmarktsortimente** (rund 8.300 m² Verkaufsfläche). Diese Flächenanteile repräsentieren jedoch nicht zwangsläufig einen besonderen Stellenwert dieser Warengruppen innerhalb der Siegburger Einzelhandelsstrukturen, sondern sind z. T. auf das flächenintensive Angebot der Betriebe dieser Warengruppen zurückzuführen. Zu nennen sind hier insbesondere die Baumärkte Obi und Hagebau, der Baustoffhandel Henrich Baustoffzentrum sowie das Gartencenter Ahrens & Sieberz. In beiden Warengruppen dokumentiert auch die Zentralitätskennziffer die umfangreiche Angebotsausstattung (Baumarktsortimente 1,27 und Gartenmarktsortimente 1,30).
- Das Angebot in der Warengruppe **Möbel** umfasst rund 3.250 m² Verkaufsfläche und einen geschätzten Umsatz von rund 3 Mio. Euro. Insgesamt gibt es acht Kernsortimentsanbieter, die allesamt kleinflächig sind. Ein klassischer Möbelmarkt existiert in Siegburg nicht. Die Zentralität liegt bei 0,18 deutet damit auf deutliche Kaufkraftabflüsse hin. Dabei ist darauf hinzuweisen, dass dies insbesondere in der ausgeprägten regionalen Wettbewerbssituation begründet liegt.
- Das Angebot in den **übrigen, weniger flächenintensiven Warengruppen des langfristigen Bedarfs** liegt jeweils zwischen 950 m² und 4.700 m² Verkaufsfläche. Die Zentralitätswerte bewegen sich hier bei 1,06 aufwärts, wobei der Wert von 2,33 für die Warengruppe **Uhren / Schmuck** herauszuheben ist.

Mit einer Zentralität von 1,18 über alle Warengruppen der überwiegend **langfristigen Bedarfsstufe** hinweg kann abschließend auch hier ein **quantitativ hoher Ausstattungsgrad** für die Stadt Siegburg konstatiert werden.

Großflächiger Einzelhandel in Siegburg

- Aktuell existieren in Siegburg **23 großflächige Anbieter**³⁰ mit einer Verkaufsfläche von zusammen rund 83.000 m². Obwohl diese Betriebe nur rund 7 % aller Anbieter darstellen, umfassen sie **mehr als zwei Drittel des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots**.
- Mit rund 41.900 m² Verkaufsfläche entfällt knapp die Hälfte der Fläche der großflächigen Betriebe auf die fünf Anbieter der Hauptbranchen **Bau- und Gartenmarktsortimente**, was auf die flächenintensiven Angebotsformen in dieser Warengruppe zurückzuführen ist.
- Zehn Betriebe und rund 18.100 m² Verkaufsfläche, d. h. knapp ein Fünftel der Verkaufsfläche der großflächigen Anbieter, entfallen auf Kernanbieter der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**. Hierbei handelt es sich um ein SB-Warenhaus, drei Verbrauchermärkte, einen Supermarkt und fünf Lebensmitteldiscounter.

³⁰ Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Die Einstufung als großflächiger Betrieb erfolgte bislang nach § 11 (3) BauNVO ab einer Bruttogeschossfläche von rund 1.200 m². Die relevante Rechtsprechung besagt dazu, dass der Tatbestand der Großflächigkeit ab einer Verkaufsfläche von 800 m² zutrifft (Vgl. Urteil vom 24.11.2005: BVerwG 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05).

Karte 6: Großflächige Einzelhandelsbetriebe (> 800 m²) in Siegburg

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019; Kartengrundlagen: Land NRW (2019), Datenlizenz Deutschland – Namensnennung – Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0); Legende für Kartengrundlage im Anhang (S. 154)

- Weitere rund 16.000 m² des Verkaufsflächenangebots der großflächigen Anbieter entfallen auf die Warengruppe **Bekleidung**. Dies entspricht einem Anteil von rund 19 % an der Verkaufsfläche aller großflächigen Anbieter.
- Darüber hinaus existieren zwei großflächige Anbieter im Bereich Elektronik / Multimedia sowie jeweils ein großflächiger Anbieter mit dem Kernsortiment Gesundheit und Körperpflege sowie Wohneinrichtung.

Leerstände in Siegburg

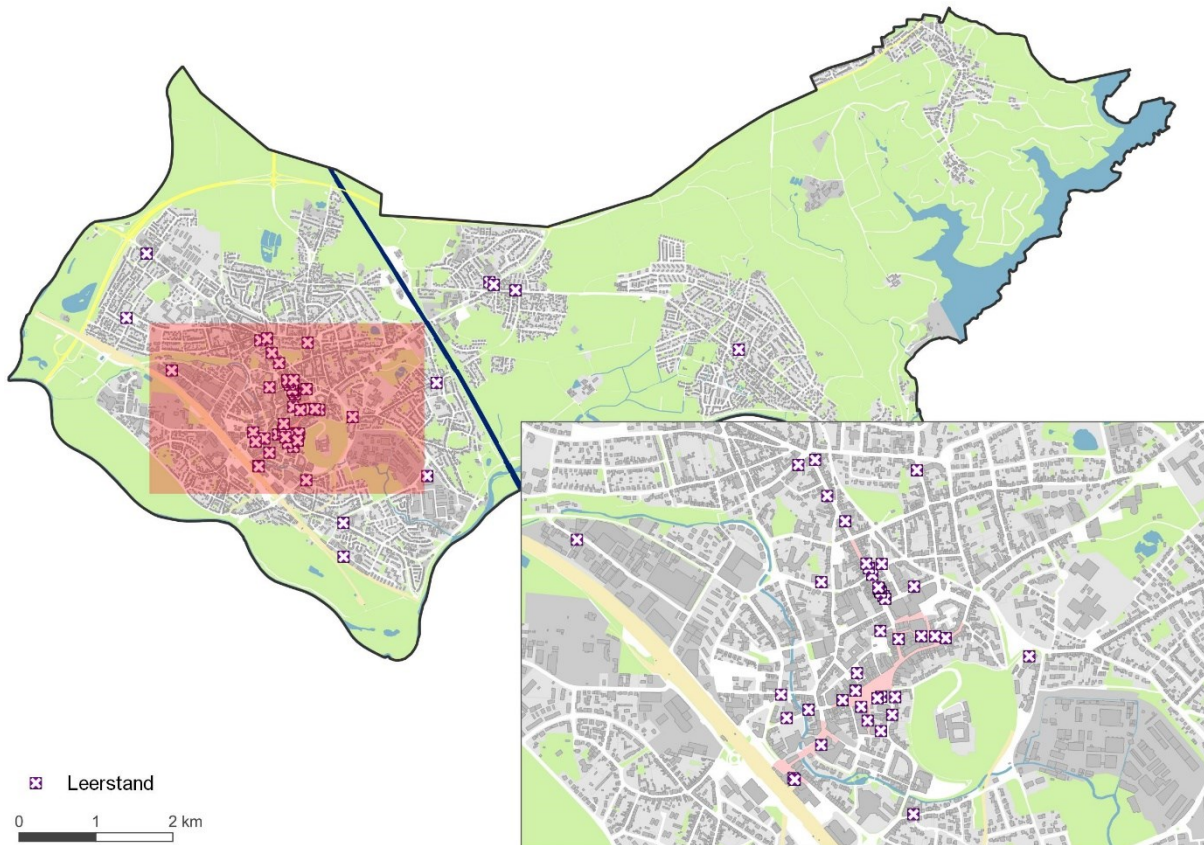
- Zum Erhebungszeitpunkt (August / September 2019) bestehen im Siegburger Stadtgebiet **52 Leerstände** von Ladenlokalen mit einer Verkaufsfläche³¹ von rund 5.100 m². Dies entspricht einer Leerstandsquote von etwa 13 % der Ladenlokale und rund 4 % der Verkaufsfläche, was im Rahmen üblicher Fluktuationsraten (ca. 10 %) liegt.
- Rund drei Viertel der Ladenleerstände (40 Ladenlokale) liegen innerhalb des Hauptgeschäftsbereichs der Innenstadt. Bezogen auf die Innenstadt beträgt die Leerstandsquote knapp 15 % der Ladenlokale und 7 % der Fläche. Die leerstehenden Ladenlokale in der Innenstadt sind sehr kleinteilig, was die durchschnittliche Größe der Leerstände in der Innenstadt von weniger als 86 m² unterstreicht. Eine Überprüfung der Leerstandssituation in den

³¹ Der Flächenwert der Leerstände ist geschätzt, da die Ladenlokale teilweise nur bedingt einsehbar bzw. messbar waren.

Hauptlagen der Siegburger Innenstadt durch die Wirtschaftsförderung im August 2020 ergab keine signifikanten Veränderungen.

- Ein Leerstandsproblem lässt sich in der Kreisstadt Siegburg zum Erhebungszeitpunkt nicht feststellen.

Karte 7: Leerstände in Siegburg



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019; Kartengrundlagen: Land NRW (2019), Datenlizenz Deutschland – Namensnennung – Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0); Legende für Kartengrundlage im Anhang (S. 154)

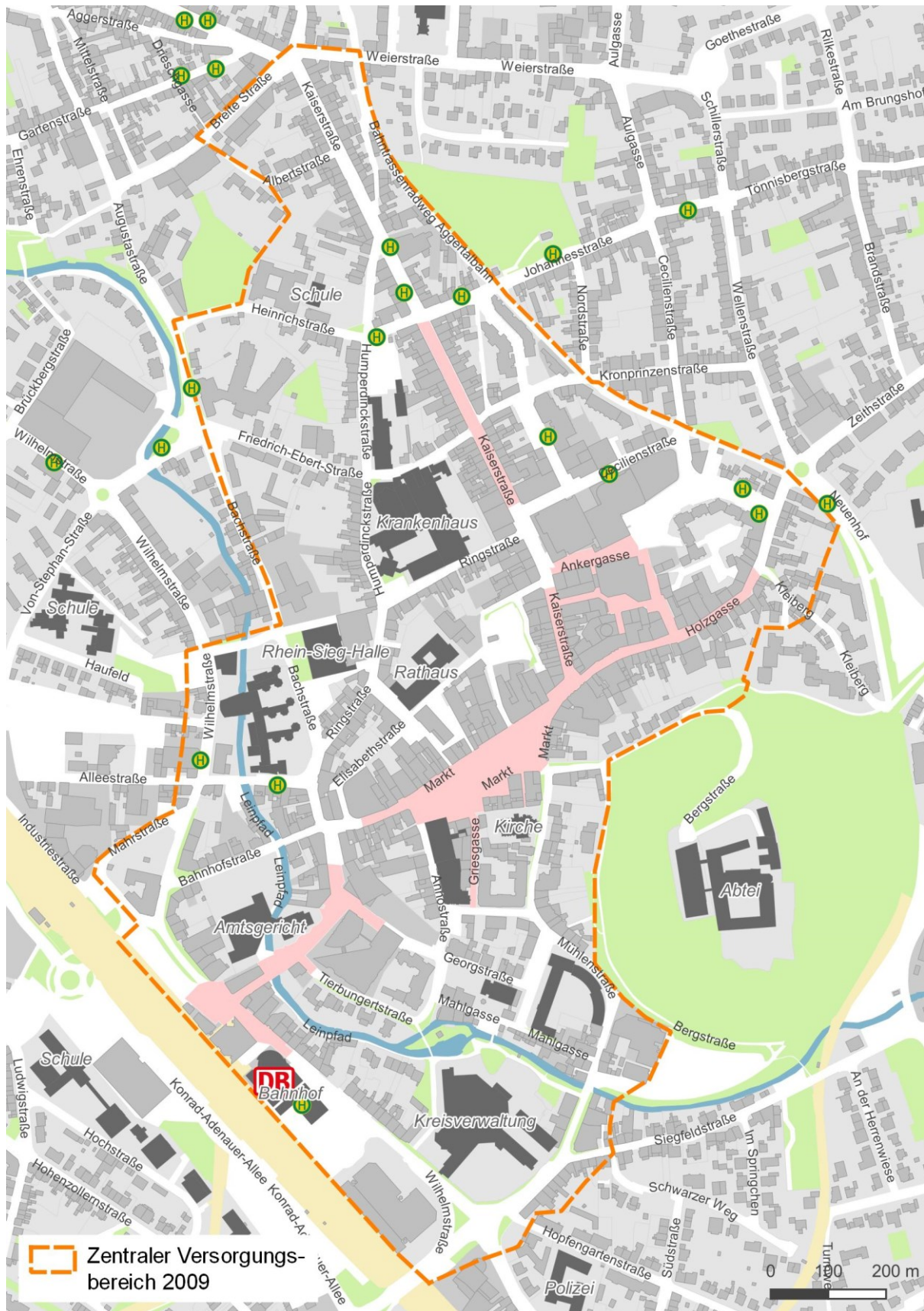
6.3 ANGEBOTSTANDORTE DES EINZELHANDELS IN SIEGBURG

Die konkrete räumliche Verteilung des Einzelhandels im Siegburger Stadtgebiet ist insbesondere mit Blick auf die strukturellen Aussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung von grundlegender Bedeutung. In der Kreisstadt Siegburg kristallisieren sich folgende räumlich funktionale Angebotsstandorte heraus, die in besonderem Maße durch Einzelhandelsnutzungen geprägt sind und / oder im Einzelhandelskonzept 2009 bzw. der Teilfortschreibung 2012 definiert wurden:

6.3.1 DIE SIEGBURGER INNENSTADT

Die Siegburger **Innenstadt**, im westlichen Stadtgebiet gelegen, bildet den wirtschaftlichen und kulturellen Mittelpunkt der Kreisstadt Siegburg. Innerhalb dieses Stadtbereichs prägen eine hohe Nutzungsdichte mit einer Mischung aus Einzelhandel, Dienstleistung, Wohnen sowie öffentlichen Einrichtungen das Stadtbild. In der Innenstadt befindet sich mit dem DB-Bahnhof ein Anschluss an das bundesweite Schienennetz.

Karte 8: Siegburger Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019; Kartengrundlagen: Land NRW (2019), Datenlizenz Deutschland – Namensnennung – Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0); Legende für Kartengrundlage im Anhang (S. 154); räumliche Zuordnung gemäß Abgrenzung aus dem Einzelhandelskonzept 2009

Das Geschäftszentrum erstreckt sich im Wesentlichen vom Bahnhof im Süden bis zum Kreuzungsbereich Kaiserstraße / Breitestraße im Norden sowie von der Wilhelmstraße im Westen bis zum Bahntrassenradweg Aggertalbahn im Osten.

Einzelhandelsangebot

Die Siegburger Innenstadt ist mit insgesamt 232 Betrieben (rund zwei Drittel der Betriebe in Siegburg) und knapp 43.400 m² Verkaufsfläche (rund 36 % der Verkaufsfläche in Siegburg) der bedeutendste Angebotsschwerpunkt in Siegburg.

Insgesamt verfügt das Zentrum über Angebote in allen Warengruppen, wobei der Angebotsschwerpunkt erwartungsgemäß im Bereich des **mittelfristigen Bedarfs** liegt, auf den rund 60 % der innerstädtischen Verkaufsfläche und – was sehr positiv zu bewerten ist – 84 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche dieser Bedarfsstufe entfallen. Die innerstädtische Leitbranche Bekleidung stellt derzeit mit rund 17.400 m² den größten Verkaufsflächenanteil in der Siegburger Innenstadt dar (rund 91 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche dieser Warengruppe in Siegburg). Hier wird ein breites und differenziertes Angebot vorgehalten, das – in Form von großflächigen Anbietern bzw. kleineren Fachgeschäften – sowohl inhabergeführte Betriebe als auch namhafte Filialisten umfasst. Die größten Anbieter sind Galeria Karstadt Kaufhof und C&A. Die Warengruppe Schuhe / Lederwaren nimmt rund 3.250 m² ein (rund 90 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche dieser Warengruppe in Siegburg), welche durch zehn überwiegend filialisierte Fachgeschäfte vorgehalten werden.

Das Angebot in der **kurzfristigen Bedarfsstufe** fällt mit rund 8.700 m² Verkaufsfläche deutlich geringer aus. In der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel kann die Siegburger Innenstadt nur knapp 3.700 m² Verkaufsfläche (rund 16 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche dieser Warengruppe in Siegburg) aufweisen, was knapp den zweitgrößten Verkaufsflächenanteil im Zentrum darstellt. Einziger strukturprägender Lebensmittelanbieter der Siegburger Innenstadt ist derzeit der Lebensmitteldiscounter Netto Marken-Discount in der Grimmelsgasse. Ergänzt wird das Angebot durch einen Bioladen und eine Vielzahl kleinerer Anbieter (Fleischereien, Bäckereien, Spezialanbieter), die allesamt unterhalb von 200 m² Verkaufsfläche anzusiedeln sind. Aufgrund einer Müller-Filiale sowie zwei dm-Filialen in der Innenstadt sind zudem hohe Anteile in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege zu verzeichnen.

Angebote der überwiegend **langfristigen Bedarfsstufe** runden mit einer Verkaufsfläche von knapp 8.400 m² das innerstädtische Einzelhandelsangebot ab, wobei der Angebotsschwerpunkt auf den Warengruppen Wohneinrichtung und Elektronik / Multimedia entfällt. Dies ist hauptsächlich auf den großflächigen Fachanbieter im Bereich Wohneinrichtung Inhausen sowie auf den großflächigen Elektronikfachmarkt Saturn zurückzuführen.

Die durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb liegt in der gesamten Innenstadt bei rund 187 m², was einem gut strukturierten Besatz aus kleineren und größeren Flächen entspricht. Dies ist hauptsächlich auf die acht großflächigen, im Zentrum lokalisierten Anbieter zurückzuführen, auf die rund die Hälfte der innerstädtischen Verkaufsfläche entfällt. Zu den größten Anbietern gehören vier Bekleidungskaufhäuser, ein Elektronikfachmarkt, ein Drogeriemarkt, ein Lebensmitteldiscounter sowie ein Fachanbieter für Wohneinrichtung. Ohne diese großflächigen Anbieter reduziert sich die durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb auf rund 95 m² und konstatiert die Kleinteiligkeit des weiteren innerstädtischen Einzelhandelsangebotes, welches zur Individualität der Siegburger Innenstadt beiträgt. Neben inhabergeführten Fachgeschäften, die ein besonderes Qualitätsmerkmal der Siegburger Innenstadt darstellen, sind auch zahlreiche

Filialunternehmen vorhanden, wobei sich das Angebotsniveau der Filialisten im Schnitt auf einem mittelpreisigen Niveau befindet.

In der folgenden Tabelle ist das Einzelhandelsangebot in der Siegburger Innenstadt differenziert nach Warengruppen dargestellt:

Tabelle 9: Angebotssituation in der Siegburger Innenstadt

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche	
		in m ²	Anteil an Gesamtstadt in %
Nahrungs- und Genussmittel	51	3.650	16 %
Blumen (Indoor) / Zoo	3	300	8 %
Gesundheit und Körperpflege	21	3.300	54 %
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	6	1.400	64 %
<i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	<i>81</i>	<i>8.650</i>	<i>25 %</i>
Bekleidung	66	17.400	91 %
Schuhe / Lederwaren	10	3.250	90 %
GPK** / Haushaltswaren	8	2.050	62 %
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	3	1.850	83 %
Sport und Freizeit	4	1.700	54 %
<i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	<i>91</i>	<i>26.250</i>	<i>84 %</i>
Wohneinrichtung	8	2.400	52 %
Möbel	4	650	20 %
Elektro / Leuchten	3	800	30 %
Elektronik / Multimedia	12	2.250	60 %
Medizinische und orthopädische Artikel	13	850	90 %
Uhren / Schmuck	17	1.000	99 %
Bau- und Gartenmarktsortimente	2	450	1 %
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>	<i>59</i>	<i>8.400</i>	<i>16 %</i>
sonstige	-	-	-
Gesamtsumme	232	43.350	37 %

* Papier, Büroartikel, Schreibwaren, ** Glas, Porzellan, Keramik

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019

Leerstände

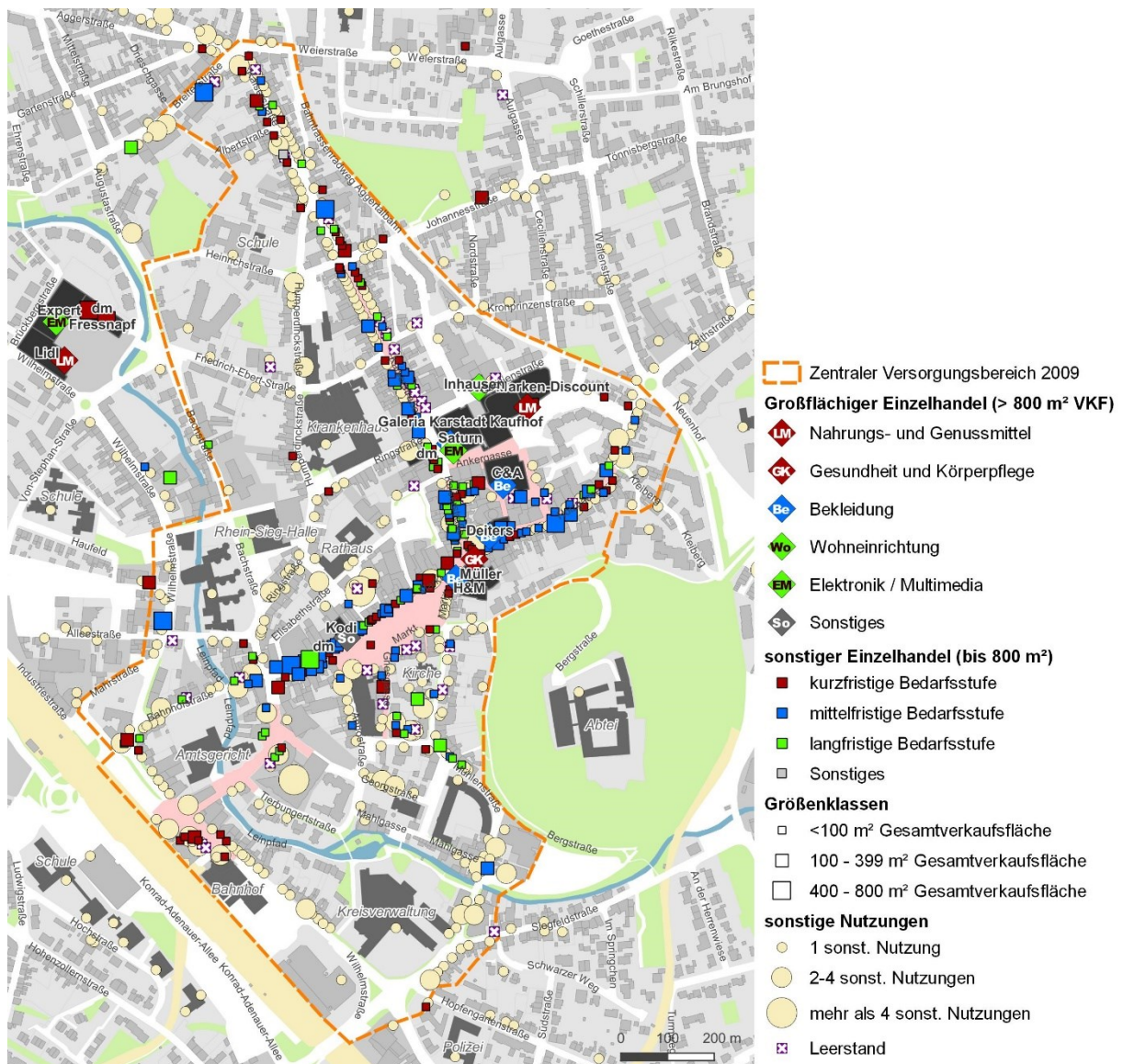
Im zentralen Bereich stehen zum Zeitpunkt der Erhebung (August / September 2019) insgesamt 40 Ladenlokale mit rund 3.500 m² Verkaufsfläche leer. Eine Konzentration ist dabei nicht festzustellen. Die Leerstände sind kleinteilig und weisen eine durchschnittliche Flächengröße von rund 86 m² auf. Mit einer Leerstandsquote von rund 15 % der Ladenlokale und rund 7 % der Fläche ist keine Leerstandsproblematik zu erkennen. Sie weist auf ein tendenziell typisches Maß (10 %) einer üblichen Fluktuation und marktseitigen Neuordnung des Einzelhandels hin. Generell ist zu

berücksichtigen, dass kleine Ladenlokale in Nebenlagen in der Regel nur eingeschränkt als Einzelhandelsflächen vermarktbar sind, so dass Folgenutzungen an diesen Standorten sowohl durch Einzelhandel, aber vor allem auch durch Dienstleistungen oder Gastronomie in Erwägung zu ziehen sind.

Räumlich funktionale Struktur

Die Siegburger Innenstadt zeichnet sich durch ein dichtes Einzelhandelsangebot (vgl. dazu Karte 9), einen innenstadtrelevanten Branchen- und Nutzungsmix, eine innenstadttypische Anbieterstruktur sowie einer in Teilen historisch geprägten städtebaulichen Gestaltung bzw. sehr gute Aufenthaltsqualität aus.

Karte 9: Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz in der Siegburger Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelerhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019; Kartengrundlagen: Land NRW (2019), Datenlizenz Deutschland – Namensnennung – Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0); Legende für Kartengrundlage im Anhang (S. 154); räumliche Zuordnung gemäß Abgrenzung aus dem Einzelhandelskonzept 2009

Die bedeutendsten Einzelhandelslagen sind der **Markt**, die **südliche Kaiserstraße** sowie die **westliche Holzgasse**, welche neben dem dichtesten Geschäftsbesatz innerhalb der Innenstadt auch die höchsten Passantenfrequenzen aufweisen. Hier konzentrieren sich die frequenzerzeugenden Magnetbetriebe, neben dem Drogeriemarkt Müller auch vier Bekleidungshäuser und ein Elektronikfachmarkt. Ergänzt wird das Angebot durch Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe. Die Lagen weisen eine Bandstruktur auf, einzig die Brauhof-Passage bietet einen Rundlauf. Insgesamt weist der gesamte Bereich eine gute und einladende Gestaltung auf, die eine angenehme, belebte Einkaufsatmosphäre mit hoher Aufenthaltsqualität entstehen lässt. Verweilmöglichkeiten bieten dabei verschiedene Sitzmöglichkeiten im Straßenverlauf. Der Markt, der zentral gelegen ein wichtiger Identitätsfaktor des Zentrums ist, weist einen einseitigen, aber durchgehenden Einzelhandelsbesatz im nördlichen Bereich auf. Zur Belebung des Platzes tragen gastronomische Nutzungen ebenso wie der täglich stattfindende Wochenmarkt bei.

Foto 1 und Foto 2: Markt



Quelle: Aufnahmen Junker + Kruse (November 2019)

Foto 3 und Foto 4: Südliche Kaiserstraße und Holzgasse



Quelle: Aufnahmen Junker + Kruse (November 2019)

Die westlich an den Markt angrenzende **Bahnhofstraße** weist ebenfalls (noch) einen dichten Einzelhandelsbesatz auf. Dieser ist hauptsächlich durch Filialisten geprägt, darunter Depot und Deichmann. Die Bahnhofstraße geht im weiteren Verlauf Richtung Westen in die **Neue Poststraße** über. Diese bildet eine wichtige Verbindungsachse zwischen dem Bahnhof und der Innenstadt. Der Einzelhandelsbesatz nimmt hier spürbar ab und Dienstleistungsnutzungen prägen diesen Straßenzug. Dominiert wird der Bereich durch den Gebäudekomplex „S-Carré“, der neben der Kreissparkasse weitere Dienstleistungen und gastronomische Nutzungen beherbergt.

Foto 5 und Foto 6: Bahnhofstraße und Neue Poststraße



Quelle: Aufnahmen Junker + Kruse (November 2019)

Auch in **Nebenlagen** stellt der Einzelhandel in der Regel noch die Leitnutzung dar und steht in deutlichem funktionalem und städtebaulichem Zusammenhang mit der Hauptlage. Zu den prägenden Nebenlagen gehören der **nördliche Bereich der Kaiserstraße** (ab Cecilienstraße) sowie der **östliche Teil der Holzgasse**. Diese Bereiche werden durch überwiegend kleinteilige, inhabergeführte Anbieter geprägt, wobei der Einzelhandelsbesatz in den Randbereichen deutlich abnimmt. Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen ergänzen das Angebot. Im Kreuzungsbereich Kaiserstraße / Cecilienstraße befindet sich ein seit Jahren leerstehender Gebäudekomplex, für den bereits die Revitalisierung geplant wird. Hier soll mit dem sog. Kaiser-Carré ein modernes Wohn- und Geschäftshaus entstehen, was insgesamt zu einer städtebaulichen Aufwertung dieses Bereichs beitragen kann.

Ergänzungslagen und **Streulagen** werden nicht mehr durch Einzelhandelsnutzungen dominiert; vielfach existiert ein dichter Dienstleistungsbesatz. Dazu gehören u. a. das Quartier **Am Herengarten** südlich des Marktes, die **Wilhelmstraße** und die **Ringstraße**. Hier ergänzen u. a. Bildungseinrichtungen (Volkshochschule und Gymnasium) sowie öffentliche / kulturelle Einrichtungen (Stadtbibliothek, Stadtmuseum, Rhein Sieg Forum, Rathaus und Krankenhaus) die Nutzungsmischung der Innenstadt.

Insgesamt zeichnet sich die Siegburger Innenstadt durch eine **sehr gute Angebotsausstattung** mit breitem und tiefem Angebot sowie einem **guten Branchenmix** aus Magneten und Filialisten und kleinteiligem, inhabergeführtem Einzelhandelsbesatz aus. Die Innenstadt von Siegburg besitzt nicht nur ein funktionierendes, sondern auch ein **attraktives Geschäftszentrum** mit abwechslungsreichen Einkaufsbereichen, Gastronomiestandorten und Kulturangeboten. Eine angenehme, **belebte Einkaufsatmosphäre** mit **guter Aufenthaltsqualität** prägt das Zentrum. Dabei wird die Innenstadt durch eine verhältnismäßig lange Fußgängerzone und eine – bezogen auf die Einzelhandelslagen – bandförmige Struktur mit wenig Tiefe geprägt, wodurch jedoch keine Netzstruktur und folglich kein sogenannter Rundlauf (Ausnahme: Brauhofpassage) ausgeprägt sind. Es besteht schließlich eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit sowohl mit MIV als auch mit ÖPNV.

6.3.2 DER ZENTRALE BEREICH BRÜCKBERG

Nordwestlich der Innenstadt – in rund 1 km Entfernung (Luftlinie) – befindet sich der zentrale Bereich Brückberg. Der Bereich liegt zentral im gleichnamigen Stadtteil an der Luisenstraße, über

die auch die verkehrliche Anbindung erfolgt. Der Standort wird über eine Bushaltestelle an das Siegburger ÖPNV-Netz angebunden. In der Teilfortschreibung des Einzelhandelskonzeptes 2012 wurde der Bereich als zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum eingestuft.

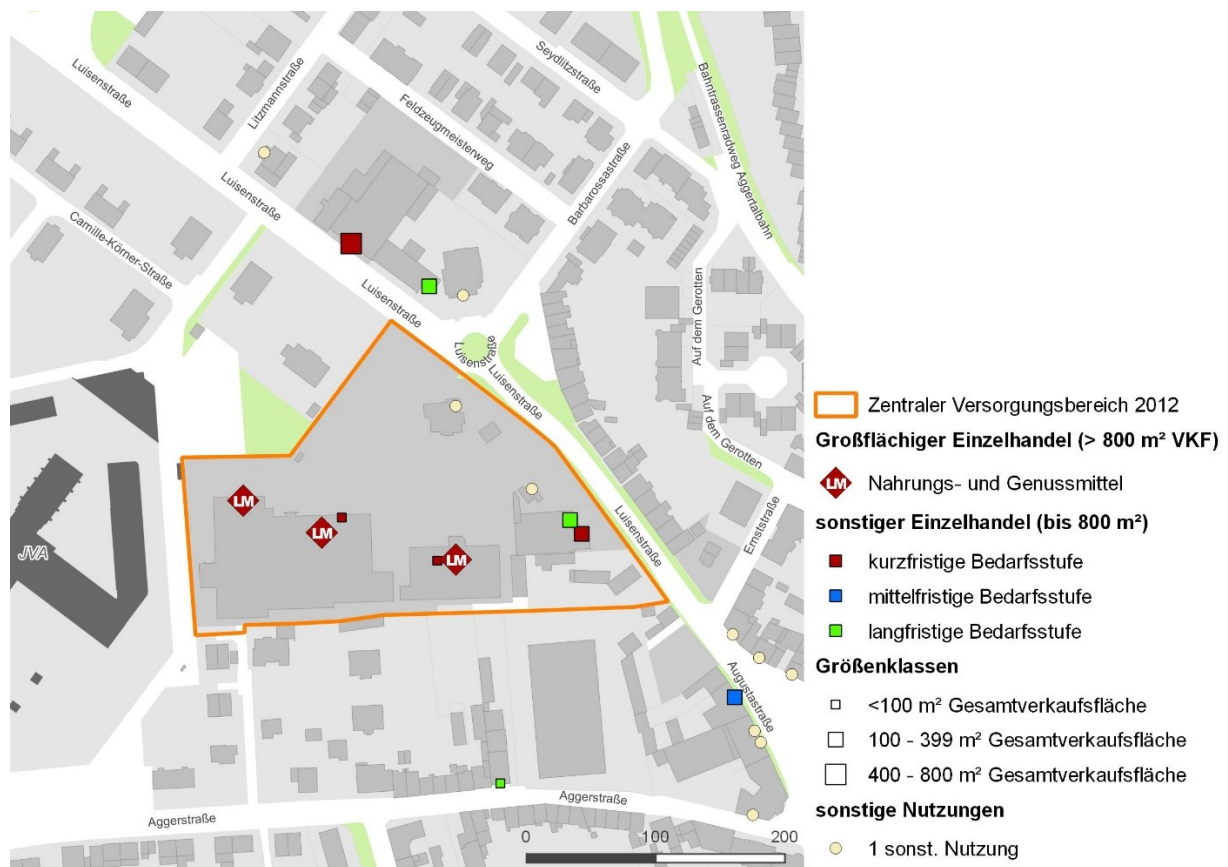
Foto 7 und Foto 8: Luisenstraße



Quelle: Aufnahmen Junker + Kruse (November 2019)

Zum Erhebungszeitpunkt stellt sich das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot im zentralen Bereich Brückberg räumlich betrachtet wie folgt dar:

Karte 10: Zentraler Bereich Brückberg



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelerhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019; Kartengrundlagen: Land NRW (2019), Datenlizenz Deutschland – Namensnennung – Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0); Legende für Kartengrundlage im Anhang (S. 154); räumliche Zuordnung gemäß Abgrenzung aus der Teilfortschreibung Einzelhandelskonzept 2012

Der zentrale Bereich Brückberg umfasst zum Erhebungszeitpunkt rund 4.000 m² Verkaufsfläche, verteilt auf sieben Betriebe. Der Angebotsschwerpunkt liegt in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Größte Betriebe und zugleich strukturprägende Lebensmittelanbieter sind der Verbrauchermarkt Edeka sowie die Lebensmitteldiscounter Aldi Süd und Netto Marken-Discount, welche die fußläufige Nahversorgung für den Nahbereich des zentralen Bereiches sichern. Gegenwärtig sind die Erweiterung des Lebensmitteldiscounters Netto Marken-Discount sowie die Ansiedlung eines Drogeriemarktes der Firma dm geplant. Ergänzt wird das Angebot durch zwei Bäcker, ein Elektronikfachgeschäft sowie einen Weinfachmarkt. Zum Erhebungszeitpunkt existierte kein Leerstand.

Tabelle 10: Angebotssituation im zentralen Bereich Brückberg

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche	
		in m ²	Anteil an Gesamtstadt in %
Nahrungs- und Genussmittel	6	3.250	13 %
Blumen (Indoor) / Zoo	-	<100	2 %
Gesundheit und Körperpflege	-	300	5 %
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	-	<100	4 %
<i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	<i>6</i>	<i>3.700</i>	<i>11 %</i>
Bekleidung	-	<100	<1 %
Schuhe / Lederwaren	-	-	-
GPK** / Haushaltswaren	-	<100	3 %
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	-	-	-
Sport und Freizeit	-	<100	<1 %
<i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	<i>-</i>	<i>150</i>	<i><1 %</i>
Wohneinrichtung	-	-	-
Möbel	-	-	-
Elektro / Leuchten	-	<100	<1 %
Elektronik / Multimedia	1	150	4 %
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	-	-
Bau- und Gartenmarktsortimente	-	-	-
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>	<i>1</i>	<i>150</i>	<i><1 %</i>
Gesamtsumme	7	4.000	3 %

* Papier, Büroartikel, Schreibwaren, ** Glas, Porzellan, Keramik

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019

Aus städtebaulicher Sicht handelt es sich bei diesem Standort um einen eher funktional ausgerichteten Fachmarktstandort, welcher eine gute Verkehrsanbindung und großzügige Stellplatzflächen aufweist. Zwar grenzt der zentrale Bereich im Westen unmittelbar an die JVA, das weitere Umfeld ist aber durch Wohnsiedlungsbereiche gekennzeichnet. Der Standort übernimmt

eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die angrenzenden Wohnsiedlungsgebiete der Stadtteile Brückberg und Nordstadt (mehr als 10.000 Einwohner).

6.3.3 DER ZENTRALE BEREICH KALDAUEN

Der zentrale Bereich Kaldauen befindet sich östlich der Innenstadt in rund 4 km Entfernung (Luftlinie). Der Standort erstreckt sich im gleichnamigen Stadtteil beidseitig entlang der Hauptstraße zwischen Akazienweg im Westen und Kapellenstraße im Osten. Über eine Bushaltestelle ist der zentrale Bereich an das ÖPNV-Netz angebunden. Gemäß Einzelhandelskonzept 2009 ist dieser Bereich als zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum eingestuft. Dabei wurde der südliche Bereich der Hauptstraße als Entwicklungsfläche definiert.

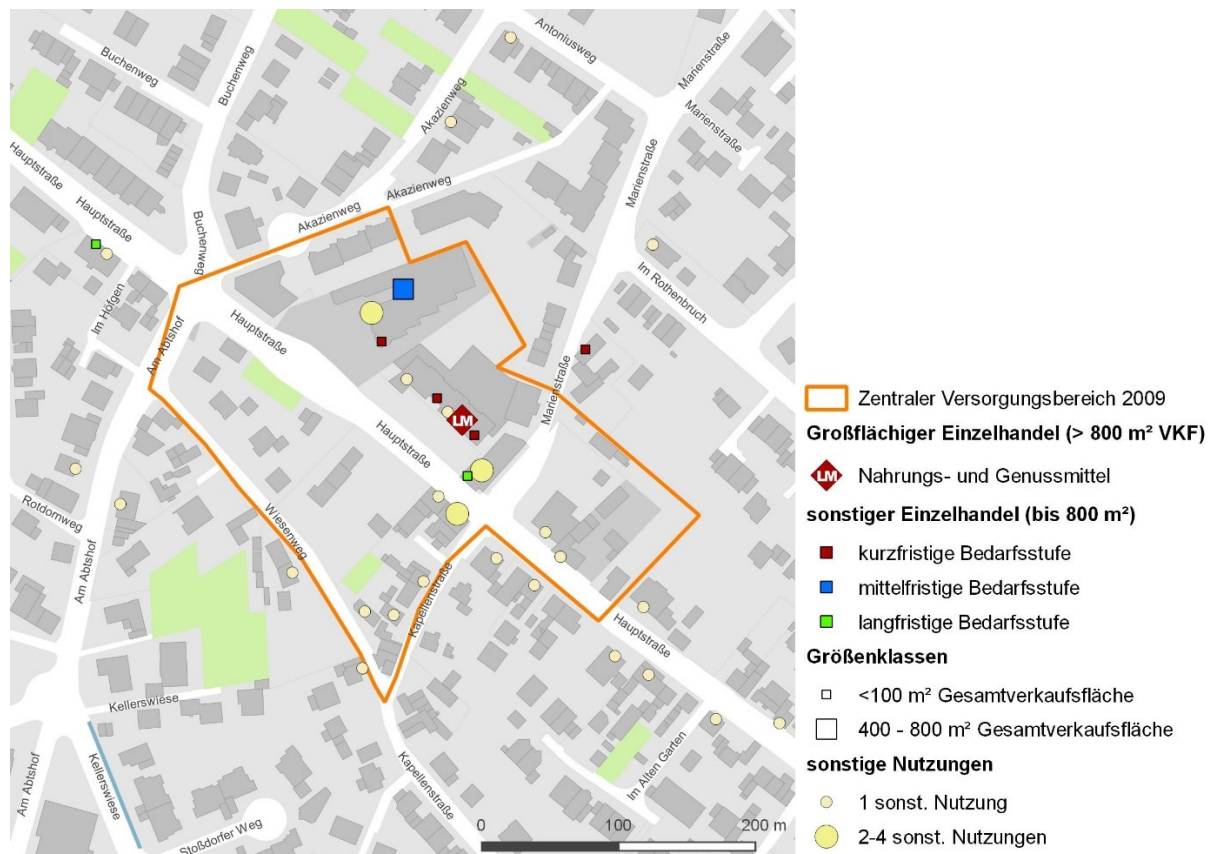
Foto 9 und Foto 10: Hauptstraße



Quelle: Aufnahmen Junker + Kruse (November 2019)

Das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot stellt sich zum Erhebungszeitpunkt im zentralen Bereich Kaldauen räumlich betrachtet wie folgt dar:

Karte 11: Der zentrale Bereich Kaldauen



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019; Kartengrundlagen: Land NRW (2019), Datenlizenz Deutschland – Namensnennung – Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0); Legende für Kartengrundlage im Anhang (S. 154); räumliche Zuordnung gemäß Abgrenzung aus dem Einzelhandelskonzept 2009

In dem zentralen Bereich befinden sich zum Erhebungszeitpunkt insgesamt sechs Einzelhändler, die zusammen über eine Gesamtverkaufsfläche von rund 1.400 m² verfügen. Der Angebotschwerpunkt liegt im kurzfristigen Bedarfsbereich (rund 900 m² Verkaufsfläche) mit ergänzenden Einzelhandelsangeboten in den mittel- bis langfristigen Bedarfsbereichen, insbesondere in der Warengruppe Bekleidung. Größter Betrieb und gleichzeitig strukturprägender Lebensmittelanbieter war zum Erhebungszeitpunkt der großflächige Lebensmittelvollsortimenter Edeka. Im Laufe der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes wurde der Supermarkt geschlossen.³² Eine Nachnutzung ist bereits gesichert. Es ist die Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters der Firma Aldi Süd geplant, so dass die fußläufige Nahversorgung für den Nahbereich des zentralen Bereiches auch in Zukunft gesichert ist. Ergänzt wird das nahversorgungsrelevante Angebot neben einer Apotheke, einem Bäcker und einem Feinkostanbieter durch einen Textildiscounter und einen Optiker. Darüber hinaus befinden sich verschiedene Dienstleistungs- und Gastronomieanbieter in dem zentralen Bereich (u. a. eine Versicherung, Frisöre und ein Restaurant). Zum Erhebungszeitpunkt existierte ein kleinflächiger Leerstand.

³² In den Analysedaten dieses Berichtes ist der Supermarkt noch als Bestand berücksichtigt.

Tabelle 11: Angebotssituation im zentralen Bereich Kaldauen

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche	
		in m ²	Anteil an Gesamtstadt in %
Nahrungs- und Genussmittel	3	750	3 %
Blumen (Indoor) / Zoo	-	<100	<1 %
Gesundheit und Körperpflege	1	100	2 %
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	-	<100	<1 %
<i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	<i>4</i>	<i>900</i>	<i>3 %</i>
Bekleidung	1	350	2 %
Schuhe / Lederwaren	-	<100	<1 %
GPK** / Haushaltswaren	-	<100	1 %
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	-	<100	<1 %
Sport und Freizeit	-	-	-
<i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	<i>1</i>	<i>400</i>	<i>1 %</i>
Wohneinrichtung	-	<100	<1 %
Möbel	-	-	-
Elektro / Leuchten	-	-	-
Elektronik / Multimedia	-	-	-
Medizinische und orthopädische Artikel	1	<100	10 %
Uhren / Schmuck	-	-	-
Bau- und Gartenmarktsortimente	-	-	-
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>	<i>1</i>	<i><100</i>	<i><1 %</i>
Gesamtsumme	6	1.400	1 %

* Papier, Büroartikel, Schreibwaren, ** Glas, Porzellan, Keramik

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Sieburg August / September 2019

Aus städtebaulicher Sicht handelt es sich um einen kompakten Einzelhandelsstandort mit ergänzendem Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz in zentraler Lage im Stadtteil Kaldauen. Der zentrale Bereich Kaldauen ist quantitativ zwar der kleinste zentrale Bereich, gleichwohl übernimmt er eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die rund 7.300 Einwohner des räumlich abgesetzten Stadtteils Kaldauen.

6.3.4 DER ZENTRALE BEREICH STALLBERG

Der zentrale Bereich Stallberg befindet sich nordöstlich der Innenstadt in rund 2 km Entfernung (Luftlinie), im gleichnamigen Stadtteil. Er erstreckt sich im Kreuzungsbereich der Zeithstraße / Kaldauer Straße. Die verkehrliche Anbindung des Standorts erfolgt hauptsächlich über diese beiden Straßen. Über mehrere Bushaltestellen ist der zentrale Bereich an das ÖPNV-Netz angebunden. Gemäß Einzelhandelskonzept 2009 ist dieser Bereich als zentraler Versorgungsbereich mit Nahversorgungszentrum eingestuft, wobei ein Teilbereich des Geländes der ehemaligen Chemiefabrik Kepec nördlich der Zeithstraße als Entwicklungsfläche in die Abgrenzung einbezogen wurde.

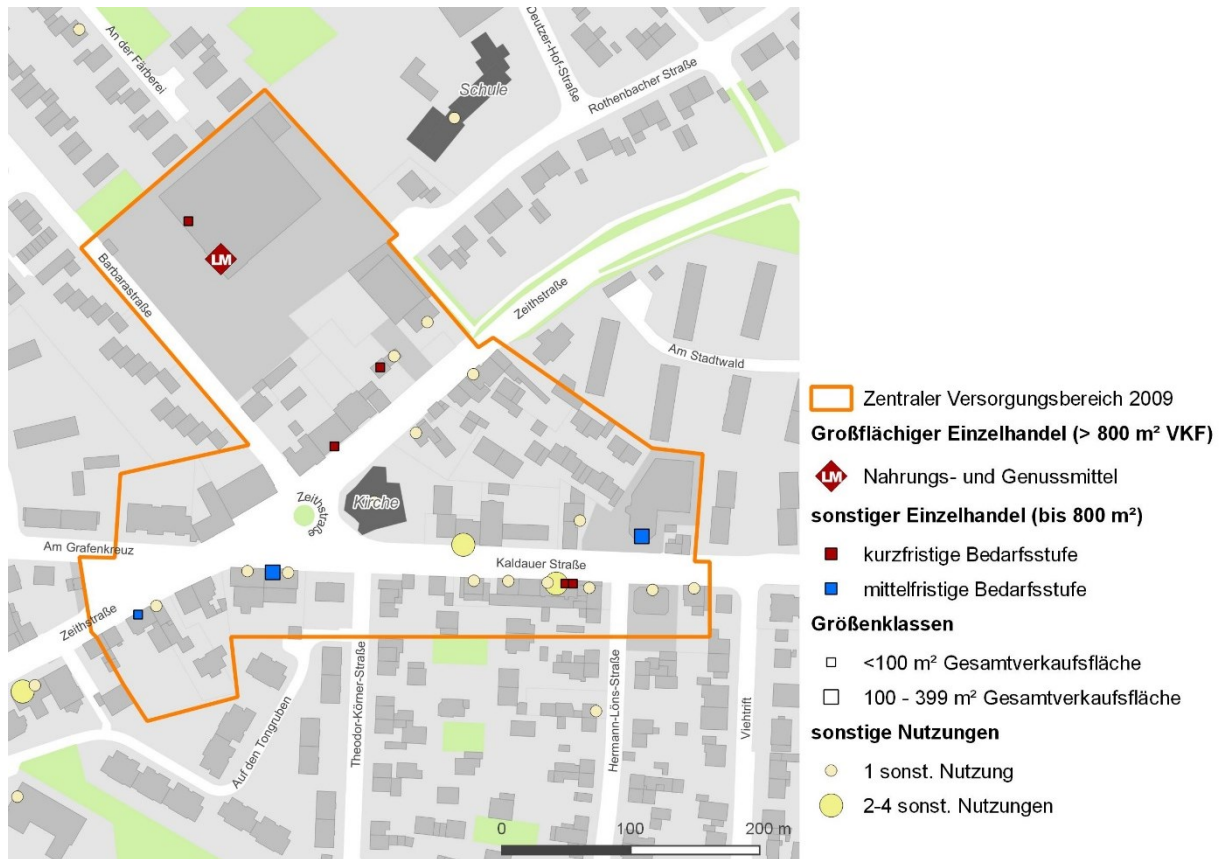
Foto 11 und Foto 12: Barbarastraße und Kaldauer Straße



Quelle: Aufnahmen Junker + Kruse (November 2019)

Zum Erhebungszeitpunkt stellt sich das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot im zentralen Bereich Stallberg räumlich betrachtet wie folgt dar:

Karte 12: Der zentrale Bereich Stallberg



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019; Kartengrundlagen: Land NRW (2019), Datenlizenz Deutschland – Namensnennung – Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0); Legende für Kartengrundlage im Anhang (S. 154); räumliche Zuordnung gemäß Abgrenzung aus dem Einzelhandelskonzept 2009

Zum Erhebungszeitpunkt befinden sich in dem zentralen Bereich insgesamt neun Einzelhändler, die zusammen über eine Gesamtverkaufsfläche von rund 2.900 m² verfügen. Der Angebotschwerpunkt liegt – wie bei den zentralen Bereichen zuvor – ebenfalls in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel, auf die mehr als zwei Drittel der Verkaufsfläche entfällt. Der größte Betrieb und gleichzeitig strukturprägender Lebensmittelanbieter ist der auf der Entwicklungsfläche realisierte Verbrauchermarkt Rewe, der die fußläufige Nahversorgung für den Nahbereich des zentralen Bereichs sichert. Das nahversorgungsrelevante Angebot wird neben einem Bäcker, einer Apotheke und einem Kiosk durch drei Fachgeschäfte (Schreibwarenladen, Bekleidungsanbieter und Fahrradgeschäft) ergänzt. Darüber hinaus befinden sich verschiedene Dienstleistungs- und Gastronomieanbieter in dem zentralen Bereich (u. a. Bank, Post, Café und Bürgerhaus). Zum Erhebungszeitpunkt existierten drei kleinflächige Leerstände.

Tabelle 12: Angebotssituation im zentralen Bereich Stallberg

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche	
		in m ²	Anteil an Gesamtstadt in %
Nahrungs- und Genussmittel	4	1.950	9 %
Blumen (Indoor) / Zoo	1	<100	3 %
Gesundheit und Körperpflege	1	200	3 %
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	-	<100	3 %
<i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	<i>6</i>	<i>2.300</i>	<i>7 %</i>
Bekleidung	1	<100	<1 %
Schuhe / Lederwaren	-	-	-
GPK** / Haushaltswaren	-	<100	2 %
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	1	<100	3 %
Sport und Freizeit	1	350	11 %
<i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	<i>3</i>	<i>500</i>	<i>2 %</i>
Wohneinrichtung	-	<100	<1 %
Möbel	-	-	-
Elektro / Leuchten	-	-	-
Elektronik / Multimedia	-	-	-
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	-	-
Bau- und Gartenmarktsortimente	-	-	-
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>	<i>-</i>	<i><100</i>	<i>< 1 %</i>
Gesamtsumme	9	2.850	2 %

* Papier, Büroartikel, Schreibwaren, ** Glas, Porzellan, Keramik

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019

Aus städtebaulicher Sicht handelt es sich um einen modernen Einzelhandelsstandort im nördlichen Teilbereich des zentralen Bereichs, der den Kernbestand bildet, sowie einen lückenhaften Einzelhandelsbesatz entlang der Zeithstraße und der Kaldauer Straße in siedlungsräumlich integrierter Lage. Insgesamt übernimmt der zentrale Versorgungsbereich Stallberg eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die rund 3.900 Einwohner des durch die A 3 vom Kernsiedlungsbereich abgetrennten Stadtteils Stallberg.

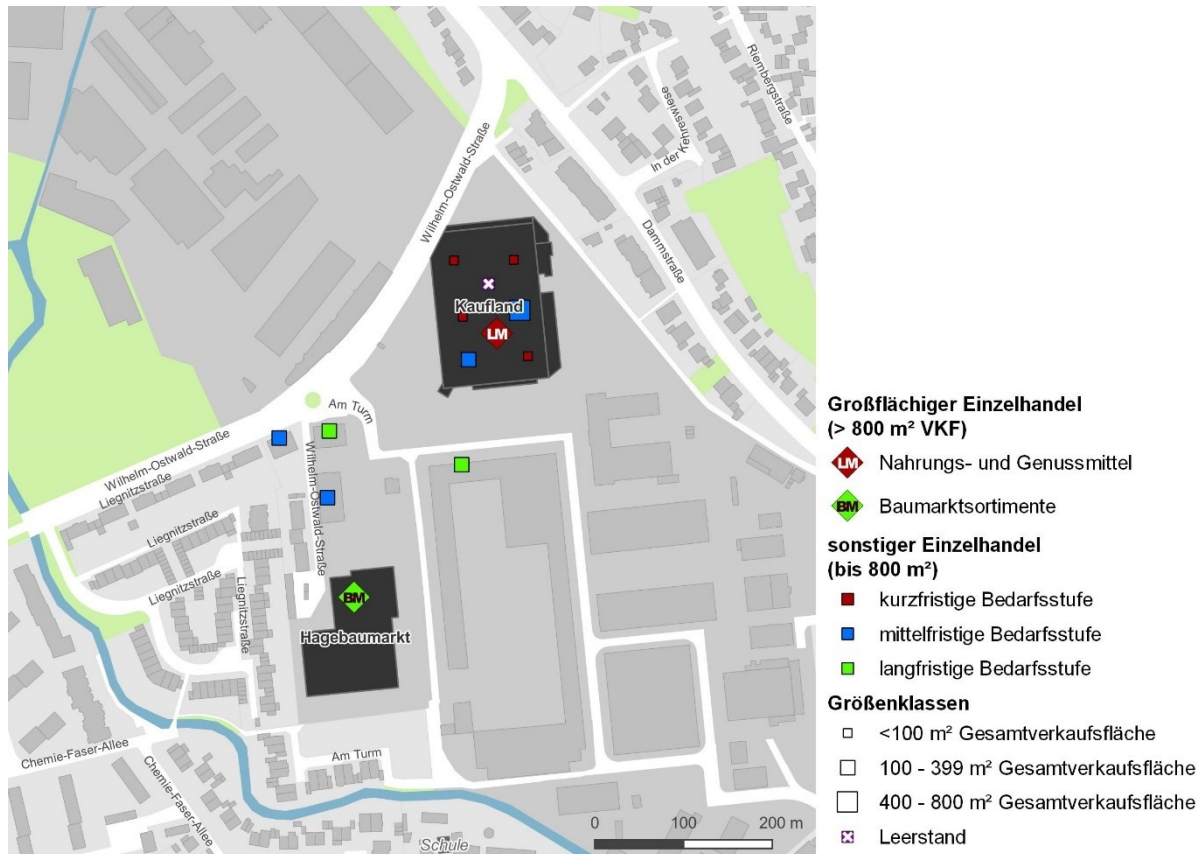
6.3.5 DEZENTRALE STANDORTBEREICHE

Darüber hinaus existieren im Siegburger Stadtgebiet Fachmarktstandorte in überwiegend Pkw-kundenorientierter Lage. Dazu zählen neben den im Einzelhandelskonzept 2009 definierten Ergänzungsstandorten Gewerbegebiet Am Turm (ehem. Phrix) und Gewerbegebiet Zange die Standortagglomeration Industriestraße sowie der neuentwickelte Fachmarktstandort Mühlengrabenquartier.

Standortbereich Gewerbegebiet Am Turm (ehem. Phrix)

Der Standortbereich Gewerbegebiet Am Turm befindet sich am südlichen Siedlungsrand des Siegburger Stadtgebiets in mehr als 1 km Entfernung (Luftlinie) zur Siegburger Innenstadt. Er befindet sich südlich der Wilhelm-Ostwald-Straße zwischen Dammstraße und Liegnitzstraße. Die verkehrliche Anbindung erfolgt über die Wilhelm-Ostwald-Straße. Über eine Bushaltestelle in unmittelbarer Nähe ist der Standortbereich an das ÖPNV-Netz angebunden. Zum Erhebungszeitpunkt stellt sich das Einzelhandelsangebot am Standortbereich Recklinghäuser Straße räumlich betrachtet wie folgt dar:

Karte 13: Gewerbegebiet Am Turm (ehem. Phrix)



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019; Kartengrundlagen: Land NRW (2019), Datenlizenz Deutschland – Namensnennung – Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0); Legende für Kartengrundlage im Anhang (S. 154)

Insgesamt sind an diesem Standort zwei großflächige Betriebe ansässig, das SB-Warenhaus (Kaufland) sowie der Bau- und Gartenmarkt Hagebau. Das Angebotsspektrum umfasst (fast) alle Bedarfsstufen. Deutliche Angebotsschwerpunkte liegen in den nicht zentrenrelevanten Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente (rund 4.350 m² Verkaufsfläche) und in der nahversorgungsrelevanten Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (rund 4.300 m² Verkaufsfläche). Darüber hinaus bestehen weitere relevante Angebote im Bereich des nahversorgungs- und zentrenrelevanten Bereichs, darunter ein Textildiscounter sowie ein Schuhfachmarkt.

Tabelle 13: Angebotssituation Gewerbegebiet Am Turm (ehem. Phrix)

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche	
		in m ²	Anteil an Gesamtstadt in %
Nahrungs- und Genussmittel	4	4.300	19 %
Blumen (Indoor) / Zoo	1	150	5 %
Gesundheit und Körperpflege	-	500	8 %
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	-	150	7 %
<i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	<i>5</i>	<i>5.100</i>	<i>15 %</i>
Bekleidung	1	650	3 %
Schuhe / Lederwaren	1	300	8 %
GPK** / Haushaltswaren	-	300	10 %
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	-	<100	3 %
Sport und Freizeit	2	550	17 %
<i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	<i>4</i>	<i>1.850</i>	<i>6 %</i>
Wohneinrichtung	-	<100	2 %
Möbel	2	550	17 %
Elektro / Leuchten	-	350	12 %
Elektronik / Multimedia	-	<100	2 %
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	<100	<1 %
Baummarktsortimente	1	3.450	12 %
Gartenmarktsortimente	-	900	11 %
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>	<i>3</i>	<i>5.400</i>	<i>10 %</i>
sonstige	-	500	95 %
Gesamtsumme	12	12.850	11 %

* Papier, Büroartikel, Schreibwaren, ** Glas, Porzellan, Keramik

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019

Der Standortbereich stellt eine Agglomeration verschiedener Fachmärkte mit einem Schwerpunkt im kurz- und langfristigen Bedarf dar. Dabei werden – nicht zuletzt auch aufgrund großzügiger Stellplatzflächen – besonders Kunden angesprochen, die diesen Standort gezielt mit dem Pkw anfahren.

Standortbereich Gewerbegebiet Zange

In rund 1,5 km Entfernung (Luftlinie) westlich der Siegburger Innenstadt liegt der Standortbereich Gewerbegebiet Zange im Kreuzungsbereich Isaac-Bürger-Straße / Lindenstraße. Die verkehrliche Anbindung erfolgt über die Isaac-Bürger-Straße. Über eine Bushaltestelle ist der Standort an das Siegburger ÖPNV-Netz angebunden. Das Einzelhandelsangebot am Standortbereich Gewerbegebiet Zange stellt sich zum Erhebungszeitpunkt räumlich betrachtet wie folgt dar:

Karte 14: Gewerbegebiet Zange



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019; Kartengrundlagen: Land NRW (2019), Datenlizenz Deutschland – Namensnennung – Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0); Legende für Kartengrundlage im Anhang (S. 154)

Der Standortbereich Gewerbegebiet Zange umfasst drei Einzelhandelsbetriebe, die insgesamt knapp 14.100 m² Verkaufsfläche verfügen. Deutlich mehr als 90 % der Verkaufsfläche entfallen dabei auf den Bau- und Gartenmarkt Obi, in dem sich eine Bäckerei befindet.

Tabelle 14: Angebotssituation Gewerbegebiet Zange

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche	
		in m ²	Anteil an Gesamtstadt in %
Nahrungs- und Genussmittel	1	<100	<1 %
Blumen (Indoor) / Zoo	-	550	16 %
Gesundheit und Körperpflege	-	<100	<1 %
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	-	<100	<1 %
<i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	<i>1</i>	<i>600</i>	<i>2 %</i>
Bekleidung	-	<100	<1 %
Schuhe / Lederwaren	-	<100	<1 %
GPK** / Haushaltswaren	-	350	11 %
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	-	<100	3 %
Sport und Freizeit	-	<100	2 %

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche	
		in m ²	Anteil an Gesamtstadt in %
<i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	-	450	1 %
Wohneinrichtung	-	600	13 %
Möbel	-	1.250	38 %
Elektro / Leuchten	-	450	17 %
Elektronik / Multimedia	-	-	-
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	-	-
Baumarktsortimente	2	7.850	27 %
Gartenmarktsortimente	-	2.950	35 %
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>	2	13.100	24 %
sonstige	-	-	-
Gesamtsumme	3	14.150	11 %

* Papier, Büroartikel, Schreibwaren, ** Glas, Porzellan, Keramik

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

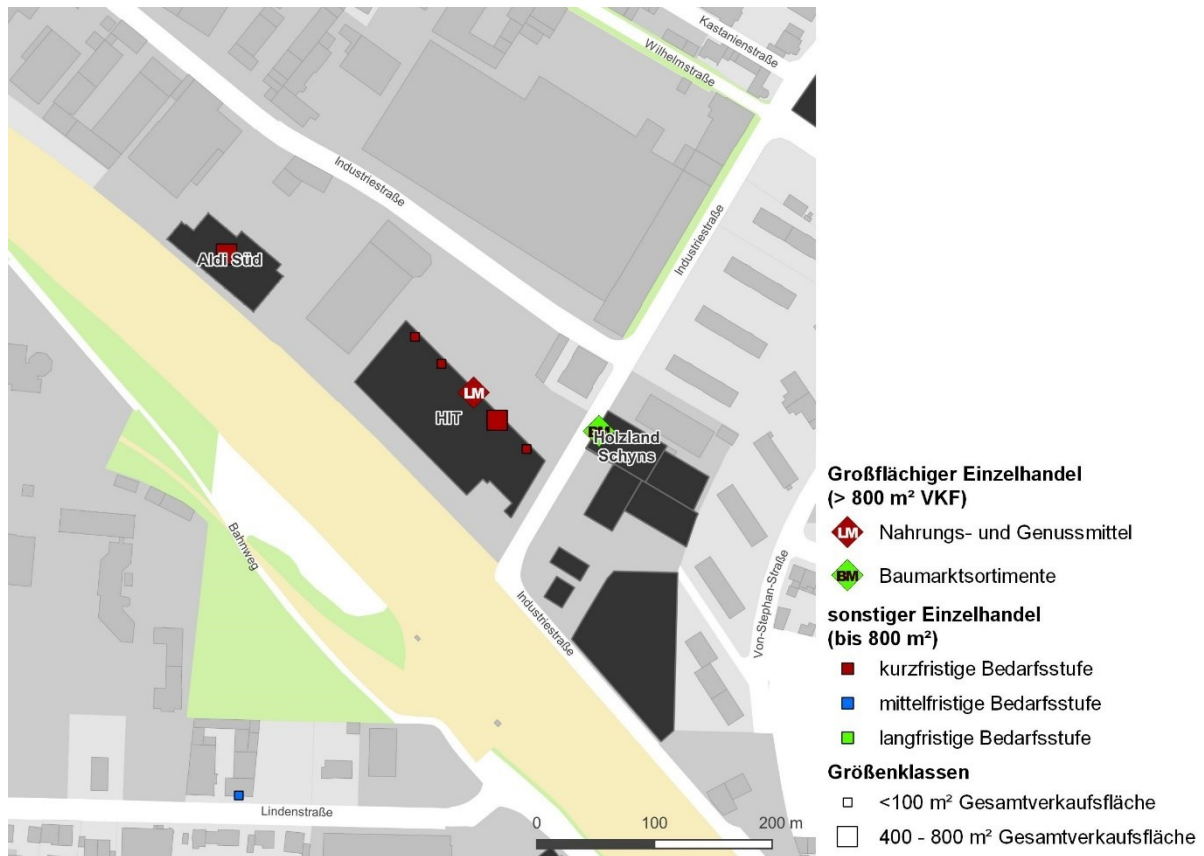
Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019

Die städtebaulich nicht integrierte, verkehrsgünstige Lage und das umfangreiche Stellplatzangebot unterstreichen die Pkw-kundenorientierte Ausrichtung dieses Standortbereichs.

Standortbereich Industriestraße

Der Standortbereich Industriestraße befindet sich westlich der Siegburger Innenstadt in nur rund 0,6 km Entfernung (Luftlinie). Es handelt sich dabei um den Bereich zwischen Industriestraße und Bahntrasse. Die verkehrliche Anbindung erfolgt über die Industriestraße. Zum Erhebungszeitpunkt stellt sich das Einzelhandelsangebot am Standortbereich Industriestraße räumlich betrachtet wie folgt dar:

Karte 15: Industriestraße



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019; Kartengrundlagen: Land NRW (2019), Datenlizenz Deutschland – Namensnennung – Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0); Legende für Kartengrundlage im Anhang (S. 154)

Der Standort umfasst sieben Einzelhandelsbetriebe mit zusammen knapp 6.500 m² Verkaufsfläche. Insgesamt sind an diesem Standort zwei großflächige Betriebe ansässig, der Verbrauchermarkt Hit und der Baumarkt Holzland Schyns. Darüber hinaus ist ein Lebensmitteldiscounter Aldi Süd hier lokalisiert. Deutliche Angebotsschwerpunkte liegen entsprechend in der nahversorgungsrelevanten Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (rund 3.400 m² Verkaufsfläche) und in der nicht zentrenrelevanten Warengruppe Baumarktsortimente (rund 2.500 m² Verkaufsfläche).

Tabelle 15: Angebotssituation Industriestraße

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche	
		in m ²	Anteil an Gesamtstadt in %
Nahrungs- und Genussmittel	4	3.400	15 %
Blumen (Indoor) / Zoo	1	100	3 %
Gesundheit und Körperpflege	-	300	5 %
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1	<100	4 %
<i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	<i>6</i>	<i>3.800</i>	<i>11 %</i>
Bekleidung	-	<100	<1 %
Schuhe / Lederwaren	-	-	-

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche	
		in m ²	Anteil an Gesamtstadt in %
GPK** / Haushaltswaren	-	<100	2 %
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	-	-	-
Sport und Freizeit	-	<100	<1 %
<i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	-	100	<1 %
Wohneinrichtung	-	-	-
Möbel	-	-	-
Elektro / Leuchten	-	<100	<1 %
Elektronik / Multimedia	-	<100	<1 %
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	-	-
Baummarktsortimente	1	2.450	8 %
Gartenmarktsortimente	-	<100	<1 %
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>	1	2.550	5 %
sonstige	-	-	-
Gesamtsumme	7	6.450	5 %

* Papier, Büroartikel, Schreibwaren, ** Glas, Porzellan, Keramik

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019

Aus städtebaulicher Sicht stellt der Standortbereich eine Ansammlung verschiedener Fachmärkte dar. Dabei werden – nicht zuletzt auch aufgrund der den einzelnen Märkten zugeordneten Stellplätze – besonders Kunden angesprochen, die diesen Standort gezielt mit dem Pkw anfahren.

Standortbereich Mühlengrabenquartier

Unmittelbar westlich der Siegburger Innenstadt – in rund 400 m Entfernung (Luftlinie)– befindet sich der 2018 eröffnete Fachmarktstandort Mühlengrabenquartier. Der Standort liegt an der Straße Zum Hohen Ufer zwischen Augustastraße im Norden und Wilhelmstraße im Süden. Die verkehrliche Anbindung des Standortes erfolgt über die Straße Zum Hohen Ufer. Der Standort ist durch eine Bushaltestelle an das ÖPNV-Netz angebunden. Das Einzelhandelsangebot am Standortbereich Mühlengrabenquartier stellt sich zum Erhebungszeitpunkt räumlich betrachtet wie folgt dar:

Karte 16: Mühlengrabenquartier



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019; Kartengrundlagen: Land NRW (2019), Datenlizenz Deutschland – Namensnennung – Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0); Legende für Kartengrundlage im Anhang (S. 154)

Der Standortbereich Mühlengrabenquartier umfasst zum Erhebungszeitpunkt vier Einzelhandelsbetriebe mit insgesamt knapp 4.400 m² Verkaufsfläche, die alle frequenzerzeugende Magnetbetriebe darstellen. Dazu gehören der Lebensmitteldiscounter Lidl und der Elektronikfachmarkt Expert, beide großflächig, sowie der Drogeriemarkt dm und der Zoofachmarkt Fressnapf. Der Angebotsschwerpunkt liegt dementsprechend im kurz- und langfristigen Bedarfsbereich.

Tabelle 16: Angebotssituation Mühlengrabenquartier

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche	
		in m ²	Anteil an Gesamtstadt in %
Nahrungs- und Genussmittel	1	1.100	5 %
Blumen (Indoor) / Zoo	1	550	17 %
Gesundheit und Körperpflege	1	650	10 %
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	-	< 100	2 %
<i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	4	2.350	7 %
Bekleidung	-	<100	<1 %
Schuhe / Lederwaren	-	-	-
GPK** / Haushaltswaren	-	<100	2 %
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	-	<100	<1 %

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche	
		in m ²	Anteil an Gesamtstadt in %
Sport und Freizeit	-	<100	<1 %
<i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	-	150	<1 %
Wohneinrichtung	-	-	-
Möbel	-	-	-
Elektro / Leuchten	-	700	26 %
Elektronik / Multimedia	1	1.150	30 %
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	-	-
Baumarktsortimente	-	<100	<1 %
Gartenmarktsortimente	-	-	-
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>	1	1.850	3 %
sonstige	-	-	-
Gesamtsumme	4	4.350	3 %

* Papier, Büroartikel, Schreibwaren, ** Glas, Porzellan, Keramik

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

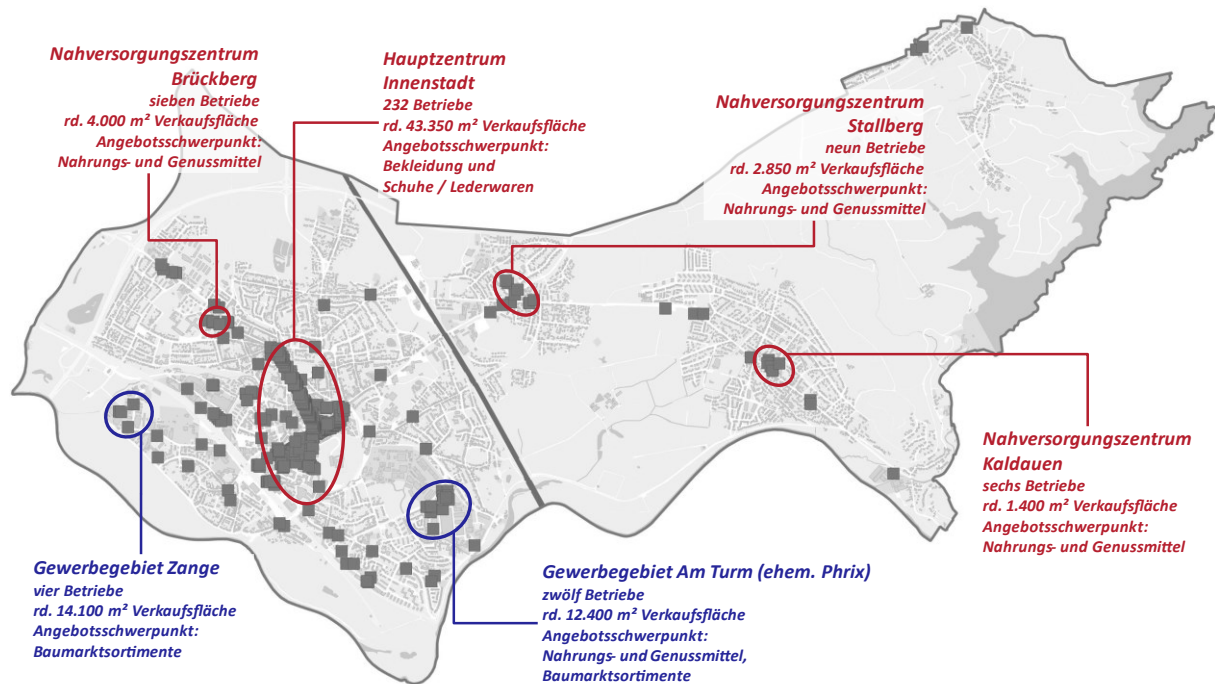
Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019

Aus städtebaulicher Sicht handelt es sich bei diesem Standort um einen innenstadtnahen Fachmarktstandort, welcher eine gute Verkehrsanbindung und großzügige Stellplatzflächen aufweist. Eine funktionale Verbindung zur Siegburger Innenstadt besteht nicht. Der Standort – allen voran der Lebensmitteldiscounter Lidl – übernimmt eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die angrenzenden Wohnsiedlungsbereiche.

6.4 RÄUMLICHE VERTEILUNG DES EINZELHANDELS IN SIEGBURG

Neben den zuvor beschriebenen räumlichen Standortagglomerationen existieren auch zahlreiche Einzelbetriebe in solitären Lagen, die von hoher Bedeutung für die Siegburger Einzelhandelsstruktur sein können. Neben großflächigen Fachmärkten sind hier vor allem auch die strukturprägenden Lebensmittelmärkte zu nennen, die einen wichtigen Beitrag zur wohnortnahen Grundversorgung im Siegburger Stadtgebiet leisten. Die nachfolgende Karte zeigt die räumlichen Angebotsschwerpunkte gemäß Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009 bzw. der Teilfortschreibung 2012 sowie die räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Siegburg.

Karte 17: Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Siegburg und räumliche Angebotsschwerpunkte



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019; Kartengrundlagen: Land NRW (2019), Datenlizenz Deutschland – Namensnennung – Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0); Legende für Kartengrundlage im Anhang (S. 154); räumliche Zuordnung gemäß Abgrenzung aus dem Einzelhandelskonzept 2009 und 2012

Insbesondere die Angebote in der Innenstadt und an den Sonderstandorten nehmen Versorgungsfunktionen für das gesamte Stadtgebiet ein. Das Angebot in den übrigen zentralen Bereichen Brückberg, Kaldauen und Stallberg dient hingegen größtenteils der Grundversorgung der Bevölkerung im jeweiligen Stadtteil. Entsprechend der Lage dieser räumlichen Angebotsschwerpunkte zeigen sich bei der räumlichen Verteilung des Einzelhandelsangebots im Siegburger Stadtgebiet deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Siegburger Stadtteilen:

Tabelle 17: Einzelhandelsangebot in den Siegburger Stadtteilen

Stadtteil	Einwohner (Stand 12/2018)	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche (in m ²)	Verkaufsflächen- ausstattung (in m ² je Einwohner)
Braschoß	1.595	3	750	0,48
Brückberg	4.265	15	5.900	1,38
Deichhaus	3.872	10	2.900	0,75
Innenstadt	8.833	255	56.200	6,36
Kaldauen	7.315	13	2.100	0,29
Nordstadt	7.028	5	400	0,05
Seligenthal	471	1	6.050	12,79
Stallberg	3.867	10	3.200	0,83
Wolsdorf	3.417	15	13.250	3,87
Zange	2.884	12	29.350	10,17
Gesamt	43.602	339	120.050	2,75

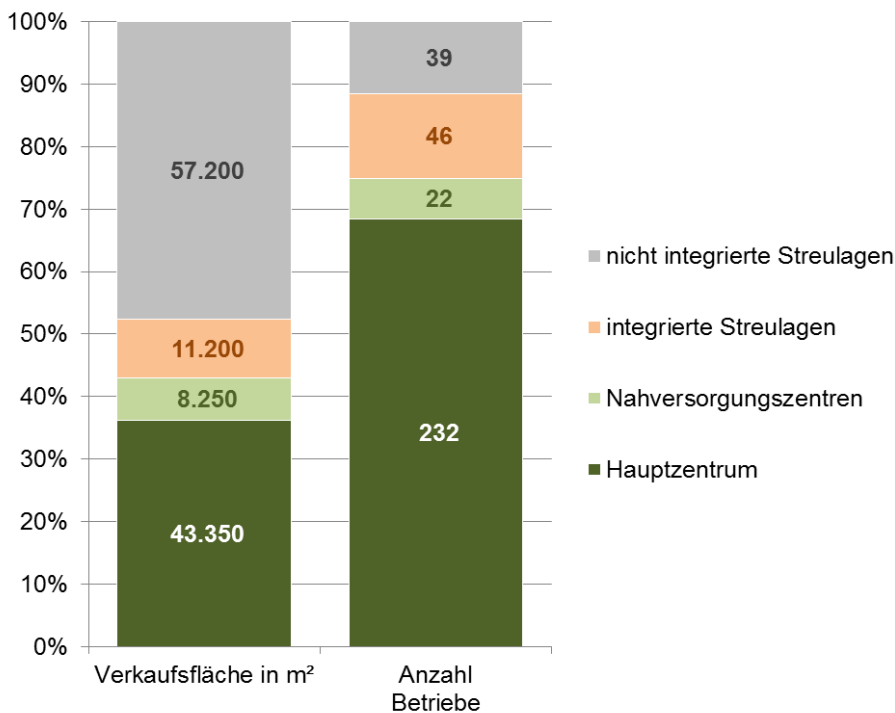
Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019; Einwohnerzahlen: Stadt Siegburg, Stand: 31.12.2018

- Ein deutlicher Angebotsschwerpunkt mit einer hohen quantitativen Verkaufsflächenausstattung ist im Stadtteil **Innenstadt** festzustellen. Hier befinden sich knapp die Hälfte der gesamtstädtischen Verkaufsfläche und drei Viertel aller Betriebe in Siegburg, was auf die Anbieter im Siegburger Stadtzentrum zurückzuführen ist.
- Weitere überdurchschnittliche quantitative Verkaufsflächenausstattungen weisen die Stadtteile **Wolsdorf**, **Zange** und **Seligenthal** auf. Auf die Stadtteile Wolsdorf und Zange entfallen jeweils 11 % bzw. 24 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche, jedoch nur 4 % der Betriebe in Siegburg, was auf die großformatigen Anbieter in diesen Stadtbereichen zurückzuführen ist. Im Stadtteil Seligenthal ist lediglich ein großflächiges Gartencenter lokalisiert, woraus in Verbindung mit der geringen Einwohnerzahl eine hohe Verkaufsflächenausstattung resultiert.
- In den Stadtteilen **Brückberg**, **Deichhaus**, **Kaldauen** und **Stallberg** sind rund 3 % bis 4 % der Betriebe und 2 % bis 5 % der Verkaufsflächen verortet. Auf die Stadtteile **Braschoß** und **Nordstadt** entfallen noch knapp 1 % der Verkaufsflächen und ebenfalls 1 % der Betriebe.
- Die höchste **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** erreichen die Stadtteile Seligenthal und Zange mit 12,79 m² bzw. 10,71 m² pro Einwohner. In den Stadtteilen Innenstadt und Wolsdorf liegen diese Werte mit 6,36 m² und 3,87 m² pro Einwohner ebenfalls noch über dem gesamtstädtischen Durchschnittswert von 2,75 m² pro Einwohner. Noch einen Wert von über 1 erreicht der Stadtteil Brückberg (1,38 m² pro Einwohner). Die übrigen Stadtbereiche mit relevantem Einzelhandelsangebot erzielen Werte zwischen 0,05 m² bis 0,83 m² pro Einwohner.

Bei der Beurteilung der lokalen Einzelhandels- und Versorgungssituation und möglichem Handlungsbedarf in den Themenfeldern „wohnortnahe Grundversorgung der Bevölkerung“ sowie „Vitalität der multifunktionalen städtebaulichen Zentren“ geht es neben der räumlich funktionalen Konzentration der Einzelhandelseinrichtungen zu verschiedenen Standortbereichen vor allem auch um die Einordnung der einzelnen Einzelhandelsbetriebe hinsichtlich ihrer städtebaulichen Lage, d. h. ihrer siedlungsräumlichen und städtebaulichen Integration in zentrale Versorgungsbereiche oder Wohnsiedlungsbereiche. Im Rahmen der Einzelhandelsbestandserhebung wurde eine Zuordnung aller Betriebe zu den städtebaulichen Lagekategorien zentraler Versorgungsbereich (Innenstadt und Nahversorgungszentren), integrierte Lage und nicht integrierte Lage vorgenommen (vgl. hierzu Kapitel 3.1). Dabei wurden zunächst alle zentralen Versorgungsbereiche gemäß Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009 bzw. der Teilfortschreibung 2012 in ihrer damaligen Funktion und Abgrenzung in diese räumlich differenzierte Analyse eingestellt. Es ergibt sich folgendes aktuelles Bild:

Abbildung 7: Verteilung der Verkaufsflächen und Betriebe in Siegburg differenziert nach städtebaulicher Lage (gem. Einzelhandelskonzept 2009/2012)



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019; räumliche Einordnung gemäß Standortmodell aus dem Einzelhandelskonzept 2009/2012

- In den **zentralen Bereichen**, der Siegburger Innenstadt sowie den Nahversorgungszentren Brückberg, Kaldauen und Stallberg (gem. Einzelhandelskonzept 2009/2012), sind drei Viertel aller Siegburger Betriebe angesiedelt, gleichzeitig entfallen mehr als 40 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche auf diese Bereiche. Der Verkaufsflächenanteil des Hauptzentrums an der Gesamtstadt liegt bei rund 36 % und rangiert damit auf einem vergleichsweise überdurchschnittlichen Niveau³³, zugleich befinden sich mehr als zwei Drittel aller Siegburger Einzelhandelsbetriebe an diesem Angebotsstandort.

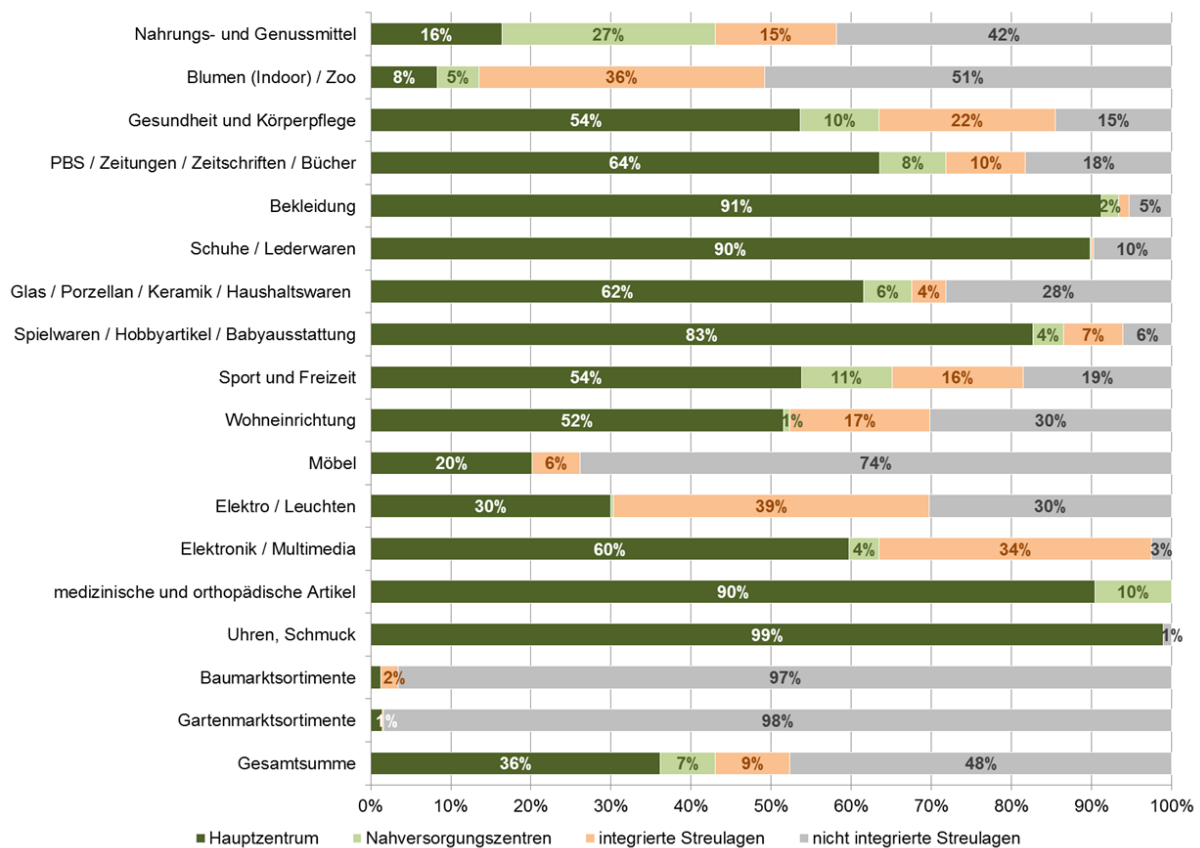
³³ Erfahrungswerte durch bundesweite Untersuchungen des Büros Junker + Kruse in vergleichbaren Kommunen zeigen, dass die Verkaufsflächenanteile der Innenstädte im Schnitt bei 20 - 25 % liegen, vitale und funktionsfähige

- Auf die städtebaulich **integrierten Lagen** innerhalb des Siegburger Stadtgebiets entfallen mit rund 11.200 m² Verkaufsfläche weitere knapp 10 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche, die sich auf 46 Einzelhandelsbetriebe aufteilen. Bezogen auf die Betriebe entspricht dies einem Anteil von 14 % an der Gesamtheit der Einzelhandelsgeschäfte. Mit jeweils mehr als der Hälfte der Einzelhandelsbetriebe und der Verkaufsfläche liegt der Schwerpunkt in den integrierten Lagen im kurzfristigen Bedarf (hauptsächlich Nahrungs- und Genussmittel).
- In Siegburg befinden sich in **städtebaulich nicht integrierten Solitärlagen** 39 Einzelhandelsbetriebe und rund 57.200 m² Verkaufsfläche. Dies entspricht rund 50 % der Gesamtverkaufsfläche und mehr als 10 % aller Betriebe in der Kreisstadt Siegburg. Fast zwei Drittel der Verkaufsfläche werden dabei vor allem durch die flächenintensiven Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente eingenommen, allerdings auch knapp 15 % durch die nahversorgungsrelevante Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel.

Während Angebotsanteile städtebaulich nicht integrierter Standorte für die üblicherweise als nicht zentrenrelevant einzuordnenden und sehr flächenintensiven Angebote in den Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente sowie Möbel in der Regel unkritisch zu bewerten sind, so ist ein hoher Angebotsanteil von üblicherweise als zentrenrelevant einzuordnenden Warengruppen in nicht integrierten Einzelhandelslagen kritisch zu bewerten. Im Folgenden wird die räumliche Angebotsverteilung auf die einzelnen Lagekategorien daher sortimentspezifisch betrachtet (vgl. nachfolgende Abbildung 8):

Innenstädte jedoch in der Regel einen Anteil von rund einem Drittel (oder mehr) des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots aufweisen.

Abbildung 8: Räumliche Verteilung des Verkaufsflächenangebots in Siegburg nach städtebaulicher Lage bzw. Standortkategorie (gem. Einzelhandelskonzept 2009/2012) – warengruppenspezifische Betrachtung



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019; räumliche Einordnung gemäß Standortmodell aus dem Einzelhandelskonzept 2009 / 2012

- Die warengruppenspezifische Betrachtung der räumlichen Verteilung des Verkaufsflächenangebots in Siegburg offenbart ein positives Bild. So wird über **50 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche** in städtebaulich **integrierten Lagen (schließt die zentralen Bereiche ein)** **offeriert** und richtet sich demnach an Kunden, die die Angebotsstandorte **fußläufig** erreichen können.
- **Elf** der 17 Warengruppen haben ihren Angebotsschwerpunkt in zentralen Lagen (allen voran in der Siegburger Innenstadt). Besonders hervorzuheben sind in diesem Zusammenhang die zentrenprägenden Warengruppen Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Spielwaren/Hobbyartikel, Sport und Freizeit sowie Elektronik / Multimedia, deren Verkaufsfläche sich zu über 80 % in städtebaulich integrierten Lagen befindet.
- Positiv fällt zudem auf, dass der Großteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen auf nicht zentrenrelevante und besonders flächenintensive Warengruppen, wie Bau- und Gartenmarktsortimente entfällt. Diese würden innerhalb dicht bebauter (städtebaulich integrierter) Bereiche nicht die nötigen Flächen finden und zum Abtransport der Sortimente wird der Pkw benötigt. Deshalb kommt ihnen auch keine zentrenprägende Funktion.

6.5 WOHNUNGSNAHE GRUNDVERSORGUNG IN SIEGBURG

Einen besonderen Stellenwert im Rahmen der Einzelhandelsstruktur nimmt die wohnungs- bzw. wohnortnahe Grundversorgung ein. Hierunter wird die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden. In der Praxis wird als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation einer Kommune insbesondere das Angebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel herangezogen. Neben der rein quantitativen Betrachtung sind darüber hinaus strukturelle (Betriebsformenmix) und räumliche Aspekte (Erreichbarkeit) zu berücksichtigen.

Wie in den vorstehenden Ausführungen bereits geschildert, ist in der Gesamtschau für die Kreisstadt Siegburg eine **aus rein quantitativer Sicht zunächst gute Angebotsausstattung** mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu verzeichnen:

- Derzeit führen in Siegburg **96 Einzelhandelsbetriebe Nahrungs- und Genussmittel** als Kernsortiment und zahlreiche weitere Betriebe als (dem Kernsortiment untergeordnetes) Rand- bzw. Nebensortiment.
- Vom gesamten einzelhandelsrelevanten Angebot entfallen rund **22.350 m² Verkaufsfläche** auf diese Warengruppe, was einem Anteil von **knapp einem Fünftel** an der Gesamtverkaufsfläche in der Kreisstadt Siegburg entspricht.
- Die ebenfalls nahversorgungsrelevante Warengruppe **Gesundheit und Körperpflege** führen **26 Anbieter** als Kernsortiment. Das sortimentspezifische Verkaufsflächenangebot dieser Warengruppe beträgt rund **6.150 m²**.

Tabelle 18: Kennwerte der Grundversorgung in Siegburg

Einwohnerzahl (Stand 12/2019)	rund 43.600
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	287,6 Mio. €
nur Nahrungs- und Genussmittel	109,5 Mio. €
nur Gesundheit und Körperpflege	19,3 Mio. €
Einzelhandelsbetriebe	339
davon Nahrungs- und Genussmittel	96
davon Gesundheit und Körperpflege	26
Gesamtverkaufsfläche	120.050 m²
davon Nahrungs- und Genussmittel	22.350 m ²
davon Gesundheit und Körperpflege	6.150 m ²
Verkaufsfläche je Einwohner	2,75 m²
davon Nahrungs- und Genussmittel	0,51 m ²
davon Gesundheit und Körperpflege	0,14 m ²
Umsatz pro Jahr	355,8 Mio. €
nur Nahrungs- und Genussmittel	115,5 Mio. €
nur Gesundheit und Körperpflege	38,2 Mio. €
Zentralität	1,24
nur Nahrungs- und Genussmittel	1,05
nur Gesundheit und Körperpflege	1,98

Quelle: eigene Zusammenstellung und Berechnungen auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019 sowie der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IfH Retail Consultants Köln, 2019

- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel beträgt **0,51 m² pro Kopf** und liegt somit leicht oberhalb des bundesweiten Vergleichswerts von rund 0,45 m² pro Kopf.
- Mit ca. **115 Mio. Euro Umsatz** entfällt knapp ein Drittel des Gesamtumsatzes des Siegburger Einzelhandels auf die Branche Nahrungs- und Genussmittel. Der **Zentralitätswert** von **1,05** zeigt ein ausgeglichenes Umsatz-Kaufkraft-Verhältnis; er liegt damit im Bereich des Orientierungswerts einer „Vollversorgung“ (Zielzentralität: 1,0).

Bei einer Betrachtung der Kennzahlen in den **Siegburger Stadtteilen** wird deutlich, dass es im Hinblick auf die Lebensmittelverkaufsflächenausstattung deutliche Unterschiede gibt.

Tabelle 19: Kennziffern zum Lebensmittelangebot in den Siegburger Stadtteilen

Stadtteile	Einwohner (Stand 12/2018)	Anzahl der Betriebe NuG*	Verkaufsfläche NuG* (in m ²)	Verkaufsflächen- ausstattung NuG* (in m ² je Einwohner)
Braschoß	1.595	2	550	0,33
Brückberg	4.265	8	3.450	0,80
Deichhaus	3.872	6	1.700	0,44
Innenstadt	8.833	59	9.000	1,02
Kaldauen	7.315	5	900	0,12
Nordstadt	7.028	4	350	0,05
Seligenthal	471	-	-	-
Stallberg	3.867	4	1.950	0,50
Wolsdorf	3.417	5	4.300	1,26
Zange	2.884	2	150	0,06
Gesamt	43.602	96	22.350	0,51

*Nahrungs- und Genussmittel

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019; Einwohnerzahlen: Stadt Siegburg, Stand: 31.12.2018

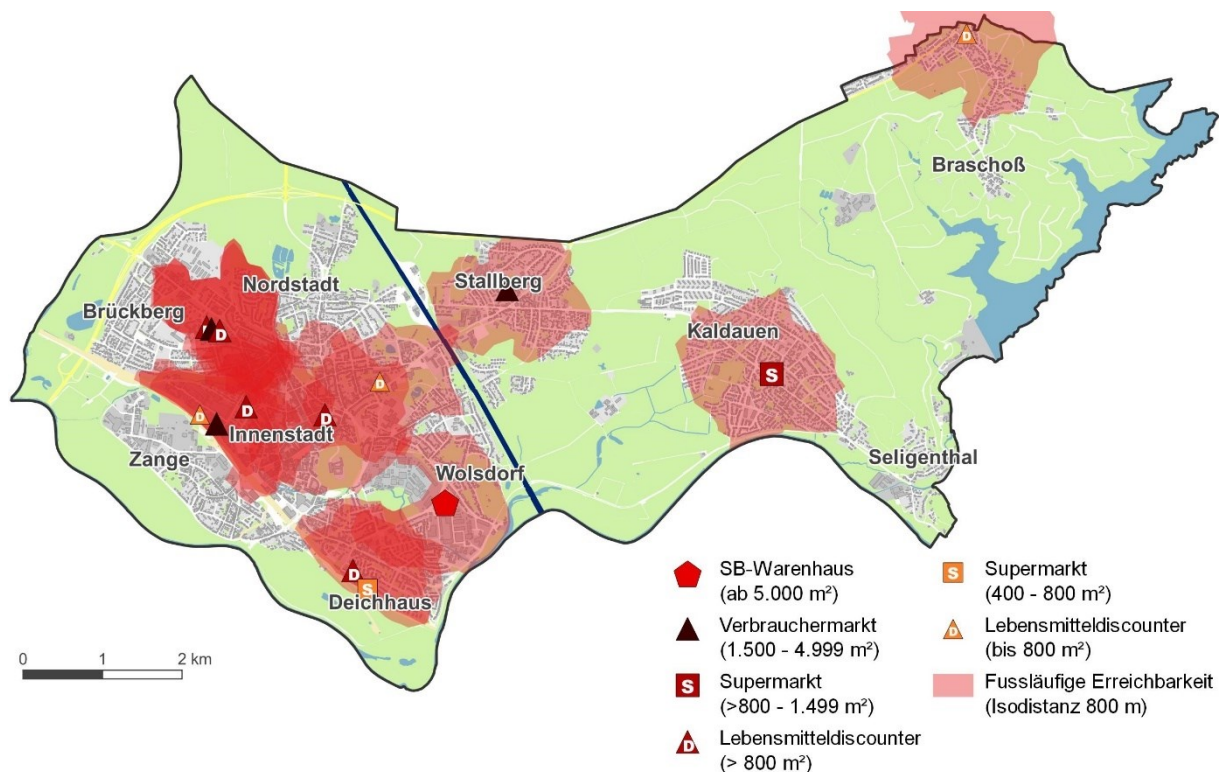
- Die Stadtteile **Wolsdorf**, **Innenstadt** und **Brückberg** erreichen bezogen auf den gesamtstädtischen Mittelwert in der Stadt Siegburg deutlich überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattungen pro Einwohner. Die Verkaufsflächenausstattung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel liegt in diesen Stadtteilen bei 0,80 bis 1,26 m² / Einwohner. Dabei ist in Wolsdorf mit dem SB-Warenhaus Kaufland der größte Lebensmittelmarkt in Siegburg lokalisiert.
- In den Stadtteilen **Stallberg**, **Deichhaus** und **Braschoß** werden durchschnittliche Verkaufsflächenausstattungen erzielt. Die Spannweite reicht hier von 0,33 bis 0,50 m² / Einwohner.
- Die Stadtteile **Kaldauen**, **Zange** und **Nordstadt** weisen Ausstattungsgrade in einer Spannweite zwischen 0,05 bis 0,12 m² / Einwohner auf und sind damit quantitativ z. T. sehr deutlich unterdurchschnittlich aufgestellt, während es in dem Stadtteil **Seligenthal** kein nahversorgungsrelevantes Angebot gibt.

Die **qualitative Angebotsmischung** aus einem SB-Warenhaus, drei Verbrauchermärkten, zwei Supermärkten und acht Lebensmitteldiscountern sowie diversen Getränkemärkten, Lebensmittelläden, Fachgeschäften und Betrieben des Lebensmittelhandwerks ist aus struktureller Sicht positiv zu werten.

Im Hinblick auf eine möglichst flächendeckende und wohnortnahe Grundversorgung spielt neben der quantitativen Ausstattung und strukturellen Zusammensetzung des Angebots an Nahrungs- und Genussmitteln vor allem die räumliche Verteilung dieses Angebots eine wichtige Rolle.

Eine gesicherte und ausreichende Grundversorgung der Wohnbevölkerung einer Stadt mit Nahrungs- und Genussmitteln setzt eine gute Erreichbarkeit der Einkaufsmöglichkeiten vom Wohnort, insbesondere zu Fuß oder mit dem Fahrrad, voraus. Zur **räumlichen Bewertung** der Einzelhandelsstandorte wird daher die fußläufige Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben ein Entfernungsmaß von ca. 500 bis 1.000 m als maximal akzeptierte Distanz herausgestellt. Dabei handelt es sich um eine kritische Zeit-Wegschwelle für Fußgängerdistanzen³⁴. Es ist davon auszugehen, dass die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs – v.a. mit Lebensmitteln, Getränken sowie Gesundheits- und Drogerieartikeln – i.d.R. noch in einer Gehzeit bis zu 10 Minuten möglich sein soll. In der nachfolgenden Karte 18 sind die strukturprägenden Lebensmittelanbieter (ab einer Verkaufsfläche von 400 m²) im Siegburger Stadtgebiet mit einer sogenannten Isodistanz von 800 m dargestellt.

Karte 18: Strukturprägende Lebensmittelmärkte in Siegburg mit Fußwegedistanzen (800 m)



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019; Kartengrundlagen: Land NRW (2019), Datenlizenz Deutschland – Namensnennung – Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0); Legende für Kartengrundlage im Anhang (S. 154)

³⁴ Auch der Einzelhandelserlass des Landes Nordrhein-Westfalen nennt die zumutbare Grenze von 10 Gehminuten. Legt man eine Laufgeschwindigkeit von 5,4 km/h bzw. 1,5 m/s zu Grunde, wird in 10 Minuten eine Distanz von 900 m zurückgelegt. (vgl. Gem. Rd.Erl. d. Ministeriums für Stadtentwicklung, Kultur und Sport, d. Ministeriums für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr, d. Ministeriums für Umwelt, Raumordnung und Landwirtschaft u. d. Ministeriums für Bauen und Wohnen: Ansiedlung von Einzelhandelsgroßbetrieben; Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass NRW) vom 22.09.2008)

Die Isodistanzen der fußläufigen Einzugsbereiche der strukturprägenden Anbieter in Siegburg verdeutlichen eine Konzentration in den Stadtteilen westlich der A 3, die durch jeweils einen Anbieter in den östlichen Stadtteilen Stallberg, Kaldauen und Braschoß ergänzt werden.

Im Stadtgebiet westlich der A 3 ist insgesamt eine gute räumliche Abdeckung mit z. T. mehrfachen Überlappungen der Isodistanzen zu konstatieren. Fußläufige Versorgungsdefizite ergeben sich aufgrund fehlender Angebotsstrukturen vornehmlich in dem Stadtteil Zange sowie in den Siedlungsrandbereichen der Stadtteile Brückberg und Nordstadt

Im Stadtgebiet östlich der Autobahn ist eine weitreichende räumliche Abdeckung der fußläufigen Einzugsbereiche in den Siedlungsschwerpunkten gegeben, allerdings ohne mehrfache Überlappungen der Isodistanzen. Räumliche Versorgungslücken sind hauptsächlich in den Siedlungsrandbereichen und dem Stadtteil Seligenthal auszumachen. Vor dem Hintergrund der geringen Mantelbevölkerung in diesem Stadtteil (rund 470 Einwohner) ist die Ansiedlung eines strukturprägenden Lebensmittelmarktes ökonomisch und betriebswirtschaftlich ausgeschlossen.

6.6 ANALYSE DER ONLINE-AFFINITÄT DES SIEGBURGER EINZELHANDELS

Die Situation des stationären Einzelhandels steht im Zuge des Strukturwandels im Einzelhandel, der wachsenden Bedeutung des Onlinehandels und nun auch durch die Folgen der Corona-Pandemie zunehmend unter Druck (s. Kapitel 4). Entwicklungsperspektiven des stationären Einzelhandels hängen dabei in besonderem Maße auch davon ab, inwieweit die Möglichkeiten der Digitalisierung bei der Vermarktung der Produkte genutzt werden. Diese Thematik ist sehr vielschichtig und könnte daher zahlreiche Aspekte, wie u. a. das Marketing, die Verwaltung, ein Warenwirtschaftssystem und die Kommunikation, behandeln. Die vorliegende Untersuchung beschränkt sich allerdings auf eine erste Einordnung des Status Quo des jeweiligen Online-Auftritts des Einzelhandels in Siegburg. Dabei wurde im Rahmen der Erfassung der Einzelhandelsbetriebe mittels Desktop-Analyse recherchiert, ob die Betreiber eine eigene Internetseite besitzen, einen eigenen Online-Shop betreiben oder auf andere Plattformen (z. B. Amazon oder ebay) bei der Vermarktung ihrer Waren zurückgreifen. Die Ergebnisse lauten wie folgt:

- Einen **eigenen Internetauftritt** haben 255 Händler in Siegburg bzw. rund 75 % aller Siegburger Händler (n=339).
In dem zentralen Bereich **Innenstadt** haben 171 Einzelhandelsbetriebe bzw. 74 % der dort lokalisierten Händler eine eigene Internetseite (n=232).
- Einen **eigenen Online-Shop** betreiben 86 Händler in Siegburg bzw. 25 % aller Siegburger Händler (n=339).
In dem zentralen Bereich **Innenstadt** verkaufen 64 Einzelhandelsbetriebe bzw. 28 % der dort lokalisierten Händler über einen eigenen Online-Shop (n=232).

Zum Vergleich: Nach einer Studie von Locafox³⁵ zur Online-Präsenz von Deutschlands TOP-100-Einzelhändlern führen im Jahre 2016 etwa 73 % der Einzelhändler einen Online-Shop. Im Jahre 2015 waren es noch 60 %, was einem Wachstum von 22 % entspricht. Für den kleinteiligen, inhabergeführten Einzelhandel bedeutet das: *„Kleine und mittelgroße Unternehmen sollten von den großen Playern im Einzelhandel lernen und nicht den Anschluss verlieren, denn immer*

³⁵ Locafox-Studie: Der Einzelhandel rüstet online weiter auf, 2016 (<https://www.locafox.de/pos/magazin/studie-einzelhandel-ruestet-online-weiter-auf/>; Zugriff: 01/2018)

*mehr Konsumenten informieren sich vor dem Kauf eines Produktes im Internet, bevor sie das Geschäft aufsuchen. Händler sollten ihr Sortiment also zumindest im Internet sichtbar machen. Dies muss nicht in [...] [einem eigenen] Online-Shop erfolgen, das Ausspielen der Produkte auf reichweitenstarken Plattformen ist wesentlich effizienter und kostet weniger Zeit und Ressourcen. Dort können Produkte mit Hilfe eines digitalen Warenwirtschaftssystems ohne großen Aufwand angeboten werden. [...] Die Auffindbarkeit im Netz ist aber überlebenswichtig, um für Stamm- und Neukunden sichtbar zu sein.*³⁶

6.7 FAZIT DER ANGEBOOTS- UND NACHFRAGEANALYSE

Gesamtstädtische Einzelhandelssituation

- Mit **339 Einzelhandelsbetrieben** auf rund **120.100 m² Verkaufsfläche** präsentiert sich die Kreisstadt Siegburg als sehr gut aufgestellter Angebotsstandort mit einer entsprechenden quantitativen Angebotsausstattung über alle Warengruppen. Umgerechnet auf aktuell rund 43.600 Einwohner in der Kreisstadt Siegburg ergibt sich eine **Verkaufsflächenausstattung von rund 2,75 m² je Einwohner**. Im Vergleich zur letzten Einzelhandelserhebung aus dem Jahr 2009 ist das gesamtstädtische Verkaufsflächenangebot leicht gestiegen.
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb** beträgt **354 m²** und ist mit Blick auf das Jahr 2009 (193 m²) ebenfalls gestiegen. Im Vergleich zu den durchschnittlichen Werten aus Erhebungen des Büros Junker + Kruse in Städten mit 25.000 bis 50.000 Einwohnern (280 m²) stellt sich der Wert überdurchschnittlich dar.
- Die Kreisstadt Siegburg weist ein durchschnittliches Kaufkraftniveau auf (einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer 2019: 101,9). Dabei steht dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von rund 288 Mio. Euro** ein geschätztes **Jahresumsatzvolumen von rund 356 Mio. Euro** gegenüber. Daraus ergibt sich eine **Einzelhandelszentralität von 1,24** über alle Warengruppen, d. h. der erzielte Einzelhandelsumsatz liegt per Saldo rund 24 % über dem örtlichen Kaufkraftvolumen. Es sind somit Kaufkraftzuflüsse aus der Region nachweisbar. Insbesondere vor dem Hintergrund der regionalen Angebots- und Konkurrenzsituation ist dieser Wert als sehr gut einzuordnen. Damit wird die Stadt Siegburg ihrer landesplanerischen Versorgungsfunktion als Mittelzentrum sehr gut gerecht.

Räumliche Verteilung des gesamtstädtischen Angebots

- Die **Innenstadt** von Siegburg präsentiert sich als attraktiver, funktionsfähiger und lebendiger Standort. Unter einzelhandelsseitigen Gesichtspunkten handelt es sich um ein quantitativ überdurchschnittlich ausgestattetes Zentrum mit Angebotsstärken insbesondere in den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs. Dem Siegburger Einzelhandel ist ein hoher Verkaufsflächenanteil in der Innenstadt zu konstatieren (rund 36 %). Rund 84 % der Verkaufsfläche in mittelfristigen Warengruppen ist in der Innenstadt angesiedelt.
- Darüber hinaus existieren mit den **zentralen Bereichen Brückberg, Kaldauen und Stallberg** gemäß Einzelhandelskonzept 2009 / 2012 drei zentrale Versorgungsbereiche als

³⁶ Locafox (2016), a.a.O.

Nahversorgungszentren mit unterschiedlichem Einzelhandelsbesatz. Der Angebotsschwerpunkt liegt hier jeweils in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel.

- In Siegburg bestehen zudem weitere **dezentrale Standortbereiche**, deren Gesamtverkaufsflächen zwischen 4.400 m² und 14.100 m² variieren. Auch hinsichtlich ihrer Angebotsstruktur unterscheiden sich die Standorte untereinander. Während der Standortbereich **Gewerbegebiet Zange** seinen Schwerpunkt in den nicht zentrenrelevanten Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente hat, liegt der Schwerpunkt der Standortbereiche **Gewerbegebiet Am Turm** und **Industriestraße** neben den nicht zentrenrelevanten Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente in der nahversorgungsrelevanten Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Der 2018 eröffnete Fachmarkt Standort **Mühlengrabenquartier** weist einen Schwerpunkt in nahversorgungs- und zentrenrelevanten Warengruppen auf (darunter Nahrungs- und Genussmittel sowie Elektronik / Multimedia).

Nahversorgungssituation

- Gesamtstädtisch verfügt Siegburg in der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**, die als Indikator zur Bewertung der Nahversorgungssituation einer Kommune herangezogen werden kann, mit rund **22.350 m² Verkaufsfläche** bzw. **0,51 m² Verkaufsfläche pro Einwohner** über eine gute quantitative Ausstattung. Zurückzuführen ist dies auf ein differenziertes Angebot von strukturprägenden Lebensmittelmärkten, die ergänzt werden durch kleinflächige Lebensmittelanbieter wie Fachgeschäfte, aber auch Lebensmittelhandwerksbetriebe, Kioske / Tankstellenshops und spezialisierte Anbieter.
- Der **Betriebsformenmix** ist bezogen auf das gesamte Stadtgebiet aus struktureller Sicht positiv zu werten.
- Unter dem Gesichtspunkt der **fußläufigen Erreichbarkeit** sind räumliche Versorgungsdefizite in den Siedlungsrandbereichen sowie den Stadtteilen Zange und Seligenthal zu verzeichnen. Dabei reicht in diesen Stadtteilen die Mantelbevölkerung unter Berücksichtigung betriebswirtschaftlicher Aspekte zur Ansiedlung strukturprägender Betriebe (z. B. Supermarkt, Lebensmitteldiscounter) nicht aus.

7 ENTWICKLUNGSPERSPEKTIVEN DES EINZELHANDELS IN SIEGBURG

Im Folgenden soll eine neutrale Einschätzung der aktuellen mittelfristigen Entwicklungsperspektiven (Prognosehorizont: 2030) des Einzelhandels in Siegburg erfolgen. Für die Stadt als Träger der kommunalen Planungshoheit können entsprechende Aussagen als Orientierungsrahmen zur Beurteilung perspektivischer Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen von Einzelhandelsflächen dienen.

Die wirtschaftlichen Folgen der weltweiten Corona-Pandemie im Einzelhandel können zum jetzigen Zeitpunkt (Frühjahr 2021) nicht eingeschätzt werden. Es ist jedoch davon auszugehen, dass sich die Angebots- und auch die Nachfragesituation insbesondere im laufenden Jahr verändert. Ob sich die Situation nachhaltig verändert und sich damit weiterreichende Auswirkungen auf das Konsumverhalten der Deutschen ergeben, ist unklar. Insbesondere die Nachfrage nach bestimmten Produkten hat sich im Laufe der Krise verändert. Zudem ist eine wirtschaftliche Rezession zu erwarten, die sich auch auf das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial auswirken wird.

In die Ermittlung der in den nächsten Jahren voraussichtlich zu erwartenden Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Siegburg fließen folgende Faktoren ein:

Gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation

Zur Darstellung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation in Siegburg wurde eine umfassende Analyse angestellt (vgl. dazu Kapitel 5 und 6). Insbesondere der branchenspezifische Verkaufsflächenbestand sowie die ermittelten einzelhandelsrelevanten Zentralitäten fließen in die Ermittlung zu künftigen Entwicklungsspielräumen ein. Aber auch qualitative Bewertungen der Angebotsstruktur sowie der räumlichen Angebotssituation sind hier von Bedeutung.

Entwicklung einzelhandelsrelevanter Umsatzkennziffern / Flächenproduktivitäten

Die Entwicklung der Flächenproduktivität³⁷ ist in der Vergangenheit bundesweit durch den ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die hohe Dynamik der Betriebstypenentwicklung deutlich ausdifferenziert. Zudem sind in zahlreichen Betrieben die Grenzrentabilitäten erreicht, was durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben angezeigt wird und mit Marktsättigungstendenzen einhergeht. Durch die damit verbundenen fortschreitenden Konzentrationsprozesse kann deswegen zukünftig zumindest teilweise wieder mit steigenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden. Diese Tendenzen und Perspektiven abwägend, wird für die zukünftige Entwicklung in Siegburg von einer konstanten Flächenproduktivität ausgegangen. Der nominale Umsatz im Siegburger Einzelhandel wird in Abhängigkeit der Entwicklungen einzelhandelsrelevanter Kennwerte, unter Einbeziehung durchschnittlicher Flächenproduktivitäten und dem Einfluss des Onlinehandels voraussichtlich nur gering ansteigen.

³⁷ Die Flächenproduktivität bezeichnet den Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes pro m² Verkaufsfläche.

Bevölkerungsentwicklung in der Kreisstadt Siegburg bis 2030

Die Einwohnerzahl von Siegburg ist seit dem letzten Einzelhandelskonzept vergleichsweise konstant. Bis zum Prognosehorizont 2030 geht IT.NRW³⁸ von einem leichten Bevölkerungsanstieg aus. IT.NRW weist diesbezüglich für den Zeitraum 2018 bis 2030 einen Zuwachs um rund 8 % aus. Die Bevölkerungsentwicklung ist dabei landesweit und so auch in Siegburg durch eine Zunahme der älteren Bevölkerungsgruppen geprägt.

Entwicklung des privaten Verbrauchs bzw. der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben

Ein weiterer Einflussfaktor für die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage ist die Veränderung der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben. Die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben insgesamt ist grundlegend von zwei Faktoren abhängig:

- Zum einen von privatem Einkommen bzw. dem daraus resultierenden privaten Verbrauch,
- zum anderen von dem Anteil dieser Ausgaben im Einzelhandel bzw. für spezifische Einzelhandelsprodukte (Ausgabenanteile nach Warengruppen).

Folgende bundesdeutsche Entwicklungen sind darzustellen:

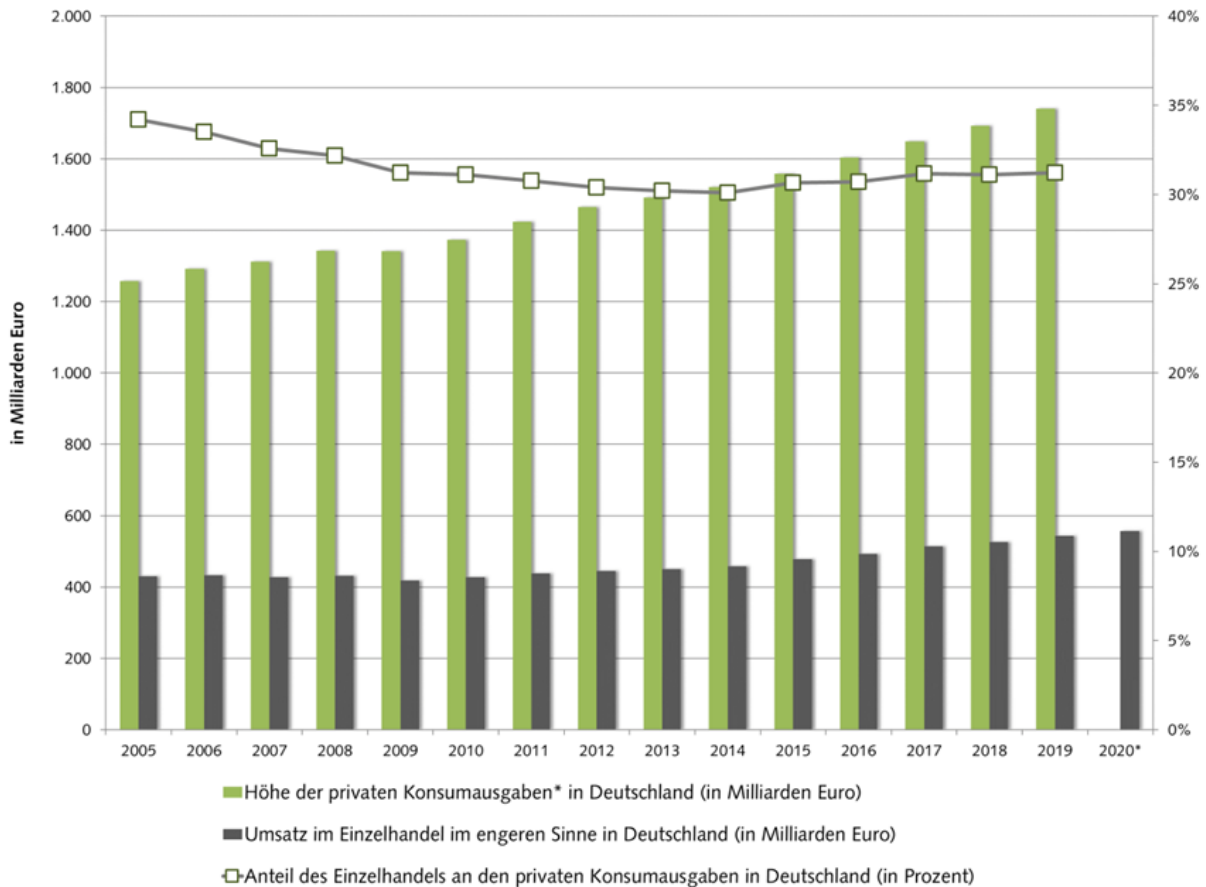
- Die Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland sind in den letzten 15 Jahren um jährlich ca. zwei Prozent gestiegen.³⁹
- Deutlich zugenommen haben die Konsumausgaben u.a. für Wohnen und Energiekosten, während der **Anteil der Einzelhandelsausgaben** an den privaten **Konsumausgaben** seit 2005 um rund drei Prozentpunkte auf einen Anteil von aktuell weniger als einem Drittel (ca. 31 % im Jahr 2019) zurückgegangen ist. In den letzten Jahren ist ein relativ konstantes Niveau hinsichtlich des Anteils der Einzelhandelsausgaben von etwa 30 bis 31 % festzustellen und auch die mittelfristige Tendenz geht in Richtung einer Stagnation auf diesem Niveau.
- Einem weiteren Rückgang des Anteils der Einzelhandelsausgaben an den privaten Konsumausgaben hat eine in den letzten Jahren erhöhte Umsatzsteigerung im Einzelhandel entgegengewirkt. Während die jährlichen Wachstumsraten des gesamtdeutschen Einzelhandelsumsatzes im Zeitraum von 2005 bis 2015 zwischen -2 und +2 % lagen, kann seit 2015 ein jährliches Wachstum von 2,5 bis 4,5 %⁴⁰ festgestellt werden. Dieser Trend wird sich aufgrund der aktuellen Lage und insbesondere der Corona-Pandemie nicht in diesem Maße fortsetzen, generell ist eine Prognose der Umsatzentwicklung im Einzelhandel aktuell schwierig.

³⁸ Information und Technik Nordrhein-Westfalen – Geschäftsbereich Statistik (2019): Gemeindemodellrechnung - Basis - 2018 bis 2040 nach Geschlecht - kreisangehörige Gemeinden - Stichtag; Abruf unter www.it.nrw.de (Zugriff: 04/2020)

³⁹ Statistisches Bundesamt; Hauptverband des Deutschen Einzelhandels, Januar 2020

⁴⁰ Ebd.

Abbildung 9: Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch (bundesweit)



Quelle: eigene Darstellung, Grundlage: EHI Retail Institute 2020 (www.handelsdaten.de); Statistisches Bundesamt 2020 (www.destatis.de), *Prognose

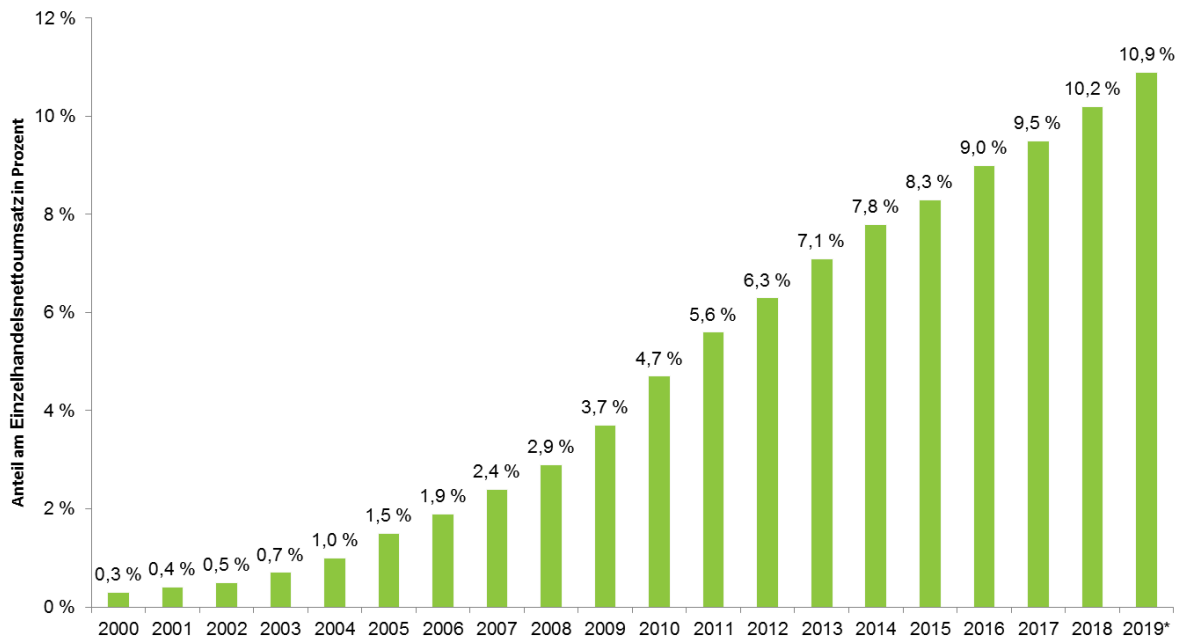
Jedoch müssen auch **spezifische** Entwicklungen in den einzelnen **Warengruppen** bzw. im Onlinehandel berücksichtigt werden, d.h. es muss eine Prognose erfolgen, die sich verändernde Ausgabenanteile in den einzelnen Warengruppen, die dem stationären Einzelhandel oder anderen Vertriebskanälen potenziell zufließen, berücksichtigt.

Entwicklung des E-Commerce

Ein zusätzlicher Faktor, der hinsichtlich der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben zu berücksichtigen ist, ist der Anteil der Ausgaben, die nicht dem stationären Einzelhandel, sondern dem Onlinehandel zufließen.

Auf den interaktiven Handel (Versandhandel und Internethandel) entfällt laut HDE-Jahresbilanz ein Anteil von ca. 10,9 % am Gesamtumsatz des Einzelhandels im engeren Sinne (Prognose 2019). Dabei bewegt sich der Anteil des Onlinehandels in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bislang unter 1 %, in typischen zentrenrelevanten Warengruppen wie Neue Medien, Unterhaltungselektronik, Bücher, Spiel- und Sportartikel, Bekleidung und Schuhe werden allerdings Anteile von z. T. sehr deutlich mehr als 10 % Anteil am Gesamtumsatz des Einzelhandels generiert.

Abbildung 10: Anteil des B2C-E-Commerce⁴¹ am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2018 (mit Prognose für 2019)



Quelle: eigene Darstellung, Grundlage: EHI Retail Institute unter www.handelsdaten.de

Es ist zu beobachten, dass vor allem bestimmte Sortimentsgruppen von den Vorteilen des Onlinehandels profitieren. Gemäß den Angaben des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel Deutschland wurden im Jahr 2019 gut zwei Drittel (ca. 70 %) des im interaktiven Handel⁴² erzielten Umsatzes in den Warengruppen Bekleidung, Elektronikartikel und Telekommunikation, Computer/Zubehör/Spiele/Software, Haushaltswaren und -geräte, Möbel, Lampen und Dekoration, Schuhe sowie Bücher/Ebooks/Hörbücher erwirtschaftet.⁴³ Diese seit jeher „online-affinen“ Sortimentsgruppen werden voraussichtlich auch zukünftig die Umsatzzahlen und -anteile im Onlinehandel bestimmen. Alle übrigen Sortimentsgruppen⁴⁴ leisteten einen deutlich untergeordneten Beitrag zum Gesamtumsatz des interaktiven Handels.

Bei der Ermittlung künftiger Verkaufsflächenpotenziale ist vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen zu berücksichtigen, dass die rechnerischen quantitativen Entwicklungspotenziale, die im Rahmen der Modellrechnung auf dem gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumen basieren, nicht in vollem Umfang vom stationären Einzelhandel abgeschöpft werden, sondern dass diese tatsächlich tendenziell niedriger ausfallen. Denn ein gewisser Umsatzanteil fließt dem Onlinehandel zu, welcher jedoch nicht allein aus „pure-Playern“ besteht, sondern vor allem auch Multichannel-Konzepte umfasst. Das heißt, stationäre Einzelhändler nutzen neben dem Angebot

⁴¹ B2C = Business to Consumer

⁴² Zum interaktiven Handel ist neben dem Vertriebsweg „Onlinehandel“ auch der Vertriebsweg „Versandhandel“ zu zählen.

⁴³ Quelle: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland (bevh), Abruf unter www.statista.de Warengruppen im Onlinehandel nach dem Umsatz in Deutschland in den Jahren 2016 bis 2019 (in Millionen Euro), Zugriff 02/2020

⁴⁴ Differenziert in insgesamt 16 weitere Sortimentsgruppen: Hobby-, Sammel- und Freizeitartikel, Spielwaren, Bürobedarf, Drogerieartikel, Bau- und Gartenmarktartikel, Kfz- und Motorradzubehör, Tierbedarf, Lebensmittel, Uhren und Schmuck, Haus- und Heimtextilien, Medikamente, Sonstiges

und Verkauf ihrer Waren in einem Geschäft vor Ort auch zunehmend andere – online-basierte – Vertriebschienen.

Folglich fließen die aus dem stationären Einzelhandel „wegbrechenden Umsätze“ nicht zu 100 % in den „reinen“ Onlinehandel ab. Über eigene Online-Shops oder Online-Marktplätze (wie z. B. bei den Onlineanbietern eBay oder Amazon) bleibt dem auch stationär präsenten Einzelhandelsunternehmen ein nicht unwesentlicher, einzelhandelsrelevanter Umsatzanteil erhalten. Für den Non-Food-Einzelhandel im Jahr 2018 werden die nachfolgend aufgelisteten Umsatzanteile je Vertriebsweg prognostiziert: **48,5 %** auf Online-Marktplätzen generierter Umsatz, **15,5 %** rein online erzielte Umsätze und **36,0 %** Umsatzgenerierung mittels Multi-Channel-Konzept⁴⁵.

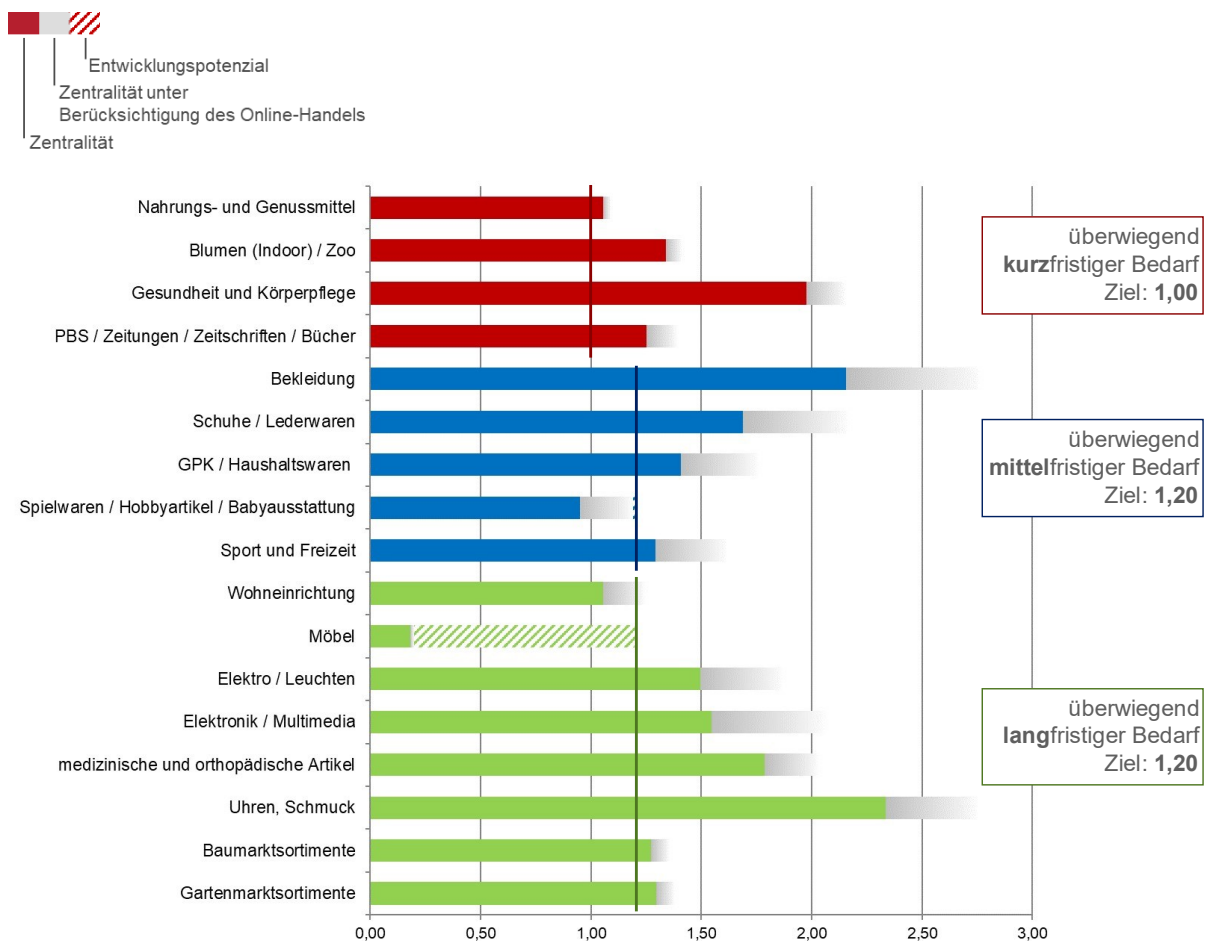
Die dargestellten Trends zeigen, dass der Onlinehandel einerseits zwar unbestritten eine zunehmende Konkurrenz für den stationären (insbesondere auch mittelständischen und inhabergeführten) Einzelhandel darstellt, die mögliche Verschneidung der einzelnen Vertriebswege zugleich jedoch auch eine Chance für die Entwicklung des stationären Einzelhandels sein kann. Vor allem gilt es in erster Linie, die Stärken des stationären Einzelhandels zu profilieren (u. a. persönliche, qualitativ hochwertige Beratung, direkte Prüf- und Verfügbarkeit des nachgefragten Produktes) und durch eine konsequente räumliche Steuerung des einzelhandelsrelevanten Angebots die städtischen Zentren zu erhalten bzw. weiterzuentwickeln.

Zielzentralitäten für das Jahr 2030

Die Zielzentralität definiert die angestrebte und realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung in der Region unter Berücksichtigung der raumordnerischen Versorgungsfunktion Siegburgs als Mittelzentrum sowie der regionalen Wettbewerbssituation.

⁴⁵ Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh), 2019

Abbildung 11: Zielzentralitäten des Einzelhandels in Siegburg



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der errechneten Zentralitätskennziffern in der Kreisstadt Siegburg

Mit Blick auf die zuvor benannten Aspekte werden folgende Zielzentralitäten definiert:

- Im Hinblick auf eine optimale Grundversorgung der Bevölkerung im Bereich der Warengruppen des **überwiegend kurzfristigen Bedarfs** wird eine Zielzentralität von 1,0 angenommen. Dieser Wert wird heute in allen Warengruppen (Nahrungs- und Genussmittel, Blumen (Indoor) / Zoo, Gesundheit und Körperpflege sowie PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher) bereits erreicht bzw. nennenswert überschritten. Unter rein quantitativen Gesichtspunkten lassen sich daher keine rechnerischen Entwicklungsspielräume für diese Warengruppen erkennen, in allen bestehen jedoch strukturelle Optimierungsmöglichkeiten unter qualitativen wie räumlichen Aspekten (insbesondere in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel).
- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** werden Zielzentralitäten von 1,3 angenommen, die die mittelzentrale Versorgungsfunktion der Kreisstadt Siegburg vor dem Hintergrund der Wettbewerbssituation im Umland widerspiegeln. Der angesetzte Wert wird in der Warengruppe Spielwaren/ Hobbyartikel / Babyausstattung leicht unterschritten, was zunächst auf Entwicklungsspielräume schließen lässt. Allerdings wird das Delta zwischen Status Quo und Ziel durch den Onlinehandel weitestgehend minimiert bzw. aufgebraucht. In den weiteren Warengruppen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren, Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren sowie Sport und Freizeit wird der Zielwert von 1,3 bereits überschritten, zum Teil sogar deutlich.

- Im **langfristigen Bedarfsbereich** wird ebenfalls eine Zielzentralität von 1,3 angenommen, die der unterschiedlichen Relevanz dieser Branchen für das mittelzentrale Einzugsgebiet Rechnung tragen. Bereits heute überschreiten die Zentralitäten der Warengruppen Elektro / Leuchten, Elektronik / Multimedia, medizinische und orthopädische Artikel, Uhren / Schmuck sowie Bau- und Gartenmarktsortimente diesen Wert z. T. deutlich. Ein rechnerisches Entwicklungspotenzial ergibt sich einzig in der Warengruppe Möbel. Die Warengruppe **Möbel** ist klassischerweise durch sehr flächenintensive Angebotsformen geprägt, so dass sich in den Zentren zumeist keine realistischen Entwicklungsperspektiven ergeben und entsprechende Anbieter in der Regel auch für den Branchenmix an solchen Angebotsstandorten keine tragende Rolle spielen. Unter städtebaulichen Gesichtspunkten sind Neuansiedlungen vor allem im Kontext bestehender Sonderstandorte zu suchen, um mögliche Synergieeffekte zu nutzen und diese mittelzentral bedeutsamen Angebotsstandorte zu stärken und zu sichern. Dabei ist auch in dieser Warengruppe ein zunehmender Wettbewerbsdruck durch den Onlinehandel zu berücksichtigen. Auch setzen die Marktentwicklungen und Überschneidungen mit anderen Marktsegmenten (Handwerk, Spezialhandel, etc.) rechnerischen Entwicklungspotenzialen Grenzen.

Schlussfolgerungen

Insgesamt ergeben sich in der Stadt Siegburg aus rein quantitativer Sicht in nur wenigen Branchen absatzwirtschaftlich tragfähige zusätzliche **Verkaufsflächenpotenziale** in relevanten Größenordnungen. Das trifft nur auf die Warengruppe **Möbel** zu. Kleinteilige Angebotsergänzungen erscheinen darüber hinaus in der Warengruppe **Spielwaren/Hobbyartikel** sinnvoll.

Aber auch hohe quantitative Zentralitäten bedeuten nicht, dass künftig keine Entwicklung mehr stattfinden kann. Unter Berücksichtigung eindeutiger räumlicher Vorgaben und eines nachvollziehbaren wie widerspruchsfreien Sortiments- und Standortkonzepts kann eine Entwicklung und Optimierung des einzelhandelsrelevanten Angebots auch über die ermittelten quantitativen Entwicklungsspielräume hinaus sinnvoll sein. Dies gilt insbesondere dann, wenn diese Entwicklung dem **Ausbau der wohnungsnahen Grundversorgung** sowie der **Sicherung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche** (allen voran des Hauptzentrums) in Siegburg dient. Bei potenziellen Ansiedlungs-, Erweiterungs- oder Verlagerungsvorhaben kommt es demnach auf folgende Aspekte an:

- Ist der avisierte Standort städtebaulich sinnvoll?
- Wie stellen sich die Größe des Vorhabens und der Betriebstyp im gesamtstädtischen Zusammenhang und im Hinblick auf die zuge dachte Versorgungsaufgabe dar?
- Welche Funktion wird der Einzelhandelsbetrieb übernehmen? Werden bestehende Strukturen ergänzt bzw. gestützt und Synergien zu bestehenden Anbietern ausgenutzt?

Zusätzliche Kaufkraft kann grundsätzlich nur bis zu einem bestimmten Maße und in bestimmten Warengruppen mobilisiert werden. Werden darüber hinaus Einzelhandelsvorhaben realisiert, führt dies zu Umsatzumverteilungen innerhalb der Siegburger Einzelhandelslandschaft und somit zu Umsatzverlusten bzw. einer Marktverdrängung bestehender Betriebe jeweils in Abhängigkeit der Relevanz eines Vorhabens. Dies trifft insbesondere auch auf den Lebensmittelbereich zu. Schließlich wird dieser Sortimentsbereich in erster Linie am Wohnstandort nachgefragt, so dass sich eine Überversorgung auch vorrangig auf die entsprechenden Wohnsiedlungsbereiche

auswirkt. In der Folge kann es zu Funktionsverlusten der Siegburger Zentren bzw. Nahversorgungsstandorte sowie zu negativen städtebaulichen Auswirkungen kommen.

Die oben dargestellte (quantitative) Betrachtung der Zielzentralitäten hat somit lediglich einen „Orientierungscharakter“. Erst die Beurteilung eines konkreten Planvorhabens nach

- Art (Betriebsform und -konzept),
- Lage (Standort: Lage im Stadt- und Zentrenkontext) und
- Umfang (teilweiser oder gesamter Marktzugang des ermittelten Verkaufsflächenpotenzials)

erlaubt die Abschätzung der **absatzwirtschaftlichen Tragfähigkeit und städtebaulichen Verträglichkeit** eines Vorhabens.

Mit dem vorliegenden Einzelhandelskonzept wird eine klare politische und planerische Zielvorstellung in Siegburg fortgeschrieben, die auch weiterhin eine räumliche und funktionale Gliederung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung mit einer klaren arbeitsteiligen Struktur ausgewählter Einzelhandelsstandorte beinhaltet. Dieses Entwicklungskonzept und eine darauf basierende konsequente Anwendung des baurechtlichen und planerischen Instrumentariums ermöglichen auch zukünftig eine zielgerichtete Steuerung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Kreisstadt Siegburg und stellen für die verantwortlichen Akteure aus Einzelhandel, Verwaltung und Politik einen langfristigen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen und eine wichtige Argumentations- und Begründungshilfe für die bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung dar.

Es ist festzuhalten, dass die **Einordnung potenzieller Neuvorhaben, Erweiterung oder Umnutzung von Einzelhandelsflächen in einen städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Kontext** unabdingbar ist.

Generell gilt, dass das übergeordnete Ziel die **Sicherung und Verbesserung der qualitativen sowie der räumlich strukturellen Angebotssituation** ist, was impliziert, dass über zusätzliche Angebote nur nach eingehender Prüfung entschieden werden sollte.

Einzelhandelsansiedlungen sind unter anderem sinnvoll, wenn...

- ...sie die **zentralörtliche Funktion Siegburgs als Mittelzentrum und die Versorgungssituation in der Stadt sichern und verbessern,**
- ...sie die **zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte in ihrer Funktion stärken,**
- ...sie zu einer **räumlichen Konzentration des Einzelhandels an städtebaulich sinnvollen Standorten beitragen,**
- ...die **wohnnah Grundversorgung gesichert und verbessert wird und**
- ...**neuartige oder spezialisierte Anbieter zu einer Diversifizierung des Angebotsspektrums beitragen.**

8 EINZELHANDELSKONZEPT FÜR DIE KREISSTADT SIEGBURG

Die Betrachtung der aktuellen Angebots- und Nachfragesituation (vgl. Kapitel 5 und Kapitel 6) sowie die Überlegungen zu daraus ableitbaren Entwicklungsperspektiven (vgl. Kapitel 7) zeigen, dass sich nach wie vor **Entwicklungsspielräume** für stadtentwicklungspolitisch wünschenswerte Standorte **im Sinne einer räumlichen und qualitativen Verbesserung der Angebotssituation** ergeben.

Weiterhin sind Entwicklungsabsichten sowie unverhältnismäßige Angebotsverschiebungen zentrenrelevanter Sortimente an Angebotsstandorte, die nicht den zentralen Versorgungsbereichen i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO oder ergänzenden (städtebaulich wünschenswerten) Sonder- bzw. Ergänzungsstandorten zugeordnet sind, kritisch zu bewerten.

Die vorangegangenen Analysen stellen die Basis für die im Folgenden dargestellten allgemeinen und konkreten Handlungsempfehlungen dar. Dabei gilt es vor allem, die räumliche Angebotsstruktur mit einer Konzentration auf die Siegburger Innenstadt zu sichern und zu profilieren, die wohnungsnah Grundversorgung zu erhalten bzw. zu stärken sowie ergänzende Einzelhandelsstandorte zentrenverträglich weiterzuentwickeln. Das Einzelhandelskonzept für die Kreisstadt Siegburg umfasst im Wesentlichen die nachfolgend aufgelisteten konzeptionellen Bausteine:

- Räumliches Entwicklungsleitbild (vgl. Kapitel 8.1)
- Ziele der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (vgl. Kapitel 8.2)
- Räumliches Standortstrukturmodell (vgl. Kapitel 8.3)
- Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche (vgl. Kapitel 8.3.1)
- Definition von Ergänzungsstandorten und Empfehlungen zu deren zentrenverträglichen Weiterentwicklung (vgl. Kapitel 8.3.2)
- Identifikation und Definition solitärer Nahversorgungsstandorte zur Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung (vgl. Kapitel 8.3.3)
- Siegburger Sortimentsliste (vgl. Kapitel 8.4)
- Ansiedlungsregeln zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (vgl. Kapitel 8.5)

8.1 ÜBERGEORDNETES ENTWICKLUNGSLEITBILD

Der Einzelhandelsstandort Siegburg soll seinen Potenzialen entsprechend gefördert werden. Insbesondere gilt es, eine klare räumliche Angebotsstruktur mit **Konzentration auf bestimmte Standortbereiche** zu sichern und zu stärken. Der Entwicklungsfokus soll dabei in erster Linie auf die zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere die Innenstadt (Hauptzentrum), sowie eine wohnortnahe Grundversorgung in den Stadtteilen gelegt werden. Im Sinne einer arbeitsteiligen Versorgungsstruktur dienen darüber hinaus drei Sonderstandorte als Ergänzungsstandorte. Das Leitbild setzt dazu einen klaren räumlichen wie funktionalen Rahmen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung:

Der Einzelhandel wird in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen, der ökonomischen Rahmenbedingungen und in funktionaler Ergänzung auf ausgewählte Einzelhandelsstandorte im Siegburger Stadtgebiet konzentriert. Eine stringente Steuerung seitens der Kreisstadt Siegburg innerhalb dieser „Leitplanken“ ermöglicht die Chance einer sinnvollen und zukunftsfähigen räumlich-funktionalen Entwicklung des Einzelhandels.

Folgende Aspekte stützen das Leitbild:

- Aus **ökonomischer Sicht** wird durch die Berücksichtigung klarer sortiments- und größenspezifischer Zielvorstellungen ein ruinöser Verdrängungswettbewerb zu Lasten städtebaulich sinnvoller Standorte vermieden. Durch klare räumlich-funktionale Strukturen und Vorgaben kann die Kaufkraftbindung und Ausstrahlung des Siegburger Einzelhandels insgesamt verbessert werden. Durch ergänzende Zielvorgaben seitens der Kreisstadt Siegburg bleiben Investitions- und Ansiedlungsinteressen, insbesondere auch in den zentralen Versorgungsbereichen, erhalten. Mögliche Entwicklungsimpulse zur Stärkung bzw. Erweiterung des Einzelhandelsstandorts Siegburg können – durch das Zusammenwirken von gesamtstädtischem Entwicklungsleitbild und definierten Zielen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung – entsprechend planerisch gefördert und gelenkt werden. Es besteht die Chance einer zukunftsfähigen Verstärkung von sinnvollen und tragfähigen Einzelhandelsstrukturen.
- Aus **politischer** und **planerischer Sicht** ist die Anwendung des Leitbildes mit einer stringenten Planungs- und Steuerungspraxis verbunden; die Planungs- und Investitionssicherheit – sowohl auf Seiten der Investoren als auch auf Seiten der bestehenden Betreiber – wird somit gegeben. Die Siegburger Stadtplanung kann ihrer Steuerungsfunktion für die Stadtentwicklung gerecht werden. Damit erhalten Politik und Verwaltung in der Stadtplanung eine aktive Rolle. Durch die Förderung einer sich ergänzenden Arbeitsteilung der Einzelhandelsstandorte in Siegburg wird zudem das Entwicklungsziel einer attraktiven und lebendigen städtebaulich-funktionalen Siegburger Innenstadt unterstützt. Eine stringente Anwendung des Leitbildes setzt sowohl positive Signale nach innen als auch nach außen. Einzelinteressen werden der Stadtentwicklung nachgeordnet und es entstehen diesbezüglich keine Abhängigkeiten.
- Aus **rechtlicher Sicht** kann die Stadtplanung ihre umfangreichen gesetzlichen Eingriffs- und Lenkungsmöglichkeiten nutzen, was impliziert, dass das bauplanungsrechtliche Instrumentarium im Rahmen der Umsetzung des Leitbildes bzw. des Einzelhandelskonzepts zielgerichtet und konsequent angewendet wird. Städtebauliche Begründungen, z. B. im Rahmen von Bauleitplanungsverfahren, werden auf Grundlage des empirisch hergeleiteten Einzelhandelskonzepts erleichtert.

8.2 ÜBERGEORDNETE ZIELE DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG

Bereits im Einzelhandelskonzept des Jahres 2009 wurden – basierend auf der damaligen einzelhandelsspezifischen Situation in Siegburg und den daraus resultierenden Bewertungen – übergeordnete Leitziele zur Einzelhandelsentwicklung definiert. Nach Aktualisierung der Grundlagenanalysen, in Anbetracht der zwischenzeitlichen Einzelhandelsentwicklung sowie der Erfahrungen im Umgang mit dem Einzelhandelskonzept ist zu empfehlen, an den grundlegenden Zielen zur Einzelhandelsentwicklung festzuhalten und diese – entsprechend der aktuellen Nachfrage- und Angebotssituation – fortzuschreiben und anzupassen.

Vorangeschickt sei an dieser Stelle, dass es bei der Einzelhandelsentwicklung und -steuerung im Rahmen der Stadtplanung darum geht, städtebaulich sinnvolle Standorte zu sichern und zu stärken. Dadurch wird der Wettbewerb nicht verhindert, sondern allenfalls an diese Standorte gelenkt.

Folgende übergeordnete Ziele sind der künftigen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Kreisstadt Siegburg zu Grunde zu legen:

Sicherung und Ausbau der landesplanerischen Versorgungsfunktion (Mittelzentrum)

Ein bedeutendes stadtentwicklungsrelevantes Ziel für die Kreisstadt Siegburg ist die Erfüllung ihrer raumordnerisch zugewiesenen Funktion als Mittelzentrum mit zentralen Versorgungsfunktionen zum einen für die eigene Bevölkerung, zum anderen aber auch darüber hinaus. Diese wird, rein quantitativ und ohne jede (allerdings zwingend erforderliche) räumliche Differenzierung betrachtet, vor dem Hintergrund der regionalen Angebots- und Konkurrenzsituation derzeit erfüllt (Einzelhandelszentralität von 1,24).

Ansiedlungsanfragen offenbaren ein anhaltendes Investitionsinteresse für den Standort Siegburg. Eine Entwicklung von Standorten außerhalb der stadtentwicklungsplanerisch definierten Versorgungsstandorte (insbesondere der zentralen Versorgungsbereiche und der Nahversorgungsstandorte) kann eine Angebotsverschiebung vor allem in Richtung städtebaulich nicht integrierter Lagen bedeuten. Ein vordringliches Ziel der Stadtplanung in Siegburg bleibt es daher, einer solchen drohenden bzw. sich verschärfenden räumlichen „Schieflage“ zu begegnen und somit die mittelzentrale Versorgungsfunktion gesamtstädtisch weiterzuentwickeln. Ein Fokus liegt in diesem Zusammenhang insbesondere auf der Siegburger Innenstadt als „Aushängeschild“ der Stadt sowie auf einer zentrenverträglichen Weiterentwicklung der Sonderstandorte. Dabei ist auch weiterhin ein attraktiver Branchen- und Betriebstypenmix in der Innenstadt von hoher Bedeutung für die überörtliche Attraktivität eines Einkaufsstandorts und die Kundenbindung in zentrenrelevanten Sortimenten.

Sicherung eines attraktiven Einzelhandelsangebots sowie der gesamtstädtischen Versorgungsstruktur

Die **Attraktivität** eines Einkaufsstandorts bestimmt sich durch die *Quantität* des Einzelhandelsangebots (gemessen in Quadratmetern Verkaufsfläche), seine strukturelle Zusammensetzung (Vielfalt der Warengruppen, Sortimentstiefe, Betriebsformen / -konzepte und Betriebsgrößenordnungen) sowie die *Qualität* des vorhandenen Angebots. Nur durch ein Miteinander dieser Komponenten kann es gelingen, den Einzelhandelsstandort Siegburg auch künftig attraktiv zu gestalten und längerfristig zu erhalten bzw. zu entwickeln. Ein Ziel ist es daher, ein im oben genannten Sinne vielfältiges und gut strukturiertes Angebot zu sichern und zu stärken, das der Versorgungsfunktion der Kreisstadt Siegburg innerhalb der Region gerecht wird. Von grundlegender Relevanz ist in diesem Zusammenhang die Formulierung klarer **räumlich-struktureller Standortprioritäten**.

Sicherung und Stärkung einer hierarchisch angelegten Versorgungsstruktur mit einer zukunftsfähigen „Arbeitsteilung“ der Einzelhandelsstandorte gemäß Entwicklungsleitbild

Wesentliche Grundlage für eine regional konkurrenzfähige und attraktive gesamtstädtische Einzelhandelsituation der Kreisstadt Siegburg ist eine ausgewogene, hierarchisch und funktional

gegliederte Versorgungsstruktur. Eine funktionale Arbeitsteilung zwischen den verschiedenen Einzelhandelsstandorten ist unabdingbar, um potenziell negativen Folgewirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die Versorgungsstruktur zu vermeiden. Eine bedeutende Rolle spielt hier die bestehende Konzentration von (zentrenrelevanten) Einzelhandelsangeboten im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt und von nahversorgungsrelevanten Sortimenten in den Nahversorgungszentren und an Nahversorgungsstandorten.

Im Gegensatz dazu kann eine hierarchisch und funktional nicht gegliederte Öffnung neuer oder eine Stärkung vorhandener (in der Regel Pkw-kundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Strukturen (wie z. B. an solitären städtebaulich nicht integrierten Standorten oder an bestehenden Sonderstandorten) zu einer Schwächung bzw. Gefährdung der bestehenden Einzelhandelsstruktur führen.

Für eine langfristig zielorientierte und nachhaltige Stadtentwicklung im Sinne des räumlichen Entwicklungsleitbildes und vor dem Hintergrund der demografischen wie auch allgemein strukturellen Entwicklung (Abnahme der Bevölkerung, Strukturwandel im Einzelhandel, Bedeutungsgewinn des Onlinehandels) ist daher eine klare, räumlich-funktionale Gliederung der städtischen Einzelhandelsstandorte unerlässlich. Eine Funktionsteilung zwischen den zentralen Versorgungsbereichen (Innenstadt, Brückberg, Kaldauen und Stallberg), den Sonderstandorten (Gewerbegebiet Am Turm, Gewerbegebiet Zange und Industriestraße) und den Nahversorgungsstandorten ist dabei unabdingbar, so dass eine wechselseitige Ergänzung der Angebote umgesetzt werden kann.

Stärkung der Einzelhandelszentralität sowie der Funktionsvielfalt der Siegburger Innenstadt

Die europäische Stadttradition weist insbesondere den innerstädtischen Geschäftszentren eine herausgehobene Funktion zu. Die Siegburger Innenstadt (Hauptzentrum) stellt den historisch, siedlungsräumlich und städtebaulich wichtigsten Einzelhandelsstandort innerhalb der Kreisstadt Siegburg dar, der sich vor allem durch seine Multifunktionalität (Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Verwaltung, Wohnen etc.) auszeichnet. Diese Vielfalt ist prägend für die Attraktivität der Siegburger Innenstadt und soll gesichert und gestärkt werden. Die Konzentration städtebaulicher und infrastruktureller Investitionen in der Siegburger Innenstadt zeigt den Stellenwert, den die Stadt dem Ziel der Entwicklung und Qualifizierung des Hauptgeschäftsbereichs bereits in der Vergangenheit beigemessen hat.

Auch zukünftig soll der Fokus der Einzelhandelsentwicklung (insbesondere der Entwicklung von klein- wie großflächigen Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) auf das Siegburger Hauptzentrum gerichtet werden. Dieser Standort genießt oberste Priorität innerhalb der Standortstruktur der Kreisstadt Siegburg, dem sich alle weiteren Standorte vor dem Hintergrund einer hierarchischen und arbeitsteiligen Gliederung unterzuordnen haben. Für den Einzelhandelsstandort Hauptzentrum Innenstadt ist eine weitere Qualifizierung des Angebots, beispielsweise durch Ergänzungen der Sortimentsstrukturen und der Betriebsformen bzw. -größenstrukturen durch moderne Einzelhandelsbetriebe mit attraktiven zentrenrelevanten Angeboten, anzustreben. Dabei ist gesteigerter Wert auf die Wahrung der individuellen Identität der Innenstadt der Kreisstadt Siegburg, der vornehmlich inhabergeführten Fachgeschäfte sowie einiger überregionaler Filialisten zu legen, damit auch die überörtliche Attraktivität als regional bedeutsames Geschäftszentrum gewahrt werden kann.

Sicherung und Ausbau einer wohnortnahen Grundversorgung im Siegburger Stadtgebiet durch die Nahversorgungszentren und ein Netz funktionsfähiger Nahversorgungsstandorte

Das Ziel der Sicherung einer weitgehend fußläufigen Versorgung impliziert eine flächendeckende wohnungsnah (und somit auch fußläufige) Versorgung. Ein über verschiedene Betriebsformen reichendes und möglichst dichtes Grundversorgungsangebot ist nicht nur unter sozialen und kommunikativen Aspekten ein wichtiger Bestandteil eines zukunftsfähigen Einzelhandelskonzepts. Häufig bilden Lebensmittelanbieter eine wichtige Magnetfunktion auch für weitere Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung). Zunehmend stehen diesen planerisch wie gesamtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten jedoch insbesondere im ländlichen Raum betriebswirtschaftliche Notwendigkeiten⁴⁶ gegenüber, die eine Umsetzung dieses Ziels erschweren. Diese Problematik trifft aber auch auf Siedlungsrandbereiche und / oder Wohnsiedlungsbereiche und Stadtteile mit geringen Einwohnerdichten / -zahlen zu. Daher muss unbedingt darauf geachtet werden, eine räumlich (Standorte) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und -größen) abgestufte und ausgewogene Grundversorgungsstruktur im Siegburger Stadtgebiet zu sichern und zu stärken. Ein primäres Ziel sollte es sein, die vorhandenen, städtebaulich integrierten Nahversorgungsstandorte zu erhalten und zu stärken, dazu gehört insbesondere auch eine Qualifizierung bestehender Standorte im Hinblick auf moderne Marktanforderungen

Zentrenverträgliche Weiterentwicklung von ergänzenden Sonderstandorten für (großflächige) Einzelhandelsbetriebe

Außerhalb der vier zentralen Versorgungsbereiche prägen die Standortbereiche Gewerbegebiet Am Turm, Gewerbegebiet Zange und Industriestraße sowie auch verschiedene solitär gelegene Einzelbetriebe mit überörtlicher Bedeutung die Standortstruktur in Siegburg in besonderem Maße. Insbesondere die Sonderstandorte Gewerbegebiet Am Turm und Industriestraße mit großflächigen Anbietern nahversorgungsrelevanter Sortimente stehen in einem ausgeprägten Wettbewerb zu den zentralen Versorgungsbereichen und Nahversorgungsstandorten, welche vor allem auch durch die Dimension des Angebots und der damit verbundenen Ausstrahlung (Kaufkraftabschöpfung deutlich über den Nahbereich hinaus) geprägt wird.

Im Sinne einer funktionalen Arbeitsteilung gelten diese Standorte (auch zukünftig) als Standorte, die in Ergänzung der vorhandenen zentralen Versorgungsbereiche (Innenstadt, Brückberg, Kaldauen und Stallberg) und Nahversorgungsstandorte gesichert und – mit dem Fokus auf nicht zentrenrelevante Sortimente – ggf. weiterentwickelt werden können.

Bei Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen bestehender Betriebe an allen Standorten ist jeweils die Verträglichkeit und Kompatibilität des Vorhabens mit den formulierten gesamtstädtischen Zielen und Grundsätzen zur Einzelhandelssteuerung zu überprüfen. An geeigneten städtebaulich nicht integrierten Standorten im Stadtgebiet sind Angebotsausweitungen in nicht zentrenrelevanten Sortimenten nach einer solchen positiven Einzelfallprüfung prinzipiell möglich, Neuansiedlungen oder Erweiterungen von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten (über den genehmigten Bestand hinaus) sind an nicht integrierten Standorten jedoch konsequent auszuschließen.

⁴⁶ Mindestgrößen zur attraktiven Präsentation eines entsprechenden Warensortiments haben entsprechende Mindestumsätze zur Folge, die wiederum ein entsprechendes Kaufkraftpotenzial im näheren Einzugsgebiet bedingen.

Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe

Die mit Hilfe des Baurechts geschaffenen bzw. abgesicherten Gewerbegebiete sind der eigentlichen Zielgruppe, nämlich Handwerk und produzierendem Gewerbe, zuzuführen. Da diese Betriebe oftmals nicht in der Lage sind mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für Grund und Boden zu konkurrieren, ist insbesondere in den Gewerbe- und Industriegebieten der komplette Ausschluss von Einzelhandel (mit Ausnahme des Handwerkerprivilegs) eine mögliche Entwicklungsoption.

Vermeidung „neuer“ Einzelhandelsstandorte und Verhinderung konterkarierender Planungen

Die räumliche Bündelung von Einzelhandelsbetrieben an städtebaulich und siedlungsstrukturell sinnvollen Standorten ist gemäß dem stadtentwicklungspolitischen Leitbild einer „Stadt der kurzen Wege“ anzustreben. Insbesondere ein multifunktionaler Hauptgeschäftsbereich ist hierbei eine wichtige Voraussetzung für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger urbaner Räume. Darüber hinaus dient auch ein möglichst flächendeckendes Netz an funktional gegliederten Versorgungsstandorten einer bevölkerungsnahen Versorgung sowie einer Reduzierung der notwendigen Verkehrswege. Vor diesem Hintergrund ist es das Ziel der Stadtentwicklung in Siegburg, keine zusätzlichen Einzelhandelsstandorte – an städtebaulich wie stadtentwicklungspolitisch ungewünschten Standorten – zu schaffen.

Vor dem Hintergrund der aufgezeigten Entwicklungspotenziale in der Kreisstadt Siegburg besteht grundsätzlich keine Notwendigkeit zur Ausweisung von neuen Einzelhandelsstandorten außerhalb der bestehenden zentralen Versorgungsbereiche und der ergänzenden Sonderstandorte. Eine Öffnung neuer (in der Regel Pkw-kundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der definierten Entwicklungsbereiche bewirkt in der Regel eine Schwächung bestehender Standortstrukturen, aufgrund einer Verschärfung des Wettbewerbes. Hierbei gilt es auch zu berücksichtigen, dass ein einmal für Einzelhandelsnutzungen geöffneter Standort nur sehr schwer anschließend wieder einer anderen Nutzung zugeführt werden kann und somit der Umnutzungsdruck im Falle einer möglichen Einzelhandelsbrache enorm groß werden kann. Die Umsetzung der bestehenden Entwicklungsspielräume ist somit vorwiegend auf die bestehende Standortstruktur auszurichten.

Mit Hilfe einer weiterhin konsequenten Anwendung des Planungsinstrumentariums sollten jene Planungen, die den Entwicklungsspielräumen und Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in der Kreisstadt Siegburg entgegenstehen, ausgeschlossen werden.

8.3 RÄUMLICHE STANDORTSTRUKTUR

Auf Basis der in der Nachfrage- und Angebotsanalyse gewonnenen Erkenntnisse und des räumlichen Entwicklungsleitbilds für die Kreisstadt Siegburg sowie unter Berücksichtigung der übergeordneten Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung werden die räumlichen Angebotsschwerpunkte im Siegburger Stadtgebiet unter **städtebaulichen** und **funktionalen Gesichtspunkten** in ein arbeitsteiliges Standortstrukturmodell eingeordnet.

Maßgeblichen Einfluss auf die Einstufung eines Angebotsstandorts in das **Standortstrukturmodell** haben das derzeitige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot sowie die städtebauliche Gestalt des Standorts. Hierbei fließen neben dem Verkaufsflächenbestand und der Anzahl der

Einzelhandelsbetriebe insbesondere auch die städtebauliche Struktur und Gestaltung als Kriterien in die Beurteilung mit ein. Ein weiterer wesentlicher Gesichtspunkt ist die städtebauliche und stadtentwicklungsrelevante Zielvorstellung, die mit dem jeweiligen Standort verbunden sein soll.

Als Grundgerüst des aktuellen Standortstrukturmodells dient die bereits im Jahr 2009 festgelegte Standortstruktur des Siegburger Einzelhandels, die in ihren Grundzügen beibehalten und unter Berücksichtigung der seitdem eingetretenen einzelhandelsseitigen Entwicklungen fortgeschrieben wird. Folgende Standortkategorien sind zu unterscheiden:

Abbildung 12: Standortstrukturmodell für die Kreisstadt Siegburg



Quelle: eigene Darstellung

Hauptzentrum

Dieser Zentrentyp soll vor allem durch folgende Merkmale gekennzeichnet sein:

- gesamtstädtische und regionale Versorgungsbedeutung,
- möglichst vollständiges Einzelhandelsangebot im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich – mit Wettbewerbssituationen,
- vielfältiger Größen- und Betriebsformenmix, hoher Anteil an kleinteiligem Facheinzelhandel,

- breit gefächertes und umfangreiches, in Wettbewerbssituationen befindliches einzelhandelsnahes Dienstleistungs-, Kultur- und Gastronomieangebot sowie öffentliche Dienstleistungen.

Die **Siegburger Innenstadt** mit ihrem abgegrenzten Hauptgeschäftsbereich wird nach wie vor als **zentraler Versorgungsbereich** mit örtlicher und überörtlicher Bedeutung definiert. Der Angebotsstandort erfüllt die Voraussetzungen, um sich gemäß der durch die Rechtsprechung⁴⁷ entwickelten Kriterien als bauplanungsrechtlich schützenswerter zentraler Versorgungsbereich zu qualifizieren.

Nahversorgungszentrum

Ein Nahversorgungszentrum weist ein deutlich geringeres Angebot an Einzelhandel und Dienstleistungen auf und hat demzufolge auch einen geringeren Versorgungsauftrag. Es handelt sich um ein lokales Versorgungszentrum, das überwiegend der wohnortnahen Nahversorgung dient. Der Angebotsschwerpunkt ist auf die Nahversorgung ausgerichtet, andere Branchen spielen i. d. R. nur eine untergeordnete Rolle. Ein Nahversorgungszentrum sollte demnach folgende Kriterien erfüllen:

- In der Regel bilden ein bis zwei Lebensmittelmärkte den Schwerpunkt des Einzelhandelsangebots im kurzfristigen Bedarfsbereich,
- nur vereinzelte Einzelhandelsangebote im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich vorhanden – Wettbewerbssituation fehlt überwiegend (nicht selten als Rand- oder Nebensortimente),
- bestenfalls einzelne, zentrenprägende Dienstleistungsangebote vorhanden, in der Regel aus der Gruppe der einzelhandelsnahen Dienstleistungen allerdings mit höchstens geringer Wettbewerbssituation.

Die bereits 2009 definierten Nahversorgungszentren Kaldauen und Stallberg sowie das in der Teilfortschreibung 2012 ergänzte Nahversorgungszentrum Brückberg werden nach wie vor als **zentrale Versorgungsbereiche** mit einer Versorgungsbedeutung für die umgebenden Wohnbereiche definiert. Die Angebotsstandorte erfüllen die Voraussetzungen, um sich gemäß der durch die Rechtsprechung entwickelten Kriterien als bauplanungsrechtlich schützenswerte zentrale Versorgungsbereiche zu qualifizieren.

(Solitäre) Nahversorgungsstandorte

Als solitäre Nahversorgungsstandorte qualifizieren sich jene Standorte in städtebaulich integrierter Lage, an denen zumeist ein einzelner strukturprägender Einzelhandelsbetrieb lokalisiert ist und die in funktionaler und städtebaulicher Hinsicht nicht die Kriterien eines Zentrums erfüllen.

⁴⁷ „'Zentrale Versorgungsbereiche' sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Ein ‚Versorgungsbereich‘ setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Gemeinde – gegebenenfalls auch nur eines Teils des Gemeindegebiets – insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind. [...]. Das Adjektiv zentral ist nicht etwa rein geografisch [...] zu verstehen, [...] es hat vielmehr eine funktionale Bedeutung. [...]. Dem Bereich muss [...] die Funktion eines Zentrums für die Versorgung zukommen. [...]. Hiervon ausgehend können als ‚zentrale Versorgungsbereiche‘ angesehen werden: Innenstadtzentren [...] Nebenzentren [...] Grund- und Nahversorgungszentren [...]“ (Quelle: OVG NRW, Urt. v. 11.12.2006 – 7 A 964/05). vgl. hierzu ergänzend die Ausführungen in Kapitel 8.3.1.

Sie dienen der ergänzenden (auch) fußläufigen Nahversorgung der Siegburger Bevölkerung, die nicht allein durch die zentralen Versorgungsbereiche Hauptzentrum und Nahversorgungszentrum geleistet werden kann. Grundsätzlich stellen die solitären Nahversorgungsstandorte ein bauplanungsrechtliches Schutzgut dar. Sie sind bei der Erweiterung, Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters im Rahmen einer Verträglichkeitsuntersuchung i. S. v. § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Erweiterungen, Neuansiedlungen und Verlagerungen dürfen sich nicht städtebaulich negativ (i. S. einer Funktionsgefährdung und einer Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes) auf die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung auswirken. In Siegburg sind derzeit drei Angebotsstandorte als solitäre Nahversorgungsstandorte zu definieren (s. Kapitel 8.3.3).

Sonstige Grundversorgungsstandorte

Als sonstige Standorte des Lebensmitteleinzelhandels qualifizieren sich jene Standorte in städtebaulich nicht integrierter Lage, an denen zumeist ein einzelner strukturprägender Einzelhandelsbetrieb lokalisiert ist. Sie dienen, primär auf Pkw-orientierte Kundschaft ausgerichtet, einer ergänzenden Grundversorgung der Siegburger Bevölkerung. Da diese Standorte aber aufgrund ihrer Lage keinen vorrangigen Beitrag zur fußläufigen Nahversorgung leisten, stellen sie im Umkehrschluss auch kein bauplanerisches Schutzgut dar. Im Hinblick auf die Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben sollte auf solche Standorte weiterhin nicht zurückgegriffen werden.

Bestehende Standorte besitzen im Sinne der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes Bestandsschutz, dazu zählen:

- Händelstraße, Stadtteil Deichhaus (derzeit Lebensmitteldiscounter > 800 m²)
- Händelstraße, Stadtteil Deichhaus (derzeit Supermarkt 400 bis 800 m²)
- Händelstraße, Stadtteil Deichhaus (derzeit Supermarkt)⁴⁸

Sonderstandort

Dieser Angebotsstandort ist vor allem idealtypisch gekennzeichnet durch folgende Merkmale:

- gesamtstädtische(s) und überörtliche(s) Einzugsgebiet / Versorgungsbedeutung,
- Angebotsschwerpunkte in bestimmten Warengruppen, regelmäßig hoher Verkaufsflächenanteil nicht zentrenrelevanten Einzelhandels, zudem auch relevante Anteile nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente vorhanden,
- Pkw-kundenorientierter Standort,
- kaum Wettbewerb am Angebotsstandort,
- überwiegend großflächiger Einzelhandel, auch in Standortgemeinschaft,
- i. d. R. kein oder nur rudimentäres Dienstleistungsangebot.

⁴⁸ Im Laufe der Bearbeitung des Einzelhandelskonzeptes hat in der Händelstraße ein türkischer Supermarkt eröffnet. In den Analysedaten dieses Berichtes ist dieser Anbieter noch nicht als Bestand berücksichtigt.

Entsprechend den vorangestellten Kriterien können die bereits im Einzelhandelskonzept 2009 definierten Ergänzungsstandorte **Gewerbegebiet Am Turm (ehem. Phrix)** und **Gewerbegebiet Zange** sowie zusätzlich der Bereich **Industriestraße** im Siegburger Stadtgebiet als Sonderstandorte, insbesondere zur Ansiedlung großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandels, definiert werden.

Solitärer Sonderstandort

Bei solitären Sonderstandorten handelt es sich um Anbieter größer 5.000 m² Gesamtverkaufsfläche mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb einer Standortgemeinschaft, die eine lokale und z. T. auch regionale Versorgungsbedeutung übernehmen.

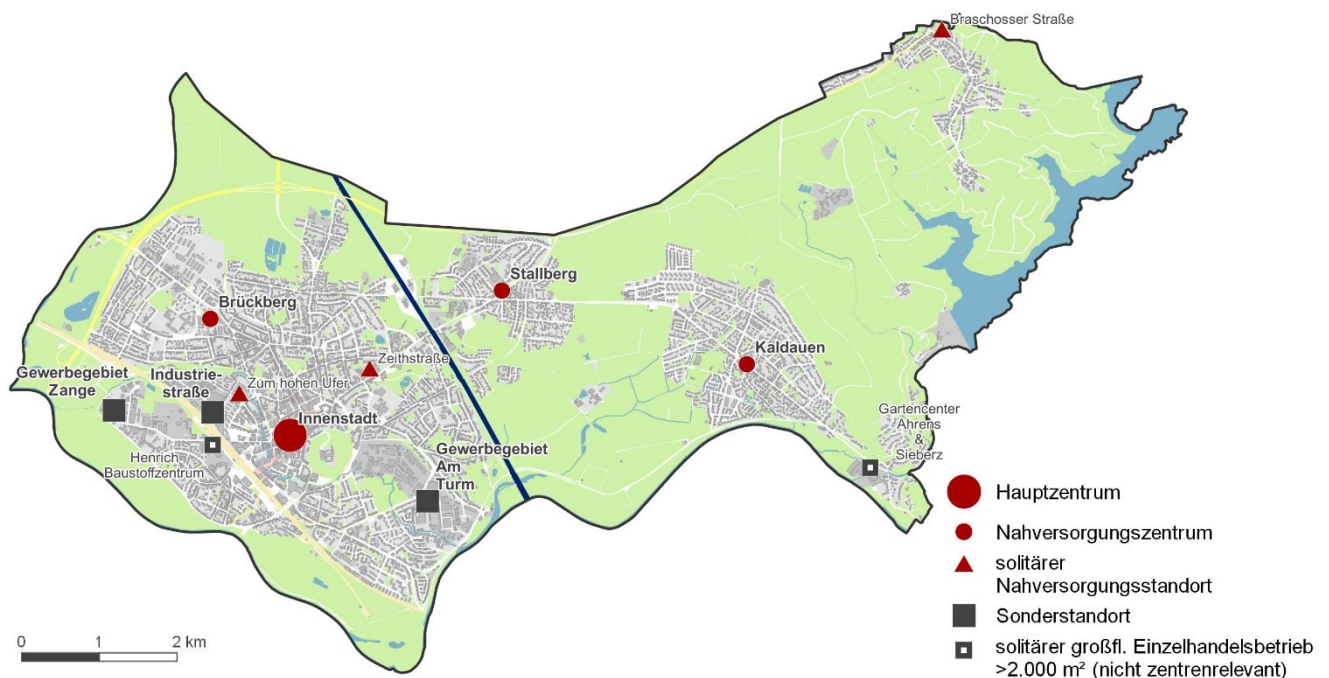
In Siegburg sind derzeit folgende zwei Angebotsstandorte als solitäre Sonderstandorte zu definieren:

- Konrad-Adenauer-Straße, Stadtteil Zange (derzeit Baumarkt)
- Hauptstraße, Stadtteil Seligenthal (derzeit Gartenmarkt)

Derartige solitäre Standorte / Betriebe ergänzen die Siegburger Zentren- und Angebotsstruktur und treten daher nicht in einen unmittelbaren Wettbewerb mit diesen. Allerdings besteht auch ein Erfordernis zur Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente (siehe Ansiedlungsregel 3 in Kapitel 8.5).

Die räumliche Verteilung der zuvor definierten, versorgungsstrukturell bedeutsamen Standortbereiche in Siegburg stellt sich wie folgt dar:

Karte 19: Perspektivische Standortstruktur in Siegburg



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlagen: Kreisstadt Siegburg; Legende für Kartengrundlage im Anhang (S. 154)

8.3.1 ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition der zentralen Versorgungsbereiche unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven dient als unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung. Sie stellt deshalb ein Pflichtelement des Einzelhandelskonzepts für die Kreisstadt Siegburg dar. Dem Begriffspaar „zentraler Versorgungsbereich“ kommt dabei eine besondere Bedeutung zu, nimmt es doch durch die Novellierungen des Baugesetzbuches (BauGB) in den Jahren 2004, 2006 sowie 2011 (und hier insbesondere die neugefassten §§ 2 (2), 34 (3) und 9 (2a) BauGB) im Hinblick auf die Einzelhandelssteuerung eine zentrale Stellung als schützenswerter Bereich ein.

Begriffsdefinition

Unter *Zentralen Versorgungsbereichen* sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Kommune zu verstehen, denen aufgrund von Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.⁴⁹ Dabei kann es innerhalb einer Kommune durchaus mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (z. B. Innenstadt und Nebenzentren). Auch *Grund- und Nahversorgungszentren* können zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass in diesen Bereichen mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und / oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, die einen bestimmten Einzugsbereich, wie etwa Quartiere größerer Städte oder auch gesamte kleinere Orte, vorwiegend mit Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs und gegebenenfalls auch teilweise mit Waren des mittelfristigen Bedarfs versorgen. Zudem muss die Gesamtheit der vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereichs und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sein, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereichs – und sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- und Nahversorgung – zu erfüllen.⁵⁰

Sonderstandorte (wie u. a. das Gewerbegebiet Am Turm) und solitäre Nahversorgungsstandorte gehören demnach nicht zu den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen im Sinne der Gesetzgebung, auch wenn sie eine beachtliche Versorgungsfunktion für ihr Umfeld erfüllen können.

Unstrittig – sowohl in der bisherigen Rechtsprechung als auch der aktuellen Literatur⁵¹ – ist, dass sich zentrale Versorgungsbereiche ergeben können aus

- planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen),
- raumordnerischen und / oder städtebaulichen Konzeptionen (wie z. B. dem Einzelhandelskonzept) oder auch
- tatsächlichen örtlichen Verhältnissen.

49 vgl. u. a. BVerwG, Urteil vom 11. Oktober 2007 – 4 C 7.07

50 vgl. u. a. OVG NRW, Urteil vom 19.06.2007 – 7 A 1392/07, bestätigt durch das Bundesverwaltungsgericht im Urteil vom 17.12.2009 – BVerwG Az. 4 C 2.08

51 vgl. u. a. Olaf Reidt, Die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben – die rechtliche Bedeutung des neuen § 34 Abs. 3 BauGB. In: UPR 7/2005, Seite 241ff sowie Kuschnerus, U., Bishopink, O., Wirth, A.; Der standortgerechte Einzelhandel; 2. Auflage; Bonn, 2018

Dabei müssen entsprechende Standortbereiche nicht bereits vollständig als zentraler Versorgungsbereich entwickelt sein. Somit ist also auch das Entwicklungsziel ein zu prüfendes Kriterium! Es muss aber zum Genehmigungszeitpunkt eines (in der Regel großflächigen) Einzelhandelsansiedlungs- oder auch -erweiterungsvorhabens im Rahmen von Planungskonzeptionen eindeutig erkennbar sein!⁵²

Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen

Im Sinne des Einzelhandelskonzepts für Siegburg ist als **zentraler Versorgungsbereich** jener Bereich im Stadtgebiet zu verstehen, der eine funktionale Einheit mit einem breiten Nutzungsspektrum aus den Bereichen Einkaufen, Versorgen und Dienstleistungen bildet. Dies ist in erster Linie der Hauptgeschäftsbereich in der Siegburger Innenstadt; ebenso sind jedoch auch mögliche Nahversorgungszentren diesbezüglich zu betrachten.

Wichtige Abgrenzungskriterien des zentralen Versorgungsbereichs sind der Besitz der Erdgeschosszonen mit Geschäftsnutzungen, die fußläufige Erreichbarkeit und funktionale Verknüpfungskriterien, die z. B. auch anhand von Passantenströmen festgehalten werden können. Die Fixierung der räumlichen Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereichs ist nicht als planerische „Abgrenzungsübung“ zu sehen, sondern ein notwendiger Schritt, um die Voraussetzungen für Dichte, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten und letztendlich Prosperität zu schaffen. Es wird somit deutlich, dass neben **funktionalen** Aspekten auch **städtebauliche** Kriterien zur **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs** heranzuziehen sind.

Funktionale Kriterien

- Einzelhandelsdichte im Erdgeschoss
- Passantenfrequenz
- Kundenorientierung der Anbieter (Pkw-Kunden, Fußgänger)
- Multifunktionalität der Nutzungen

Städtebauliche Kriterien

- städtebaulich integrierte Lage (wohnsiedlungsräumlich integrierte Lage)
- Baustruktur
- Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsinfrastruktur
- Gestaltung des öffentlichen Raums
- Ladengestaltung und -präsentation

Bei der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sind auch künftige Entwicklungsperspektiven (Folgenutzungen angrenzender Flächen, Nachnutzungen von Leerständen etc.) berücksichtigt worden. Hierbei handelt es sich um perspektivische Ansiedlungs- bzw. Ergänzungsflächen, die im unmittelbaren räumlichen Kontext zu bestehenden Einzelhandelslagen der zentralen

⁵² Bei einer Beurteilung eines Vorhabens nach § 34 (3) BauGB sind jedoch gemäß der Rechtsprechung nur Auswirkungen auf bestehende zentrale Versorgungsbereiche zu berücksichtigen

Versorgungsbereiche stehen und diese – im Falle einer Ansiedlung bzw. Bebauung – sinnvoll ergänzen können. Eine aktuelle Bebauung bzw. Nutzung auf dieser Fläche ist nicht als Ausschlusskriterium zu werten. Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der relevanten Kriterien durchzuführen.

Der Vorteil dieser einheitlich zugrunde gelegten Kriterien liegt sowohl in der Transparenz der Vorgehensweise, aber auch in der Tatsache, dass für zukünftige Diskussionen und Entscheidungen ein entsprechender Kriterienkatalog vorliegt, so dass im Falle kleinräumiger Veränderungen die Kompatibilität zu den anderen Abgrenzungen in der Regel gewährleistet bleibt.

Abschließend sei in diesem Zusammenhang noch darauf hingewiesen, dass eine Verständigung über die Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche einerseits sowie andererseits auch der ergänzenden Versorgungsstandorte insbesondere im Hinblick auf die bauleitplanerische Feinsteuerung zwingend geboten ist, stellen sie doch die räumliche Bezugsebene für die Differenzierung der einzelhandelsrelevanten Sortimente in zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente dar. Hierfür ist die Herleitung und der Beschluss einer ortsspezifischen Sortimentsliste (sog. Siegburger Sortimentsliste; siehe Kapitel 8.4) unabdingbar.

In den nachfolgenden Karten (Karte 20 bis Karte 23) werden die zentralen Versorgungsbereiche der Kreisstadt Siegburg auf mikroräumlicher Ebene möglichst parzellenscharf abgegrenzt. Die Abgrenzungen wurden auf Basis der vorgestellten Kriterien und mit Kenntnis der zum Zeitpunkt der Bearbeitung erkennbaren Grundstückszuschnitte / -verfügbarkeiten vorgenommen. Sie dienen als klarer räumlicher Bezugsrahmen für zukünftige Einzelhandelsentwicklungen („Entwicklungsbereiche“). Ausnahmsweise sind Modifikationen dieser Abgrenzungen dann möglich und städtebaulich sinnvoll, wenn sie – unter Einbeziehung der Ziele und Grundsätze dieses Einzelhandelskonzepts – folgende Kriterien beachten:

Die Erweiterungsfläche dient der Stärkung der bestehenden Strukturen innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs. Sie muss unmittelbar an die bisherige Abgrenzung angrenzen. Die geplante Nutzung auf der Erweiterungsfläche hat ihre funktionale Ausrichtung (Eingangssituation) eindeutig zur Erschließungsachse des zentralen Versorgungsbereichs (Vermeidung einer „zweiten Reihe“ oder Erschließung von „hinten“).

Empfehlungen zur zukünftigen Entwicklung und die Bewertung aktueller Planungen werden vor dem Hintergrund der in Kapitel 8.2 konkretisierten Ziele der Einzelhandelsentwicklung vorgenommen. Unter Berücksichtigung der benannten Abgrenzungskriterien sind die im Jahr 2009 und 2012 abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche Siegburgs überprüft worden.

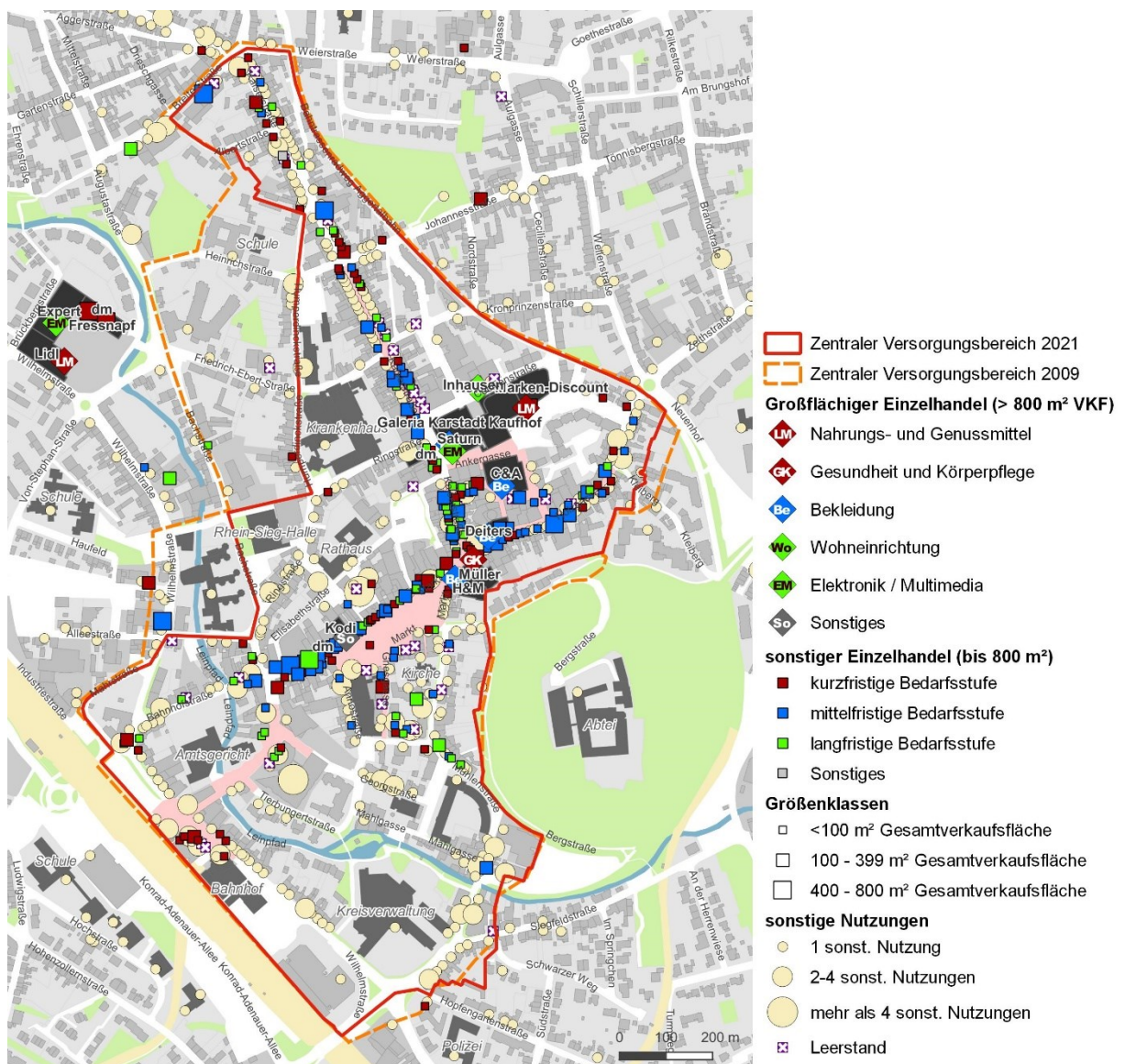
Im Folgenden wird – wie bereits in Kapitel 8.3 beschrieben – unterschieden zwischen

- dem Hauptzentrum Innenstadt (ab S. 106),
- dem Nahversorgungszentrum Brückberg (ab S. 109),
- dem Nahversorgungszentrum Kaldauen (ab S. 110) und
- dem Nahversorgungszentrum Stallberg (ab S. 111).

I. Hauptzentrum Innenstadt

Die Innenstadt der Kreisstadt Siegburg als Hauptgeschäftsbereich ist sowohl quantitativ der bedeutendste Angebotsschwerpunkt in Siegburg als auch unter qualitativen und städtebaulichen Gesichtspunkten. Sie stellt darüber hinaus unter versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten einen schützenswerten zentralen Versorgungsbereich u. a. im Sinne der §§ 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie des § 11 (3) BauNVO dar. Unter Berücksichtigung der zuvor aufgeführten Abgrenzungskriterien ergibt sich der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt in Siegburg, wie in nachfolgender Karte 20 (durch die rote Linie) dargestellt.

Karte 20: Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelerhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019; Kartengrundlagen: Land NRW (2019), Datenlizenz Deutschland – Namensnennung – Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0); Legende für Kartengrundlage im Anhang (S. 154)

Die **räumliche Ausdehnung** des zentralen Versorgungsbereichs wird durch die Verteilung der Einzelhandelsbetriebe, der ansässigen Dienstleister und gastronomischen Nutzungen sowie weiterer zentrenprägender Einrichtungen (u. a. Rathaus, Kreisverwaltung, Amtsgericht, Stadtbibliothek, Stadtmuseum, Rhein Sieg Forum) geprägt. Dementsprechend ist die Abgrenzung des

zentralen Versorgungsbereichs weitestgehend identisch mit der Abgrenzung aus dem Jahr 2009. Abweichungen sind zum einen auf eine Anpassung an eine möglichst parzellenscharfe Abgrenzung zurückzuführen, zum anderen ist der aktuelle Bestand im Hinblick auf eine zukünftige Entwicklung des Siegburger Stadtkerns überprüft worden.

Das **Hauptzentrum Innenstadt** weist eine gewachsene Struktur auf. Die Ausdehnung beträgt rund 2 km von Norden nach Süden. Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Neue Poststraße, der Bahnhofstraße, des Marktes, der Kaiserstraße sowie der Holzgasse. Die südliche Begrenzung bildet nach wie vor die Bahntrasse. Im Norden reicht der zentrale Versorgungsbereich bis zum Kreuzungsbereich Kaiserstraße / Breitestraße. Die östliche Begrenzung bildet der Michaelsberg und im Nordosten folgt die Grenze dem Bahntrassenradweg (ehem. Aggertalbahn). Im westlichen Bereich begrenzen die Humperdinckstraße, der südliche Teil der Bachstraße, die Alleestraße sowie die Mahrstraße den zentralen Versorgungsbereich. Da der nördliche Bereich der Kaiserstraße beidseitig Einzelhandelsnutzungen sowie ergänzende zentrenrelevante Nutzungen aufweist, ist die komplette Kaiserstraße weiterhin Bestandteil des zentralen Versorgungsbereichs. Die Bereiche westlich an die Humperdinckstraße angrenzend sowie westlich des Rhein Sieg Forums werden hingegen aufgrund des fehlenden Einzelhandelsbesatzes, einer geringen Frequenzfunktion bzw. innenstadtrelevanten Bedeutung der vorhandenen Dienstleistungsangebote nicht mehr in den zentralen Versorgungsbereich einbezogen.

Innerhalb des Siegburger Hauptzentrums ist insbesondere in den als Fußgängerzone ausgewiesenen Bereichen **Bahnhofstraße / Markt / südliche Kaiserstraße / westliche Holzgasse**, die schließlich eine umgedrehte „T-Struktur“ aufweisen, die größte Nutzungsdichte an Einzelhandelseinrichtungen festzustellen. Hier dominiert ein attraktiver Mix aus großformatigen, frequenzerzeugenden Anbietern, namhaften Filialisten und inhabergeführten Fachgeschäften. Es sind auch die höchsten Passantenfrequenzen festzustellen.

Aufgrund der zwar geringen Relevanz als Einzelhandelslage, aber einer aus städtebaulicher Sicht ansprechenden Gestaltung sowie aufgrund der ergänzenden zentrenprägenden Nutzungen (u. a. Stadtbibliothek und Kreisverwaltung) und weiterer Dienstleistungs- sowie Gastronomieangebote werden die südlich des Marktes gelegenen Bereiche bis zur Mühlenstraße in den zentralen Versorgungsbereich einbezogen. Die Neue Poststraße sowie der westliche Teil der Bahnhofstraße weisen zwar ebenfalls geringe Einzelhandelsnutzungen auf, bilden aber die Verbindungsachse zwischen dem Bahnhof und der Innenstadt und verfügen über ergänzende zentrenprägende Nutzungen (Amtsgericht, Banken) und Dienstleistungs- sowie Gastronomieangebote. Insgesamt weist die Innenstadt ein belebtes Ambiente mit guter Aufenthaltsqualität und attraktiven, abwechslungsreichen Einkaufsbereichen, Gastronomie- und Kulturangeboten auf.

Mit der vorgenommenen **Abgrenzung** des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt liegt aus gutachterlicher Sicht eine adäquate Dimensionierung, auch im Sinne einer potenziellen Angebotsausweitung, vor. Mit Blick auf die **weitere Entwicklung** und Wahrung der städtebaulichen Stabilität der Innenstadt ist es auch zukünftig ratsam, den Siegburger Hauptgeschäftsbereich „von Innen nach Außen“ zu entwickeln und die einzelhandelsrelevante Entwicklung auf die bestehenden Haupt- und Nebenlagen zu konzentrieren, um einen funktionalen Bezug einzelner Lagen mit dem eigentlichen Kern des Hauptgeschäftsbereichs zu gewährleisten. Dabei spielt ein funktionsfähiges städtebaulich kompaktes Grundgerüst mit starken Eckpunkten und Eingangsbereichen eine entscheidende Rolle.

Entwicklungsziele und -empfehlungen

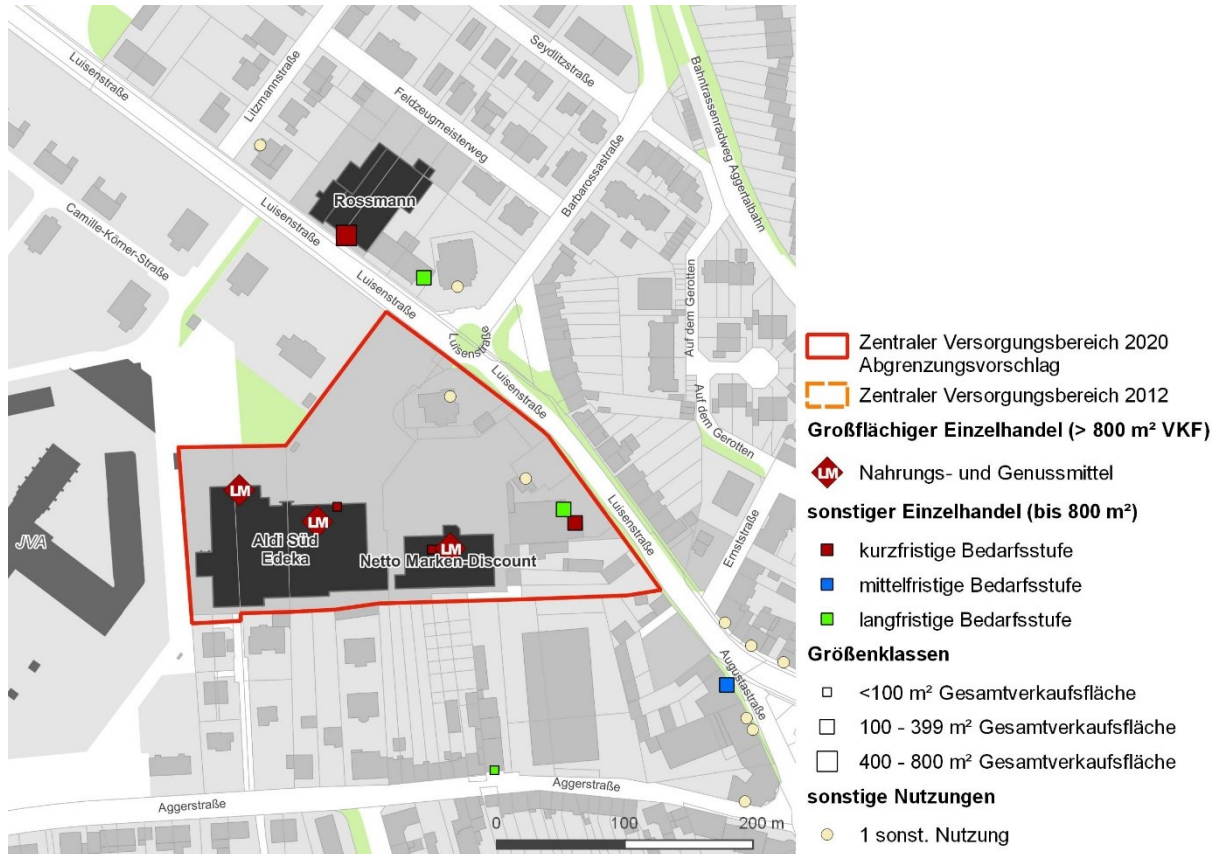
Oberstes Ziel bleibt die Sicherung und langfristige Stärkung der innerstädtischen Versorgungsfunktion durch vorrangige Lenkung des zentrenrelevanten Einzelhandels in den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich. Vor diesem Hintergrund können folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen formuliert werden:

- Sicherung und Stärkung als Hauptgeschäftsbereich der Kreisstadt Siegburg mit mittelzentraler Versorgungsfunktion.
- Ausweitung des Angebotsspektrums und Attraktivitätssteigerung der Innenstadt, insbesondere durch zielgerichtete, branchenspezifische (auch qualitative) Weiterentwicklungen mit Schwerpunkt in zentrenrelevanten Sortimenten. Aber keine weitere räumliche Ausdehnung, sondern stärker verdichten und vernetzen.
- Profilierung und Positionierung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt gegenüber Wettbewerbsstandorten durch qualitative und funktionale Verbesserungen des Angebots in zentrenprägenden Leitbranchen und Ergänzung des Angebotsspektrums um weitere attraktive Anbieter (insbesondere des standardisierten bis höherwertigen Sortiments) sowie adäquater Betriebsgrößen für moderne Fachgeschäfte.
- Sicherung und Ausbau der attraktiven und multifunktionalen Angebotsmischung auch mit ergänzenden Dienstleistungs- und Gastronomieangeboten sowie öffentlichen und kulturellen Einrichtungen.
- Sicherung der Grundversorgung für die in der Innenstadt sowie im näheren Umfeld lebende Bevölkerung durch Erhalt bzw. Schaffung nahversorgungsrelevanter Angebote in der Innenstadt.
- Weitere Steigerung der Attraktivität und Aufenthaltsqualität der Innenstadt, beispielsweise durch Sicherung der kompakten und vernetzten städtebaulichen Grundstruktur, attraktive Angebotsformen an neuralgischen Punkten der Innenstadt sowie ggf. weitere gestalterische Verbesserungen auch in Kombination mit gastronomischen Nutzungen.
- Aktives Flächen- und Leerstandsmanagement installieren.
- Digitalisierung als Chance für den Einzelhandel nutzen. Der Einzelhandel ist seit jeher durch einen stetigen Wandel gekennzeichnet. Prägend sind derzeit markante Veränderungen aufgrund der deutlichen Zunahme des Onlinehandels. Dabei gerät der stationäre Einzelhandel zunehmend unter Druck. Vor diesem Hintergrund ist die digitale Transformation zu forcieren. Sind die technischen Rahmenbedingungen geschaffen, ist die Nutzung von Internetauftritten sowie virtuellen Marktplätzen ein möglicher Ansatz zur Stärkung und Sicherung der Innenstadt als Einzelhandelsstandort. Darüber hinaus ist vor allem auch ein aktives Engagement von Handel, Immobilieneigentümern, übrigen Nutzern in der Innenstadt (Gastronomie, Dienstleistungen, u. a.), Verwaltung und Politik für eine klare strategische Positionierung und ein zielgerichtetes Management pro Innenstadt unabdingbar.

II. NAHVERSORGUNGSZENTRUM BRÜCKBERG

Die Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Brückberg umfasst den Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz westlich der Luisenstraße auf Höhe der Barbarossastraße und entspricht der Abgrenzung aus der Teilfortschreibung 2012. Im Detail stellt sich die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches wie folgt dar:

Karte 21: Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Brückberg



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019; Kartengrundlagen: Land NRW (2019), Datenlizenz Deutschland – Namensnennung – Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0); Legende für Kartengrundlage im Anhang (S. 154)

Die räumliche Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereichs umfasst die Einzelhandelsbetriebe südlich der Luisenstraße einschließlich der vorgelagerten Stellplatzflächen. Neben den strukturprägenden Lebensmittelanbietern Edeka, Aldi Süd und Netto Marken-Discount, die im Wesentlichen die Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums sicherstellen, sind weitere kleinteilige Einzelhandelsangebote ansässig, die das nahversorgungsrelevante Angebot ergänzen. Die vorhandenen Lebensmittelanbieter übernehmen eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die Stadtteile Brückberg und Nordstadt (rund mehr als 10.000 Einwohner). Aufgrund der hohen Versorgungsbedeutung, die durch die Planungen (Erweiterung Netto Marken-Discount und Ansiedlung Drogeriemarkt dm) weiter ausgebaut wird, und der Ausstattung mit einem eindeutigen Angebotsschwerpunkt in Waren des kurzfristigen, täglichen Bedarfs wird der Standort auch zukünftig als zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum definiert.

Der nördlich gelegene Drogeriemarkt ist nicht Bestandteil dieser Abgrenzung. Eine städtebauliche An- bzw. Verknüpfung dieses Bereichs mit dem Nahversorgungszentrum existiert gegenwärtig nicht. Zum einen befindet sich der Eingang des Marktes nicht an der Luisenstraße,

sondern im rückwärtigen Teil des Gebäudekomplexes, zum anderen bildet die vielbefahrene Luisenstraße eine eindeutige städtebauliche Barriere.

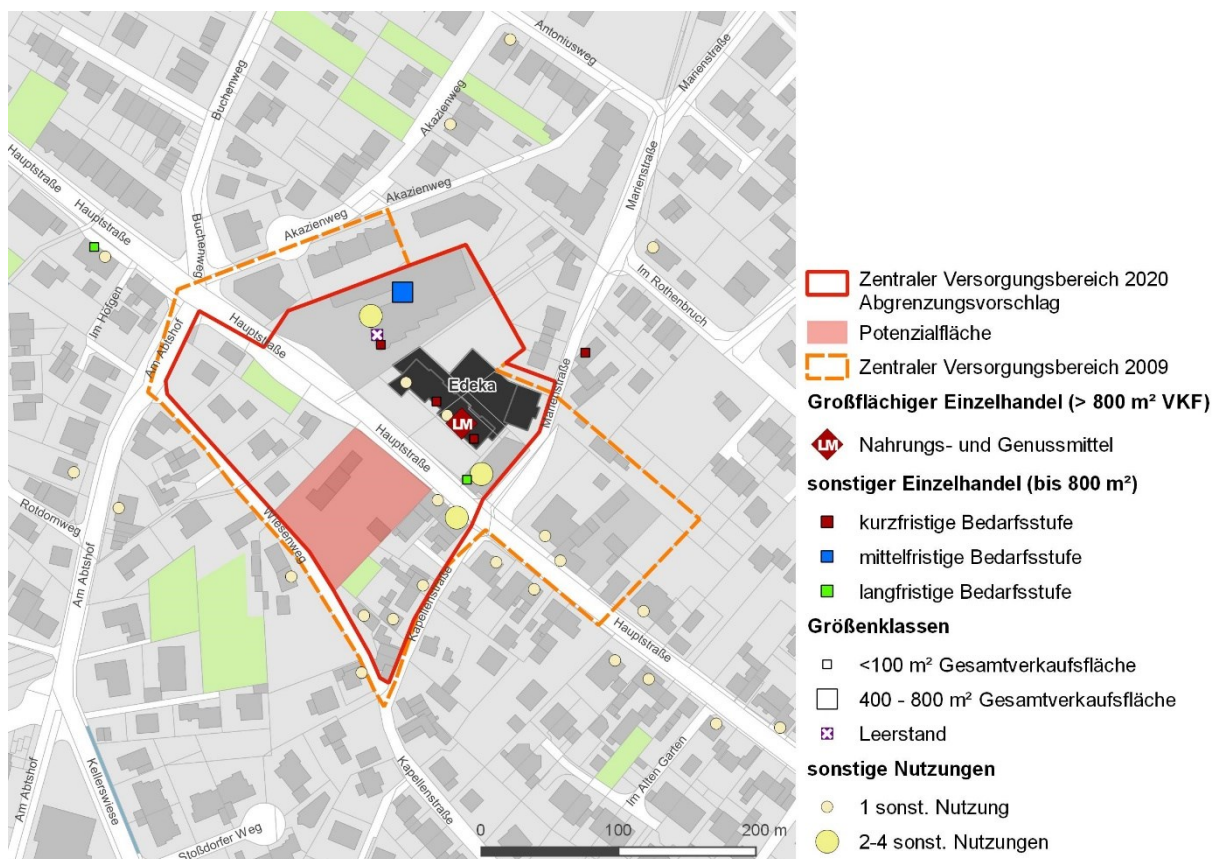
Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Sicherung und Stärkung in der Funktion als Nahversorgungszentrum für die Stadtteile Brückberg Nordstadt
- Sicherung der vorhandenen Lebensmittelmärkte als frequenzerzeugende Magnetbetriebe
- Arrondierung und qualitative Optimierung des grundversorgungsrelevanten Angebots durch kleinteilige Ergänzungen

III. NAHVERSORGUNGSZENTRUM KALDAUEN

Die Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Kaldauen umfasst den Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz an der Hauptstraße im Stadtteil Kaldauen und entspricht – mit einer Anpassung im westlichen und östlichen Bereich – der Abgrenzung aus dem Jahr 2009. Im Detail stellt sich die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches wie folgt dar:

Karte 22: Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Kaldauen



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelerhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019; Kartengrundlagen: Land NRW (2019), Datenlizenz Deutschland – Namensnennung – Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0); Legende für Kartengrundlage im Anhang (S. 154)

Die räumliche Ausdehnung des Nahversorgungszentrums erstreckt sich beidseitig entlang der Hauptstraße zwischen den Straßen Am Abtshof / Akazienweg im Westen und Marienstraße /

Kapellenstraße im Osten. Neben dem strukturprägenden Lebensmittelvollsortimenter Edeka, der zum Erhebungszeitpunkt im Wesentlichen die Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums sicherstellte, aber zwischenzeitlich geschlossen wurde⁵³, sind weitere kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote ansässig, die das nahversorgungsrelevante Angebot ergänzen. Als Nachnutzung des Supermarktes ist die Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters der Firma Aldi Süd geplant. Neben Anpassungen an parzellenscharfe Flurstücksgrenzen im Vergleich zur Abgrenzung aus dem Jahr 2009 sind die östlichen und westlichen Bereiche nicht mehr Bestandteil der Abgrenzung, da diese keinen Einzelhandelsbesatz aufweisen und hauptsächlich durch Wohnnutzung geprägt sind. Der geplante Lebensmittelanbieter wird auch zukünftig eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Siedlungsbereiche des Stadtteils Kaldauen (rund 7.300 Einwohner) übernehmen.

Aufgrund der baulich begrenzten Entwicklungsmöglichkeiten der bestehenden Einzelhandelsbetriebe wird auf der gegenüberliegenden Straßenseite südlich der Hauptstraße eine Potenzialfläche ausgewiesen. Hier bestehen gute räumliche Entwicklungsoptionen für Nutzungsergänzungen im Bereich nahversorgungsrelevanter Warengruppen – insbesondere mit Blick auf die bislang unterdurchschnittliche Versorgungssituation im Stadtteil (vgl. Kapitel 6.5).

Entwicklungsziele und -empfehlungen

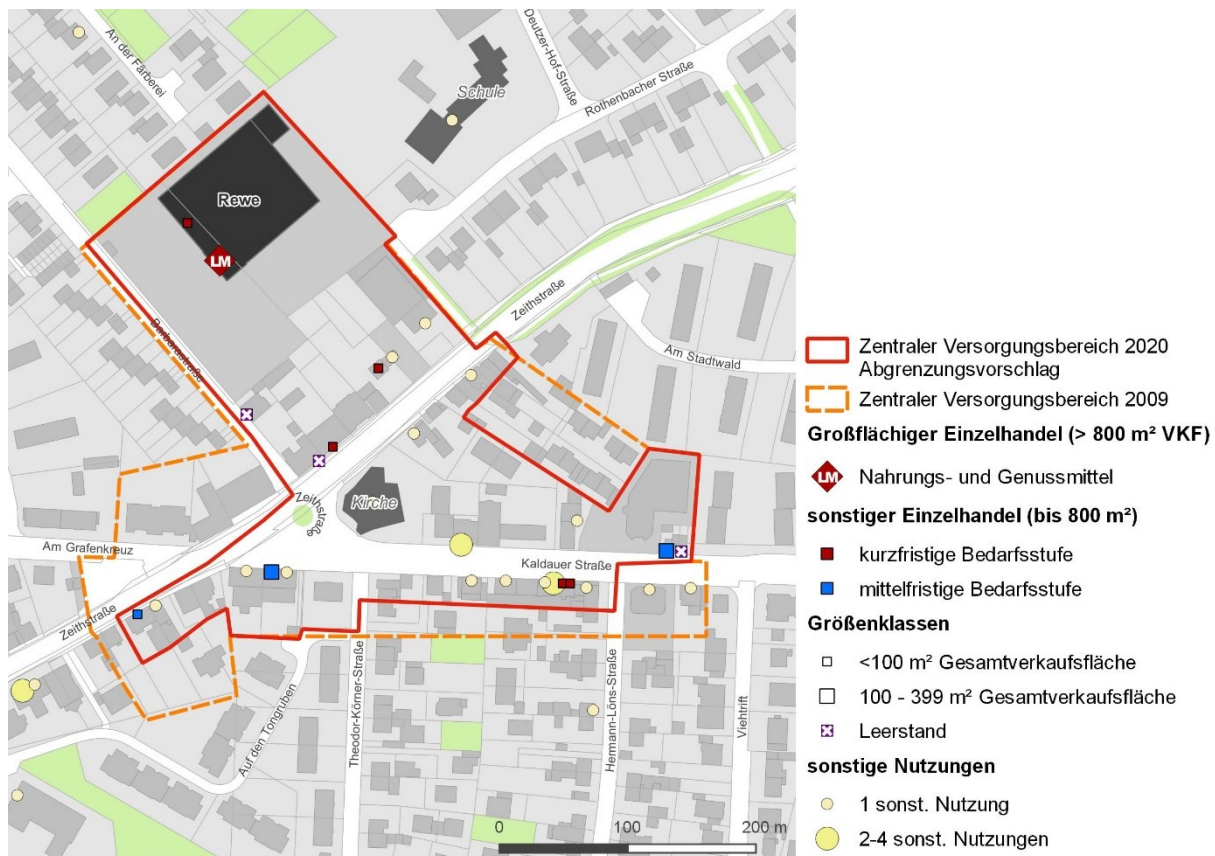
- Sicherung und Stärkung in der Funktion als Nahversorgungszentrum für den Stadtteil Kaldauen
- Sicherung des vorhandenen Lebensmittelmarktes als frequenzerzeugender Magnetbetrieb
- Arrondierung und qualitative Optimierung des grundversorgungsrelevanten Angebots durch kleinteilige Ergänzungen möglich

IV. NAHVERSORGUNGSZENTRUM STALLBERG

Die Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Stallberg umfasst den Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz im Ortskern des Stadtteils Stallberg. Im Detail stellt sich die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches wie folgt dar:

⁵³ In den Analysedaten dieses Berichtes ist der Supermarkt noch als Bestand berücksichtigt.

Karte 23: Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Stallberg



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019; Kartengrundlagen: Land NRW (2019), Datenlizenz Deutschland – Namensnennung – Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0); Legende für Kartengrundlage im Anhang (S. 154)

Die räumliche Ausdehnung des Nahversorgungszentrums erstreckt sich im Kreuzungsbereich der Zeithstraße (zwischen Am Stadtwald und Am Grafenkreuz) und der Kaldauer Straße (zwischen Zeithstraße und Viehtrift) und umfasst zudem einen Teilbereich der Barbarastraße. Der moderne Verbrauchermarkt Rewe stellt im Wesentlichen die Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums sicher. Darüber hinaus sind weitere kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote ansässig, die das nahversorgungs- sowie z. T. zentrenrelevante Angebot ergänzen. Abweichungen der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs im Vergleich zur Abgrenzung aus dem Jahr 2009 sind hauptsächlich auf eine Anpassung an eine möglichst parzellenscharfe Abgrenzung zurückzuführen, wobei der aktuelle Bestand im Hinblick auf eine zukünftige Entwicklung überprüft worden ist. Der vorhandene Lebensmittelanbieter übernimmt eine wichtige Nahversorgungsfunktion für den Stadtteil Stallberg (rund 3.900 Einwohner).

Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Sicherung und Stärkung in der Funktion als Nahversorgungszentrum für den Stadtteil Stallberg
- Sicherung des vorhandenen Lebensmittelmarktes als frequenzerzeugender Magnetbetrieb
- Arrondierung und qualitative Optimierung des grundversorgungsrelevanten Angebots durch kleinteilige Ergänzungen

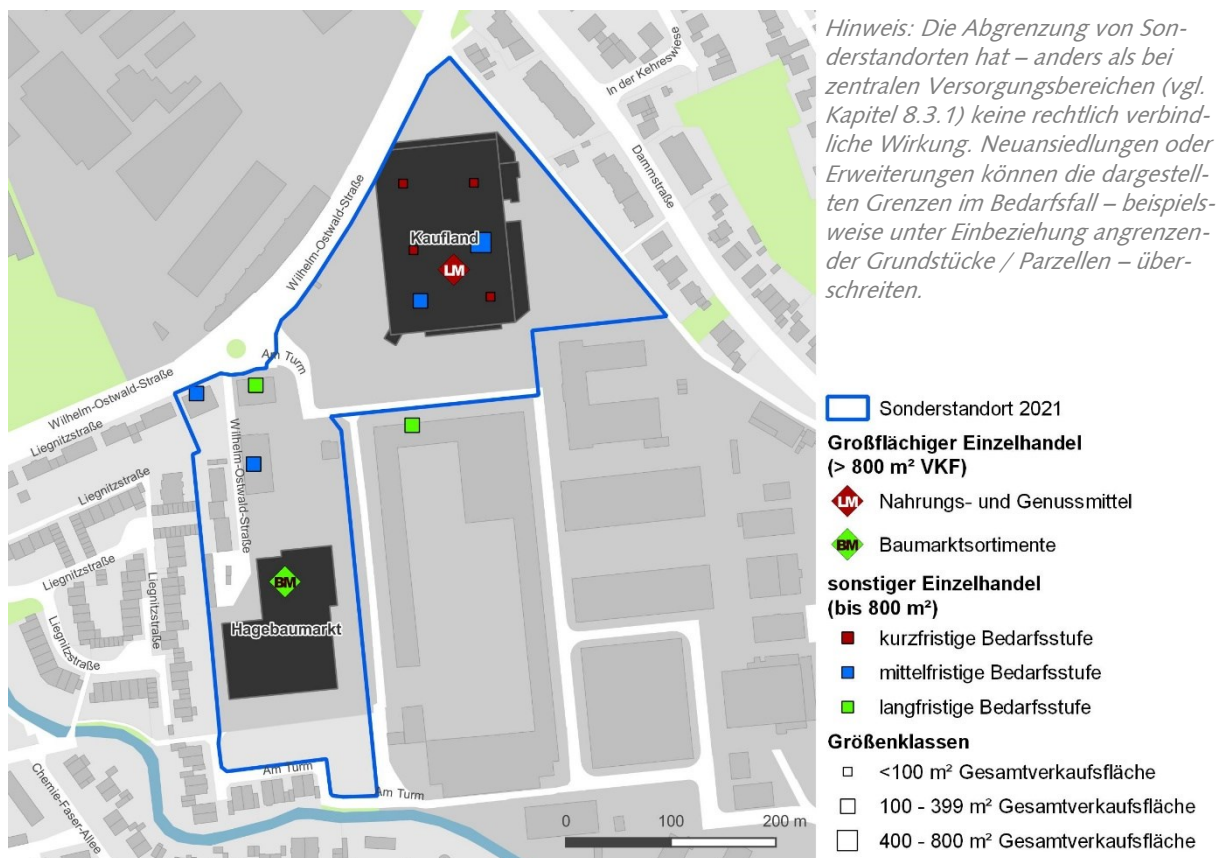
8.3.2 SONDERSTANDORTE DES EINZELHANDELS IN SIEGBURG

Im Sinne der Ergänzungsfunktion ist eine zentrenverträgliche Sicherung und Weiterentwicklung einiger Sonderstandorte in Siegburg möglich. Das bedeutet, dass der perspektivische Entwicklungsschwerpunkt bei der Sicherung und ggf. dem Ausbau von Fachmarktangeboten mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment liegen soll.

I. SONDERSTANDORT GEWERBEGEBIET AM TURM

Der Sonderstandort Gewerbegebiet Am Turm befindet sich in städtebaulich nicht integrierter Lage am südlichen Siedlungsrand Siegburgs, im Stadtteil Wolsdorf. Er besteht hauptsächlich aus einem SB-Warenhaus mit Konzessionären sowie einem Bau- und Gartenmarkt. Das Einzelhandelsangebot an diesem autokundenorientierten Fachmarktstandort umfasst zum Erhebungszeitpunkt zwölf Einzelhandelsbetriebe mit zusammen rund 12.800 m² Verkaufsfläche über alle Bedarfsstufen. Der Angebotsschwerpunkt liegt zu etwa gleichen Teilen in der nahversorgungsrelevanten Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel sowie in der nicht zentrenrelevanten Warengruppe Bau- und Gartenmarktsortimente. 2009 wurde der Sonderstandort als „Ergänzungsstandort für den zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandel“ definiert. Dieser Zielstellung kann auch 2021 gefolgt werden.

Karte 24: Sonderstandort Gewerbegebiet Am Turm



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019; Kartengrundlagen: Land NRW (2019), Datenlizenz Deutschland – Namensnennung – Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0); Legende für Kartengrundlage im Anhang (S. 154)

Die **bauplanungsrechtliche Grundlage** hinsichtlich der gegenwärtigen Einzelhandelssituation stellt sich wie folgt dar:

- Regionalplan
 - Der gesamte Sonderstandort ist als Allgemeiner Siedlungsbereich (ASB) eingeordnet.
- Bebauungsplan:
 - Der Sonderstandort liegt innerhalb des rechtskräftigen Bebauungsplans Nr. 18/4 „Wilhelm-Ostwald-Straße, Alter Dammweg und Mühlengraben“ (1. Ergänzung). Die Flächen sind als Sonstige Sondergebiete ausgewiesen. Für die einzelnen Teilbereiche (SB-Warenhaus: SO [1]; Bau- und Gartenmarkt: SO [2]) gelten unterschiedliche einzelhandelsrelevante Beschränkungen der zulässigen Gesamtverkaufsfläche und der zulässigen Sortimente.

Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Kernsortiment ist nicht kompatibel mit den städtebaulichen Zielvorstellungen der Kreisstadt Siegburg. Es besteht Steuerungs- und Planerfordernis.

Als **Entwicklungsziel** für den Standort Gewerbegebiet Am Turm kann die zentrenverträgliche Sicherung bzw. der Ausbau als Ergänzungsstandort für überwiegend großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment festgehalten werden. Mit Blick auf die Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche (Hauptzentrum und Nahversorgungszentren) und der wohnortnahen Grundversorgung müssen ein weiterer Ausbau und eine zusätzliche Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Kernsortiment über den bauplanungsrechtlich genehmigten Bestand konsequent vermieden werden. Ansiedlungs- und Umstrukturierungsperspektiven ergeben sich für Betriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment (Vorrangstandort für entsprechende Neuansiedlungen im Stadtgebiet), wobei eine Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente auf ein städtebaulich und versorgungsstrukturell verträgliches Maß erfolgen sollte (Einzelfallprüfung). Bestehende Anbieter mit zentren- oder nahversorgungsrelevantem Kernsortiment genießen grundsätzlich Bestandsschutz.

II. SONDERSTANDORT GEWERBEGEBIET ZANGE

Der Sonderstandort Zange befindet sich in städtebaulich nicht integrierter Lage im westlichen Stadtgebiet, im Stadtteil Zange. Der Standort wird hauptsächlich durch einen großflächigen Bau- und Gartenmarkt geprägt. Der Angebotsschwerpunkt liegt dementsprechend sehr eindeutig in den nicht zentrenrelevanten Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente. 2009 wurde der Sonderstandort als „*Ergänzungsstandort für den zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandel*“ definiert. Dieser Zielstellung kann auch 2021 gefolgt werden.

Die **bauplanungsrechtliche Grundlage** hinsichtlich der gegenwärtigen Einzelhandelssituation stellt sich wie folgt dar:

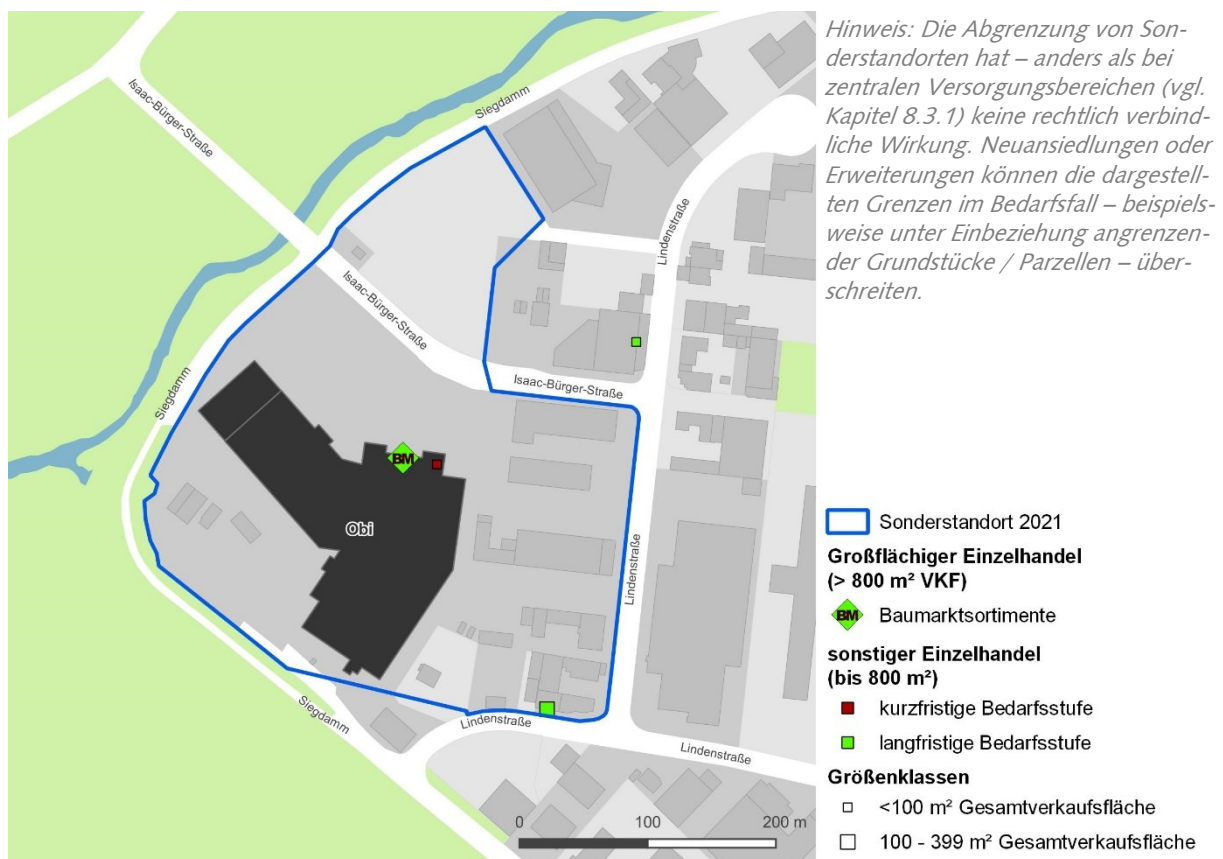
- Regionalplan
 - Der gesamte Sonderstandort ist als Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB) eingeordnet.

■ Bebauungsplan:

- Der Sonderstandort liegt innerhalb des rechtskräftigen Bebauungsplans Nr. 58/4 „Lindenstraße, Siegdamm“. Die westlichen und nördlichen Flächen sind als Sonstiges Sondergebiet und die östliche Fläche als Gewerbegebiet ausgewiesen. Für das Sonstige Sondergebiet gelten einzelhandelsrelevante Beschränkungen der zulässigen Gesamtverkaufsfläche und der zulässigen Sortimente.

Unter Berücksichtigung der Ziele und Grundsätze des LEP NRW Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel bestehen im GIB keine – über den genehmigten Bestand hinausgehenden – einzelhandelsrelevanten Entwicklungsperspektiven für großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne des § 11 (3) BauNVO. Entwicklungen sind nur im Rahmen des bestehenden Planungsrechts möglich. Im Falle einzelhandelsrelevanter Weiterentwicklungen großflächiger Betriebe ist eine Regionalplanänderung erforderlich.

Karte 25: Sonderstandort Gewerbegebiet Zange



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019; Kartengrundlagen: Land NRW (2019), Datenlizenz Deutschland – Namensnennung – Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0); Legende für Kartengrundlage im Anhang (S. 154)
 Hinweis: die Abgrenzung von Sonderstandorten hat – anders als bei zentralen Versorgungsbereichen (vgl. Kapitel 8.3.1) keine rechtlich verbindliche Wirkung. Neuansiedlungen oder Erweiterungen können die dargestellten Grenzen im Bedarfsfall – beispielsweise unter Einbeziehung angrenzender Grundstücke / Parzellen – überschreiten.

Als **Entwicklungsziel** für den Standort Gewerbegebiet Zange kann die zentrenverträgliche Sicherung bzw. der Ausbau als Ergänzungsstandort für überwiegend großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment festgehalten werden. Mit Blick auf die Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche (Hauptzentrum und Nahversorgungszentrum) und

der wohnortnahen Grundversorgung muss eine zusätzliche Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Kernsortiment über den bauplanungsrechtlich genehmigten Bestand konsequent vermieden werden. Ansiedlungs- und Umstrukturierungsperspektiven ergeben sich für Betriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment, wobei eine Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente auf ein städtebaulich und versorgungsstrukturell verträgliches Maß erfolgen sollte (Einzelfallprüfung).

III. SONDERSTANDORT INDUSTRIESTRAßE

Der im Vergleich zu 2009 neudefinierte Sonderstandort Industriestraße ist im westlichen Bereich des Stadtteils Innenstadt lokalisiert. Die derzeit sieben ansässigen Einzelhandelsbetriebe weisen ein Verkaufsflächenangebot von zusammen rund 6.500 m² Verkaufsfläche auf. Der Angebotschwerpunkt dieses Standorts liegt in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Baumarktsortimente.

Die **bauplanungsrechtliche Grundlage** hinsichtlich der gegenwärtigen Einzelhandelssituation stellt sich wie folgt dar:

- Regionalplan
 - Der gesamte Sonderstandort ist als Allgemeiner Siedlungsbereich (ASB) eingeordnet.
- Bebauungsplan:
 - Der Lebensmitteldiscounter Aldi Süd befindet sich im Geltungsbereich des Bebauungsplans 44/7 „Industriestraße“. Die Fläche ist als Gewerbegebiet ausgewiesen. Es gelten einzelhandelsrelevante Beschränkungen.
 - Der Verbrauchermarkt HIT befindet sich im Geltungsbereich des Bebauungsplans 44/6 „Industriestraße / Trasse Deutsche Bahn AG“. Die Fläche ist als Sonstiges Sondergebiet ausgewiesen. Es gelten einzelhandelsrelevante Beschränkungen der zulässigen Gesamtverkaufsfläche und der zulässigen Sortimente.
 - Der Baumarkt Holzland Schyns befindet sich im Geltungsbereich des Bebauungsplans 44/8 „Industriestraße“. Die Fläche ist als Gewerbegebiet ausgewiesen. Es gelten einzelhandelsrelevante Beschränkungen.

Karte 26: Sonderstandort Industriestraße



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Siegburg August / September 2019; Kartengrundlagen: Land NRW (2019), Datenlizenz Deutschland – Namensnennung – Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0); Legende für Kartengrundlage im Anhang (S. 154)

Hinweis: die Abgrenzung von Sonderstandorten hat – anders als bei zentralen Versorgungsbereichen (vgl. Kapitel 8.3.1) keine rechtlich verbindliche Wirkung. Neuansiedlungen oder Erweiterungen können die dargestellten Grenzen im Bedarfsfall – beispielsweise unter Einbeziehung angrenzender Grundstücke / Parzellen – überschreiten.

Als **Entwicklungsziel** für den Standort Industriestraße kann die zentrenverträgliche Sicherung bzw. der Ausbau als Ergänzungsstandort für überwiegend großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment festgehalten werden. Mit Blick auf die Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche (Hauptzentrum und Nahversorgungszentren) und der wohnortnahen Grundversorgung müssen ein weiterer Ausbau und eine zusätzliche Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Kernsortiment über den bauplanungsrechtlich genehmigten Bestand konsequent vermieden werden. Ansiedlungs- und Umstrukturierungsperspektiven ergeben sich für Betriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment, wobei eine Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente auf ein städtebaulich und versorgungsstrukturell verträgliches Maß erfolgen sollte (Einzelfallprüfung). Bestehende Anbieter mit zentren- oder nahversorgungsrelevantem Kernsortiment genießen grundsätzlich Bestandsschutz.

8.3.3 INTEGRIERTE (SOLITÄRE) STANDORTE ZUR NAHVERSORGUNG

Die Sicherstellung einer möglichst umfassenden, engmaschigen Nahversorgung im Siegburger Stadtgebiet ist ein zentrales stadtentwicklungsrelevantes Ziel der Kreisstadt Siegburg und rechtfertigt die räumliche Lenkung entsprechender Investitionen an die städtebaulich dafür geeigneten Standorte. Eine funktionierende Nahversorgung bedeutet, Einkaufsangebote mit Waren des täglichen Bedarfs (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Zeitschriften) und ergänzende Dienstleistungen (z. B. Post, Bank, Reinigung) so dezentral und wohnortnah vorzuhalten, dass eine fußläufige Erreichbarkeit für möglichst viele Einwohner möglich und zumutbar ist.

Da eine solche flächendeckende, wohnungsnah Grundversorgung innerhalb Siegburgs nicht ausschließlich über die zentralen Versorgungsbereiche Hauptzentrum Innenstadt sowie die Nahversorgungszentren Brückberg, Kaldauen und Stallberg sichergestellt werden kann, decken die **städtebaulich integriert gelegenen solitären Nahversorgungsstandorte** räumliche Versorgungslücken ab.

Siedlungsräumlich integrierte Nahversorgungsstandorte sind städtebaulich schutzwürdig, weil sie neben den zentralen Versorgungsbereichen (Haupt- und Nahversorgungszentren) einen wichtigen Baustein zur Sicherstellung der wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung darstellen. Sie sind daher bei Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters – unabhängig, ob innerhalb oder außerhalb Siegburgs – bei einer städtebaulichen Verträglichkeitsprüfung u. a. im Sinne des § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Anders als die zentralen Versorgungsbereiche werden sie jedoch nicht räumlich abgegrenzt. Die Schutzwürdigkeit eines solitären Nahversorgungsstandorts bezieht sich dabei immer auf seine ausgeübte Funktion als Nahversorger. Dieser Schutzstatus stellt ausdrücklich keinen Wettbewerbsschutz für Einzelbetriebe oder bestimmte Anbieter dar (keine wettbewerbliche Schutzfunktion). Die Schutzwürdigkeit entfällt zum Beispiel, wenn der Bestandsbetrieb am jeweiligen solitären Nahversorgungsstandort dasselbe Einzugsgebiet bedient wie das zu prüfende Vorhaben, das sich ebenfalls in städtebaulich integrierter Lage befindet. Sonstige (solitäre) Standorte strukturprägender Lebensmittelanbieter in städtebaulich nicht integrierter Lage erhalten diesen städtebaulichen Schutzcharakter nicht, da sie aufgrund ihrer siedlungsräumlichen Randlage nicht primär der verbrauchernahen fußläufigen Versorgung dienen.

Zum Erhebungszeitpunkt können in Siegburg folgende solitäre Nahversorgungsstandorte in städtebaulich integrierter Lage im Stadtgebiet mit strukturprägenden nahversorgungsrelevanten Anbietern (ab 400 m² Verkaufsfläche) definiert werden:

- Zeithstraße, Stadtteil Innenstadt (derzeit Lebensmitteldiscounter bis 800 m²)
- Zum Hohen Ufer – Mühlengrabenquartier, Stadtteil Innenstadt (derzeit Lebensmitteldiscounter > 800 m²)
- Braschossier Straße, Stadtteil Braschoß (derzeit Lebensmitteldiscounter bis 800 m²)

Entwicklungsempfehlungen

Für den zukünftigen Umgang mit solitären Nahversorgungsstandorten können aus gutachterlicher Sicht folgende Empfehlungen gegeben werden:

- Eine **Sicherung** der oben aufgeführten, unter versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten positiv zu wertenden **Nahversorgungsstandorte** ist grundsätzlich zu empfehlen. Das bedeutet, eine mögliche Erweiterung oder Umstrukturierung dieser Nahversorgungsbetriebe – insbesondere als wettbewerbsmäßige Anpassung des Bestands an aktuelle Erfordernisse – kann positiv begleitet werden, sofern das jeweilige Vorhaben nicht über die Nahversorgungsfunktion hinausgeht (s. u.).
- Aber auch eine **perspektivische Entwicklung neuer integrierter Nahversorgungsstandorte** kann vor allem dann sinnvoll und möglich sein, wenn dadurch räumliche Versorgungslücken geschlossen werden können und die Betriebe tatsächlich überwiegend der Nahversorgung dienen. Räumlich-strukturelle Angebotsdefizite in der Nahversorgung konnten in der Siegburger Kernstadt derzeit jedoch vor allem in den Siedlungsrandbereichen sowie in den kleineren Stadtteilen ausgemacht werden. Eine Ansiedlung neuer Anbieter ist aber nur dann realistisch und sinnvoll, wenn der Standort über eine entsprechende Mantelbevölkerung im Nahbereich verfügt, die aus betriebswirtschaftlicher Sicht die Eröffnung eines neuen Standorts rentabel machen würde. Angesichts der heutigen Marktzutrittsgrößen von Lebensmitteldiscountern ab etwa 1.000 m² Verkaufsfläche und von Lebensmittelvollsortimenten ab rund 1.200 m² ist dies in der Regel erst ab einem Kaufkraftpotenzial von mindestens rund 5.000 Einwohnern im Versorgungsgebiet der Fall. Bei weniger Einwohnern wären die Märkte auf Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Versorgungsgebiets angewiesen. Damit einhergehende Umverteilungseffekte gefährden unter Umständen die Anbieter in den zentralen Versorgungsbereichen bzw. an sonstigen solitären Nahversorgungsstandorten.

Dabei müssen großflächige Einzelhandelsvorhaben i. S. v. § 11 (3) BauNVO den Vorgaben des Ziels 6.5-2 LEP NRW entsprechen. Als wesentliche Bedingung muss in jedem Fall gelten, dass von Erweiterungen wie Neuansiedlungen keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche oder die wohnortnahen Grundversorgungsstrukturen im übrigen Siegburger Stadtgebiet ausgehen. Dazu muss das jeweilige Vorhaben folgende **Kriterien** erfüllen:

- nahversorgungsrelevantes Kernsortiment,
- städtebauliche Integration in Wohnsiedlungsbereiche, d. h. auch fußläufig erreichbar (5 bis 10 Minuten Fußweg entsprechen in der Regel einer 800 m Wegedistanz),
- möglichst keine oder eine nur geringe Überschneidung mit den fußläufigen Einzugsbereichen entsprechender Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen (räumliche Versorgungslücken im Stadtgebiet abdecken),
- eine am Nachfragevolumen der Bevölkerung im funktionalen Versorgungsgebiet orientierte, maßvoll dimensionierte Größenordnung: Soll-Umsatz des Betriebs bewegt sich im Rahmen einer Kaufkraftabschöpfung von bis zu 35 % (Orientierungswert, Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel, siehe dazu auch Ansiedlungsregel 1 in Kapitel 8.5 dieser Untersuchung).

Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der genannten Kriterien durchzuführen. Derzeit sind allerdings keine Siedlungsbereiche innerhalb des Siegburger Stadtgebiets erkennbar, die die vorgenannten Kriterien für die Ansiedlung weiterer, großflächiger Lebensmittelbetriebe erfüllen.

Zu beachten ist, dass gemäß LEP NRW eine Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarktes ausnahmsweise außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen nur dann erfolgen kann, wenn dies innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen nicht möglich ist.⁵⁴ In Siegburg bestehen im Kernstadtbereich mit dem Hauptzentrum Innenstadt und dem Nahversorgungszentrum Brückberg zwei zentrale Versorgungsbereiche sowie in den Stadtteilen Kaldauen und Stallberg jeweils ein als Nahversorgungszentrum ausgewiesener zentraler Versorgungsbereich. Ein zusätzlicher Nahversorgungsstandort, der die Ausnahme erfüllen würde, ist aus siedlungsräumlicher Sicht einzig in dem Stadtteil Braschoß denkbar, der sich deutlich abgesetzt von den übrigen Stadtteilen im östlichen Stadtgebiet befindet.

- Eine besondere Rolle im Rahmen der wohnungsnahen Grundversorgung nehmen zudem auch Drogeriemärkte ein. Durch die Insolvenz der Fa. Schlecker sind auch kleinere Drogeriemarkt-Filialen in Siegburg geschlossen worden. Die Betriebsgrößen der ehemaligen Schlecker-Märkte (zwischen 100 und 300 m²) entsprechen heute nicht mehr den aktuellen Standortanforderungen der Betreiber moderner Drogeriemärkte. Die Aufgabe der Filialen deutet ohnehin auf eine mangelnde ökonomische Rentabilität aus den jeweiligen Einzugs- bzw. Versorgungsgebieten an diesen Standorten hin. Unter räumlichen Gesichtspunkten hat eine Konzentration des branchenspezifischen Angebots stattgefunden. **Neuansiedlungen von Drogeriemärkten** sind angesichts der üblichen Flächengrößen von (teilweise deutlich) mehr als 500 m² und den entsprechend großen Einzugsbereichen **ausschließlich im räumlichen Kontext der zentralen Versorgungsbereiche** sinnvoll.
- Die **Integration zusätzlicher Funktionen und Dienstleistungen in bestehende Betriebe** erhöht die Attraktivität und sichert damit die Wettbewerbsfähigkeit eines Anbieters. Die Ergänzung von Einzelhandelsbetrieben mit kommunalen Angeboten oder Dienstleistungen (z. B. Post, Bank) zu „kleinen Nahversorgungszentren“ erzeugt Synergie und verbessert die Standortqualität oft entscheidend. Möglich ist dabei auch die Kombination mit anderen frequenzerzeugenden Einrichtungen wie Tankstellen oder Systemgastronomie (Fast Food / Imbiss). Während discountorientierte Filialisten diese Chancen in der Regel selbst erkennen und die Initiative ergreifen, fehlen bei inhabergeführten Geschäften oft Bereitschaft und Know-how zum Wandel, so dass von kommunaler Seite aktiv der Dialog gesucht und Hilfestellung angeboten werden sollte.
- Die **landwirtschaftliche Direktvermarktung**, beispielsweise in Hofläden, durch Abokisten oder Beschickung von Wochen- und Bauernmärkten in ländlich geprägten Bereichen, leistet einen Beitrag insbesondere zur qualitativen Abrundung des gesamtstädtischen, grundversorgungrelevanten Angebots. Daher sollte diese Vermarktungsform von landwirtschaftlichen Produkten direkt durch den Erzeuger positiv begleitet werden.

Die Ansiedlung größerer Märkte ist allein zur Nahversorgung der Wohnbevölkerung in kleineren Stadtteilen bzw. Wohnplätzen und Siedlungsrandbereichen ökonomisch oft nicht

⁵⁴ vgl. dazu das Urteil des OVG NRW vom 26.02.2020 (OVG 7 D 49/16.NE)

tragfähig. Deshalb sind auch **alternative kleinteilige Angebotsformen** wie „Dorfläden“, sog. „Convenience-Stores“ oder Nachbarschaftsläden sinnvoll. Diese setzen jedoch ein hohes Maß an bürgerlichem Engagement voraus. Zudem ist festzuhalten, dass alternative Nahversorgungskonzepte im Gegensatz zum klassischen Lebensmitteleinzelhandel unter dem Gesichtspunkt der Wirtschaftlichkeit häufig schwierig zu betreiben sind. In der Praxis kommen sie daher bislang nur in Ausnahmefällen vor. Sie sollten aber dennoch zur Sicherung der Nahversorgung auch künftig in Einzelfällen zumindest in Betracht gezogen werden.

Übergeordnetes Ziel ist die Sicherung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung im gesamten Siegburger Stadtgebiet, die sich auf die zentralen Versorgungsbereiche Hauptzentrum Innenstadt sowie Nahversorgungszentren Brückberg, Kaldauen und Stallberg sowie die integrierten Nahversorgungsstandorte im Stadtgebiet stützt. Insofern sind sowohl die Sicherung und Weiterentwicklung bestehender Nahversorgungsstandorte als auch perspektivische Neuentwicklungen sinnvoll und möglich, wenn diese Standorte tatsächlich der Nahversorgung der Bevölkerung der umliegenden Wohnsiedlungsbereiche dienen und negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche oder die sonstige wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet auszuschließen sind. Das Einzelhandelskonzept für die Kreisstadt Siegburg dient der Umsetzung dieses Ziels.

8.4 SIEGBURGER SORTIMENTSLISTE

Neben der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche (Hauptzentrum und Nahversorgungszentren) und der Definition der Sonderstandorte sowie solitären Nahversorgungsstandorte stellt die „Siegburger Sortimentsliste“ ein wichtiges Instrument zur Steuerung der gesamtstädtischen Einzelhandelsentwicklung dar. Insbesondere für die Umsetzung der Zielvorstellungen des Einzelhandelskonzepts in der Bauleitplanung ist eine weiterführende Differenzierung zwischen **nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten** notwendig⁵⁵.

Rechtliche Prämissen und Rahmenbedingungen, Begriffsdefinitionen sowie schließlich die Herleitung der für die Kreisstadt Siegburg ortsspezifischen Liste werden im Folgenden dargestellt.

⁵⁵ vgl. dazu vgl. Kuschnerus, U., Bishopink, O., Wirth, A. (2018): Der standortgerechte Einzelhandel. 2. Auflage. Rdnr. 519

Rechtliche Einordnung von Sortimentslisten

Eine Sortimentsliste ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung höchststrichterlich anerkannt⁵⁶. Dabei steht in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifisch differenzierten Einzelhandels zu räumlich und funktional bestimmten zentralen Versorgungsbereichen (gemäß §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 34 (3), 9 (2a) BauGB, § 11 (3) BauNVO) sowie die Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben im Vordergrund der Betrachtungen. Sortimentslisten sind z. B.

- für Sortimentsbindungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel (insbesondere mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten),
- bei der Zulässigkeit, dem Ausschluss bzw. der ausnahmsweisen Zulässigkeit des sortimentspezifischen Einzelhandels in unterschiedlichen Baugebieten nach §§ 1-11 BauNVO unter Bezugnahme auf § 1 (5) und (9) BauNVO sowie
- bei sortimentspezifischen Festsetzungen in einfachen Bebauungsplänen im bislang unbeplanten Innenbereich nach § 9 (2a) BauGB relevant.

Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bauplanungsrechts kann – mit Hilfe der Sortimentslisten – beispielsweise in Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO sowie in bislang unbeplanten Innenbereichen nach § 9 (2a) BauGB nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel gänzlich ausgeschlossen und dadurch das Zentrengefüge geschützt werden⁵⁷. Denn für die Zentrenstruktur einer Kommune können nicht nur großflächige Einzelhandelsbetriebe oder Einkaufszentren außerhalb der dafür bestimmten zentralen Versorgungsbereiche, sondern auch der nicht großflächige Einzelhandel (bis zu 800 m² Verkaufsfläche) mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten negative städtebauliche Auswirkungen haben. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Lebensmitteldiscountern oder Fachmärkten mit zentrenrelevanten Kernsortimenten. Diese operieren zuweilen bewusst knapp unterhalb der Großflächigkeitsgrenze, um nicht gemäß § 11 (3) BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden.

Zur Steuerung des Einzelhandels ist daher eine ortsspezifische Sortimentsliste notwendig, die einen Bezug zu den **lokalen Verhältnissen**, aber auch zu den **lokalen Entwicklungsperspektiven** aufweist. Ein Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung reicht nicht aus, ist rechtsfehlerhaft und kann zur Unwirksamkeit von sich darauf berufenden Bebauungsplänen führen⁵⁸.

Begriffsdefinition

Da es in der Planungspraxis durchaus unterschiedliche Definitionen grundlegender Begriffe gibt, wird im Folgenden ein Kriterienkatalog dargelegt, nach dem nahversorgungsrelevante,

⁵⁶ vgl. dazu u. a. den Beschluss des Bundesverwaltungsgerichts vom 10.11.2004 (BVerwG – 4 BN 33.04) sowie auch das Urteil des Oberverwaltungsgerichts für das Land Nordrhein-Westfalen vom 30.1.2006 (OVG NRW – 7 D 8/04.NE)

⁵⁷ vgl. dazu das Urteil des OVG NRW vom 25.10.2007 (OVG 7 A 1059/06)

⁵⁸ vgl. dazu auch die Urteile des OVG NRW vom 3.6.2002 (OVG NRW, 7a D 92/99.NE) sowie vom 30.1.2006 (OVG NRW, 7 D 8/04.NE)

zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente⁵⁹ zu unterscheiden sind. Im Hinblick auf diese in der Praxis übliche Differenzierung bestimmen die rechtlichen Rahmenbedingungen, der Standort an dem die Sortimente angeboten werden sowie eine mögliche Zielformulierung die Zuordnung zu einer der genannten Kategorien.

- **Zentrenrelevante Warengruppen** sind in der Regel für einen attraktiven Warengruppenmix notwendig und bedürfen einer zentralen Lage, da sie sich nicht nur durch die hohe Erzeugung von Besucherfrequenzen und ihre hohe Ausstrahlungskraft auszeichnen, sondern ihrerseits auch selbst auf andere Frequenzbringer angewiesen sind. Dementsprechend sind solche Sortimente in zentralen Lagen am stärksten vertreten und verfügen idealerweise über eine hohe Seltenheit bzw. Überschussbedeutung. Ferner weisen sie Kopplungsaffinitäten zu anderen Einzelhandelsbranchen bzw. Zentrenfunktionen auf, haben überwiegend einen relativ geringen Flächenanspruch und lassen sich häufig als sogenannte „Handtaschensortimente“ Pkw-unabhängig transportieren. Insbesondere den Warengruppen und Sortimenten der mittelfristigen Bedarfsstufe kommt hierbei eine hohe Leitfunktion für die Innenstadt zu.
- **Nahversorgungsrelevante Sortimente** sind eine Teilgruppe der zentrenrelevanten Sortimente und dienen der kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfsdeckung. Sie nehmen insbesondere in Klein- und Mittelstädten, aber auch in Grund- und Nahversorgungszentren zentrenprägende Funktionen ein. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche kann bei entsprechender Dimensionierung im Sinne einer wohnortnahen Grundversorgung sinnvoll sein. Unter Berücksichtigung des Einzelfalls sind daher hier sachgerechte Standortentscheidungen mit dem Ziel, eine möglichst verbrauchernahe Versorgung mit z. B. Lebensmitteln oder Gesundheit und Körperpflegeartikeln zu gewährleisten und den Regelungsinhalten des § 11 (3) BauNVO sowie betriebsbedingter Anforderungen zu entsprechen, zu treffen.
- Bei **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** handelt es sich schwerpunktmäßig um solche Waren, die zentrale Standorte nicht prägen und aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten werden (z. B. Baustoffe). Angesichts ihrer meist sehr großen Flächenansprüche (z. B. Möbel) haben diese Sortimente in der Regel – wie auch in Siegburg – für den innerstädtischen Einzelhandel keine oder nur eine sehr untergeordnete Bedeutung und besitzen somit im Umkehrschluss keine oder nur sehr geringe Folgewirkung(en) für die zentralen Einkaufsbereiche. Allerdings ist bei diesen Betrieben zunehmend die Problematik der Randsortimente von Bedeutung. So weisen z. B. Möbelmärkte in den Randsortimenten, die nicht selten 10 % der Gesamtverkaufsfläche (und mehr) umfassen, ein umfangreiches Sortiment im Bereich der Haushaltswaren oder Heimtextilien auf, das in seinen Dimensionen teilweise das Angebot in zentralen Lagen übertreffen kann. Durch die zunehmende Bedeutung für den betrieblichen Umsatz ist eine aus Betreiber-sicht forcierte Ausweitung der zentrenrelevanten Sortimente zu beobachten.

Landesplanerische Vorgaben in NRW

⁵⁹ Als Sortiment wird die Gesamtheit der von einem Handelsbetrieb angebotenen Warenarten (-sorten) verstanden. Der typische Charakter des Betriebs wird von seinem Kernsortiment (z. B. Möbel, Nahrungsmittel, Getränke) bestimmt. Das Randsortiment dient der Ergänzung des Angebots und muss sich dem Kernsortiment deutlich unterordnen (z. B. Glas / Porzellan / Keramik im Möbelhaus).

Bei der Aufstellung der ortstypischen Sortimentsliste sind auch die landesplanerischen Vorgaben zur Unterscheidung zentrenrelevanter und nicht zentrenrelevanter Waren zu berücksichtigen. Im Landesentwicklungsplan NRW⁶⁰ (LEP NRW, Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel) mit neuen Zielen und Grundsätzen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels in NRW sind zentrenrelevante Leitsortimente benannt, die in besonderem Maße die Angebotsstruktur nordrhein-westfälischer Innenstädte prägen. Die Leitsortimente gemäß Anlage 1 sind bezugnehmend auf Ziel 6.5-2 des LEP NRW zu beachten und unterliegen somit nicht der kommunalen Abwägung.

Folgende zentrenrelevante Leitsortimente werden im LEP NRW definiert:

- Papier/Bürobedarf/Schreibwaren,
- Bücher,
- Bekleidung, Wäsche,
- Schuhe, Lederwaren,
- medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel,
- Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik,
- Spielwaren,
- Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Teilsortimente Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte),
- Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto – ohne Elektrogroßgeräte, Leuchten),
- Uhren, Schmuck

und

- Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant),
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant).

In der kommunalen Planungspraxis ergeben sich aufgrund der Definition der zentrenrelevanten Sortimente Zuordnungsfragen zu einzelnen Sortimenten, da die gebräuchlichen Sortimentslisten i. d. R. stärker differenziert sind. Darüber hinaus ergeben sich teilweise unterschiedliche Sortimentseinteilungen bzw. -benennungen. Im Rahmen der Aufstellung der Siegburger Sortimentsliste wurden neben den landesplanerischen Vorgaben insbesondere bei den Sortimenten, die nicht eindeutig den zentrenrelevanten Sortimentsgruppen zuzuordnen sind, die lokale Situation sowie die städtebaulichen Zielvorstellungen der Kreisstadt Siegburg näher betrachtet. Die Zentrenrelevanz kann in Einzelfällen in Abhängigkeit von dem vorhandenen Angebotsbestand in den jeweiligen Zentren und in Abhängigkeit von der städtebaulichen Situation differieren.

⁶⁰ Vgl. Landesentwicklungsplan NRW – in Kraft getreten im Februar 2017, in der geänderten Fassung 2019 – (LEP NRW) Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel mit neuen Zielen und Grundsätzen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels in NRW

Herleitung der Siegburger Sortimentsliste

Die Sortimentsliste stellt einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung der städtebaulichen Leitvorstellungen dar. Kuschnerus, Bishopink und Wirth⁶¹ stellen im Sinne der Rechtssicherheit folgende Vorgehensweise als sachgerecht bei der Erstellung von Sortimentslisten dar:

- Zunächst gilt es, die Zielvorgaben der Raumordnung im entsprechenden Bundesland zu prüfen. Wenn bindende Vorgaben zu zentrenrelevanten Sortimenten bestehen (wie im Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern), müssen diese in die ortsspezifische Sortimentsliste aufgenommen werden. Die Gemeinde ist an die verbindlichen Zielvorgaben der Raumordnung gebunden.
- Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts werden die tatsächlich vorhandenen, weiteren typischerweise als zentrenrelevant angesehenen Sortimentsgruppen im zentralen Versorgungsbereich, die durch die Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen, nach ihrem Umfang ermittelt (Sortimente, Verkaufsflächen).
- Die Aufnahme dieser Sortimente in die Liste der zentrenrelevanten Sortimente unterliegt regelmäßig keinen Bedenken, auch wenn dieselben Sortimente gegebenenfalls an anderen – isolierten, städtebaulich nicht integrierten Standorten – angeboten werden, wenn entsprechende städtebauliche Zielvorstellungen im Gesamtkonzept formuliert werden, die ein weiteres Angebot dieser Sortimente im zentralen Versorgungsbereich begründen.
- In der Rechtsprechung ist darüber hinaus anerkannt, sogenannte „zentrumbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen. Diese Sortimente können als zentrenrelevant in die ortsspezifische Liste aufgenommen werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzepts / Einzelhandelskonzepts notwendig).
- Eine ortsspezifische Liste kann durchaus mit generellen Auflistungen übereinstimmen, sie kann aber auch zu gewissen Abweichungen gelangen. Entscheidend ist, dass die konkrete Ausgestaltung der gemeindespezifischen Liste auf **die örtlichen Verhältnisse abgestimmt und im Hinblick auf die sich hieraus ergebenden konkreten städtebaulichen Erfordernisse motiviert** ist.

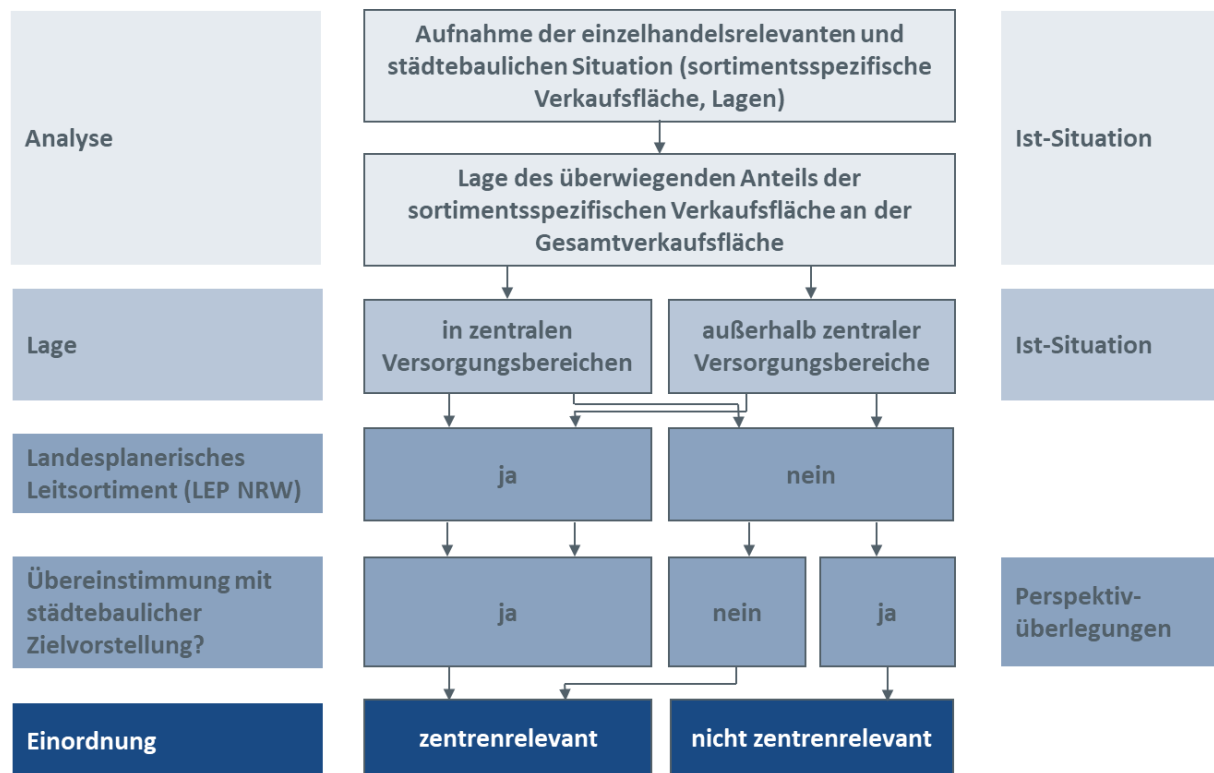
Die Zentrenrelevanz ergibt sich demnach vor allem aus

- der konkreten Verteilung der Einzelhandelsangebote in der Kreisstadt Siegburg selbst,
- der Leit- oder Magnetfunktion einzelner Anbieter bzw. Sortimente, Kopplungsaffinitäten, quantitativen oder qualitativen Angebotsschwerpunkten, Betriebsstrukturen etc., aber auch
- der allgemeinen Bedeutung der entsprechenden Warengruppen für zentrale Einzelhandelslagen in Siegburg.

Das folgende Schaubild visualisiert auf Basis der dargelegten Ausführungen das Vorgehen zur Bestimmung der Zentrenrelevanz der angebotenen Sortimente in der Kreisstadt Siegburg unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben:

⁶¹ vgl. Kuschnerus, U., Bishopink, O., Wirth, A. (2018): Der standortgerechte Einzelhandel. 2. Auflage. Rdnr. 521

Abbildung 13: Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten



Quelle: eigene Darstellung

Basierend auf der differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des Einzelhandels in Siegburg sowie unter Berücksichtigung der im Hinblick auf die Methodik bei der Erstellung von Sortimentslisten dargelegten Kriterien werden die einzelnen Sortimente zunächst aufgrund ihres überwiegenden, zum Zeitpunkt der Erhebung bestehenden, Verkaufsflächenanteils in den Lagen innerhalb bzw. außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche in der Kreisstadt Siegburg aufgeteilt. Unter Berücksichtigung künftiger stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen zur Stärkung der gewachsenen zentralen Strukturen in Siegburg ergibt sich die im Folgenden dargestellte Siegburger Sortimentsliste mit einer Differenzierung von nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten.

Tabelle 20: Sortimentliste für die Kreisstadt Siegburg

zentrenrelevante Sortimente	
<i>hiervon nahversorgungsrelevant</i>	
Backwaren / Konditoreiwaren (Schnitt-)blumen	Getränke ¹ Nahrungs- und Genussmittel ²
Drogeriewaren / Körperpflegeartikel	Zeitungen / Zeitschriften
Fleisch- und Metzgereiwaren	
Bekleidung, Wäsche	Kinderwagen
Bücher	Kosmetik- und Parfümerieartikel
Büromaschinen	Lederwaren / Taschen/ Koffer / Regenschirme
Elektrokleingeräte	Medizinische und orthopädische Artikel ⁷
Elektronik und Multimedia ³	Musikinstrumente und Zubehör
Erotikartikel	Papier, Büroartikel, Schreibwaren
Freiverkäufliche Apothekenwaren (pharmazeutische Artikel)	Schuhe
Glaswaren / Porzellan / Keramik ⁴ , Haushalts- waren ⁵	Spielwaren
Handarbeitsartikel / Kurzwaren / Meter- ware / Wolle	Sportartikel / -geräte (ohne Sportgroßgeräte)
Heimtextilien (z. B. Gardinen / Dekostoffe / Bettwäsche etc.)	Sportbekleidung
Hobbyartikel ⁶	Sportschuhe
	Uhren / Schmuck
	Wohndekorationsartikel ⁸
nicht zentrenrelevante Sortimente (<i>keine abschließende Auflistung</i>)	
Angler- und Jagdartikel (ohne Bekleidung und Schuhe), Waffen	Matratzen ¹⁵
Bauelemente, Baustoffe, Holz	Möbel ¹⁶
baumarktspezifisches Sortiment ⁹	Pflanzen / Samen
Bettwaren ¹⁰	Reitsportartikel (ohne Bekleidung und Schuhe)
Campingartikel ¹¹	Sportgroßgeräte ¹⁷
Elektrogroßgeräte	Teppiche (Einzelware)
Fahrräder und technisches Zubehör	Topf- und Zimmerpflanzen, Blumentöpfe / Vasen (Indoor)
Gartenartikel / -geräte ¹²	Zoologische Artikel ¹⁸ , Heim- und Kleintierfut- ter
Kfz- ¹³ , Caravan ¹⁴ - und Motorradzubehör	
Lampen, Leuchten, Leuchtmittel	

rot dargestellt: stets zentrenrelevantes Sortiment lt. LEP NRW 2019 Kapitel 6.5 Anlage 1:

Verbindlicher Kern an Sortimenten, die stets als zentrenrelevant einzuordnen sind und hinter den die Gemeinden bei der Konkretisierung der Zielvorgabe nicht zurückfallen können. Diese Sortimente geben damit einen landesplanerischen Mindeststandard zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche vor.

Quelle: eigene Darstellung

Erläuterungen

¹ inkl. Wein / Sekt / Spirituosen

² inkl. Kaffee / Tee / Tabakwaren

³ dazu gehören u. a. Bild und Tonträger, Computer und Zubehör, Fotoartikel, Telekommunikation und Zubehör, Unterhaltungselektronik und Zubehör

⁴ Glas / Porzellan / Keramik ohne Pflanzgefäße

- 5 Haushaltswaren umfassen: Küchenartikel und -geräte (ohne Elektrokleingeräte); Messer, Scheren, Besteck, Eimer, Wäscheständer und -körbe, Besen, Kunststoffbehälter und -schüsseln
- 6 Künstlerartikel / Bastelzubehör (Bastel- und Malutensilien wie Acryl-, Aquarell-, Öl- und Wasserfarben, Bastelmaterial, Klebstoff, Pinsel, Malblöcke, Staffeleien etc.), Sammlerbriefmarken und -münzen
- 7 dazu gehören u. a.: Hörgeräte, Optik / Augenoptik, Sanitätsartikel / Orthopädiewaren
- 8 Wohndekorationsartikel umfassen: Kunstgewerbe (kunstgewerbliche Artikel / Erzeugnisse) / Bilder / Bilderrahmen, sonstige Wohneinrichtungsartikel (Kerzenständer, Statuen, Wohnaccessoires, Dekorationsartikel, Ziergegenstände, Kunstblumen)
- 9 dazu gehören u. a.: Bodenbeläge, Eisenwaren und Beschläge, Elektroinstallationsmaterial, Farben / Lacke, Fliesen, Heizungs- und Klimageräte, Kamine / Kachelöfen, Rollläden / Markisen, Sanitärartikel, Tapeten, Installationsmaterial, Maschinen / Werkzeuge
- 10 Bettwaren umfassen u. a. Kissen, Bettdecken, Matratzenschoner
- 11 zu Camping- und Outdoorartikeln zählen u. a. Zelte, Isomatten und Schlafsäcke (ohne Caravanzubehör, Bekleidung und Schuhe)
- 12 Gartenartikel und -geräte umfassen Blumenerde, Erden, Torf, Mulch, Bewässerungssysteme, Düngemittel, Garten- und Gewächshäuser, Teichbauelemente und -zubehör; Gartenwerkzeug wie z. B. Schaufeln, Harken, Scheren; Gartenmaschinen wie z. B. Garten- und Wasserpumpen, Hochdruckreiniger, Laubsauger, Motorsäge, Rasenmäher und -trimmer, Vertikutierer; Grillgeräte und -zubehör; Pflanzenschutzmittel, Regentonnen, Schläuche und Zubehör, Großspielgeräte; Pflanzgefäße (Outdoor auch Terrakotta)
- 13 Kfz-Zubehör inkl. Autokindersitze
- 14 zum Caravanzubehör zählen u. a. Markisen, Vorzelte, Wohnwagenheizungen
- 15 Matratzen ohne Bettwäsche (Heimtextilien)
- 16 inkl. Badmöbel, Küchenmöbel, Büromöbel und Gartenmöbel / Polsterauflagen
- 17 Sportgroßgeräte umfassen u. a. Konditionskraftmaschinen, Großhanteln, Fußball-, Hockey- oder Handballtore, Turnmatten, Billardtische, Rennrodell, Boote
- 18 inkl. lebende Tiere und Hygieneartikel für Kleintiere

Die vorliegende Siegburger Sortimentsliste ist, wie eingangs erläutert, ein Ergebnis der gutachterlichen Analysen und Einschätzungen, der landesplanerischen Vorgaben des Kapitels 6.5 Großflächiger Einzelhandel des LEP NRW sowie der städtebaulichen Zielsetzungen der Stadt Siegburg. Sie ist uneingeschränkt im gesamten Stadtgebiet anwendbar. Gegenüber der bestehenden Sortimentsliste aus dem Jahr 2009 ergeben sich durch die geänderte Sortimentssystematik (siehe hierzu auch die Erläuterungen zur Sortimentsliste) kleinere Veränderungen. Diese Veränderungen ergeben sich insbesondere daher, dass 2009 bestimmte Sortimente einzeln aufgeführt wurden, die in der neuen Systematik zusammengefasst wurden oder andersherum. Auch gibt es leichte Veränderungen in der Bezeichnung bestimmter Sortimente. **Im Wesentlichen kann festgehalten werden, dass die neue Siegburger Sortimentsliste 2021 die bestehende weitestgehend bestätigt.**

Es sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass es sich bei der Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente um keine abschließende Liste handelt.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass für nahezu alle als nicht zentrenrelevant eingestuften Sortimente der tatsächliche Verkaufsflächenschwerpunkt auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs liegt. Besonders deutlich wird dies beispielsweise bei Teilsortimenten der Warengruppen Bau- bzw. Gartenmarktsortimente, die teilweise zu 100 % außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten werden.

In Bezug auf die zentrenrelevanten Sortimente zeigt sich ein ähnliches Bild: Hier ist der Angebotsschwerpunkt eines Großteils der Sortimente in den zentralen Versorgungsbereichen konzentriert, wie es auch unter städtebaulich-versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten wünschenswert ist (beispielsweise Bekleidung, Schuhe / Lederwaren und Glas/Porzellan/Keramik/Haushaltswaren).

Erläuterungen zur Einordnung der nahversorgungsrelevanten Sortimente

Im Verkaufsflächenbestand befinden sich mehr als 40 % der Sortimente der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sowie ein gewisser Teil auch in städtebaulich integrierten Lagen, wo sie einen Beitrag zur wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung leisten. Zugleich ist aber auch ein nicht unbeträchtlicher Anteil der Verkaufsfläche in diesen Sortimenten in städtebaulich nicht integrierten Lagen lokalisiert. Im Sortiment Drogeriewaren / Körperpflegeartikel liegt der Schwerpunkt des Angebotes in den zentralen Versorgungsbereichen. Insbesondere Lebensmittel- und Drogeriemärkte besitzen eine wichtige Frequenzbringer- und Magnetfunktion für städtische Zentren und bilden somit zentrenbedeutsame Bausteine. Nicht nur im Hinblick auf die Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche, sondern auch unter dem Gesichtspunkt der wohnungsnahen Grundversorgung ist es wichtig, nahversorgungsrelevante Sortimente in zentralen Versorgungsbereichen zu stärken. Eine Verdichtung/Ausdehnung des sortimentspezifischen Angebots an den Sonderstandorten oder anderen städtebaulich nicht integrierten Standorten im Stadtgebiet (über das bereits genehmigte Maß hinaus) ist dagegen im Sinne des Schutzes sowie der Aufrechterhaltung eines engmaschigen Grundversorgungsnetzes – u. a. auch mit funktionsfähigen wie kleinteiligen Nahversorgungsstandorten – konsequent zu verhindern. Aus diesen Gründen und nicht zuletzt auch den Vorgaben zu zentrenrelevanten Leitsortimenten gemäß LEP NRW folgend, sind die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren / Körperpflegeartikel als nahversorgungsrelevant und zugleich auch zentrenrelevant eingestuft. Ebenfalls überwiegend wohnungsnah bzw. auch in zentralen Versorgungsbereichen und i. d. R. auch im Zusammenhang mit den Sortimenten der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren / Körperpflegeartikel werden die Sortimente Zeitungen / Zeitschriften sowie (Schnitt-)Blumen angeboten. Daher sind auch sie weiterhin als nahversorgungsrelevant einzustufen.

Erläuterungen zur Einordnung der zentrenrelevanten Sortimente

Im Verkaufsflächenbestand befinden sich nahezu alle **zentrenrelevanten Sortimente** mehrheitlich innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Aufgrund ihres Anteils in den zentralen Versorgungsbereichen prägen diese Sortimente in besonderem Maße das Einzelhandelsangebot in Siegburg, wobei jeweils eine unterschiedliche quantitative Ausprägung in den Warengruppen zu verzeichnen ist. In ihrem Zusammenspiel leisten diese Sortimente einen wichtigen Beitrag insbesondere zur Belebung und Attraktivität des Hauptzentrums Innenstadt. Sie sollen auch künftig eine Magnetfunktion für das Siegburger Hauptzentrum übernehmen und zur Stärkung der innerstädtischen Funktionen beitragen. Im Sinne des LEP NRW, Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel und auch aufgrund der lokalen Situation in Siegburg sind diese Sortimente (mit allen ihren Teilsortimenten) daher als zentrenrelevante Sortimente in die Siegburger Sortimentsliste aufzunehmen.

Erläuterungen zur Einordnung der nicht zentrenrelevanten Sortimente

Zu den allgemein typischen nicht zentrenrelevanten Sortimenten gehören **Möbel** sowie **Bau- und Gartenmarktsortimente**, die üblicherweise an dezentralen Standorten bzw. Fachmarkstandorten in großflächigen Angebotsformen anzutreffen sind. In Siegburg stellt sich die Situation im Bereich Möbel jedoch spezifisch dar. Bislang existieren im Stadtgebiet lediglich acht kleinflächige Spezialanbieter von denen sich die Hälfte im Hauptzentrum Innenstadt befindet. Unter Berücksichtigung der Beschaffenheit des **Möbelsortiments**, der Marktentwicklungen sowie auch des Umgangs mit diesem Sortiment in anderen Kommunen (landes- und bundesweit) wird dieses Sortiment weiterhin als **nicht zentrenrelevant** eingestuft. **Bau- und Gartensortimente** weisen auch in der örtlichen Situation in Siegburg ihren Schwerpunkt außerhalb zentraler Lagen auf und werden daher als **nicht zentrenrelevant** eingestuft.

Anglerartikel werden Siegburg mehrheitlich von einem Kernsortimentsanbieter außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten. Aufgrund der starken Spezialisierung und der deutlich untergeordneten funktionalen Bedeutung dieses Sortiments innerhalb der Warengruppe Sportartikel sowie im Rahmen der Einzelhandelsstruktur sind für dieses Sortiment – ebenso wie für das Sortiment **Jagdartikel sowie Waffen** (für welches derzeit in Siegburg ein Betrieb mit entsprechendem Kernsortiment vorhanden ist) – durch eine Ansiedlung eines entsprechenden Betriebes auch außerhalb der Zentren keine negativen städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten. Daher werden diese Sortimente als **nicht zentrenrelevant** eingestuft.

In Siegburg ist die Angebotsstruktur im Teilsortiment **Fahrräder** bislang gering ausgeprägt. Es befinden sich lediglich zwei kleinflächige Anbieter (mit Werkstatt) außerhalb der Zentren. Marktseitig ist jedoch ein Trend zu großflächigen Fachmärkten außerhalb zentraler Lagen zu beobachten (z.B. Megabike, LuckyBike). Derzeit findet in vielen Kommunen eine intensive Diskussion im Zusammenhang mit der Differenzierung des Sortiments Fahrräder von der übergeordneten Warengruppe Sportartikel statt. Sportartikel besitzen unbestritten, insbesondere unter Berücksichtigung von Sportbekleidung und -schuhen, eine wichtige Magnetfunktion für (innerstädtische) Zentren. Fachabteilungen und Spezialgeschäfte einzelner Warengruppen tragen darüber hinaus zur Vielfalt des Angebots bei. Großflächige Anbieter außerhalb zentraler Lagen – mit vergleichbaren Angeboten – verschärfen in der Regel den Wettbewerb. Vielfach ist aber auch zu beobachten, dass die Entwicklungschancen der Anbieter in den Zentren begrenzt sind und diese nach Standorten außerhalb der Zentren streben, an denen sie ihre Waren zeitgemäß anbieten können. Vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen wird das Sortiment Fahrräder und technisches Zubehör weiterhin als **nicht zentrenrelevant** eingeordnet. Jedoch ist dabei zu berücksichtigen, dass den landesplanerischen Vorgaben folgend, die entsprechenden Teilsortimente Bekleidung und Schuhe weiterhin als zentrenrelevant einzustufen sind und somit an dezentralen Standorten als Randsortiment gemäß der Steuerungsgrundsätze des Einzelhandelskonzeptes bzw. der Ziele des LEP NRW (Kapitel 6.5) zu begrenzen sind.

Das Sortiment **Sportgroßgeräte** (dazu zählen z. B. Boote oder Billardtische) wurde in der Fortschreibung der Sortimentsliste als Teilsortiment ausgegliedert und aufgrund seiner besonderen Angebotscharakteristika (u.a. Platzbedarf, Transportfähigkeit) als **nicht zentrenrelevant** eingestuft.

Der Angebotsschwerpunkt in den Sortimenten **Bettwaren und Matratzen** liegt außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Insbesondere aufgrund der Beschaffenheit der Sortimente Bettwaren und Matratzen (u. a. Raumbedarf, Transportfähigkeit) wird – auch weiterhin – die Einstufung als **nicht zentrenrelevant** vorgenommen.

Die Verkaufsflächenanteile der zentralen Versorgungsbereiche im Sortiment **Lampen, Leuchten, Leuchtmittel** fallen mit weniger als 10 % gering aus. Das Sortiment war bislang in der örtlichen Sortimentsliste als zentrenrelevant vertreten. Es bestehen mit einem kleinteiligen Anbieter im Hauptzentrum Innenstadt und einem Fachmarkt außerhalb der Zentren insgesamt zwei Facheinzelhändler. Innerhalb der Zentren entfällt das Angebot in diesem Sortiment damit hauptsächlich auf Randsortimente. Das Sortiment hat somit keine prägnante Bedeutung für die Siegburger Zentren. Auch geht der Trend weiter dahin, dass Lampen und Leuchten in größeren Fachmärkten, wie Möbelhäusern oder Baumärkten, als Randsortiment angeboten werden. Vor dem Hintergrund der marktseitigen Veränderungen sowie der Verkaufsflächenverteilung innerhalb des Stadtgebietes wird eine Einstufung als **nicht zentrenrelevant** vorgenommen.

Die Sortimente **zoologische Artikel und Heim- und Kleintierfutter** befinden sich mehrheitlich außerhalb zentraler Lagen. Zoologische Artikel und lebende Tiere werden heute fast ausschließlich in Zoofachmärkten angeboten, wovon es in Siegburg zwei gibt, die sich außerhalb zentraler Lagen befinden. Zudem kommt das Teilsortiment Heim- und Kleintierfutter in Lebensmittelmärkten zwar regelmäßig aber nur als deutlich untergeordnetes Randsortiment vor. Eine Weiterentwicklung in diesen Angebotssegmenten ausschließlich auf die zentralen Versorgungsbereiche zu beschränken, erscheint den aktuellen Entwicklungen moderner Fachanbieter dieser Sortimente sowie den realen Gegebenheiten in Siegburg nicht angemessen. Diese Sortimentsgruppen werden insofern (auch in Anlehnung an die Siegburger Sortimentsliste 2009) als **nicht zentrenrelevant** definiert.

8.5 ANSIEDLUNGSREGELN ZUR EINZELHANDELS- UND ZENTRENENTWICKLUNG

Im Rahmen dieses Einzelhandelskonzepts bilden gesamtstädtische **stadtentwicklungspolitische Zielvorstellungen für die Kreisstadt Siegburg** (vgl. Kapitel 8.2) die übergeordnete Betrachtungsebene, aus der grundsätzliche Strategien zur künftigen räumlichen Einzelhandelsentwicklung in der Kreisstadt Siegburg abgeleitet werden.

Diese als **Ansiedlungsregeln** formulierten Leitlinien zum zukünftigen Umgang mit Einzelhandelsbetrieben bilden Grundlagen für die Bewertung einzelner Standorte hinsichtlich ihrer Eignung als perspektivische Einzelhandelsstandorte und helfen, potenzielle Ansiedlungs- wie Erweiterungsvorhaben hinsichtlich ihrer Zentrenverträglichkeit zu beurteilen.

Der wesentliche Vorteil dieser **gesamtstädtischen Betrachtungsweise** ist, dass mögliche Summenwirkungen von unterschiedlichen Vorhaben, aber auch des bereits vorhandenen Einzelhandelsbestands außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche berücksichtigt werden. Dadurch können Umsatzumverteilungen die städtebauliche Relevanzschwelle – abweichend zur Einzelfallbetrachtung – (z. T. deutlich) übersteigen und somit mögliche negative städtebauliche Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur aufgezeigt werden.

Zur Verbindlichkeit und Anwendung dieser Ansiedlungsregeln ist vorab noch Folgendes herauszustellen:

- die Regeln haben **keine unmittelbare Wirkung**, sondern stellen Ansiedlungsregeln für die politische Willensbildung und Entscheidungsfindung sowie die Bauleitplanung dar;
- für die Zulässigkeit von Vorhaben ist uneingeschränkt die **bauplanungsrechtliche Situation** maßgebend;

- die Grundsätze betreffen **zukünftige Einzelhandelsentwicklungen**, d. h. sie gelten für Neuansiedlungen, Erweiterungen und Verlagerungen von Betrieben;
- **bestehende** bzw. genehmigte **Einzelhandelsbetriebe** bleiben – bezogen auf den genehmigten Bestand – von den formulierten Regeln unberührt (**Bestandsschutz**).

Ansiedlungsregel 1:

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten werden zukünftig nur noch in den zentralen Versorgungsbereichen sowie – je nach Lage und Verkaufsflächendimension – ausnahmsweise und nur bezogen auf Betriebe mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel auch zur wohnortnahen Grundversorgung an integrierten Nahversorgungsstandorten ermöglicht.
Standorte für Drogeriemärkte sollen konsequent nur in den zentralen Versorgungsbereichen liegen.

Die maximale Dimensionierung eines Betriebs innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs soll sich an der jeweiligen Versorgungsfunktion des Standorts orientieren:

- Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt:
gesamtstädtische Versorgungsfunktion
- Nahversorgungszentren Brückberg, Kaldauen und Stallberg:
Versorgungsfunktion auf den Stadtteil bzw. umliegende Siedlungsbereiche bezogen

Einzelhandelsbetriebe (mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel) können außerhalb der Siegburger zentralen Versorgungsbereiche in städtebaulich integrierten Lagen (z. B. in Mischgebieten, Allgemeinen Wohngebieten und Urbanen Gebieten) möglich sein, wenn sie

- der Nahversorgung dienen (d. h. die Kaufkraftabschöpfung eine Quote von in der Regel 35 % der sortimentspezifischen Kaufkraft im Nahbereich in der Kernstadt bzw. im funktionalen Versorgungsgebiet nicht übersteigt),
- städtebaulich in Wohnsiedlungsbereiche integriert sind,
- auch fußläufig für möglichst viele Menschen erreichbar sind (i. d. R. 800 m-Distanz) und
- keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die wohnortnahen Versorgungsstrukturen zu erwarten sind.

Erläuterungen (ohne Drogeriemärkte)

Neuansiedlungen sowie Erweiterungen bestehender Betriebe mit dem Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich sollen vor dem Hintergrund geschehen, **die Nahversorgung zukünftig zu sichern und zu verbessern**. Standorte für Einzelhandelsbetriebe (sowohl großflächige als auch kleinflächige) mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen daher zukünftig **in den zentralen Versorgungsbereichen Innenstadt, Brückberg, Kaldauen und Stallberg** liegen. Unter bestimmten Bedingungen sind auch ergänzende Nahversorgungsstandorte im Sinne einer flächendeckenden Nahversorgung möglich. Sie dürfen die wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet jedoch nicht im Bestand gefährden bzw. gewünschte Entwicklungen beeinträchtigen.

In **städtebaulich integrierten Lagen** außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche können klein- und großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sinnvoll und möglich sein, wenn dadurch eine Versorgungslücke im Nahbereich geschlossen werden kann. Neben der Voraussetzung einer vorrangigen Nahversorgungsfunktion ist hierbei sicherzustellen, dass vom Vorhaben keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche oder die Standortstruktur im Sinne des Einzelhandelskonzepts ausgehen.

Als **städtebaulich integrierte Lage** im Sinne des Siegburger Einzelhandelskonzepts werden Standorte definiert, deren direktes Umfeld an mindestens zwei Seiten von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist und für die eine fußläufige Erreichbarkeit gegeben ist, ohne dass städtebauliche Barrieren (wie zum Beispiel Hauptverkehrsstraßen oder Bahngleise) den Standort von der Wohnbebauung separieren.

Als **funktionales Versorgungsgebiet** ist regelmäßig derjenige Bereich zu definieren, den das Planvorhaben fußläufig versorgen soll:

Im Falle eines Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhabens im **kompakten Siedlungsbereich** der Siegburger Kernstadt (westlich der Bundesautobahn A 3) würde ein zu versorgendes Gebiet als Nahbereich definiert werden. Dieser entspricht der fußläufigen Erreichbarkeit in einer Entfernung von rund 800 m, um die vorstehenden Bedingungen zu erfüllen.

Berechnungsbeispiel zur „35 % - Regel“

Ausgangssituation:

- Vorhaben: Lebensmitteldiscounter mit einer Gesamtverkaufsfläche von 1.200 m²
- Standort: städtebaulich integriert,
- im funktional zugewiesenen Versorgungsgebiet leben rund 3.000 Einwohner

Berechnung des Soll-Umsatzes des Vorhabens:

- Der geplante Lebensmitteldiscounter bietet auf rund 80 % seiner Gesamtfläche, d. h. rund 960 m² Nahrungs- und Genussmittel an (1.200 m² x 80 % = 960 m²).
- Auf dieser Fläche erwirtschaftet er im Schnitt voraussichtlich rund 7,1 Mio. Euro (960 m² x 7.400 Euro / m² (Flächenproduktivität Lebensmitteldiscounter im Jahr 2019) = 7,10 Mio. Euro).

Abschöpfbare Kaufkraft der Bevölkerung im Versorgungsgebiet:

- Die Bewohner des Versorgungsgebiets verfügen über eine Kaufkraft von rund 7,5 Mio. Euro in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (3.000 EW x 2.511 Euro je Einwohner = 7,53 Mio. Euro).
- Ein Einzelanbieter kann in der Regel max. rund 35 % dieser Kaufkraft abschöpfen:
7,53 Mio. Euro x 35 % = 2,64 Mio. Euro

Prüfung der Nahversorgungsfunktion (Umsatz / Kaufkraft-Relation):

- Der Soll-Umsatz des Vorhabens im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel übersteigt die abschöpfbare Kaufkraft der Bevölkerung um mehr als das Doppelte (7,10 Mio. Euro / 2,64 Mio. Euro = 2,69).

Schlussfolgerung:

Das Vorhaben dient nicht primär der Nahversorgung der Bevölkerung im zugedachten Versorgungsgebiet, sondern müsste mehr als die Hälfte des Soll-Umsatzes im Kernsortiment

Nahrungs- und Genussmittel durch Kaufkraftzuflüsse von außerhalb dieses Gebiets beziehen (ggf. zu Lasten anderer städtebaulich wünschenswerter Standorte). Das Vorhaben ist im Sinne der aus den Zielsetzungen des Einzelhandelskonzepts abgeleiteten Ansiedlungsregel 1 nicht zulässig.

Insbesondere in **dünn besiedelten Stadtteilen und Siedlungsrandbereichen** Siegburgs erfordert die vorhandene aufgelockerte Siedlungsstruktur jedoch eine weiter ausdifferenzierte Regelungssystematik: Die in diesen Bereichen vorherrschenden siedlungsstrukturellen, verkehrlichen und städtebaulichen Rahmenbedingungen führen dazu, dass städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte vergleichsweise weit entfernt von den Wohnstandorten liegen. Somit greift das erforderliche Kaufkraftpotenzial im fußläufigen (800 m) Nahbereich eines Planvorhabenstandorts als Prüfkriterium nicht. Um aber auch in solchen Stadtbereichen – unter Berücksichtigung des formulierten Ziels einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet – eine funktionierende und zukunftsfähige Nahversorgung zu ermöglichen, kann bei der Einordnung und Bewertung von möglichen wohnnahen Nahversorgungsstandorten (Einzelfallprüfung) auf größere Siedlungsbereiche innerhalb Siegburgs zurückgegriffen werden, die räumliche / funktionale Beziehung zu dem Planvorhabenstandort aufweisen können (funktional zugewiesenes Versorgungsgebiet). Demnach ist das funktionale Versorgungsgebiet anhand nachprüfbarer Kriterien (u. a. siedlungsräumliche Strukturen, verkehrliche Barrieren, Lage und Entfernung zu Zentren und Nahversorgungsstandorten) einzelfallbezogen zu definieren. In der Regel sind in diesem Zusammenhang jedoch auch hier die umliegenden zusammenhängenden Siedlungskörper der jeweiligen Stadtteile als grundlegender Orientierungsmaßstab heranzuziehen.

Eine über den Bestandsschutz bzw. die bauplanungsrechtlichen Festsetzungen hinausgehende Erweiterung der bestehenden sowie eine Ansiedlung von zusätzlichen nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben an **städtebaulich nicht integrierten Standorten** ist hingegen auszuschließen. Insbesondere Standorte innerhalb von Gewerbe- und Industriegebieten (mögliche Ausnahmen: Kioske und „Convenience-Stores“, Verkaufsstätten i. S. d. „Handwerkerprivilegs“ s. u.) sind ausdrücklich ausgeschlossen, um den Charakter dieser Gebiete zu erhalten.

In jedem Fall ist bei der möglichen Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebs mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment in städtebaulich integrierter Lage eine Einzelfallbetrachtung unter Einbeziehung der o. a. Indikatoren durchzuführen sowie eine dezidierte Abwägung aller einzelhandelsrelevanten städtebaulichen Belange erforderlich.

Umgang mit der Ansiedlung von Drogeriemärkten in der Stadt Siegburg

Entwicklungen der Drogeriemarkt-Branche

Mit der Schlecker-Insolvenz im Jahre 2012 erlebten die Anzahl und der Umsatz der Drogeriemärkte in Deutschland einen deutlichen Einbruch. Die Zahl sank von 2011 bis 2012 von rund 10.250 auf 3.855 Märkte und damit um mehr als 60 %. Damit einher ging eine deutliche Ausdünnung des Filialnetzes, was vor allem in dünn besiedelten Bereichen und im ländlichen Raum zu Versorgungslücken führte. Der Umsatz der Branche sank von 13,5 Mrd. Euro im Jahre 2011 auf 11,8 Mrd. Euro im Jahre 2012 um rund 13 %.

Seither hat sich der Umsatz jedoch sehr gut erholt. Auch die Anzahl der Betriebe ist stetig angestiegen, wobei die Anzahl aus dem Jahre 2011 längst nicht erreicht wird. Im Jahre 2015 sind es

4.475 Märkte. Das entspricht einem Anteil von 43 % gegenüber 2011. Dabei ist festzuhalten, dass besonders die Wettbewerber dm-drogeriemarkt und Rossmann deutliche Entwicklungen erfahren haben. Diese „neuen“ Märkte unterscheiden sich sowohl in den Verkaufsflächengrößen (500-800 m²) deutlich von Schlecker-Märkten (150-250 m²), als auch im Angebot sowie im Erscheinungsbild (breiteres Angebot, niedrige Regal, breitere Gänge, Lichtdesign etc.). Die Unternehmen wählen für die Ansiedlung von Drogeriemärkten vor allem Standorte mit hoher Kundenfrequenz, guter Verkehrsanbindung (guten Parkmöglichkeiten, Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr) und entsprechend hohen Umsatzerwartungen (und nicht wie Schlecker mit geringen Ladenmieten in Randlagen oder Vorstädten). Folgende Standorte stehen im Blickwinkel der Expansion:

- innerstädtische 1A- und 1B-Lagen
- Einkaufszentren
- Fachmarktzentren
- Nahversorgungs- und Stadtteilzentren
- Verbundstandorte mit gut frequentierten Lebensmittelmärkten

Die Expansionsbestrebungen der Unternehmen zielen damit nicht nur auf Lagen in den städtischen Zentren (zentralen Versorgungsbereichen) ab, sondern auch auf Lagen außerhalb der Zentren. Dabei handelt es sich sowohl um wohnsiedlungsräumlich integrierte Standorte als auch um nicht integrierte Standorte (an Hauptverkehrsstraßen oder in Gewerbegebieten bzw. an Fachmarktstandorten). Nicht zuletzt aufgrund ihrer Gesamtverkaufsfläche entwickeln moderne Drogeriemärkte außerhalb der Zentren jedoch eine Ausstrahlungskraft, die deutlich über den Nahbereich hinausreicht, so dass ihnen i. d. R. keine reine Nahversorgungsfunktion zukommt. Dabei findet aufgrund der Flächenansprüche, die unter 800 m² und damit der Großflächigkeit liegen, häufig keine eingehende planerische Auseinandersetzung mit entsprechenden Ansiedlungsbegehren statt.

Handlungsempfehlung zum planerischen Umgang mit Drogeriemärkten in Siegburg

Das Angebot an Drogeriewaren wird in der Kreisstadt Siegburg, wie auch in vielen anderen Städten, vor allem in fünf Fachmärkten (Drogeriemarkt), mehreren Fachgeschäften (Parfümerien) sowie als typisches Randsortiment in Lebensmittelmärkten (SB-Warenhaus, Verbrauchermarkt, Lebensmittelvollsortimenter, Lebensmitteldiscounter) angeboten. In dem zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt wird das Sortiment in drei klassischen Drogeriemärkten und in Fachgeschäften angeboten. In den Nahversorgungszentren besteht das Sortiment aus Randsortimentsangeboten der Lebensmittelmärkte. Zwei weitere klassische Drogeriemärkte befinden sich in städtebaulich integrierten Lagen.

Zur absatzwirtschaftlichen Tragfähigkeit von Drogeriewaren in der Kreisstadt Siegburg ist Folgendes festzuhalten:

In Siegburg leben rund 43.600 Einwohner. Diese verfügen über ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Warengruppe Drogeriewaren (ohne pharmazeutische, medizinische Artikel) von 293 Euro pro Kopf bzw. rund 13 Mio. Euro⁶² insgesamt. Legt man die Flächenproduktivitäten der Marktführer zugrunde (2019: dm-drogerie markt 6.730 Euro / m²

⁶² IFH Retail Consultants, Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2019

Verkaufsfläche⁶³; Rossmann 5.230 Euro / m² Verkaufsfläche⁶⁴) und geht davon aus, dass die Umsätze von Drogeriewaren zu rund 40 % von Drogerien selbst getätigt werden, ergeben sich (bei rechnerischer 100 % Abschöpfung der lokalen Kaufkraft) Potenziale (auch) für große Drogeriemärkte, allerdings unter der Schwelle der Großflächigkeit.

Die Stadt Siegburg ist jedoch aus rein quantitativer Sicht überdurchschnittlich gut mit Drogeriewaren ausgestattet. Dies belegt auch der hohe Zentralitätswert von 1,98 (vgl. Kapitel 6.1). Handlungsdruck entsteht allenfalls aufgrund einzelbetrieblicher Ansprüche. **Das bedeutet jedoch nicht, dass es keine Ansiedlung von Drogeriemärkten in Siegburg mehr geben kann,** sondern bei dem bereits ausgeschöpften Kaufkraftpotenzial ist der Standort umso entscheidender.

Für eine Stadt der Größe Siegburgs und aufgrund des Wettbewerbs innerhalb der Stadt insbesondere auch wegen des Angebots nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente an den Sonderstandorten, muss **der räumliche Ansiedlungsschwerpunkt für einen Drogeriemarkt aus versorgungsstruktureller Sicht in den zentralen Versorgungsbereichen Hauptzentrum Innenstadt und Nahversorgungszentren (Brückberg, Kaldauen und Stallberg) liegen.** Drogeriemärkte sind in der Regel hoch frequentierte Geschäfte. **Diese Frequenzen sollten in Siegburg unbedingt innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche generiert werden.**

Zulässigkeit von Vorhaben gemäß landesplanerischen Vorgaben

Durch die Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes sowie die Operationalisierung der Nahversorgung setzt sich die Kreisstadt Siegburg einen Rahmen zum Umgang mit Vorhaben zur Ansiedlung von Lebensmittelmärkten. Dabei stehen vor allem die Sicherung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche Innenstadt, Brückberg, Kaldauen und Stallberg sowie die Sicherung und Stärkung einer wohnungsnahen Versorgung im Vordergrund. Sie dienen einer ersten Einordnung eines potenziellen Vorhabens und nicht zuletzt auch mit Blick auf die Entscheidung ggf. ein Bauleitplanverfahren einzuleiten, um es im Sinne städtebaulicher Zielvorstellungen zu ermöglichen oder auch abzuwehren. Schließlich stellt doch das Einzelhandelskonzept entsprechend der systematischen Stellung in § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB als städtebauliches Entwicklungskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen einen Abwägungsbelang dar.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass sich die Zulässigkeit von Vorhaben in Gebieten mit Bebauungsplan entweder nach den Festsetzungen für die Baugebiete gemäß §§ 2 bis 9 BauNVO bzw. nach § 11 (3) BauNVO bei Großflächigkeit sowie im unbeplanten Innenbereich nach § 34 (2) BauGB (ggf. i. V. m. § 11 (3) BauNVO) und § 34 (3) BauGB ergibt.

Kleinflächige Lebensmittelmärkte sind demnach regelmäßig in Kerngebieten (MK), Mischgebieten (MI), Urbanen Gebieten (MU), allgemeinen Wohngebieten (WA), besonderen Wohngebieten (WB), Gewerbe (GE)- und Industriegebieten (GI) zulässig und zur Gebietsversorgung in Kleinsiedlungsgebietes (WS) bzw. ausnahmsweise zur Gebietsversorgung in reinen Wohngebieten (WR) gemäß Baunutzungsverordnung (BauNVO) zulässig. Auch kann sich gemäß § 34 BauGB eine Zulässigkeit von kleinflächigen Lebensmittelmärkten ergeben.

Mit Blick auf die städtebaulichen Zielvorstellungen (Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes) ist jedoch hervorzuheben, dass - in Abwägung gesamtstädtischer Interessen - in

⁶³ Hahn Gruppe; 15. Retail Real Estate Report Germany 2020/2021; Bergisch-Gladbach

⁶⁴ Ebd.

Gewerbe- und Industriegebieten kein Einzelhandel, insbesondere auch kein Lebensmitteleinzelhandel, angesiedelt werden darf. Darüber hinaus sollen Betriebe die Anforderungen an einen Nahversorgungsstandort (s.o.) erfüllen.

Die Ansiedlung **großflächiger Lebensmittelmärkte** sollte jeweils im Zuge einer Einzelfallbetrachtung immer in Abstimmung mit der Genehmigungsbehörde (Bezirksregierung Köln) durchgeführt werden. Die Zulässigkeit großflächiger Lebensmittelmärkte unterliegt dabei den Vorgaben des LEP NRW Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel sowie dem § 11 (3) BauNVO. Entsprechend sind zwei Planungswege zu unterscheiden:

1. Vermutungsregel des § 11 (3) S. 3 BauNVO

Standorte für großflächige Lebensmittelmärkte dürfen gemäß Ziel 6.5-2 LEP NRW nur in (bestehenden oder neu zu entwickelnden) zentralen Versorgungsbereichen liegen. Damit verknüpft ist eine Kerngebiets- oder Sondergebietspflicht für Vorhaben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten i. S. v. § 11 (3) BauNVO, zu denen unter Berücksichtigung der zentrenrelevanten Leitsortimente nach Anlage 1 (Kapitel 6.5, LEP NRW) auch großflächige Lebensmittelmärkte gehören.

Im Planungsfall ist bei einem Vorhaben mit einer Geschossfläche größer 1.200 m² im Rahmen einer typisierenden Betrachtung gemäß § 11 (3) S. 2 BauNVO anzunehmen⁶⁵, dass Auswirkungen (i. S. v. § 11 (3) BauNVO) von einem solchen Vorhaben ausgehen (Regelvermutung). Im Rahmen einer städtebaulichen Wirkungsanalyse ist zu untersuchen, ob ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen zu erwarten ist, welches einer Zulässigkeit des Vorhabens ggf. entgegenstehen würde. Zur Festsetzung eines städtebaulich verträglichen Vorhabens in einem Kerngebiet oder einem Sondergebiet ist immer ein entsprechendes **Bauleitplanverfahren** durchzuführen.

2. Ausnahmeregelung: Städtebauliche Atypik Nahversorgung

Im Sinne der Ausnahmeregelung gemäß Ziel 6.5-2 LEP NRW kann für ein Vorhaben (großflächiger Lebensmittelmarkt) eine atypische Fallgestaltung geltend gemacht werden. In diesem Fall ist die Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarktes auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches möglich, wobei das Vorhaben nicht kern- oder sondergebietspflichtig ist. Es unterliegt, wenn die Kommune keine entsprechende Festsetzung beabsichtigt, keinem Bauleitplanverfahren, sondern lediglich einer Baugenehmigung.

Es ist - in Abstimmung mit der Genehmigungsbehörde (Bezirksregierung Köln) - dazu immer eine Einzelfallbetrachtung durchzuführen bzw. der Nachweis einer städtebaulichen Atypik zu erbringen. Für Lebensmittelmärkte (mit einer Geschossfläche von mehr als 1.200 m²) bestehen Anhaltspunkte für eine städtebauliche Atypik (Nahversorgung), wenn

- der Flächenanteil der nicht nahversorgungsrelevanten Sortimente weniger als 10 % der Gesamtverkaufsfläche beträgt,
- der Standort städtebaulich integriert ist,

⁶⁵ Unterhalb des Wertes der Regelvermutung von 1.200 m² Geschossfläche ist es Aufgabe der Genehmigungsbehörde (Bezirksregierung Köln) im Einzelfall Anhaltspunkte dafür geltend zu machen, dass mit maßgeblichen Auswirkungen zu rechnen ist.

- der Sicherung der verbrauchernahen Versorgung dient und
- hinsichtlich des induzierten Verkehrsaufkommens verträglich eingestuft werden kann.

Dabei ist von einer verbrauchernahen Versorgung auszugehen, wenn die Kaufkraftabschöpfung im fußläufigen Nahbereich nicht mehr als 35 % beträgt.

Schließlich ist auch – vordergründig bei Neuansiedlungen – ein Nachweis zu erbringen, dass eine Realisierung innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen nicht möglich ist.

Erst wenn eine städtebauliche Atypik nachgewiesen ist, ist eine Bewertung potenzieller Auswirkungen durchzuführen. Dies geschieht i. d. R. in Form eines Verträglichkeitsgutachtens (städtebauliche Wirkungsanalyse i. S. v. § 11 (3) BauNVO).

Ansiedlungsregel 2:

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente) sind zukünftig nur noch in den zentralen Versorgungsbereichen möglich.

Standorte für **großflächige Einzelhandelsbetriebe** i. S. v. § 11 (3) BauNVO mit zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Siegburger Sortimentsliste (ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente gemäß Ansiedlungsregel 1) sollen konsequent im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt liegen.

Standorte für **nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe** mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen ebenfalls im Hauptzentrum Innenstadt sowie außerdem in den Nahversorgungszentren Brückberg, Kaldauen und Stallberg liegen.

Erläuterungen

Um die Zukunftsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt mit seiner Versorgungsfunktion als Hauptzentrum zu gewährleisten und so das Standortgefüge innerhalb des Siegburger Stadtgebiets attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend, die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern. Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment ab 800 m² Verkaufsfläche sollen demnach zukünftig nur noch im Siegburger Hauptzentrum zulässig sein, um diesen Standort in seiner Versorgungsbedeutung zu sichern und weiterzuentwickeln sowie einen ruinösen absatzwirtschaftlichen Wettbewerb der verschiedenen Einzelhandelsstandorte untereinander zu vermeiden.

Eine **räumliche Lenkung** von Einzelhandelsentwicklungen innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs im Sinne einer positiven Innenstadtentwicklung ist dabei zu empfehlen. Insbesondere bei Neuansiedlungen von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten folgende Kriterien geprüft werden:

- die Lage des Vorhabenstandorts, insbesondere im Hinblick auf die Möglichkeit einer städtebaulichen Verknüpfung mit bestehenden Strukturen zur künftigen Nutzung von Synergien,
- die Größe (Verkaufsfläche) und das Warenangebot (Betriebstyp, Warenangebot) des Vorhabens vor dem Hintergrund einer kommunalen und regionalen Verträglichkeit sowie

- die Funktion im Sinne einer Ergänzung / Diversifizierung des bestehenden Angebots.

Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass nicht jede zur Verfügung stehende Fläche innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche durch Einzelhandel genutzt werden sollte / muss, sondern im Einzelfall auch andere zentrentypische Nutzungen (wie beispielsweise Dienstleistungen oder Gastronomie) i. S. einer multifunktionalen Ausrichtung des Zentrums in den Abwägungsprozess eingestellt werden sollten.

Die Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten zu den zentralen Versorgungsbereichen erfasst auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe. Auch diese Betriebe sind funktionsbestimmend für die zentralen Versorgungsbereiche. Daher impliziert die Ansiedlungsregel einen **konsequenten Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche** in Siegburg. Insbesondere die Ansiedlung mehrerer kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche kann in der Summenwirkung dazu führen, dass die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche beeinträchtigt wird. Die Zielsetzung der Erhaltung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche in Siegburg erfordert es, auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe möglichst auf die zentralen Versorgungsbereiche zu lenken.

Jedoch sieht der Gesetzgeber unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit (mit Ausnahme des § 34 Absatz 3 BauGB) keinen Prüfbedarf und damit auch keinen expliziten Regelungsbedarf. Trifft dies auf Lebensmittelmärkte in der überwiegenden Mehrheit der Ansiedlungsfälle sogar zu, muss dies für andere zentrenrelevante Branchen (wie z. B. Bekleidung, Schuhe, Elektronik) klar verneint werden. Fachmärkte mit einer Größenordnung von beispielsweise 500 m² Verkaufsfläche erreichen schnell relativ hohe Verkaufsflächenanteile im Verhältnis zu dem jeweiligen sortimentspezifischen Angebot im betroffenen zentralen Versorgungsbereich, so dass spätestens in der Summe mehrerer solcher Vorhaben städtebauliche Folgewirkungen sehr wahrscheinlich wären. Will man dies verhindert wissen, ist die Konsequenz ein gänzlicher Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel in Gebieten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Ist dies z. B. in Gewerbe- und Industriegebieten, in Sondergebieten ohne Einzelhandelsvorprägung sowie in reinen Wohngebieten städtebaulich sinnvoll und rechtlich auch einfach umsetzbar, so schwer – auch und insbesondere im Hinblick auf die politische Vermittelbarkeit dieser möglichen Erforderlichkeit – stellt sich dieser **Ausschluss für Mischgebiete** bzw. für **allgemeine Wohngebiete** dar.

Auch die Kreisstadt Siegburg weist, ebenso wie zahlreiche andere Kommunen, z. T. traditionell gewachsene kleinere Versorgungsangebote und -strukturen auf, die in der Regel durch kleinflächige, inhabergeführte Fachgeschäfte mit zentrenrelevanten Sortimenten geprägt sind. Für diese soll das Konzept keine existenzgefährdenden Rahmenvorgaben formulieren, was i. d. R. auch einem politischen Konsens und damit den städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt entspricht. Für Mischgebiete, Allgemeine Wohngebiete und Urbane Gebiete ist daher im **Einzelfall** zu prüfen, ob ein konsequenter Ausschluss zentrenrelevanten Einzelhandels oder eine Zulässigkeit im Sinne einer ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzepts bzw. den stadtentwicklungspolitischen Zielvorstellungen der Kreisstadt Siegburg entspricht.

Eine über den Bestandsschutz hinausgehende Erweiterung der bestehenden sowie eine Ansiedlung von zusätzlichen Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten an den

Sonderstandorten, in Gewerbe- und Industriegebieten oder anderen städtebaulich nicht integrierten Lagen ist auszuschließen.

Ansiedlungsregel 3:

Großflächige Einzelhandelsbetriebe⁶⁶ im Sinne von § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Siegburger Sortimentsliste sind zukünftig in dem zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt und vorrangig an den dafür vorgesehenen Sonderstandorten Gewerbegebiet Am Turm, Gewerbegebiet Zange und Industriestraße möglich.

Zentrenrelevante Randsortimente großflächiger Betriebe außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs sind auf ein städtebaulich verträgliches Maß zu begrenzen.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten können aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs z. T. nicht ohne Weiteres in die gewachsenen Zentren integriert werden.

Daher wird empfohlen, bauleitplanerische Standortentscheidungen für großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment auf einen **zu definierenden Sonderstandort** zu konzentrieren. Voraussetzung hierfür ist, dass der avisierte Standortbereich Bestandteil eines im Regionalplan ausgewiesenen Allgemeinen Siedlungsbereichs (ASB) ist.

Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe ($\leq 800 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche) mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment sind planungsrechtlich auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche möglich (z. B. im MI, GE). Im Sinne der Ziele des Einzelhandelskonzepts der Kreisstadt Siegburg sollte vor Öffnung neuer Standorte für nicht zentrenrelevanten Einzelhandel die Option einer Konzentration an bestehenden Standorten geprüft werden.

Zentrenrelevante Randsortimente von großflächigen Einzelhandelsbetrieben im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sind im Rahmen einer Sondergebietsfestsetzung so zu beschränken, dass negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche vermieden werden. Im Regelfall sollten die zentrenrelevanten Randsortimente 10 % der Gesamtverkaufsfläche, maximal jedoch 800 m^2 Verkaufsfläche nicht überschreiten, wobei ggf. weiterführende Beschränkungen für ein Einzelsortiment sinnvoll und notwendig sein können (Einzelfallprüfung erforderlich). Die zulässige Randsortimentsfläche darf nicht von nur einem Sortiment belegt werden. Zwischen dem Kernsortiment und dem Randsortiment muss ein funktionaler Zusammenhang bestehen. In Einzelfällen kann auch eine weitergehende Beschränkung mit Blick auf die Zielsetzungen zur Entwicklung und Erhaltung der zentralen Versorgungsbereiche sinnvoll sein.

Erläuterungen

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten (Kern-)Sortimenten führen regelmäßig sogenannte **Ergänzungs- oder Randsortimente**. Während von nicht

⁶⁶ Es ist darauf hinzuweisen, dass Grundsatz 3 ausschließlich Regelungen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment betrifft, da sowohl das Bauplanungsrecht als auch die übergeordnete Landesplanung keine Ermächtigungsgrundlagen zur Steuerung des kleinflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandels bereitstellen. So kann – per Definition – ein kleinteiliger Einzelhandelsbetrieb mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment die Versorgungsfunktion eines zentralen Versorgungsbereichs, die sich im Wesentlichen auch durch das Angebot zentrenrelevanter Sortimente definiert, nicht negativ beeinflussen.

zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb der städtebaulich-funktionalen Zentren (beispielsweise in Möbelhäusern) Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb der Zentren den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandelskonzepts widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat (bei Möbelanbietern z. B. Glas / Porzellan / Keramik oder Wohndekorationsartikel). Diese zentrenrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter funktionaler Bezug zum Kernsortiment⁶⁷ vorhanden ist, zulässig sein. Daher sieht das Einzelhandelskonzept für die Kreisstadt Siegburg eine Begrenzung auf 10 % der gesamten Verkaufsfläche (jedoch nicht mehr als max. 800 m² Verkaufsfläche) vor. Aufgrund der kleinteiligen Angebotsstrukturen in den zentralen Versorgungsbereichen sollte darüber hinaus sichergestellt werden, dass die Randsortimentsfläche nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. Demnach sollte weiterhin angegeben sein, wie groß die Fläche für ein einzelnes Sortiment maximal sein darf. Eine städtebauliche und landesplanerische Verträglichkeit sollte dabei ggf. im Einzelfall geprüft werden.

Bestehende großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment, die außerhalb der Sonderstandorte an städtebaulich nicht integrierten Standorten liegen, unterliegen grundsätzlich dem Bestandsschutz. Eine (wettbewerbsmäßige) Anpassung der Betriebe im Sinne einer Erweiterung der bestehenden Verkaufsflächen oder einer Veränderung der sortimentspezifischen Aufstellung des jeweiligen Betriebs sollte im Rahmen von Einzelfallprüfungen und unter Beachtung der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzepts bewertet werden.

Ausnahmen Ansiedlungsregel 1-3

Ansiedlungsperspektiven für Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben im Gewerbegebiet („Handwerkerprivileg“), wenn

- die Verkaufsstätte dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet
- und im betrieblichen Zusammenhang errichtet ist,
- die angebotenen Waren aus eigener Herstellung auf dem Betriebsgrundstück stammen oder im Zusammenhang mit den hier hergestellten Waren oder mit den angebotenen Handwerksleistungen stehen,
- die Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO (800 m² Verkaufsfläche) nicht überschritten wird.

⁶⁷ Als typische Beispiele für einen funktionalen Bezug sind u. a. zu nennen: GPK / Haushaltswaren und Wohneinrichtung in Möbelhäusern; Haushaltswaren, Wohneinrichtung, Arbeitskleidung / -schuhe, Schnittblumen in Bau- u. Gartenmärkten.

8.6 PRÜFSHEMA ZUR EINZELHANDELSENTWICKLUNG

Um bei Einzelhandelsvorhaben (Neuansiedlung, Erweiterungen, Verlagerungen, Nutzungsänderungen) zukünftig eine Vereinfachung und Beschleunigung sowohl der Beurteilung als auch der dann ggf. erforderlichen formellen Planungsschritte zu ermöglichen, wird ein **Prüfschema** empfohlen, das eine erste Bewertung von Planvorhaben im Hinblick auf ihre Kompatibilität mit dem Siegburger Einzelhandelskonzept und der dort formulierten Zentren- und Standortstruktur sowie den definierten Zielen und Grundsätzen ermöglicht.

Grundsätzlich sei angemerkt, dass dieses Prüfschema nur eine erste Grobbewertung ermöglichen soll und z. B. eine – im Einzelfall erforderliche – konkrete städtebauliche Wirkungsanalyse in keiner Weise ersetzen kann.

Tabelle 21: Ansiedlungsempfehlungen nach Lage und Größe (Prüfschema)

Standortkategorie	Ansiedlungsregel 1	Ansiedlungsregel 2	Ansiedlungsregel 3
	Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment	Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment	Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment
Hauptzentrum Innenstadt	Ja	Ja	Ja ¹
Nahversorgungszentren Brückberg, Kaldauen, Stallberg	Ja in Abhängigkeit von Kaufkraftabschöpfung sowie Nahversorgungsfunktion	Ja wenn ≤ 800 m ² (Einzelbetrieb)	Nein
Solitäre Nahversorgungsstandorte	Ja in Abhängigkeit von Kaufkraftabschöpfung sowie Nahversorgungsfunktion, keine Ansiedlung von Drogeriemärkten	Nein	Nein
WS-, WA-, WB-, MD-, MI-, MU-Gebiete gem. BauNVO	Ja Einzelfallprüfung, Voraussetzungen: städtebaulich integriert, Nahversorgungsfunktion, Zentrenverträglichkeit, keine Ansiedlung von Drogeriemärkten	Nicht großflächige Betriebe Einzelfallprüfung: Versorgungsfunktion für den Nahbereich, Zentrenverträglichkeit	Nein
Sonderstandorte Gewerbegebiet Am Turm, Gewerbegebiet Zange, Industriestraße	Nein mit Ausnahme bereits genehmigter Flächen	Nein mit Ausnahme bereits genehmigter Flächen	Ja ^{1, 2} Voraussetzung: ASB gemäß Regionalplan
Sonstige GE- / GI-Gebiete gem. BauNVO	Nein Ausnahmen: Kioske / Convenience-Stores, Handwerkerprivileg	Nein Ausnahme: Handwerkerprivileg	Nein Ausnahme: Handwerkerprivileg

¹ Die Ansiedlungsempfehlungen gelten vorbehaltlich der konkreten bauplanungsrechtlichen Zulässigkeit und der Abwägung mit anderen Belangen im Bauleitplanverfahren sowie der bauordnungsrechtlichen Zulässigkeit (vgl. hierzu insbesondere § 11 (3) BauNVO).

² Die Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente ist zentrenverträglich zu gestalten: Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sind sie auf bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche zu begrenzen (max. 800 m² Verkaufsfläche), wobei ein Einzelsortiment mit Blick auf die Zielsetzungen zur Entwicklung und Erhaltung der zentralen Versorgungsbereiche ggf. weiter beschränkt sein kann/sollte.

Quelle: eigene Darstellung

9 DIE PLANUNGSRECHTLICHE UMSETZUNG DES EINZELHANDELSKONZEPTS

Das Einzelhandelskonzept ist nach dem Beschluss des Stadtrats der Kreisstadt Siegburg als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der Bauleitplanung „zu berücksichtigen“. Es löst als solches aber noch keine rechtsverbindlichen Folgen aus. Dies ist nur durch Kombination mit den Vorschriften des Baugesetzbuchs und der Baunutzungsverordnung möglich. Die Planungspraxis zeigt zwar, dass die Umsetzung von Einzelhandelskonzepten teilweise auf Schwierigkeiten trifft; bei vollständiger und gezielter Anwendung des Rechtsinstrumentariums ist sie jedoch durchaus möglich.

Im Folgenden wird kurz erläutert, in welcher Weise das Einzelhandelskonzept durch die Anwendung der verfügbaren Rechtsinstrumente verwirklicht werden kann. Neben der Bauleitplanung und der Anwendung der Einfügeklausel des § 34 Abs. 1 BauGB im Allgemeinen stehen folgende spezifische Rechtsinstrumente für die Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels zur Verfügung:

- § 1 Abs. 5 bis 9 BauNVO (Beschränkung von Arten und Unterarten von Einzelhandelsnutzungen in festgesetzten Baugebieten);
- § 11 Abs. 3 BauNVO (Beschränkung der Zulässigkeit des großflächigen Einzelhandels auf Kerngebiete und eigens dafür festgesetzte Sondergebiete);
- § 15 BauNVO (Unzulässigkeit von Vorhaben im Einzelfall, sofern sie nach Anzahl, Lage, Umfang oder Zweckbestimmung der Eigenart des Baugebiets widersprechen);
- § 34 Abs. 3 BauGB (Unzulässigkeit von Vorhaben, von denen schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sind);
- Aufstellung von Bebauungsplänen mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB (Ausschluss oder Einschränkung von bestimmten Arten von Nutzungen - also auch des Einzelhandels) zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden).

9.1 ANWENDUNG DES § 1 ABS. 5 BIS 10 BAUNVO

Nach § 1 Abs. 5 bis 9 BauNVO können die Standardvorschriften der BauNVO über die Zulässigkeit von Vorhaben in den Baugebieten der §§ 2 bis 9 BauNVO individuellen Bedürfnissen angepasst werden, indem bestimmte Vorhaben ausgeschlossen oder nur für ausnahmsweise zulassungsfähig erklärt werden. Diese Möglichkeit kann auch dafür genutzt werden, in bestimmten Baugebieten den innenstadtrelevanten Einzelhandel auszuschließen und nur nahversorgungsrelevante Betriebe ausnahmsweise zulässig zu machen. Über § 1 Abs. 10 BauNVO können vorhandenen Betrieben über den Bestandsschutz hinausgehende Entwicklungsmöglichkeiten eingeräumt werden (sogenannte Fremdkörperfestsetzung).

Da großflächiger Einzelhandel in aller Regel ohnehin nur in eigens dafür festgesetzten Sondergebieten nach § 11 Abs. 3 BauNVO zulässig ist, liegt die Hauptbedeutung der Steuerung über § 1

Abs. 5 bis 10 BauNVO darin, die Entwicklung des nicht großflächigen Einzelhandels zu steuern – entweder durch die Neuaufstellung von Bebauungsplänen oder durch die Änderung vorhandener Pläne durch Hinzufügung textlicher Festsetzungen. Auch die im Aufstellungsverfahren befindlichen Bebauungspläne sollten hinsichtlich ihrer Übereinstimmung mit dem Einzelhandelskonzept überprüft werden; ggf. sind deren Festsetzungen anzupassen.

9.2 ANWENDUNG DES § 11 ABS. 3 BAUNVO

Nach § 11 Abs. 3 BauNVO sind großflächige Einzelhandelsbetriebe außer in Kerngebieten nur in eigens für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig, wenn sie sich *„nach Art, Lage und Umfang auf die Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können“*. Dabei sind u. a. Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich des Betriebs sowie auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu berücksichtigen.

Das Einzelhandelskonzept leistet einen wichtigen Beitrag zur rechtssicheren Anwendung dieser Vorschrift, indem es die zu schützenden zentralen Versorgungsbereiche definiert und die Datengrundlage zur Klärung der Frage liefert, welche Auswirkungen von der Ansiedlung eines bestimmten Betriebs auf die Versorgung der Bevölkerung in dessen Umfeld zu erwarten wären.

9.3 ANWENDUNG DES § 15 BAUNVO

Das Einzelhandelskonzept kann im Geltungsbereich von Bebauungsplänen dazu beitragen, die „Eigenart des Baugebiets“ zu definieren, zu der sich ein beantragtes Vorhaben nach „Anzahl, Lage, Umfang oder Zweckbestimmung“ nicht in Widerspruch setzen darf. In erster Linie ist für diese Definition allerdings der betreffende Bebauungsplan mit seinen Festsetzungen verantwortlich. Das Einzelhandelskonzept kann hier nur Interpretationshilfe liefern.

9.4 ANWENDUNG DES § 34 ABS. 3 BAUGB

Für den unbeplanten Innenbereich hat der Gesetzgeber mit der Änderung des Baugesetzbuchs durch das EAG Bau 2004 die Möglichkeiten erweitert, die Entwicklung auch von nicht großflächigen Einzelhandelsvorhaben zu steuern. Bis zum EAG Bau 2004 konnten über die Einfügeklausel des § 34 Abs. 1 BauGB nur Auswirkungen des beantragten Vorhabens in seiner „näheren Umgebung“ berücksichtigt werden. Seit 2004 können auch „Fernwirkungen“ zur Unzulässigkeit eines Vorhabens nach § 34 BauGB führen. Vorhaben des Einzelhandels sind gemäß § 34 Abs. 3 BauGB unzulässig, wenn von ihnen *„schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sind“*. Dies gilt unabhängig davon, ob es sich um einen großflächigen Betrieb im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO handelt oder um einen kleineren Betrieb. Die Überschreitung der Grenze zur Großflächigkeit darf nicht als Indiz dafür verwendet werden, dass schädliche Auswirkungen zu erwarten sind. Dies muss immer im Einzelfall nachgewiesen werden. Das Einzelhandelskonzept kann durch seine Datengrundlage einen solchen Nachweis erleichtern.

Schädliche Auswirkungen im Sinne des § 34 Abs. 3 BauGB sind insbesondere dann zu erwarten, wenn der prognostizierte Kaufkraftabfluss aus zentralen Versorgungsbereichen dort zu Ladenleerständen, zu einer Einschränkung der Angebotsvielfalt oder zur Aufgabe eines für den

Fortbestand des Zentrums wichtigen „Frequenzbringers“ führt, so dass mit einem erheblichen Absinken des Versorgungsniveaus zu rechnen ist. § 34 Abs. 3 BauGB stellt dabei ausschließlich auf in der Realität bereits vorhandene zentrale Versorgungsbereiche ab. Eine mögliche Beeinträchtigung von lediglich geplanten Zentren kann einem Vorhaben nicht entgegengehalten werden. Ein Einzelhandelskonzept muss also – wie im vorliegenden Einzelhandelskonzept geschehen – klare Aussagen dazu treffen, ob definierte zentrale Versorgungsbereiche bereits vorhanden sind oder erst entwickelt werden sollen.

Das Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Siegburg ist also auch zur Beurteilung von Vorhaben nach § 34 Abs. 3 BauGB heranzuziehen. Es benennt die zentralen Versorgungsbereiche (Hauptzentrum und Nahversorgungszentrum), die vor schädlichen Auswirkungen durch Neuansiedlung von Betrieben außerhalb der Zentren bewahrt werden sollen und grenzt diese ab. Das Konzept definiert zudem die Bedingungen, bei deren Vorliegen Einzelhändler zur Nahversorgung auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs zugelassen werden.

9.5 AUFSTELLUNG VON BEBAUUNGSPLÄNEN MIT FESTSETZUNGEN NACH § 9 ABS. 2A BAUGB

Da sich der Nachweis der „Zentrenchädlichkeit“ eines Projekts im Baugenehmigungsverfahren mit seinen engen Fristen oft nur schwer führen lässt, eröffnete die BauGB-Novelle 2007 zusätzlich die Möglichkeit, durch einen einfachen Bebauungsplan bestimmte Arten von Nutzungen auszuschließen oder auf den Ausnahmetatbestand zu beschränken. § 9 Abs. 2a BauGB lautet:

„2a) Für im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34) kann zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden, in einem Bebauungsplan festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können; die Festsetzungen können für Teile des räumlichen Geltungsbereichs des Bebauungsplans unterschiedlich getroffen werden. Dabei ist insbesondere ein hierauf bezogenes städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 zu berücksichtigen, das Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält. In den zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereichen sollen die planungsrechtlichen Voraussetzungen für Vorhaben, die diesen Versorgungsbereichen dienen, nach § 30 oder § 34 vorhanden oder durch einen Bebauungsplan, dessen Aufstellung förmlich eingeleitet ist, vorgesehen sein.“

Ein Bebauungsplan, der lediglich Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a Satz 1 BauGB enthält, kann gemäß § 13 Abs. 1 BauGB im vereinfachten Verfahren aufgestellt werden. Damit kann u. a. von einer frühzeitigen Beteiligung der Öffentlichkeit und der Behörden abgesehen und auf einen Umweltbericht verzichtet werden. Der Geltungsbereich eines Bebauungsplans mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB kann aber auch auf ganze Quartiere ausgedehnt werden, die zum Teil bereits mit rechtsverbindlichen Bebauungsplänen überplant sind. Dort ist das identische Regelungsziel der Steuerung des innenstadtrelevanten Einzelhandels durch die Einfügung von Festsetzungen nach § 1 Abs. 5, 9 BauNVO 1990 zu erreichen. Für derartige „strategische Bebauungspläne“ muss ein Umweltbericht angefertigt werden, da sie nicht nur Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB, sondern auch solche nach der BauNVO enthalten. Der Umweltbericht ist jedoch einfach herzustellen, da von einem Plan zur Steuerung der Standortfindung des

Einzelhandels die „klassischen“ Umweltschutzgüter (Tiere, Pflanzen, Boden, Wasser, Luft) nicht betroffen sind.

§ 9 Abs. 2a BauGB nimmt ausdrücklich Bezug auf „ein [...] städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB [...], das Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält“. Damit wird verdeutlicht und anerkannt, dass die Aufstellung eines Einzelhandelskonzepts in aller Regel Voraussetzung für die Aufstellung eines Bebauungsplans mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB ist. Die Festsetzungen von Bebauungsplänen zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels werden direkt aus dem Einzelhandelskonzept abgeleitet. Das gesamtstädtische Einzelhandelskonzept rechtfertigt die gesamtstädtische Steuerung des Einzelhandels durch strategische Bauleitplanung. Diese Bauleitplanung kann zweckmäßigerweise auf mehrere Bebauungspläne verteilt werden. Das Einzelhandelskonzept definiert die zentralen Versorgungsbereiche und bietet die Maßstäbe und Argumente dafür, auf welche Weise diese zu schützen sind und wie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung gesichert werden kann.

9.5.1 DEFINITION DES „ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHS“

Der Gesetzesbegriff des „zentralen Versorgungsbereichs“ umfasst grundsätzlich alle Stufen von Zentren. Der Begriff des zentralen Versorgungsbereichs setzt eine Mehrzahl von einander ergänzenden oder konkurrierenden Nutzungen voraus⁶⁸, das Zentrum muss eine eigene städtebauliche Qualität besitzen. Ein einzelner Betrieb stellt kein Zentrum dar, auch nicht bei Großflächigkeit. Er darf nicht durch einen Bebauungsplan vor Konkurrenz geschützt werden, auch wenn er eine wichtige Nahversorgungsfunktion hat und sein Verbleib für die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung wünschenswert wäre. Schutz vor Konkurrenz darf kein Ziel der Bauleitplanung sein, daher ist auch eine „Überversorgung“ in der Angebotsstruktur kein städtebaulich verwendbares Argument.

Anders als bei der Anwendung des § 34 Abs. 3 BauGB könnten über § 9 Abs. 2a BauGB auch Bereiche geschützt werden, die nach der planerischen Konzeption der Stadt in ihren zentralen Funktionen erst noch entwickelt werden sollen. Ein Nukleus sollte allerdings bereits vorhanden sein. Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts der Kreisstadt Siegburg wurden daher nicht nur die bereits vollständigen, funktionsfähigen vorhandenen Zentren benannt und abgegrenzt. Es wurde auch geprüft, ob andernorts ggf. weitere Zentren zu entwickeln sind.

9.5.2 MÖGLICHER GELTUNGSBEREICH VON BEBAUUNGSPLÄNEN ZUR STEUERUNG DER STANDORTFINDUNG DES EINZELHANDELS

Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB können nur für unbeplante Innenbereichsflächen gemäß § 34 BauGB getroffen werden. Wie oben bereits erwähnt wurde, kann der Geltungsbereich von strategischen Bebauungsplänen zur Steuerung der Standortfindung des innenstadtrelevanten Einzelhandels aber auch die Flächen von rechtsverbindlichen Bebauungsplänen mitumfassen, denen Festsetzungen nach § 1 Abs. 5 bis 9 BauNVO hinzugefügt werden sollen. Der jeweilige Bebauungsplan ändert dann als Sammelbebauungsplan die einbezogenen, bereits vorhandenen Bebauungspläne. Nur auf diese Weise lässt sich verhindern, dass sich die Geltungsbereiche vorhandener Bebauungspläne ohne gezielte Festsetzungen zur Zulässigkeit des

⁶⁸ OVG Nordrhein-Westfalen, Urteil vom 11.12.2006 - 7 A 964/05-. juris.

innenstadtrelevanten Einzelhandels in einem sonst nach § 34 BauGB zu beurteilenden Umfeld wie Schlupflöcher auswirken.

Die vordringlichen Geltungsbereiche zur Abwehr von zentrenunverträglichen Einzelhandelsansiedlungen in besonders gefährdeten Bereichen (z. B. Konversionsflächen, aufgegebene Bahnflächen, Gewerbebrachen, Bauflächen an Ausfallstraßen) lassen sich meist aus der örtlichen Gebietsstruktur ableiten.

Schwieriger ist es, weiträumige Teilbereiche strategisch zu überplanen, um bei den in Siegburg gegebenen potenziellen Ansiedlungsflächen den Erhalt und die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche in allen Problembereichen abzusichern. Hier empfiehlt sich folgendes Vorgehen:

- In einem ersten Schritt sollten die Problembereiche eingegrenzt werden, in denen die vorsorgliche Regulierung der Standortwahl des Einzelhandels nach Maßgabe der Grundsätze des Einzelhandelskonzepts durch verbindliche Bauleitplanung sinnvoll und erforderlich erscheint.
- Die dafür aufzustellenden Bebauungspläne sollten dann sachlich getrennt, verfahrensmäßig jedoch gebündelt durch das Aufstellungsverfahren geführt werden.

Die zentralen Versorgungsbereiche müssen innerhalb der Pläne jeweils flächenscharf abgegrenzt werden. Dabei gelten die üblichen Anforderungen an solche Abgrenzungen, insbesondere das Bestimmtheitsgebot: es muss ohne Interpretationsspielraum erkennbar sein, für welche Flächen welche Festsetzungen gelten. Im Regelfall sollte die Abgrenzung nach innen den Flurstücksgrenzen folgen. Nach außen können die Grenzen der Stadt und der Stadtteile verwendet werden.

9.5.3 FESTSETZUNGSINHALTE

§ 9 Abs. 2a BauGB eröffnet ebenso wie § 1 Abs. 5 bis 9 BauNVO die Möglichkeit, bestimmte Arten von Nutzungen auszuschließen oder auf den Ausnahmetatbestand zu beschränken. Als „Arten von Nutzungen“ kommen sowohl Einzelhandelsbetriebe generell als auch bestimmte Typen von Einzelhandelsbetrieben (etwa Lebensmittelgeschäfte) in Frage. Dabei ist auf in der Realität vorzufindende und im Einzelfall nach objektiven Kriterien eindeutig bestimmbare Typen abzustellen. Die Betriebsform (z. B. Bedienungsladen oder Selbstbedienung, Discounter oder Vollversorger) ist kein zulässiges Kriterium, sondern dem Wettbewerb zu überlassen. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass die Schwelle der „Zentrumschädlichkeit“ für unterschiedliche Sortimente unterschiedlich anzusetzen ist.

Analog zu § 1 Abs. 9 BauNVO muss eine Feindifferenzierung der Nutzungsarten städtebaulich begründet sein. Ausgeschlossene Sortimente müssen auch tatsächlich in der jeweiligen örtlichen Situation innenstadtrelevant sein. Allerdings dürfen auch Sortimente ausgeschlossen werden, die in den zu schützenden zentralen Versorgungsbereichen noch nicht vertreten sind, wenn ihre Ansiedlung zur Entwicklung dieser Zentren nur dort zulässig sein soll.

Die Bauleitplanung zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels kann für Teile des Geltungsbereichs eines Bebauungsplans jeweils unterschiedliche Festsetzungen treffen, also z. B. für bereits gut versorgte Bereiche oder nicht integrierte Lagen weitergehende Nutzungsbeschränkungen vorsehen als für unterversorgte Stadtteile.

9.5.4 BESONDERE ANFORDERUNGEN AN DIE BEGRÜNDUNG UND ABWÄGUNG

In der Begründung der Bebauungspläne ist darzulegen, in welcher Weise deren Festsetzungen dem Erhalt und der Entwicklung von zentralen Versorgungsbereichen dienen und im Interesse der verbrauchernahen Versorgung und der Innenentwicklung liegen. Der Ausschluss bestimmter Arten von Nutzungen muss daraufhin geprüft werden, ob er zur Umsetzung dieser Ziele geeignet, erforderlich und angemessen ist. Dabei kann auf eine schlüssige, städtebaulich begründete Planungskonzeption, insbesondere also auf das Einzelhandelskonzept, zurückgegriffen werden; ein konkreter Gefährdungsnachweis für jede einzelne ausgeschlossene Nutzung ist nicht erforderlich.

Der Ausschluss bestimmter Arten von Einzelhandelsnutzungen kann die Privatnützigkeit des Grundeigentums in erheblichem Maße einschränken, denn die Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebs stellt oft die wirtschaftlichste Verwertungsmöglichkeit eines Grundstücks dar, z. B. an stark befahrenen Verkehrsstraßen. Diese privaten Belange sind zutreffend zu ermitteln und mit dem ihnen zukommenden Gewicht in die Abwägung einzustellen. Zur frühzeitigen Ermittlung der privaten Belange kann es angeraten sein, auch bei Aufstellung im vereinfachten Verfahren eine frühzeitige Beteiligung der Öffentlichkeit durchzuführen.

Im Rahmen der Planaufstellung ist weiterhin die Frage zu prüfen, ob durch den Bebauungsplan Entschädigungsansprüche ausgelöst werden können. Dies ist grundsätzlich möglich, da das Planungsziel darin besteht, bisher zulässige Grundstücksnutzungen künftig auszuschließen. Allerdings dürfte i. d. R. die Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit der Nutzung abgelaufen sein, so dass nach § 42 BauGB allenfalls Eingriffe in ausgeübte Nutzungen zu entschädigen wären.

ANHANG

A1 VERZEICHNISSE

Abbildungen

Abbildung 1:	Umsatzentwicklung im Einzelhandel (2009 – 2020*)	25
Abbildung 2:	Zahl der Unternehmen im Einzelhandel 2008 - 2018	26
Abbildung 3:	Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im deutschen Einzelhandel 2008 – 2018	27
Abbildung 4:	Marktentwicklung des Onlinehandels sowie des Einzelhandels insgesamt in Deutschland	29
Abbildung 5:	Größte Warengruppen im Onlinehandel 2018 (nach Umsatz)	29
Abbildung 6:	Warengruppenspezifische Verkaufsflächen in Siegburg (in m²)	42
Abbildung 7:	Verteilung der Verkaufsflächen und Betriebe in Siegburg differenziert nach städtebaulicher Lage (gem. Einzelhandelskonzept 2009/2012)	75
Abbildung 8:	Räumliche Verteilung des Verkaufsflächenangebots in Siegburg nach städtebaulicher Lage bzw. Standortkategorie (gem. Einzelhandelskonzept 2009/2012) – warengruppenspezifische Betrachtung	77
Abbildung 9:	Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch (bundesweit)	87
Abbildung 10:	Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2018 (mit Prognose für 2019)	88
Abbildung 11:	Zielzentralitäten des Einzelhandels in Siegburg	90
Abbildung 12:	Standortstrukturmodell für die Kreisstadt Siegburg	99
Abbildung 13:	Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten	126

Tabellen

Tabelle 1:	Sortimentspezifische Erhebungssystematik Junker + Kruse	18
Tabelle 2:	Definition von Lagekategorien	19
Tabelle 3:	Angebotsbausteine der Nahversorgung	21
Tabelle 4:	Siegburger Stadtteile mit Einwohnerzahlen	35
Tabelle 5:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in Siegburg	36
Tabelle 6:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im regionalen Vergleich (2019)	38
Tabelle 7:	Einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattungen im Vergleich	43
Tabelle 8:	Umsätze und Zentralitäten in Siegburg nach Warengruppen	44
Tabelle 9:	Angebotssituation in der Siegburger Innenstadt	53
Tabelle 10:	Angebotssituation im zentralen Bereich Brückberg	58
Tabelle 11:	Angebotssituation im zentralen Bereich Kaldauen	61
Tabelle 12:	Angebotssituation im zentralen Bereich Stallberg	64
Tabelle 13:	Angebotssituation Gewerbegebiet Am Turm (ehem. Phrix)	66
Tabelle 14:	Angebotssituation Gewerbegebiet Zange	67
Tabelle 15:	Angebotssituation Industriestraße	69
Tabelle 16:	Angebotssituation Mühlengrabenquartier	71
Tabelle 17:	Einzelhandelsangebot in den Siegburger Stadtteilen	74

Tabelle 18:	Kennwerte der Grundversorgung in Siegburg	79
Tabelle 19:	Kennziffern zum Lebensmittelangebot in den Siegburger Stadtteilen	80
Tabelle 20:	Sortimentsliste für die Kreisstadt Siegburg	127
Tabelle 21:	Ansiedlungsempfehlungen nach Lage und Größe (Prüfschema)	143

Karten

Karte 1:	Ausschnitt aus dem Regionalplan für den Regierungsbezirk Köln – Kreisstadt Siegburg	15
Karte 2:	Lage der Kreisstadt Siegburg in der Region	33
Karte 3:	Siedlungs- und Stadtstruktur Siegburg	34
Karte 4:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich (2019)	37
Karte 5:	Einzugsbereich des Siegburger Einzelhandels	39
Karte 6:	Großflächige Einzelhandelsbetriebe (> 800 m ²) in Siegburg	49
Karte 7:	Leerstände in Siegburg	50
Karte 8:	Siegburger Innenstadt	51
Karte 9:	Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz in der Siegburger Innenstadt	54
Karte 10:	Zentraler Bereich Brückberg	57
Karte 11:	Der zentrale Bereich Kaldauen	60
Karte 12:	Der zentrale Bereich Stallberg	63
Karte 13:	Gewerbegebiet Am Turm (ehem. Phrix)	65
Karte 14:	Gewerbegebiet Zange	67
Karte 15:	Industriestraße	69
Karte 16:	Mühlengrabenquartier	71
Karte 17:	Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Siegburg und räumliche Angebotsschwerpunkte	73
Karte 18:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte in Siegburg mit Fußwegedistanzen (800 m)	81
Karte 19:	Perspektivische Standortstruktur in Siegburg	102
Karte 20:	Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt	106
Karte 21:	Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Brückberg	109
Karte 22:	Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Kaldauen	110
Karte 23:	Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Stallberg	112
Karte 24:	Sonderstandort Gewerbegebiet Am Turm	113
Karte 25:	Sonderstandort Gewerbegebiet Zange	115
Karte 26:	Sonderstandort Industriestraße	117

Fotos


Foto 1 und Foto 2:	Markt	55
Foto 3 und Foto 4:	Südliche Kaiserstraße und Holzgasse	55
Foto 5 und Foto 6:	Bahnhofstraße und Neue Poststraße	56

Foto 7 und Foto 8: Luisenstraße	57
Foto 9 und Foto 10: Hauptstraße	59
Foto 11 und Foto 12: Barbarastraße und Kaldauer Straße.....	62

A2 LEGENDE

 Stadtgrenze

ÖPNV

 Bahnhof

 Bushaltestelle

Gebäude

 Magnetbetrieb

 öffentliches Gebäude

 sonstiges Gebäude

Kartengrundlage


 Autobahn

 Bundesstraße

 Verkehrsfläche

 Bahnverkehr

 Siedlungsfläche

 Industrie- und Gewerbefläche

 Gewässer

 Freifläche

 Fußgängerzone

A3 GLOSSAR – DEFINITIONEN EINZELHANDELSRELEVANTER FACHBEGRIFFE

Begriff	Erläuterung
Einzelhandel im engeren Sinne	Absatz von Waren an Endverbraucher ohne Kraftfahrzeug-handel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie rezeptpflichtige Apothekenwaren.
Einzelhandelsbetrieb	Ein Einzelhandelsbetrieb ist ein Betrieb, der ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher verkauft. Hierzu zählen u. a. alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Fachgeschäfte, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf von Herstellern an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebs oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Factory-Outlet-Center) erfolgt.
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Verschiedene Institute (GfK, IfH Retail Consultants Köln) ermitteln diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen (jährlich aktualisiert).
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Teileinheit vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf gibt die prozentuale Abweichung der Pro-Kopf-Einzelhandelsrelevanten-Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Die Kennziffern werden z. B. von der Gesellschaft für Konsum- Markt- und Absatzforschung (GfK) in Nürnberg oder der IfH Retail Consultants Köln ermittelt und jährlich aktualisiert.
Einzelhandelsrelevante Zentralität	Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt / Region stellt ein Kriterium nicht zuletzt für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar, denn sie ist Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, zur lokal gebundenen Kaufkraft zusätzliche Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels anzuziehen. Die Einzelhandelszentralität ist damit eine Maßzahl für den Kaufkraftzufluss oder den Kaufkraftabfluss einer Gemeinde. Die gesamtstädtische Zentralität sagt jedoch nichts darüber aus, welche räumlichen Teilbereiche einer Gemeinde / Region zu dieser Zentralität beitragen. Hierzu ist eine weitergehende Analyse erforderlich.

Begriff	Erläuterung
Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer	Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine regionale Ausstrahlung hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswerts deuten auf mögliche Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin. Differenziert nach Warengruppen lassen sich auch auf dieser Ebene entsprechende Bewertungen vornehmen.
Fachmarkt	(Großflächiger) Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m ² Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder einige wenige Branchen des mittel- oder langfristigen Bedarfs (Non-Food, ausgenommen Kfz-Handel), meist Standorte außerhalb zentraler Einkaufsbereiche mit guter Pkw-Erreichbarkeit (v. a. in Gewerbe- und Sondergebieten, an Ausfallstraßen, im Außenbereich von Städten), Dominanz des Selbstbedienungsprinzips. (Beispiele: Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt, Unterhaltungselektronikfachmarkt, Drogeriefachmarkt)
GPK	Gängige Sortimentsgruppenbezeichnung für „Glas / Porzellan / Keramik“.
Großflächiger Einzelhandel	Großflächige Einzelhandelsbetriebe (ab einer Verkaufsfläche von 800 m ²) unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, da von ihnen (als zu widerlegende Vermutungsregel) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u. a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.
Kaufkraftabfluss	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die am Ort vorhandenen Anbieter nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte / das Umland oder in den Versand- / Internethandel abfließt. Kaufkraftabflüsse zeigen die räumliche Einkaufsorientierung der ansässigen Bevölkerung auf.
Kaufkraftbindung	Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner einer Gemeinde / Region, der vom örtlichen Einzelhandel gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.
Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotential	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.

Begriff	Erläuterung
Kernsortiment / Randsortiment	Zwischen den Begriffen Kernsortiment und Randsortiment besteht insofern eine Wechselbeziehung, da das Randsortiment zu einem spezifischen Kernsortiment lediglich hinzutritt und dieses möglichst ergänzend durch solche Waren anreicht, die jedenfalls eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein (i. d. R. bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Randsortimente sind damit nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment als Hauptsortiment sachlich zugeordnete und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnete Nebensortimente sind.
Lebensmitteldiscounter	Lebensmittelmarkt ohne Bedienungselemente (z. B. Käse- oder Wursttheke) mit deutlich eingeschränkter Artikelzahl (ca. 1.000 bis 3.000 Artikel) im Vergleich zu z. B. Supermärkten (Artikelzahl ca. 7.500). Angebotsschwerpunkte sind Lebensmittel und Drogeartikel sowie Randsortimente (Aktionswaren), die einen bedeutenden Bestandteil der Marketingstrategie von Lebensmitteldiscountern ausmachen; z. B. Aldi, Penny, Lidl, Netto. Verkaufsfläche ab 800 - 1.300 m ² .
Lebensmittelvollsortimenter	Im Praxisgebrauch wird der Begriff des „Lebensmittelvollsortimenters“ zur Abgrenzung gegenüber den „Lebensmitteldiscountern“ verwendet. Im Vergleich zum Discounter (rund 1.000 bis 3.000 Artikel) verfügt der Vollsortimenter über Bedienungselemente (Wurst- / Käsetheke) und vor allem ein deutlich breiteres und tieferes Sortiment im Schwerpunktbereich Lebensmittel. Das Spektrum der Lebensmittelvollsortimenter reicht von Supermärkten über Verbrauchermärkte bis hin zu SB-Warenhäusern. Diese Betriebsformen unterscheiden sich untereinander vor allem hinsichtlich der Verkaufsflächengröße (400 m ² bis teilweise mehr als 10.000 m ²) und der Anzahl der angebotenen Artikel (zwischen rund 7.000 bis 60.000 Artikel).
Nahversorgungsrelevantes Sortiment	Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnortnah (auch fußläufig) nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sind (bzw. sollten auch) zentrenrelevant sein.
Nahversorgungsstandort	Ein Nahversorgungsstandort ist ein (meist solitärer) Einzelhandelsstandort und kann z. B. aus einem Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmitteldiscounter bestehen. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit i. d. R. kein zentraler Versorgungsbereich). Ein Nahversorgungsstandort ist lediglich in städtebaulich integrierten Lagen anzutreffen.
Nahversorgungszentrum	Ein Nahversorgungszentrum verfügt über eine erkennbare städtebauliche Einheit (z. B. durch Platz oder Straßengestaltung) und liegt im Siedlungsgefüge integriert in räumlicher Nachbarschaft zu

Begriff	Erläuterung
Nicht zentrenrelevante Sortimente	<p>Wohngebieten. Es stellt ein lokales Versorgungszentrum dar, welches überwiegend der Nahversorgung im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung dient. Die Angebotsstruktur wird in der Regel durch einen Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmittel-discounter, Lebensmittelfachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie vereinzelt kleineren Fachgeschäften bestimmt. Darüber hinaus sind zum Teil Dienstleistungsbetriebe, wie beispielsweise Friseur, Bank, Sonnenstudio angegliedert.</p> <p>Nicht zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich i. d. R. durch hohen Flächenanspruch, geringe Kopplungsaktivitäten und, aufgrund ihrer Größe, eingeschränkte Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Bau- und Gartenmärkte, Möbelanbieter) keine Bedeutung, so dass sie insbesondere an nicht integrierten Standorten vorhanden sind, an denen sie eine gute verkehrliche Erreichbarkeit und ausreichend große Flächen vorfinden. Ein Gefährdungspotential für gewachsene Zentren ist bei den nicht zentrenrelevanten Sortimenten i. d. R. nicht gegeben.</p> <p>Problematisch ist in diesem Zusammenhang allerdings der Anteil zentrenrelevanter Randsortimente, die i. d. R. als ergänzende Sortimente von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten angeboten werden (z. B. GPK / Haushaltwaren in Möbelhäusern) und, je nach Größenordnung, durchaus negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in den zentralen Bereichen einer Gemeinde haben kann.</p>
SB-Warenhaus	<p>Einzelhandelsgroßbetrieb mit Bedienungselementen. Verkaufsfläche mindestens 3.000 m² bzw. 5.000 m², umfassendes Sortiment mit <u>Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel</u> (> 50 % Verkaufsflächenanteil); Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z. B. Real, Marktkauf, Kaufland).</p>
Sonderstandort bzw. Ergänzungsstandort	<p>Sonder-/Ergänzungsstandorte des Einzelhandels sind Standorte des i. d. R. großflächigen Einzelhandels. Es handelt sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe sowohl mit zentren- als auch mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten (z. B. Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine Pkw-kundenorientierte Lage.</p>
Sortimentsliste (ortstypische)	<p>Eine ortstypische Sortimentsliste ist eins der wesentlichen Steuerungsinstrumente im Rahmen der Bauleitplanung. Sie nimmt eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten vor, um in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional definierten zentralen Versorgungsbereichen vornehmen zu können.</p> <p>Bei der Erstellung der Sortimentsliste wird der aktuell vorhandene Bestand berücksichtigt; es können allerdings auch zentrenrelevante Sortimente aufgenommen werden, die noch nicht angeboten werden (perspektivisches Kriterium).</p>

Begriff	Erläuterung
	<p>Dabei muss eine Sortimentsliste immer auf die gemeindespezifische Situation abgestellt werden, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen und den Entwicklungsperspektiven einer Gemeinde besitzt. Bei der Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste sind zudem die auf Landesebene vorgegebenen Zielaussagen (z. B. durch Landesentwicklungsprogramme oder Einzelhandelserlasse) zu berücksichtigen.</p>
Stadtteilzentrum	<p>Ein Stadtteilzentrum stellt eine städtebauliche Einheit dar. Aus städtebaulicher Sicht ist es i. d. R. abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge und liegt in räumlicher Nähe zu Wohngebieten. Es dient zum einen der Nahversorgung und zum anderen der Grundversorgung eines Stadtteils (bzw. Versorgungsbereichs) mit Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Die Angebotsstruktur ist gekennzeichnet durch Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmitteldiscounter (z. T. mit Konkurrenzsituation), Lebensmittelgeschäft und Lebensmittelhandwerksbetriebe. Darüber hinaus umfasst das Einzelhandelsangebot Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs, jedoch z. T. in geringer Tiefe und Breite. Darüber hinaus sind zentrentypische Dienstleistungen (z. B. Bank, Versicherungsbüro, Post, Friseur, Reisebüro, Ärzte, Gastronomie, aber auch Freizeit- und Verwaltungseinrichtungen) vorhanden.</p>
(Städtebaulich) Integrierte Lage	<p>Eine Legaldefinition des Begriffs der „städtebaulich integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Siegburger Einzelhandelskonzepts werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der Kreisstadt Siegburg integriert und weitestgehend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sind, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreicht, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Dabei werden auch teilintegrierte Standorte, die nicht vollständig von Wohnbebauung umgeben sind, in dieser Kategorie erfasst: Konkret wurden alle Standorte als integriert eingestuft, deren direktes Umfeld an mindestens zwei Seiten von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren wie Autobahnen oder Bahngleise den Standort von der Wohnbebauung separieren.</p>
Supermarkt (= Lebensmittelmarkt)	<p>Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m² - max. 1.500 m². Deutlicher Angebotsschwerpunkt (> 80 % der Verkaufsfläche) im Bereich Nahrungs- und Genussmittel einschl. Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs, aber Bedienungselemente (Käse- und Wursttheke) und Selbstbedienungsprinzip. Weitgehender Verzicht auf Aktionswaren und zentrenrelevante Randsortimente.</p>
Umsatzkennziffer	<p>Umsatzkennziffern bringen die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland zum Ausdruck. Berechnungsgrundlage ist die Umsatzsteuerstatistik, wobei diese regional bereinigt werden muss. Der Umsatz in Euro gibt den gesamten im jeweiligen Gebiet getätigten Einzelhandelsumsatz an. Der Umsatz pro Kopf gibt einen Durchschnittsbetrag des Einzelhandelsumsatzes für jeden Einwohner des Gebiets an. Die Umsatzkennziffer pro</p>

Begriff	Erläuterung
	<p>Kopf stellt somit die prozentuale Abweichung des Pro-Kopf-Umsatzes vom Durchschnitt der Bundesrepublik (Indexwert = 100) dar. Abweichungen über den Basiswert deuten auf einen umsatzstärkeren Einzelhandel im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswerts deutet auf vergleichsweise niedrigere Umsätze im Einzelhandel in der untersuchten Region hin, und kann somit Hinweise auf die Attraktivität einer Stadt als Einzelhandelsstandort geben.</p>
Verbrauchermarkt	<p>Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von 1.500 - 3.000 bzw. 5.000 m², breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Angebotsschwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, aber mit zunehmender Größe nehmen die Verkaufsflächenanteile von Non-Food-Artikeln zu. Überwiegend Selbstbedienung, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort auch Pkw-kundenorientiert.</p>
Verkaufsfläche	<p>Gemäß Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) sind in die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebs auch Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden können, die Vorkassenzone sowie ein ggf. vorhandener Windfang einzubeziehen. Ohnehin gilt die Definition, dass Verkaufsfläche diejenige Fläche ist, die dem Verkauf dient, einschließlich der Gänge, Treppen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen, Schaufenster, und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.</p>
Verkaufsflächenausstattung je Einwohner	<p>Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche (gesamstädtisch oder auch branchenspezifisch) bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl (der Gemeinde / Region) ist ein quantitativer Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsgebiets.</p>
Zentraler Versorgungsbereich	<p>Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und / oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt.</p> <p>Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (innerstädtisches Hauptzentrum sowie Stadtteil- / Neben oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, wobei eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen muss. Innerhalb der Innenstadt setzt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandel und Dienstleistungen ab. Bei dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt handelt es sich somit lediglich um einen Teil der durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt geprägten Innenstadt. Die Innenstadt</p>

Begriff	Erläuterung
	<p>„als Ganzes“ übernimmt dabei über den Einzelhandel hinausgehende Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur und Erholung.</p> <p>Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereichs hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind:</p> <p>Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Pkw-Kunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie).</p> <p>Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung / -präsentation.</p>
<p>Zentrenrelevante Sortimente</p>	<p>Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich durch Besucherfrequenzerzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Warensortimente mit Zentrenrelevanz eine hohe Bedeutung, die mit zunehmender Sortimentsüberschneidung der an den nicht integrierten Standorten geführten Warensortimente geschwächt werden kann. Insbesondere Betriebe, die an dezentralen bzw. städtebaulich nicht integrierten Standorten angesiedelt werden, können durch das Angebot von zentrenrelevanten Sortimenten, d. h. durch Angebotsüberschneidungen bei gleichzeitig wesentlich günstigeren Wettbewerbsbedingungen (Standortvorteile u. a. aufgrund günstiger Miet- bzw. Grundstückspreise; geringen Betriebs- und Personalkosten, besserer (Pkw-) Erreichbarkeit; kostenfreiem Parken), zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Stadtteilzentren beitragen. Die von zentrenrelevanten Sortimenten ausgehenden Gefährdungspotentiale für gewachsene Zentren sind zudem abhängig von der Größe und der zentralörtlichen Bedeutung der Kommune (z. B. kann der Lebensmitteleinzelhandel in Grundzentren – angesichts der daraus resultierenden Kundenfrequenz, von denen auch Anbieter in anderen Branchen profitieren – durchaus zentrentragend sein). Im Hinblick auf die Verwendung von ortstypischen Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzelfallbezogene bzw. stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z. B. in Form von Positiv-, Negativlisten).</p>
<p>Zielzentralität</p>	<p>Berechnungsgröße zur modelltheoretischen Ermittlung von Entwicklungspotenzialen. Die Zielzentralität definiert eine – gemessen an der Versorgungsfunktion eines Einzelhandelsstandorts – realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung im Einzugsgebiet.</p>