

Einzelhandelsstandortkonzept für die Gemeinde Ruppichteroth

im Auftrag der
Gemeinde Ruppichteroth

Ihre Ansprechpartner

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

BBE Handelsberatung GmbH

Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Deutschland

Tel +49 221 789 41 160
Fax +49 221 789 41 169
E-Mail kuepper@bbe.de/ schmidt-illguth@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

Köln, im März 2013/ Juni 2014

Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung.....	5
1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung	5
1.2 Methodische Vorgehensweise und Primärerhebungen	6
2 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung	7
2.1 Siedlungsstruktur und Verkehrsanbindung	7
2.2 Demographische Entwicklung	8
2.3 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Gemeinde Ruppichteroth	11
2.4 Regionale Wettbewerbssituation.....	14
3 Einzelhandelssituation in der Gemeinde Ruppichteroth	16
3.1 Einzelhandelsausstattung nach Ortsteilen	16
3.2 Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten.....	18
3.3 Einzelhandelszentralität	21
3.4 Exkurs: Kundenherkunft und bevorzugte auswärtige Einkaufsorte	23
4 Standortanalyse des Ortskerns Ruppichteroth	25
4.1 Städtebauliche Situation	25
4.2 Einzelhandelsangebot.....	27
5 Wohnungsnahe Versorgung in der Gemeinde Ruppichteroth	29
6 Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse sowie Schlussfolgerungen für die Konzeptentwicklung	31
7 Perspektiven für die Einzelhandelsentwicklung	32
7.1 Konsumtrends in der Gesellschaft	32
7.2 Konsequenzen für den Einzelhandel in Deutschland	34
7.3 Grundlegende Empfehlungen zur Verkaufsflächenentwicklung in der Gemeinde Ruppichteroth	35
7.4 Exkurs Kleinflächenkonzepte	37
8 Einzelhandels- und Zentrenkonzept Ruppichteroth	41
8.1 Bedeutung kommunaler Einzelhandelskonzepte aus Sicht der Landesplanung	41
8.2 Leitziele des Zentrenkonzeptes	45
8.3 Empfehlungen zur Abgrenzung und Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches	46
8.4 Empfehlungen zur Weiterentwicklung der wohnungsnahen Grundversorgung.....	50

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

8.5	Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten	51
8.6	Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente	52
9	Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandels-entwicklung	56
9.1	Steuerung des Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten	56
9.2	Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels	57
9.3	Festsetzungen zu Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels	60
9.4	Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten.....	61
9.5	Möglichkeiten zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes durch die Bauleitplanung	62

Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1:	Lage im Raum und zentralörtliche Gliederung	7
Abbildung 2:	Einwohner der Gemeinde Ruppichteroth	9
Abbildung 3:	Untergliederung des Gemeindegebietes.....	10
Abbildung 4:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Gemeinde Ruppichteroth und in Nachbarkommunen	11
Abbildung 5:	Einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben in der Gemeinde Ruppichteroth .	12
Abbildung 6:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten	13
Abbildung 7:	Einzelhandelsausstattung nach Ortsteilen	16
Abbildung 8:	Verteilung der Einzelhandelsbetriebe.....	17
Abbildung 9:	Verkaufsflächen und Umsätze in der Gemeinde Ruppichteroth nach Sortimenten	18
Abbildung 10:	Lebensmittelangebot der Gemeinde Ruppichteroth nach Betriebsformen	19
Abbildung 11:	Verkaufsflächen und Umsätze in der Gemeinde Ruppichteroth nach Sortimenten	20
Abbildung 12:	Umsatz-Kaufkraft-Relation im Überblick	21
Abbildung 13:	Umsatz-Kaufkraft-Relation und Kaufkraftsaldo	22
Abbildung 14:	Kundenherkunft	23
Abbildung 15:	Nutzungsstruktur im Ortskern Ruppichteroth	26
Abbildung 16:	Verkaufsflächen und Umsätze im zentralen Versorgungsbereich Ruppichteroth	28
Abbildung 17:	Nahversorgung in der Gemeinde Ruppichteroth.....	30
Abbildung 18:	Kleinflächenkonzepte	39
Abbildung 19:	Zentraler Versorgungsbereich Ruppichteroth	47
Abbildung 20:	Sortimentsliste der nahversorgungs-, zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimente der Gemeinde Ruppichteroth.....	54

1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

In der Gemeinde Ruppichteroth ist die Errichtung eines Nahversorgungszentrums mit max. 5.000 m² Verkaufsfläche auf einem früher durch die Huwil-Werke genutzten Gelände an der Brölthalstraße geplant. Die Genehmigung des Vorhabens soll über einen Vorhabenbezogenen Bebauungsplan mit Festsetzungen gemäß § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) erfolgen, die zulässigen Verkaufsflächen und Sortimente dementsprechend genau festgesetzt werden.

Zur Vorbereitung des Genehmigungsverfahrens wird eine absatzwirtschaftliche Auswirkungsanalyse benötigt, die die zu erwartenden versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens ermittelt und bewertet. Hierbei ist insbesondere auf die Auswirkungen auf die Ortsmitte Ruppichteroth selbst sowie die zentralen Versorgungsbereiche in Nachbarkommunen abzustellen. Auch sind die Auswirkungen auf die Nahversorgung in anderen Ortsteilen und die für die wohnungsnah Versorgung bedeutsamen Nahversorgungsstrukturen in Nachbarkommunen zu untersuchen.¹

Da in der Gemeinde Ruppichteroth bisher noch kein kommunales Einzelhandelskonzept vorliegt, ist der Auswirkungsanalyse die Erarbeitung eines Einzelhandelsstandortkonzepts vorzuschalten. Dabei ist die Einzelhandelssituation im Gemeindegebiet vollständig zu erfassen und sind die zentralen Versorgungsbereiche zu ermitteln und abzugrenzen. Zusätzlich werden Empfehlungen dazu erarbeitet, welche Einzelhandelssortimente in der Gemeinde als zentren- bzw. nahversorgungsrelevant zu gelten haben und deshalb nur in zentralen Lagen angeboten werden sollten.

Darüber hinaus ist aufzuzeigen, ob das Vorhaben die Vorgaben der Raumordnung und Landesplanung zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels einhält. Dabei sind die für das Planvorhaben in Ruppichteroth relevanten Vorgaben des „sachlichen Teilplans Großflächiger Einzelhandel“ als Teil des neuen Landesentwicklungsplans NRW wie Grundsätze der Raumordnung zu behandeln.

¹ Die Auswirkungsanalyse wird anhand der aktuellen Projektdaten überarbeitet und ist nicht Bestandteil der vorliegenden Berichtsfassung.

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

1.2 Methodische Vorgehensweise und Primärerhebungen

Die Untersuchung basiert auf folgenden Erhebungen und Datenquellen:

Betriebsstättenerhebung in der Gemeinde Ruppichteroth

Im Juli 2012 wurde von der BBE eine Vollerhebung aller Einzelhandelsbetriebe² und leerstehenden Ladenlokale durchgeführt. Dabei wurden die Verkaufsflächen der Betriebe nach 25 Warengruppen differenziert erhoben. Darüber hinaus wurden im Ortskern Ruppichteroth die publikumsintensiven sonstigen Nutzungen (private Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen) erfasst und kartografisch dokumentiert. Unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern wurde die Umsatzleistung der Einzelhandelsbetriebe eingeschätzt.

Weitere Grundlagen

Zur Bewertung der Kundenverflechtungsströme wird auf Befragungsergebnisse des Geographischen Instituts der Universität Bonn (Dr. Jeanette Waldhausen-Apfelbaum) in Kooperation mit dem Schaufenster Ruppichteroth Interessengemeinschaft von Handel, Handwerk und Gewerbe e. V. im Rahmen der „Untersuchung der Kunden und Unternehmen in Ruppichteroth“ (2006) zurückgegriffen.

Die Daten zum einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial in der Gemeinde Ruppichteroth wurden von der BBE-Marktforschung ermittelt. Zugrunde gelegt werden Daten aus der aktuellen Veröffentlichung der BBE/CIMA/MB-Research-Kaufkraft für Sortimente.

Für die Konzeptentwicklung wird auf relevante Daten aus sekundärstatistischen Quellen (u. a. Gemeinde Ruppichteroth, Landesbetrieb Information und Technik NRW) zurückgegriffen. Vorliegende Planungsunterlagen der Gemeinde Ruppichteroth wurden ausgewertet.

Wettbewerbsanalyse in der Region

Aufbauend auf den vorliegenden Einzelhandelskonzepten der Gemeinden in der Region wurde die regionale Angebotssituation im Einzelhandel untersucht.

²

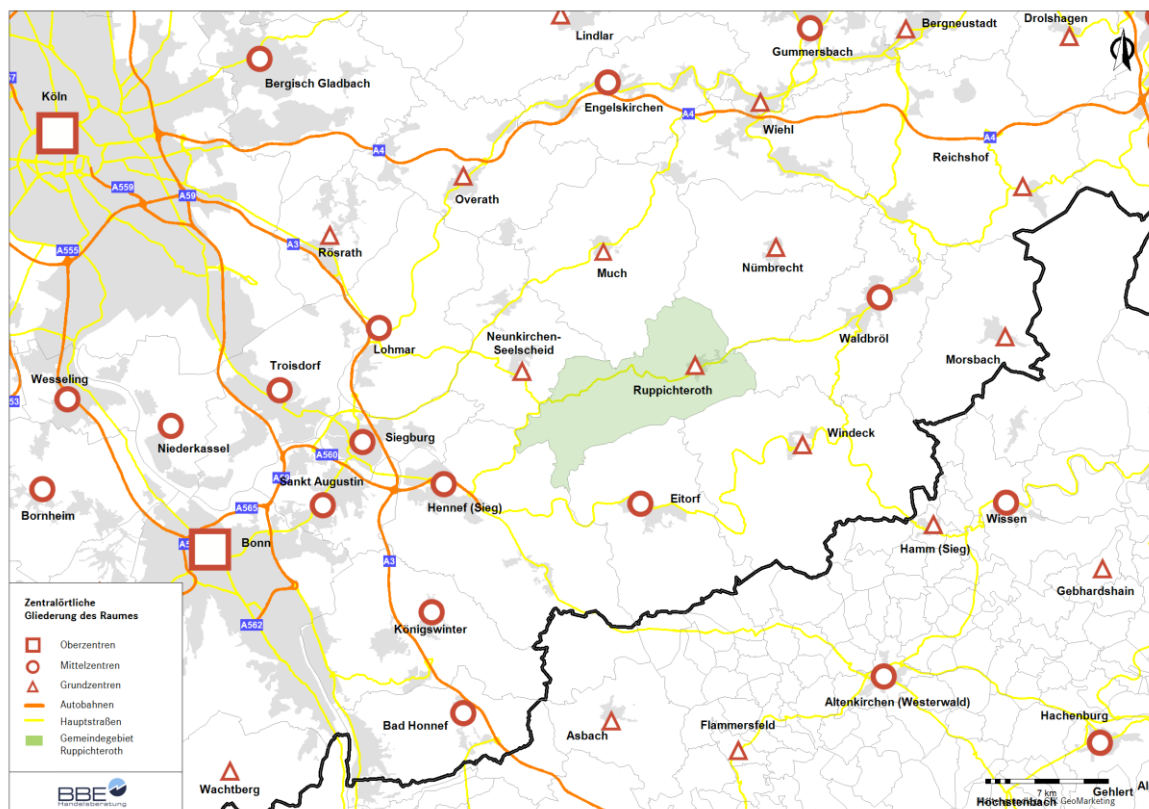
Als Einzelhandelsbetriebe werden die Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an Endverbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Dabei werden auch Ladenhandwerksbetriebe berücksichtigt (Bäckereien, Konditoren, Metzgereien). Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handwerks, des Handels mit Mineralölerzeugnissen (außer größere Verkaufsräume in Tankstellen) und ähnlichen Waren.

2 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

2.1 Siedlungsstruktur und Verkehrsanbindung

Die Gemeinde Ruppichteroth ist dem Rhein-Sieg-Kreis zugeordnet und umfasst 74 Ortsteile. Die Gemeinde Ruppichteroth übernimmt nach den landesplanerischen Vorgaben die Funktionen eines Grundzentrums. In der Nachbarschaft der Gemeinde befinden sich die Mittelzentren Waldbröl im Osten, Eitorf im Süden, Hennef und Siegburg im Westen sowie die Grundzentren Neunkirchen-Seelscheid, Much und Nümbrecht im Norden und Windeck im Süden. Das nächstgelegene Oberzentrum ist die Stadt Bonn (ca. 30 km westlich).

Abbildung 1: Lage im Raum und zentralörtliche Gliederung



Quelle: BBE-Darstellungen

Ruppichteroth liegt im Bergischen Land und wird auch als Bröltalgemeinde bezeichnet. Die Gemeinde weist die drei Hauptorte Ruppichteroth, Schönenberg und Winterscheid auf. Sie ist ein Zusammenschluss der beiden vor dem Jahre 1969 selbstständigen Gemeinden Ruppichteroth und Winterscheid. Das Gebiet war von jeher land- und forstwirtschaftlich geprägt. Aufgrund der attraktiven landschaftlichen Rahmenbedingungen und der Nähe zum Ballungsraum Köln-Bonn ist die Bevölkerungsentwicklung der letzten Jahre positiv verlaufen.

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

Die Bundesstraße 478 stellt die wichtigste Verkehrsachse dar, die die Gemeinde mit den benachbarten Städten Waldbröl und Hennef sowie mit der Autobahn 560 verbindet. Die nächst gelegene Anschlussstelle ist Hennef-Ost. Die ÖPNV-Anbindung wird durch Buslinien im Rahmen des Verkehrsverbundes Rhein-Sieg sichergestellt.

2.2 Demographische Entwicklung

Die Gemeinde Ruppichteroth weist aktuell 10.463 Einwohner auf,³ die sich auf die drei Hauptorte Ruppichteroth, Schönberg und Winterscheid mit ca. 48 % und auf 71 weitere Ortsteile mit ca. 52 % verteilen (vgl. Abbildung 2).

Das Gemeindegebiet lässt sich in 3 Standortbereiche untergliedern (vgl. Abbildung 3). Dem östlichen Gemeindegebiet rund um den Hauptort Ruppichteroth sind ca. 4.900 Einwohner zugeordnet. In Schönberg und den sonstigen Ortschaften im zentralen Gemeindegebiet sind ca. 2.900 Personen wohnhaft. Das westliche Gemeindegebiet mit Winterscheid und den benachbarten Bergorten umfasst ca. 2.700 Einwohner.

Die Gemeinde Ruppichteroth verzeichnet im Zeitraum 1991 - 2011 ein Bevölkerungswachstum um ca. 4 %, das dem des Rhein-Sieg-Kreises (ca. 3 %) entspricht und deutlich über der landesweiten Bevölkerungsentwicklung (Rückgang um ca. 1 %) liegt.

Auch für die Zukunft ist eine positive Bevölkerungsentwicklung zu erwarten (im Rhein-Sieg-Kreis für den Zeitraum 2011 – 2030 in der Basisvariante ca. + 1 %).⁴

³ Quelle: Gemeinde Ruppichteroth, Stand: 31.12.2011

⁴ Vgl. IT.NRW

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

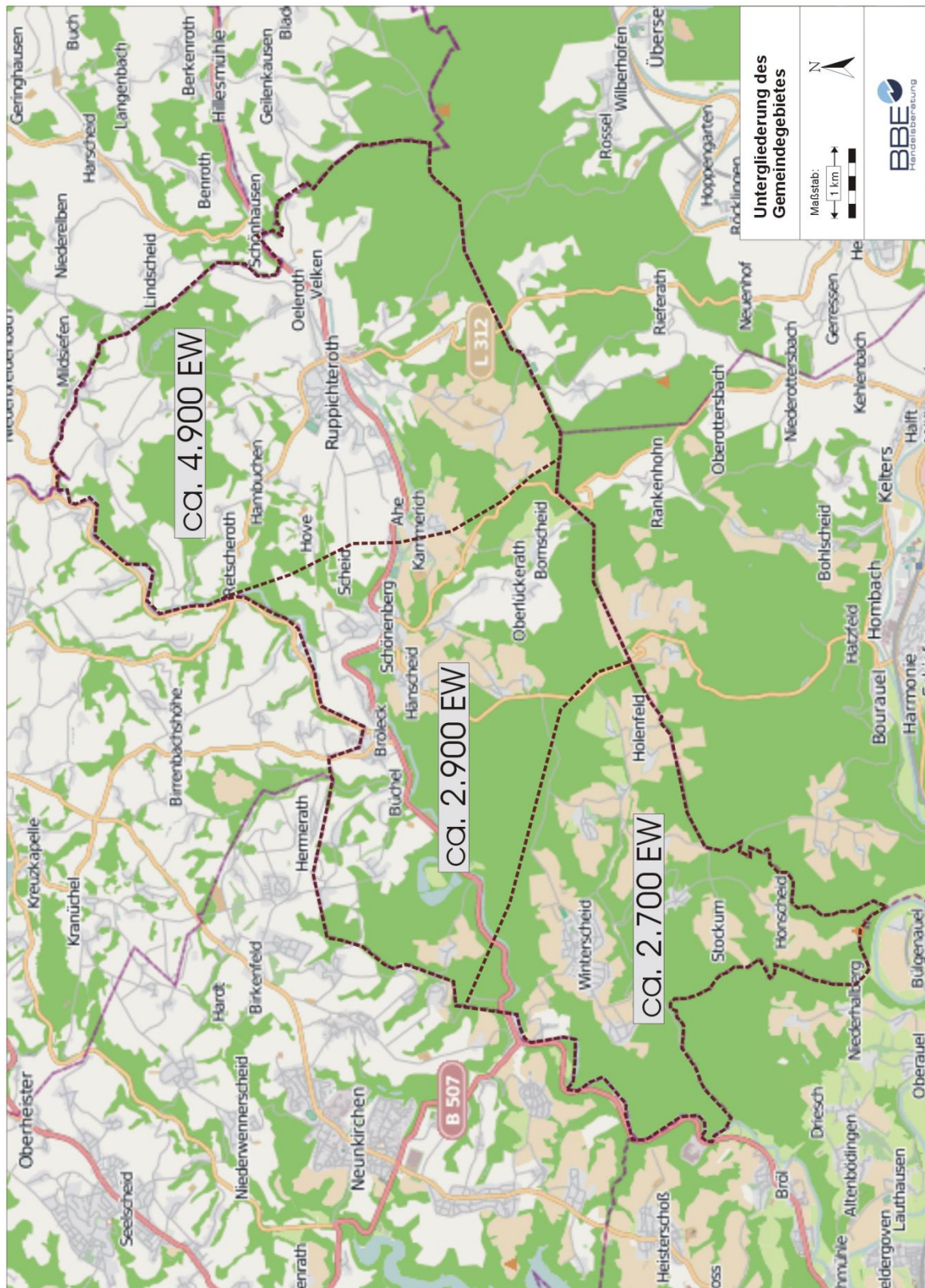
Abbildung 2: Einwohner der Gemeinde Ruppichteroth

Ortsteil	Einwohner		Ortsteil	Einwohner	
	abs.	in %		abs.	in %
Ahe	99	0,95	Kuchem	50	0,48
Bacherhof	9	0,09	Litterscheid	231	2,21
Bechlingen	25	0,24	Millerscheid	75	0,72
Beiert	41	0,39	Mittelsaurenbach	27	0,26
Berg	17	0,16	Neuenhof b. Rupp.	12	0,11
Bölkum	151	1,44	Neuenhof b. W.sch.	4	0,04
Bornscheid	101	0,97	Niederlückerath	101	0,97
Bröleck	348	3,33	Niederprobach	5	0,05
Brölerhof	4	0,04	Niedersaurenbach	6	0,06
Broscheid	118	1,13	Oberlückerath	203	1,94
Büchel	151	1,44	Obersaurenbach	104	0,99
Damm	10	0,10	Oeleroth	270	2,58
Derenbach	25	0,24	Paulinenthal	2	0,02
Dörgen	41	0,39	Pulvermühle	6	0,06
Ennenbach	59	0,56	Reiferscheid	127	1,21
Fußberg	-	-	Retscheroth	70	0,67
Fußhollen	172	1,64	Rose	116	1,11
Gießelbach	67	0,64	Rotschertoth	4	0,04
Hänscheid	300	2,87	Ruppichteroth	2.593	24,78
Hambuchen	182	1,74	Scheid	57	0,54
Harth	164	1,57	Schmitzhöfgen	8	0,08
Hatterscheid	260	2,48	Schneppe	3	0,03
Herrenbröl	44	0,42	Schönenberg	852	8,14
Herrnstein	9	0,09	Schreckenberg	129	1,23
Hodgeroth	58	0,55	Schmitzdörfgen	26	0,25
Holenfeld	48	0,46	Stockum	44	0,42
Honscheid	46	0,44	Stranzenbach	87	0,83
Hove	110	1,05	Straße	2	0,02
Ifang	22	0,21	Tanneck	13	0,12
Ingersauelemühle	10	0,10	Thal	2	0,02
Jünkersfeld	70	0,67	Thilhove	114	1,09
Junkersaurenbach	13	0,12	Velken	169	1,62
Kämerscheid	111	1,06	Wingenbach	18	0,17
Kammerich	334	3,19	Wingenbacherhof	8	0,08
Kesselscheid	22	0,21	Winterscheid	1.541	14,73
Köttingen	31	0,30	Winterscheiderbröl	88	0,84
Krahwinkel	24	0,23	Winterscheid.-mühle	-	-
Gemeinde Ruppichteroth gesamt				10.463	100,00

Quelle: Gemeinde Ruppichteroth, Stand: 31.12.2011 (nur Hauptwohnsitze), Rundungsdifferenzen möglich

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

Abbildung 3: Untergliederung des Gemeindegebietes



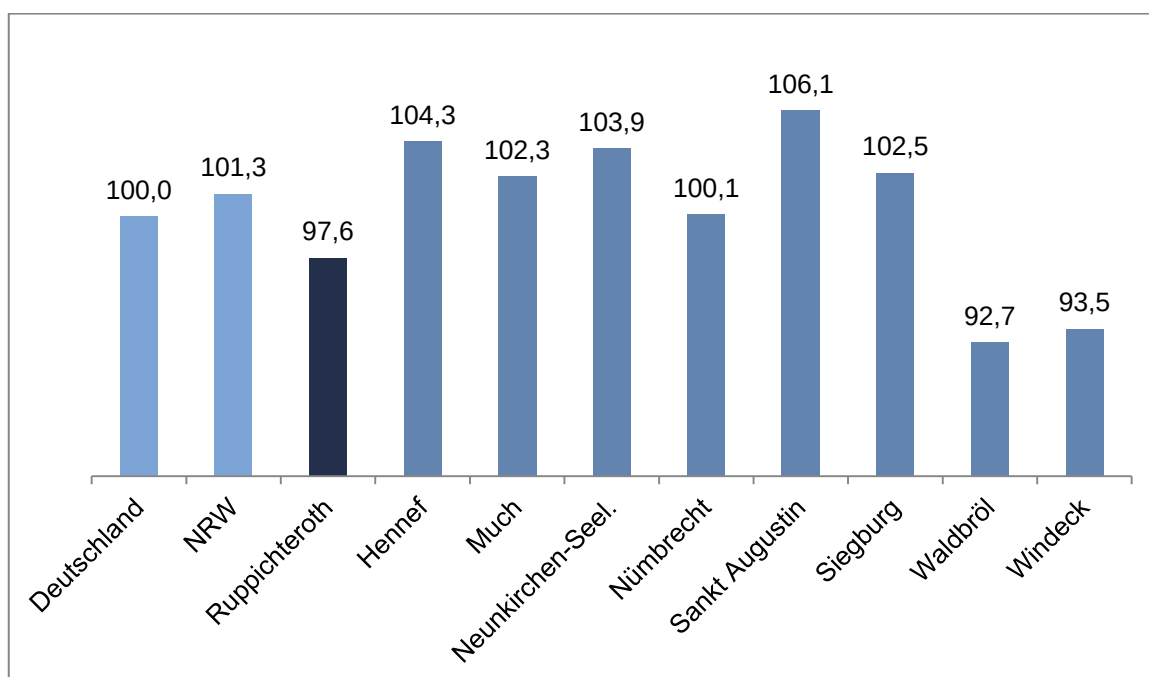
Quelle: BBE-Darstellung

2.3 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Gemeinde Ruppichterorth

Zur Berechnung des einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumens werden die privaten Verbrauchsausgaben zugrunde gelegt, die wiederum aus dem verfügbaren Einkommen abzüglich der Sparquote resultieren. Von den privaten Verbrauchsausgaben im gesamten Bundesgebiet sind demnach aktuell pro Jahr und Kopf insgesamt 5.664 € einzelhandelsrelevant.⁵

Die BBE!CIMA!MBR!-Marktforschung weist für die Gemeinde aktuell ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau von 97,6 % aus. Dieses liegt somit gut 2 %-Punkte unter dem Bundesdurchschnitt. Im regionalen Vergleich weist die Gemeinde damit ein im Vergleich zu den benachbarten Gemeinden unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau auf. Waldbröl und Windeck weisen jedoch noch geringere Kaufkraftkennziffern auf (vgl. Abbildung 4).

Abbildung 4: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Gemeinde Ruppichterorth und in Nachbarkommunen



Quelle: BBE!CIMA!MBR-Kaufkraftkennziffern

Auf der Grundlage der BBE-Kennzahlen ergeben sich für die Gemeinde jährliche Pro-Kopf-Ausgaben in Höhe von 5.529 € (vgl. Abbildung 5). Multipliziert mit der Einwohnerzahl lässt sich ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Gemeinde in Höhe von aktuell 57,9 Mio. € errechnen (vgl. Abbildung 5).

⁵ unberücksichtigt bleiben die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Brennstoffe und Reparaturen

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichterorth
Abbildung 5: Einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben in der Gemeinde Ruppichterorth⁶

Sortiment	Deutschland	Ruppichterorth	Ruppichterorth
	Pro-Kopf-Ausgaben in €	Pro-Kopf-Ausgaben in	Kaufkraftpotenzial in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	2.046	1.963	20,5
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	243	230	2,4
Pharmaz., medizin., orthopäd. Artikel	567	534	5,6
Papier, Büro, Schreibwaren, Bücher, Zeitungen	191	179	1,9
Bekleidung	593	578	6,1
Schuhe, Lederwaren	130	126	1,3
Bau- und Heimwerkerbedarf, Kfz-Zubehör	366	388	4,1
Blumen, Pflanzen, Gartenbedarf	165	176	1,8
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	47	50	0,5
Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände	80	79	0,8
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente, Kinderwagen	115	119	1,2
Sportartikel, Camping	88	94	1,0
Fahrräder	55	59	0,6
Haus- und Heimtextilien, Gardinen	68	66	0,7
Teppiche	31	30	0,3
Bettwaren	30	29	0,3
Möbel	294	293	3,1
Lampen, Leuchten	19	18	0,2
Elektrokleingeräte	40	38	0,4
Elektrogroßgeräte	80	76	0,8
Unterhaltungselektronik, Computer, Kommunikation	259	252	2,6
Foto, Optik, Akustik	101	100	1,1
Uhren, Schmuck	56	53	0,6
Gesamt	5.664	5.529	57,9

Quelle: BBE-Marktforschung

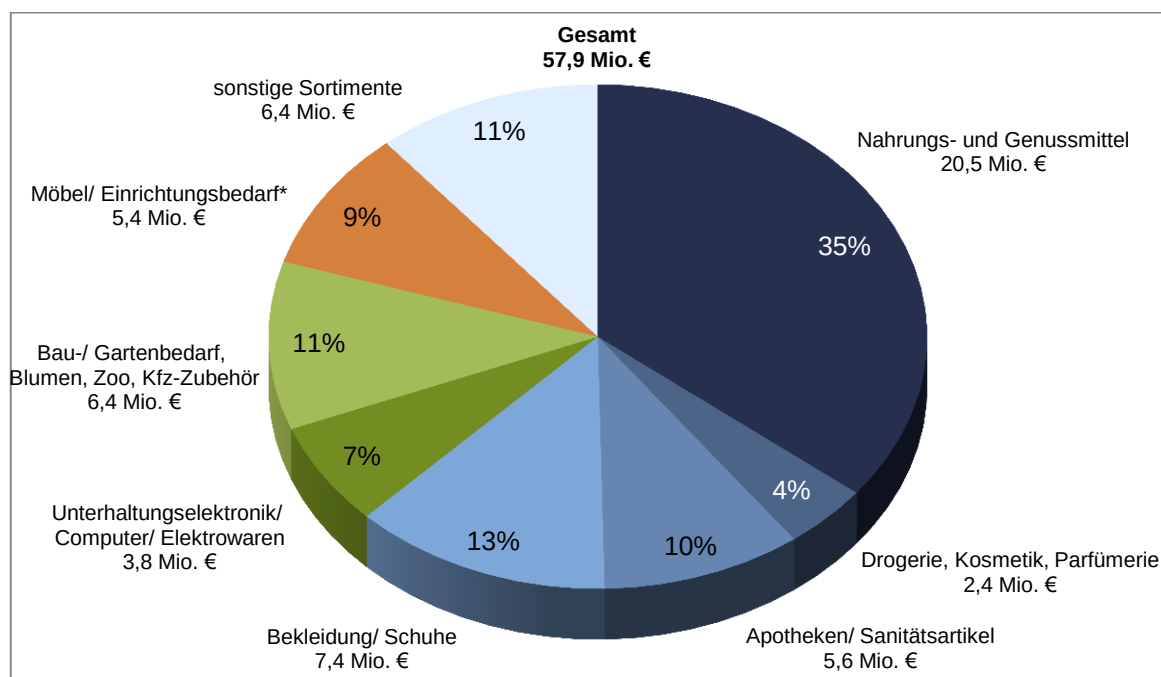
Mit rund 35 % entfällt ein großer Teil des Kaufkraftpotenzials auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Zusammen mit Drogerie-, Parfümeriewaren und pharmazeutischen Artikeln bezieht sich knapp die Hälfte des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente.

⁶ Im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wird eine ortsspezifische Sortimentsliste für die Gemeinde Ruppichterorth erstellt (vgl. hierzu Kapitel 8.5).

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

Für die zentrenrelevanten Leitbranchen Bekleidung/ Schuhe und Unterhaltungselektronik stehen im Gemeindegebiet insgesamt ca. 11,2 Mio. € zur Verfügung. Die jährlichen Ausgaben für Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel und Einrichtungszubehör addieren sich auf ca. 11,8 Mio. €, die sonstigen Warengruppen umfassen ca. 6,4 Mio. € bzw. ca. 11 % des Gesamtvolumens (vgl. Abbildung 6).

Abbildung 6: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Teppiche, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten und Lampen

Quelle: BBE-Marktforschung

2.4 Regionale Wettbewerbssituation

Die Gemeinde Ruppichteroth liegt im ländlichen Raum des Bergischen Landes, wobei der Ballungsraum Köln-Bonn in einer Entfernung von ca. 30 km gut erreichbar ist. Eine große Ausstrahlungskraft ist auch der Kreisstadt Siegburg zuzuschreiben. Im direkten Standortumfeld sind die Mittelzentren Waldbröl und Hennef sowie die Grundzentren Windeck, Nümbrecht, Much und Neunkirchen-Seelscheid gelegen.

In **Waldbröl** stellt neben der Innenstadt der Fachmarktstandort Otto-Eichhorn-Straße den wichtigsten Einkaufsbereich dar. In Ergänzung zu den nahversorgungsbezogenen Angeboten (Aldi, Norm, dm) sind vor allem Bekleidungs- und Schuhfachmärkte (Jeans Fritz, Takko, Bon Prix, Ernsting's Family und Deichmann) ansässig. Das Angebot wird durch die Fachmärkte Fressnapf und Dänisches Bettenlager abgerundet. Dagegen weist die Innenstadt aktuell eine nicht gefestigte Situation auf, die sich in einer Vielzahl von Leerständen zeigt. Der Einzelhandelsstandort wird durch das Fachmarktzentrum im südwestlichen Innenstadtbereich u. a. mit Rewe XL und Bekleidung Kressner geprägt. An der Kaiserstraße stellt der Drogeriemarkt Rossmann den einzigen größeren Anbieter dar. Die Hochstraße weist ebenfalls überwiegend kleinteiligen Einzelhandel auf. Nach der Schließung des Bekleidungshauses Mast ist nur noch das Bekleidungsgeschäft Barth als größerer Anbieter vorhanden. Für die seit Jahren leerstehende ehemalige Woolworth-Immobilie an der Kaiserstraße bestehen Überlegungen ein Einkaufszentrum (Merkur-Haus) anzusiedeln. Als Nutzungen stehen Lebensmittel, Textilien, Schuhe und Drogeriewaren im Raum.

Im westlichen Stadtgebiet stellt der Geschäftsbereich Raabeweg mit Rewe XL, Aldi, Expert Klein und Zweirad Meister einen weiteren Einzelhandelsschwerpunkt dar.

Innerhalb der Gemeinde **Windeck** stellt das Hauptzentrum Rosbach entlang der Rathausstraße den wichtigsten Einzelhandelsstandort dar. Der Angebotsschwerpunkt ist dem nahversorgungsrelevanten Bereich zugeordnet (u. a. Rewe XL, dm, Aldi); Bekleidung und werden durch das Fachgeschäft Brück und zukünftig durch je einen Bekleidungs- und Schuhfachmarkt im Standortverbund mit Aldi angeboten. Am Ortsrand sind u. a. Lidl und der Getränkemarkt Dursty ansässig.

Ein weiterer Angebotsschwerpunkt befindet sich im Ortsteil Dattenfeld, der im Einzelhandelskonzept der Gemeinde als Nebenzentrum qualifiziert wird. Wesentlicher Anbieter ist ein Rewe Supermarkt, der von kleinteiligen Angeboten (u. a. Bäckerei, Apotheke) ergänzt wird.

Zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandortes Windeck werden die Ansiedlung eines Fachmarktzentrums auf einer östlich der Bahntrasse gelegenen Industriebrache in Rosbach sowie die Ansiedlung eines Netto-Marktes in einer Randlage des Ortsteils Dattenfeld diskutiert.

In **Nümbrecht** ist das Einzelhandelsangebot wesentlich auf die Ortsmitte konzentriert. In direkter Anbindung an die Hauptstraße als gewachsene Einkaufslage mit kleinteiligen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe konnten in den letzten Jahren Lebensmittel- und sonstige Fachmärkte

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

(u. a. Rewe XL, Aldi, dm, NKD, Ernsting's Family und Quick Schuhe) angesiedelt werden, so dass eine bedarfsgerechte Nahversorgung besteht.

Auch in der Gemeinde **Much** konnte an die gewachsene Geschäftslage der Hauptstraße mit einer Vielzahl von kleineren Geschäften ein nahversorgungsbezogener Angebotsschwerpunkt an der Wahnbachtalstraße mit einem Dornseifer Supermarkt, Aldi und Das Futterhaus angebunden werden. Die wohnungsnah Versorgung wird durch einen Verbundstandort von Penny und Norma ergänzt.

Die Gemeinde Neunkirchen-Seelscheid weist in den beiden Ortsteilen Neunkirchen und Seelscheid jeweils eine grundzentrale Versorgungsausstattung auf. In **Seelscheid** prägen die innerörtlichen Lebensmittelmärkte Rewe Kolmitz, Aldi und Netto das Angebot. In einer Ortsrandlage befindet sich ein Lidl Lebensmitteldiscountmarkt. Darüber hinaus sind entlang der Zeithstraße Fachgeschäfte u. a. für Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik, Bekleidung, Schuhe und Sport ansässig.

In **Neunkirchen** ist ein straßenachsenbezogener Einzelhandelsbesatz entlang der Hauptstraße vorhanden, der ebenfalls eine Vielzahl von Fachgeschäften umfasst. Die Frequenzträger Rewe Hilbrecht, Aldi und Netto befinden sich in einer nördlichen Randlage. Am südlichen Ortseingang ist Lidl ansässig.

In der Stadt **Hennef** stellt die Innenstadt den wichtigsten Geschäftsbereich dar. Entlang der Frankfurter Straße und im Bereich der Fußgängerzone im Bahnhofsumfeld sind zahlreiche Fachgeschäfte ansässig. Wichtige Magnetfunktionen übernimmt der innerstädtische Hit-Markt in Verbindung mit einem dm- und einem Lidl-Markt. In Bahnhofsnähe soll u. a. ein Elektrofachmarkt angesiedelt werden.

Aufgrund der verkehrsgünstigen Lage im Kreuzungspunkt der B 478 und der Autobahn 560 ist dem Ergänzungsstandort Brölstraße/ Emil-Langen-Straße mit den Märkten Rewe XL, Lidl und Fressnapf eine hohe Versorgungsbedeutung beizumessen. Darüber hinaus bestehen im Stadtgebiet weitere Nahversorgungsstandorte u. a. an der Bonner Straße sowie in Stoßdorf und Geistingen.

3 Einzelhandelssituation in der Gemeinde Ruppichteroth

3.1 Einzelhandelsausstattung nach Ortsteilen

In der Gemeinde Ruppichteroth sind insgesamt 37 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe ansässig, die insgesamt über eine Verkaufsfläche von ca. 8.800 m² verfügen und einen Umsatz in Höhe von ca. 29,0 Mio. € erwirtschaften. Zum Erhebungszeitpunkt waren im Gemeindegebiet 5 Leerstände vorhanden.⁷

Abbildung 7: Einzelhandelsausstattung nach Ortsteilen

Ortsteil	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
	absolut	in %	in m ²	in %	in Mio. €	in %
Ruppichteroth	27	73,0	6.520	74,1	25,2	86,9
Schönenberg	3	8,1	1.200	13,6	1,4	4,8
Winterscheid	2	5,4	70	0,8	0,3	1,0
sonstige Ortschaften	5	13,5	1.010	11,5	2,1	7,2
Gemeinde Ruppichteroth gesamt	37	100,0	8.800	100,0	29,0	100,0

Quelle: BBE-Erhebungen/ -Berechnungen

Zur Bewertung kann man die Einzelhandelsverkaufsfläche auf die Einwohnerzahl (ca. 10.460 Einwohner) beziehen. Es ergibt sich ein Dichtewert (Arealitätsziffer) von 0,8 m² je Einwohner. Verglichen mit dem Bundesdurchschnitt von ca. 1,5 m² je Einwohner verzeichnet die Gemeinde Ruppichteroth einen deutlich unterdurchschnittlichen Flächenbesatz, so dass eine geringe Versorgungsbedeutung ablesbar ist.

Der räumliche Schwerpunkt des Einzelhandelsangebotes bezieht sich auf den Ortsteil Ruppichteroth mit dem Geschäftsband entlang der Brölstraße, auf den ein Einzelhandelsbesatz mit 27 Betrieben, ca. 6.500 m² Verkaufsfläche und ca. 25 Mio. € Umsatz entfällt. Die Ortsteile Schönenberg und Winterscheid verfügen über einzelne Betriebe der kleinteiligen Grundversorgung sowie über Blumen und Gartenbaubetriebe. Auch in den sonstigen Ortsteilen ist nur ein geringer, überwiegend kleinteiliger Einzelhandelsbesatz vorhanden (vgl. Abbildung 7).

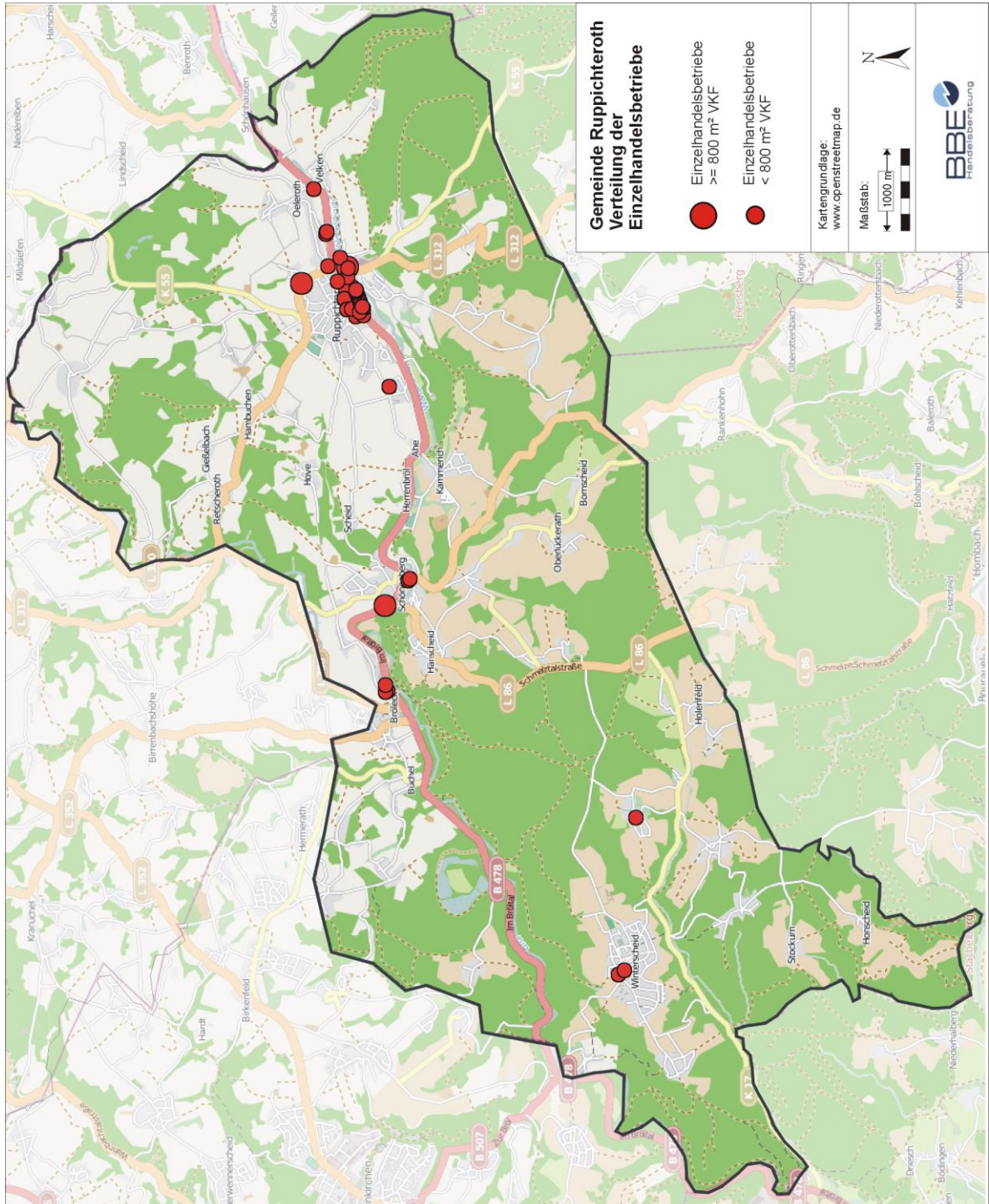
Der Einzelhandelsbesatz umfasst 3 großflächige Betriebe (> 800 m² Verkaufsfläche). Dabei handelt es sich um einen Lebensmitteldiscountmarkt und ein Bauzentrum im Ortsteil Ruppichteroth sowie um einen Gartenbaubetrieb im Ortsteil Schönenberg. Mit einem Flächenanteil des großflächigen Einzelhandels von 41 % an der Gesamtverkaufsfläche der Gemeinde, ist eine deutlich unterdurchschnittliche Ausstattung mit großflächigen Betrieben abzulesen.⁸

⁷ Als Leerstände wurden freigesetzte Objekte aufgenommen, die augenscheinlich auch weiterhin als Ladenflächen genutzt werden sollen.

⁸ Zum Vergleich: In Gemeinden vergleichbarer Größe und Zentralität liegt der Verkaufsflächenanteil großflächiger Einzelhandelsbetriebe bei ca. 50 – 60 %.

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

Abbildung 8: Verteilung der Einzelhandelsbetriebe

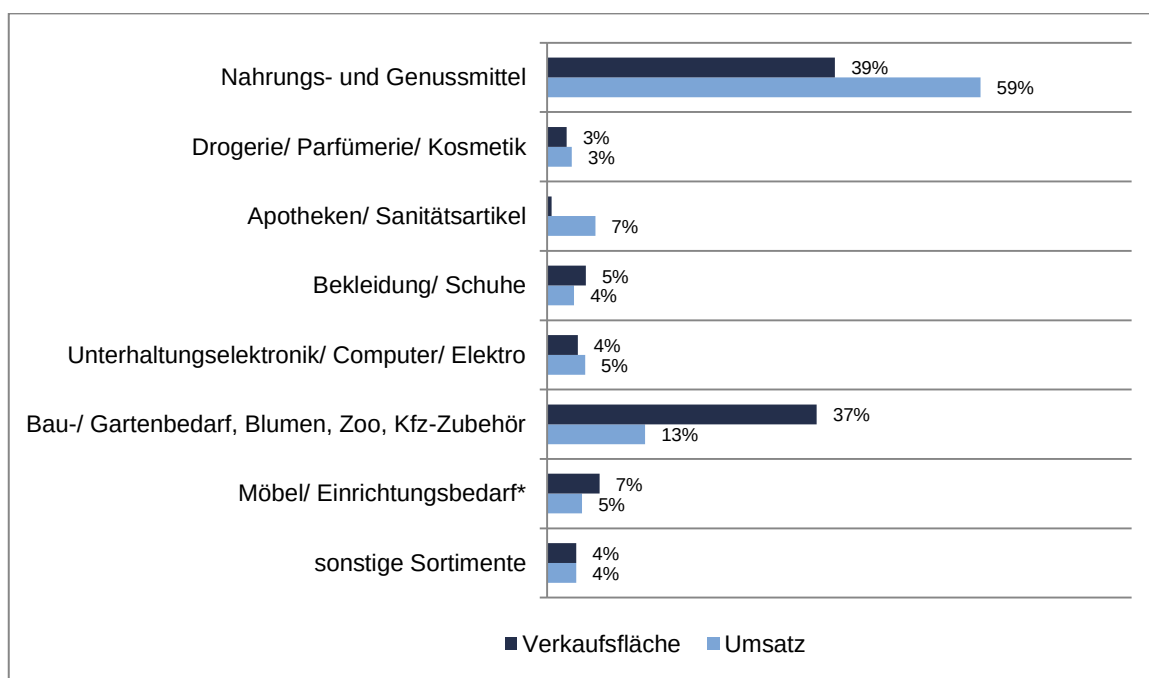


Quelle: BBE-Erhebungen

3.2 Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten

Die Einzelhandelsausstattung der Gemeinde Ruppichteroth weist den verkaufsflächen- und umsatzbezogenen Schwerpunkt bei **Nahrungs- und Genussmitteln** auf (vgl. Abbildung 9). Prägend sind die Lebensmittelmärkte im Ortsteil Ruppichteroth (Edeka, Aldi, Lidl, Netto, Penny). Darüber hinaus ist ein differenziertes Angebot im Lebensmittelhandwerk (insb. Bäckereien) und im kleinteiligen Lebensmitteleinzelhandel (u. a. Getränkehandel) gegeben. Im sonstigen Gemeindegebiet ist nur in Schönberg, Winterscheid und Bröleck eine ausschnittsweise Lebensmittelgrundversorgung (Bäckereien, Metzgerei) vorhanden.

Abbildung 9: Verkaufsflächen und Umsätze in der Gemeinde Ruppichteroth nach Sortimenten



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Teppiche, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten und Lampen

Quelle: BBE-Erhebungen/ -Berechnungen

Das Ausstattungs-niveau bei Lebensmittel-SB-Märkten/ -Geschäften liegt in der Gemeinde Ruppichteroth mit rd. 0,29 m² Verkaufsfläche je Einwohner deutlich unter dem bundesdurchschnittlichen Niveau (ca. 0,41 m² Verkaufsfläche je Einwohner; vgl. Abbildung 10).⁹ Die Betrachtung der Vertriebstypen zeigt ein Defizit bei den modernen Betriebstypen der Lebensmittelvollsortimenter, während eine relativ hohe Discounterausstattung festzustellen ist.

⁹ Ohne Ladenhandwerk, Fachgeschäfte, Getränkemärkte

Abbildung 10: Lebensmittelangebot der Gemeinde Ruppichteroth nach Betriebsformen

Vertriebstypen	Gemeinde Ruppichteroth (10.463 EW)		Bundesdurchschnitt (81.751.600 EW)	
	Verkaufsfläche in m ²	Arealität in VKF m ² /EW	Verkaufsfläche in Mio. m ²	Arealität in VKF m ² /EW
SB-Warenhäuser (> 5.000 m ² VKF)	-	-	6,30	0,08
Große Supermärkte (2.500 – 5.000 m ² VKF)	-	-	3,40	0,04
Supermärkte (400 – 2.500 m ² VKF)	-	-	9,55	0,12
Discounter	2.820	0,27	11,70	0,14
sonstige LE-Geschäfte (SB-Läden, SB-Märkte)	260	0,02	2,90	0,03
Summe	3.040	0,29	33,85	0,41

Quelle: EHI Handelsdaten (Stand: 2010), BBE-Berechnungen

Der Nahversorgung dienen darüber hinaus die Angebotsbereiche **Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik sowie Pharmazie**. Der Drogeriebereich ist nach der Schließung eines Schlecker Drogeriemarkt nur noch durch die Drogerieabteilungen der Lebensmittelmärkte und damit nicht mehr bedarfsgerecht ausgestattet. Auch die Apothekenausstattung ist mit einem Betrieb im Verhältnis zum Bundesdurchschnitt deutlich unterdurchschnittlich.¹⁰

Eine hohe Verkaufsflächenkonzentration ist im **Bau- und Gartenbedarf** zu verzeichnen (ca. 37 % der Verkaufsfläche inkl. Blumen, Tierbedarf und Kfz-Zubehör). Die Umsatzleistung beläuft sich auf ca. 13 % des Einzelhandelsumsatzes, so dass eine im Vergleich der Sortimente relativ geringe Flächenleistung zu erkennen ist. Das Angebot wird vor allem durch ein Bauzentrum und zwei Gartencenter/ Gärtnereien sowie kleinteiligen Fachhandel bei Blumen und Kfz-Zubehör dargestellt.

Im Angebotssegment **Bekleidung und Schuhe** weist die Gemeinde nur einen geringen Einzelhandelsbesatz durch Fachgeschäfte (vor allem Mode Schorn) und die Randsortimente der Lebensmittelmärkte auf.

Ein differenziertes Fachgeschäftsangebot ist bei **Elektrowaren, Unterhaltungselektronik, Computer und Kommunikation** (vor allem EP Müller, Elektro Ortsiefer und Krieger Kommunikation) gegeben.

In Bereich **Möbel** ist ein Küchenanbieter vorhanden, für den **sonstigen Einrichtungsbedarf** (u. a. Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien, Gardinen, Teppiche, Bettwaren sowie Lampen, Leuchten) besteht nur das ausschnittsweise, wöchentlich wechselnde Angebot der Lebensmitteldiscountmärkte.

¹⁰ In der Gemeinde Ruppichteroth liegt die Apothekendichte bei einer Apotheke auf 10.460 Einwohner. Im Bundesdurchschnitt wird ein Wert von ca. 3.800 Einwohnern je Apotheke erreicht (Quelle: APDA-Statistik 2011).

Abbildung 11: Verkaufsflächen und Umsätze in der Gemeinde Ruppichteroth nach Sortimenten

Sortiment	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m²	in %	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	3.470	39,4	17,2	59,3
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	240	2,7	1,0	3,4
Pharmaz., medizin., orthopäd. Artikel	50	0,6	1,9	6,6
Papier, Büro, Schreibwaren, Bücher, Zeitungen	120	1,4	0,5	1,7
Bekleidung, Schuhe, Lederwaren	470	5,3	1,1	3,7
Bau- und Heimwerkerbedarf, Kfz-Zubehör	1.870	21,3	2,3	7,9
Blumen, Pflanzen, Gartenbedarf	1.110	12,6	1,2	4,1
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	260	3,0	0,4	1,4
Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände	320	3,6	0,5	1,7
Sport und Freizeit ¹	120	1,3	0,2	0,6
Möbel	250	2,8	0,8	2,8
Einrichtungszubehör ²	70	0,8	0,1	0,3
Unterhaltungselektronik, Computer, Kommunikation, Elektrogroßgeräte, Elektrokleingeräte	370	4,2	1,5	5,2
Foto, Optik, Akustik, Uhren, Schmuck	80	0,9	0,3	1,0
Gesamt	8.800	100,0	29,0	100,0

¹ Sportartikel, Camping, Fahrräder, Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente, Kinderwagen

² Haus- und Heimtextilien, Gardinen, Teppiche, Bettwaren, Lampen, Leuchten

Quelle: BBE-Erhebungen/ -Berechnungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Auch in den **sonstigen Sortimenten** ist nur eine vergleichsweise geringe Einzelhandelsausstattung vorhanden, die eine ausschnittsweise Versorgung der Bevölkerung der Gemeinde sicherstellen kann.

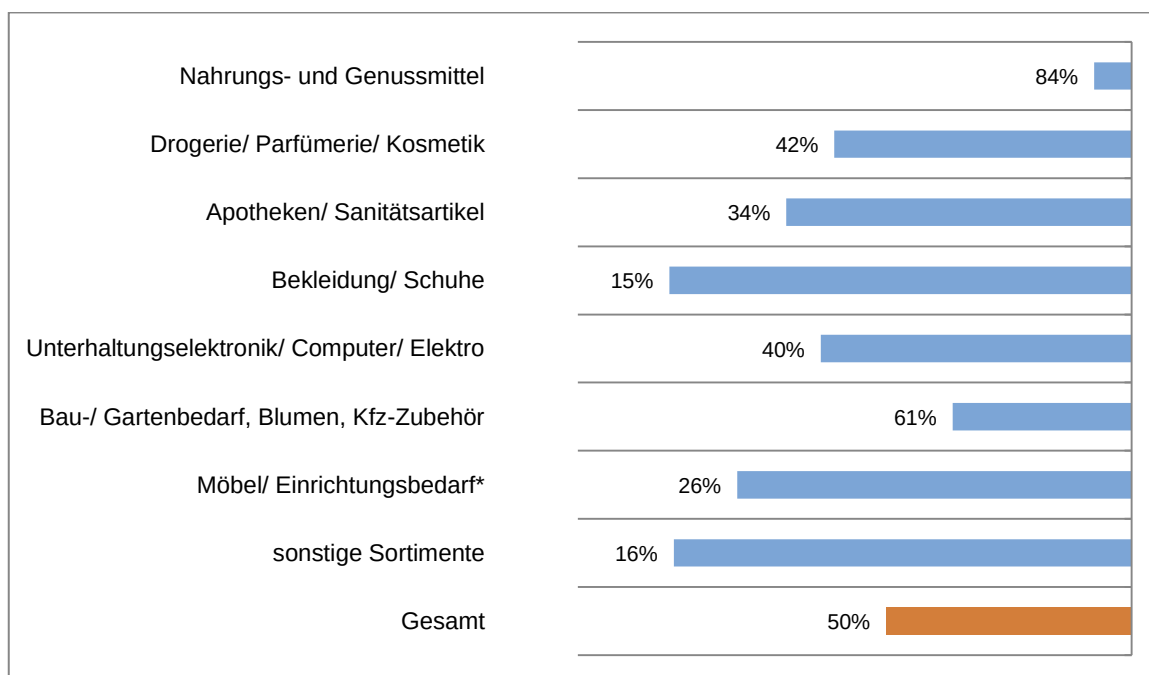
Zusammenfassend ist das Einzelhandelsangebot der Gemeinde Ruppichteroth wesentlich auf die Nahversorgung der örtlichen Bevölkerung ausgerichtet. Dabei sind jedoch erhebliche Angebotsdefizite im Bereich der Versorgung mit Lebensmitteln (insbesondere Lebensmittelsupermarkt) und Drogeriewaren gegeben. Auch bei Bekleidung, Schuhen und im Bereich Haushaltswaren und Apotheken ist ein geringes Einzelhandelsangebot festzustellen.

3.3 Einzelhandelszentralität

Aufbauend auf den Ergebnissen der Angebots- und Nachfrageanalyse lässt sich die funktionale Bedeutung des Einzelhandels mit Hilfe der Einzelhandelszentralität bewerten, die auch Aussagen zur Versorgungsbedeutung des Einzelhandels zulässt. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation stellt das Verhältnis zwischen den erwirtschafteten Umsätzen des ansässigen Einzelhandels und dem örtlichen Kaufkraftpotenzial dar. Für die Gemeinde Ruppichteroth liegt die Umsatz-Kaufkraft-Relation bei ca. 50 %, so dass der erwirtschaftete Gesamtumsatz ca. 50 %-Punkte unter dem vorhandenen Kaufkraftpotenzial liegt und somit per Saldo knapp 29 Mio. € Kaufkraft der örtlichen Bevölkerung aus der Gemeinde abfließen.

Die Umsatz-Kaufkraft-Relationen nach Sortimenten lassen Rückschlüsse auf die Stärken und Schwächen des Einzelhandels in der Gemeinde Ruppichteroth in Verbindung mit der regionalen Wettbewerbssituation zu (vgl. Abbildung 12 und Abbildung 13).

Abbildung 12: Umsatz-Kaufkraft-Relation im Überblick



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Teppiche, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten und Lampen

Quelle: BBE-Berechnungen

Im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel wird mit einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von ca. 84 % der höchste Wert erreicht. Damit wird jedoch auch deutlich, dass die Nahversorgungsausstattung nicht ausreichend ist, um die Lebensmittelversorgung der Bevölkerung in der Gemeinde Ruppichteroth sicher zu stellen. Gleiches gilt für die ebenfalls dem kurzfristigen Bedarf zuzurechnen-

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

den Angebotsbereiche Drogerie-, Parfümerie- und Kosmetikwaren (Umsatz-Kaufkraft-Relation ca. 42 %) sowie Apothekenwaren/ Sanitätsbedarf (ca. 34 %). Per Saldo ergibt sich im kurzfristigen Bedarfssegment sich ein Abfluss von ca. 8 Mio. €, der wesentlich aus der geringen Nahversorgungs-ausstattung in der Gemeinde resultiert.

Bei den sonstigen Sortimenten lässt einzig die Umsatz-Kaufkraft-Relation bei Bau- und Gartenbedarf (ca. 61 % einschließlich Blumen, Tierbedarf und Kfz-Zubehör) auf ein differenziertes Angebot schließen. In allen anderen Angebotsbereichen liegen die Werte bei deutlich unter 40 %, so dass nur eine sehr geringe Versorgungsbedeutung gegeben ist.

Abbildung 13: Umsatz-Kaufkraft-Relation und Kaufkraftsaldo

Sortimente	Kaufkraft-potenzial in Mio. €	Umsatz in Mio. €	Umsatz- Kaufkraft- Relation in %	Kaufkraft- Saldo in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	20,5	17,2	84	-3,3
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	2,4	1,0	42	-1,4
Pharmaz., medizin., orthopäd. Artikel	5,6	1,9	34	-3,7
Papier, Büro, Schreibwaren, Bücher, Zeitungen	1,9	0,5	26	-1,4
Bekleidung, Schuhe, Lederwaren	7,4	1,1	15	-6,3
Bau- und Heimwerkerbedarf, Kfz-Zubehör	4,1	2,3	56	-1,8
Blumen, Pflanzen, Gartenbedarf	1,8	1,2	67	-0,6
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	0,5	0,4	80	-0,1
Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände	0,8	0,5	63	-0,3
Sport und Freizeit ¹	2,8	0,2	7	-1,6
Möbel	3,1	0,8	26	-2,3
Einrichtungszubehör ²	1,5	0,1	7	-1,4
Unterhaltungselektronik, Computer, Kommunikation, Elektrogroßgeräte, Elektrokleingeräte	3,8	1,5	40	-2,3
Foto, Optik, Akustik, Uhren, Schmuck	1,7	0,3	18	-1,4
Gesamt	57,9	29,0	50	-28,9

¹ Sportartikel, Camping, Fahrräder, Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente, Kinderwagen

² Haus- und Heimtextilien, Gardinen, Teppiche, Bettwaren, Lampen, Leuchten

Quelle: BBE-Berechnungen

Im Fazit ist somit festzuhalten, dass die Gemeinde Ruppichteroth auch unter Berücksichtigung ihrer zentralörtlichen Einordnung als Grundzentrum keine angemessene Einzelhandelsversorgung in bereitstellt. Angebotsdefizite sind vor allem im Bereich der Nahversorgung (Lebensmittelsupermarkt, Drogeriemarkt, Apotheke) sowie bei den ergänzenden Sortimenten Bekleidung, Schuhe, Haushaltswaren zu verzeichnen.

3.4 Exkurs: Kundenherkunft und bevorzugte auswärtige Einkaufsorte

Durch das geographische Institut der Universität Bonn wurden im September 2005 umfangreiche Befragungen von Passanten an verschiedenen Standorten in Ruppichteroth (Betriebsstandorte von Penny, Lidl, heutigem Netto, Aldi sowie Zentrum) durchgeführt.¹¹ Von den insgesamt 951 befragten Passanten in Ruppichteroth stammen ca. zwei Drittel aus der Gemeinde, während ein Drittel der Angetroffenen auswärtige Passanten waren. Wichtige auswärtige Herkunftsorte waren Nümbrecht (ca. 14 % der Befragten), Windeck (ca. 8 %), Waldbröl (ca. 6 %) und Much (ca. 3 %). Aus sonstigen Wohnorten stammten ca. 5 % der Befragten.

Stellt man die Zahl der erhobenen Kunden den Einwohnern der jeweiligen Herkunftsorte gegenüber, ergibt sich ein „Kundenbindungsindex“ als Maß für die Verflechtungsintensität, die für die **Bewertung der übergemeindlichen Ausstrahlungskraft** von Bedeutung ist. Demnach ist festzustellen, dass die Kundenbindung in den benachbarten Kommunen Nümbrecht, Windeck und Waldbröl am höchsten ist. Im Vergleich zu dem ermittelten Kundenbindungsindex für die Gemeinde Ruppichteroth wird jedoch deutlich, dass die übergemeindliche Versorgungsbedeutung sich auch für diese Nachbarkommunen auf einem vergleichsweise geringen Niveau befindet.

Abbildung 14: Kundenherkunft

Stadt/ Gemeinde	Kunden		Einwohner	Kunden je 10.000 EW
	abs.	in %		
Ruppichteroth	603	63	10.463	576
Nümbrecht	134	14	17.168	78
Windeck	75	8	20.293	37
Waldbröl	55	6	19.300	28
Much	23	3	14.890	15
Neunkirchen-Seelscheid	8	1	20.578	4
Eitorf	7	1	19.395	4
Sonstige Städte/ Gemeinden	46	5	./.	./.
gesamt	951	100	./.	./.

Quelle: BBE-Darstellungen auf Basis von Ergebnissen der Passantenbefragung des geographischen Instituts der Universität Bonn im Jahre 2005 (Rundungsdifferenzen möglich)

Im Vergleich der Ausstrahlungskraft der Lebensmittelmärkte und der des Facheinzelhandels in der Ortsmitte ist in den Befragungsergebnissen eine stärkere Attraktivität der Lebensmittelmärkte ab-

¹¹ Geographisches Institut der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität, Dr. Jeannette Waldhausen-Apfelbaum, Untersuchung der Kunden und Unternehmen in Ruppichteroth, in Kooperation mit dem Schaufenster Ruppichteroth, Interessengemeinschaft von Handel, Handwerk und Gewerbe e. V., 2006

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

zulesen. Auch die untersuchte Einkaufshäufigkeit bei den Discountern differenziert nach Herkunftsort zeigt eine ergänzende Versorgungsfunktion vor allem für Nümbrecht, Windeck, Waldbröl und Much, da über 80 % der Angetroffenen mindestens einmal pro Woche oder häufiger dort einkaufen. Bei der Interpretation der Ergebnisse ist jedoch zu beachten, dass die auswärtigen Nichtkäufer aufgrund der Befragungsmethodik nicht erfasst werden konnten. Von den auswärtigen Discounterb Besuchern sucht nur knapp ein Viertel der Befragten auch den Fachhandel im Zentrum auf.

Wichtige auswärtige Einkaufsorte für die befragten Passanten sind für Bekleidung, Schuhe, Bücher, Elektrowaren, Optik, Uhren/ Schuck und Küchenzubehör/ Geschirr vor allem Siegburg, Waldbröl, Köln und Bonn. Bei Büchern und Elektrowaren spielt auch der E-Commerce eine ergänzende Rolle (ca. 7 – 18 % der Befragten). Bei optischen Artikeln sind darüber hinaus Einkaufsverflechtungen mit Nümbrecht von Bedeutung.

Eine hohe Einkaufsorientierung auf die eigene Gemeinde war bei der Wohnbevölkerung bei Lebensmitteln, Drogeriewaren, Büchern, Elektrowaren und Küchenzubehör festzustellen.¹²

Im Fazit ist festzuhalten, dass Ruppichteroth vor allem durch die Lebensmitteldiscountmärkte eine (begrenzte) übergemeindliche Kundenbindung entfalten kann, gleichzeitig ist jedoch eine geringe Ausstrahlungskraft des sonstigen Einzelhandels festzustellen.

Die Ergebnisse der Passantenbefragung können einen Anhaltspunkt für die Kundenverflechtungen in der Region geben. Gleichwohl ist zu berücksichtigen, dass in den Nachbarkommunen seit der Befragung im Jahre 2005 zahlreiche Einzelhandelsbetriebe angesiedelt wurden (u. a. Ortskernerweiterung in Nümbrecht mit Rewe XL, Aldi-Verlagerung, dm und sonstigen Fachmärkten, Dornseifer-Ansiedlung in Much, diverse Ansiedlungen in Waldbröl). Mit der Ausweitung des Nahversorgungsangebotes in den Nachbarkommunen dürfte die Ausstrahlungskraft der Lebensmitteldiscountmärkte in Ruppichteroth tendenziell abgenommen haben.

¹²

Auch hier ist bei der Interpretation zu berücksichtigen, dass Nichtkunden nicht befragt werden konnten. Bei Drogeriewaren dürfte sich durch die Schlecker-Schließung die Einkaufsorientierung deutlich verändert haben.

4 Standortanalyse des Ortskerns Ruppichteroth

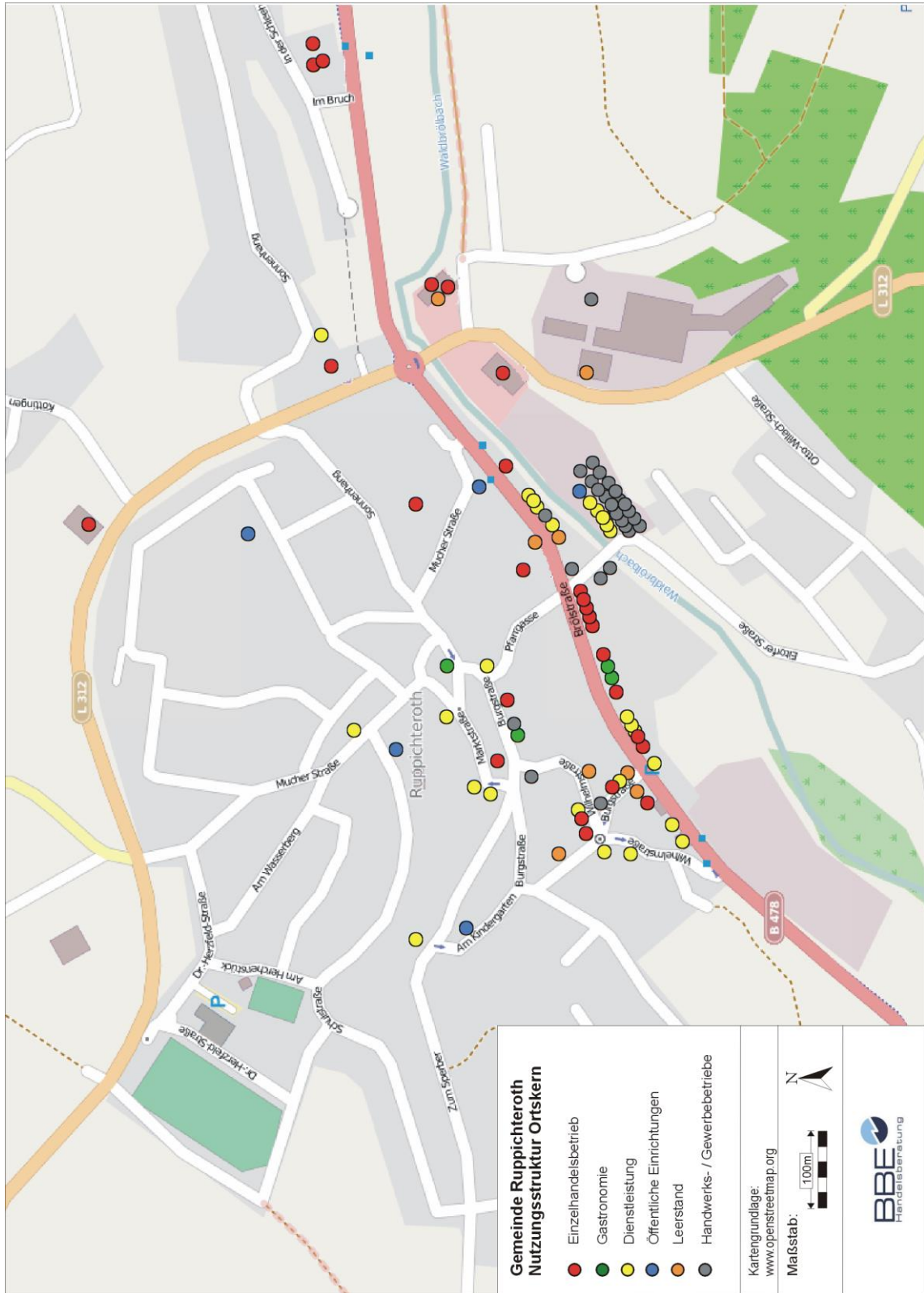
4.1 Städtebauliche Situation

Der Ortskern Ruppichteroth bildet innerhalb der Gemeinde den größten Einzelhandels- und Dienstleistungsschwerpunkt, der in einem differenzierten Besatz von Versorgungseinrichtungen der öffentlichen und privaten Infrastruktur ablesbar ist. Einzig das Rathaus wurde in der geografischen Mitte der Gemeinde im Ortsteil Schönenberg angesiedelt. Das Versorgungszentrum Ruppichteroth ist wie folgt zu charakterisieren (vgl. Abbildung 15):

- Das innerörtliche Versorgungszentrum wird durch eine vergleichsweise weite Auffächerung des Geschäfts- und Dienstleistungsbesatzes entlang der Brölstraße und der angrenzenden Abschnitte der Burgstraße geprägt. Die größte räumliche Dichte der öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen ist entlang der Brölstraße zwischen Wilhelmstraße im Westen und Herchener Straße im Osten gegeben.
- Der Einzelhandelsbesatz umfasst neben den Lebensmittelmärkten Aldi und Lidl überwiegend kleinflächige Fachgeschäfte (u. a. Schorn Mode, EP Müller, Maro Küchen). Außerhalb des fußläufig erlebbaren Bereichs sind die Lebensmittelmärkte Edeka, Penny und Netto ansässig.
- Als wesentliches Charakteristikum des innerörtlichen Versorgungszentrums ist eine starke Durchmischung von öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen anzuführen. Die Nachbarschaft der Versorgungseinrichtungen führt zu Verbundeffekten bei Einkäufen und Erledigungen, so dass eine Agglomerationswirkung der verschiedenen Anbieter von Waren und Dienstleistungen vorliegt.
- Die bauliche Struktur ist durch eine kleinteilige Einzelhausbebauung geprägt, so dass sich relativ kleine Laden- und Gewerbeflächen im Erdgeschoss ergeben. Den baulichen Mittelpunkt der Ortsmitte stellt der Bereich Burgplatz/ Burgstraße/ Marktstraße mit der historischen Ortskernbebauung dar. In diesem Bereich sind jedoch nur noch sehr wenige Einzelhandelsnutzungen ansässig, so dass sich bereits vor Jahrzehnten der Versorgungsschwerpunkt in dem angrenzenden Quartier der Brölstraße herausgebildet hat.
- Das Geschäftsband zwischen Wilhelmstraße und Herchener Straße weist eine West-Ost-Ausdehnung von ca. 750 m auf und ist damit nur noch eingeschränkt im fußläufigen Einkaufsverkehr erlebbar.

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

Abbildung 15: Nutzungsstruktur im Ortskern Ruppichteroth



Quelle: BBE-Erhebungen

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

- Zum Zeitpunkt der Vorort-Erfassung (Stand: Juli 2012) wurden innerhalb des abgegrenzten Ortskernbereichs insgesamt 2 Ladenleerstände erfasst, so dass eine stabile Einzelhandels-situation gegeben ist. Auch die geringe Zahl von Mindernutzungen (u. a. Spielhallen, Rückbau von Geschäftslokalen/ Nutzung durch Dienstleistungsbetriebe) lässt entlang der Brölstraße keine Anzeichen eines Trading-down erkennen. Im Gastronomiebereich werden nach Angaben der Gemeinde kurzfristig zwei Leerstände wiederbelegt.
- Die Verkehrserschließung des Geschäfts- und Dienstleistungszentrums wird über die Brölstraße als Bundesstraße sichergestellt. Gleichzeitig bedeutet dies jedoch, dass die Aufenthaltsqualität in Folge des relativ hohen Verkehrsaufkommens eingeschränkt ist.
- Für den Pkw-orientierten Kundenverkehr bestehen neben den betriebsbezogenen Stellplatzanlagen (vor allem der Lebensmittelmärkte) vorwiegend straßenflankierte Stellplatzangebote. Ergänzend sind Parkplätze entlang der Brölstraße im Kreuzungsbereich Wilhelmstraße und gegenüber der Einmündung Burgstraße vorzufinden. Das Stellplatzangebot und die Zuordnung der Parkplätze zu den Geschäften ist insgesamt als bedarfsgerecht zu bewerten, ohne dass ein erhöhter Parksuchverkehr ausgelöst wird.

Aufgrund der Konzentration der strukturprägenden Einzelhandelsbetriebe und ergänzender Dienstleistungseinrichtungen zeichnet sich das Geschäftszentrum Ruppichteroth als wichtigster Versorgungsstandort der Gemeinde aus, das auch für die notwendige Weiterentwicklung als Einzelhandelsstandort gute Rahmenbedingungen bietet.

4.2 Einzelhandelsangebot

Der Hauptgeschäftsbereich Ruppichteroth weist insgesamt 16 Einzelhandelsbetriebe (ca. 43 % der Gemeinde) mit einer Verkaufsfläche von ca. 3.310 m² (ca. 38 %) und einem Umsatzvolumen von ca. 16,7 Mio. € (ca. 58 %) auf (vgl. Abbildung 16). Damit ist der Ortskern Ruppichteroth der einzige größere zusammenhängende Einzelhandelsstandort der Gemeinde.

Die durchschnittliche Betriebsgröße ist mit ca. 207 m² Verkaufsfläche je Betrieb relativ groß, dies resultiert jedoch aus den Lebensmittelmärkten, auf die gut die Hälfte der innerörtlichen Verkaufsfläche und rund zwei Drittel des Umsatzes entfallen. Damit fungiert insbesondere der Aldi Lebensmittelmarkt als wichtiger Magnetbetrieb für die benachbarten kleineren Fachgeschäfte.

Unter Umsatzgesichtspunkten stellt ebenfalls die Apotheke in Verbindung mit den Ärzten ein wichtiges innerörtliches Angebotssegment dar. Im Bereich der Bekleidung ist das Modehaus Schorn und im Bereich Elektrowaren das EP-Fachgeschäft Müller strukturprägend, darüber hinaus sind kleinstrukturierte Betriebe vor allem in den Angebotssegmenten Lebensmittelhandwerk, Bücher,

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichterath

Schreibwaren, Optik, Fahrräder und Küchen ansässig. Die sonstigen Sortimente werden vor allem als Aktionswaren der Lebensmitteldiscounter angeboten.

Die durchschnittliche Flächenleistung von ca. 5.000 € je m² Verkaufsfläche resultiert aus dem hohen Umsatzanteil der Lebensmittelbetriebe und der Apotheke, die über hohe Flächenleistungen verfügen.

Abbildung 16: Verkaufsflächen und Umsätze im zentralen Versorgungsbereich Ruppichterath

Sortiment	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m ²	in %	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	1.890	57,1	10,7	63,9
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	140	4,2	0,6	3,5
Pharmaz., medizin., orthopäd. Artikel	50	1,5	1,9	11,5
Papier, Büro, Schreibwaren, Bücher, Zeitungen	100	3,0	0,4	2,5
Bekleidung, Schuhe, Lederwaren	410	12,4	0,9	5,3
Bau- und Heimwerkerbedarf, Kfz-Zubehör	20	0,6	(*)	0,2
Blumen, Pflanzen, Gartenbedarf	20	0,6	(*)	0,1
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	20	0,6	(*)	0,2
Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände	10	0,3	(*)	0,1
Sport und Freizeit ¹	100	3,0	0,2	0,9
Möbel	250	7,6	0,8	4,9
Einrichtungszubehör ²	20	0,6	(*)	0,2
Unterhaltungselektronik, Computer, Kommunikation, Elektrogroßgeräte, Elektrokleingeräte	200	6,0	0,8	4,7
Foto, Optik, Akustik, Uhren, Schmuck	80	2,4	0,3	1,6
Gesamt	3.310	100,0	16,7	100,0

(*) marginal
¹ Sportartikel, Camping, Fahrräder, Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente, Kinderwagen
² Haus- und Heimtextilien, Gardinen, Teppiche, Bettwaren, Lampen, Leuchten
 Quelle: BBE-Erhebungen/ -Berechnungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Im Fazit ist somit festzuhalten, dass der Ortskern Ruppichterath den wichtigsten Geschäftsbereich der Gemeinde dargestellt. Die notwendige Weiterentwicklung der gemeindlichen Nahversorgungs-ausstattung sollte auf den Ortskern konzentriert werden, um Verbundeffekte mit den ansässigen Versorgungseinrichtungen zu ermöglichen und so der Sicherung der vorhandenen Strukturen zu dienen.

5 Wohnungsnahe Versorgung in der Gemeinde Ruppichteroth

Als wohnungsnahe Grundversorgung wird die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen Bedarfs verstanden, die möglichst in räumlicher Nähe zum Konsumenten (im fußläufigen Radius von ca. 700 – 1.000 m) erfolgen soll.

Die Verkaufsflächenausstattung (Arealitätsziffer bei Lebensmittel-SB-Märkten von ca. 0,29 m² je Einwohner im Vergleich zum deutschen Durchschnittswert von ca. 0,41 m² je Einwohner) und die Umsatz-Kaufkraftrelation (Nahrungs- und Genussmittel ca. 84 %) zeigen auf, dass die Nahversorgungsausstattung in der Gemeinde Ruppichteroth keine bedarfsgerechte Versorgung sicherstellt und ein hoher Kaufkraftabfluss besteht.

Innerhalb der Gemeinde zeigt sich eine Ausstattung, die sich wesentlich auf den Ortskern von Ruppichteroth konzentriert (vgl. Abbildung 17). Im Ortskern Schönenberg sind eine Bäckerei und eine Tankstelle ansässig. Auch in Winterscheid ist mit einer Bäckerei nur noch eine ausschnittweise Lebensmittelgrundversorgung gegeben. Im sonstigen Gemeindegebiet ergänzen eine Metzgerei und ein Getränkehandel in Bröleck die wohnungsnahe Versorgungsfunktionen. Eine zufriedenstellende wohnungsnahe Versorgung im fußläufigen Umfeld besteht somit nur in Ruppichteroth.

Gleichzeitig bedeutet dies insbesondere für das westliche Gemeindegebiet, dass auch nahversorgungsbezogene Kaufkraft in die Nachbarkommunen (insbesondere nach Hennef, Neunkirchen-Seelscheid und Siegburg) abfließt.

Für eine Lebensmittelvollversorgung sind größere SB-Märkte erforderlich, die jedoch für die wirtschaftliche Tragfähigkeit ein Kundeneinzugsgebiet von mindestens 5.000 Einwohnern benötigen. Aufgrund der dispersen Siedlungsstruktur der Gemeinde Ruppichteroth und der vergleichsweise geringen Einwohnerzahlen der peripheren Siedlungsbereiche ist damit keine flächendeckende Nahversorgung in allen Ortsteilen durch größere Lebensmittel-SB-Märkte möglich. Vielmehr ist auch zukünftig eine Konzentration auf zentrale Nahversorgungsstandorte sinnvoll, um durch Verbundeffekte eine angemessene Versorgungsqualität für die örtliche Bevölkerung sicherzustellen.

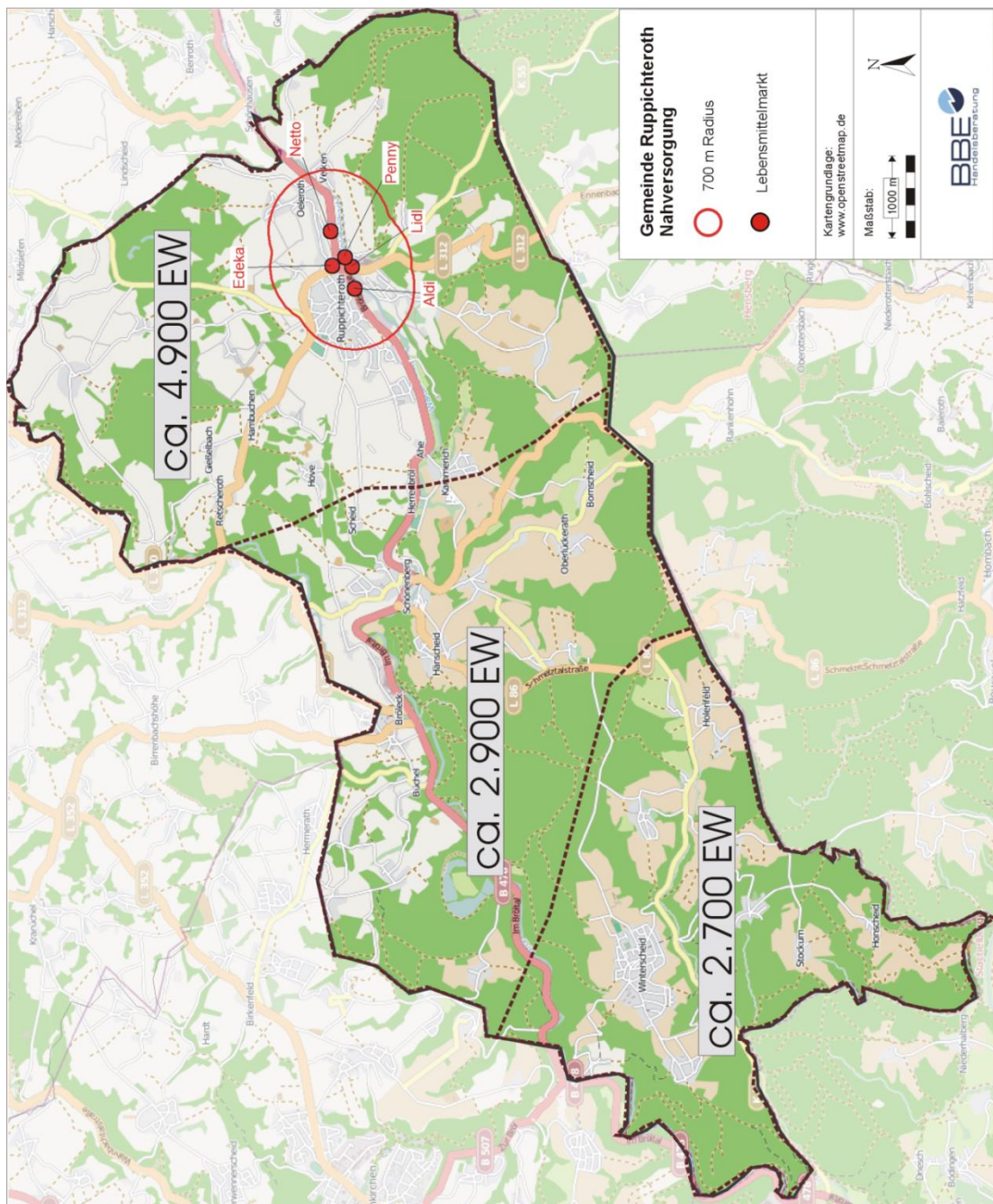
Dabei ist eine Konzentration der großflächigen Lebensmittelmärkte (mit mehr als 800 m² Verkaufsfläche) auf den Ortskern (zentraler Versorgungsbereich) Ruppichteroth zu empfehlen. Für Winterscheid ist aufgrund der Lage und der Bevölkerung im Einzugsbereich (ca. 2.700 Einwohner) ein kleinteiliger Betrieb zur Sicherung der Nahversorgung sinnvoll. Denkbar ist ein Nachbarschaftsbetrieb oder ein Lebensmittelhandwerksbetrieb mit erweitertem Nahversorgungsangebot.

Auch für den Ortsteil Schönenberg ist eine Ergänzung der wohnungsnahen Grundversorgung sinnvoll. Dabei kann ein Betrieb auf ein Einwohnerpotenzial im Nahbereich von ca. 2.900 Einwohnern und in begrenztem Maße auf Streuumsätze durch die Lage an der Bundesstraße 478 zurückgreifen. Alternativ zu einem Nachbarschaftsbetrieb ist daher grundsätzlich auch die Ansiedlung eines

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

nicht-großflächigen Lebensmittelmarktes denkbar. Voraussetzung ist ein Standort in der Ortsmitte, so dass eine Weiterentwicklung des Infrastrukturangebotes in zentraler Lage unterstützt wird. Angesichts der vorhandenen Ausstattung im Bereich der Lebensmittelmärkte und einer möglichen Weiterentwicklung im Zentralort Ruppichteroth ist insbesondere die Verlagerung eines ansässigen Betriebes zu prüfen.

Abbildung 17: Nahversorgung in der Gemeinde Ruppichteroth



Quelle: BBE-Erhebungen

6 Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse sowie Schlussfolgerungen für die Konzeptentwicklung

Die Gemeinde Ruppichteroth weist keine voll entwickelten grundzentralen Versorgungsfunktionen auf. Der Ortskern Ruppichteroth fungiert als einziger zentraler Versorgungsbereich mit Versorgungseinrichtungen der Grundversorgung und des spezialisierten Bedarfs. Die sonstigen Ortsteile verfügen nur über einzelne Einzelhandelsangebote ohne dass sich größere räumliche Einzelhandelskonzentrationen herausgebildet haben.

Die Ausstattungskennziffern und die Kaufkraftbewegungen lassen – trotz der Vielzahl von Lebensmitteldiscountern - eine relativ geringe Versorgungsbedeutung des ansässigen Einzelhandels mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten erkennen. Angebotsdefizite sind im Einzelhandel mit Drogeriewaren, Bekleidung, Schuhen, Haushaltswaren und bei Apotheken festzustellen.

Auch das Angebot an Lebensmitteln ist defizitär. Dominiert wird der Betriebsformenmix von Lebensmitteldiscountern mit einem Angebot von – je nach Betreiber – ca. 1.000 – 3.500 Artikeln. Zur qualitativen Weiterentwicklung wäre ein Lebensmittelsupermarkt mit einem Vollsortiment wünschenswert, um die Angebotsvielfalt zu erhöhen. Im Gegensatz zu einem Lebensmitteldiscountmarkt der sich auf ein begrenztes Sortiment „schnelldrehender Artikel“ beschränkt, weist ein Lebensmittelsupermarkt eine deutlich größere Sortimentsbreite und –tiefe auf. Supermärkte mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.500 m² verfügen i. d. R. über ein Angebot von über 10.000 Artikeln.

Grundversorgungsdefizite im Rahmen des fußläufigen Einkaufs weisen die sonstigen Ortsteile auf. Die kleinteilige Nahversorgung in den Ortsteilen ist aufgrund der Angebots- und Nachfragesituation nur teilweise als gefestigt zu bewerten. Vor dem Hintergrund der Siedlungsstruktur wird eine Weiterentwicklung mit kleinteiligen Nahversorgungsangeboten vor allem in Winterscheid und Schönenberg empfohlen. Großflächige Betriebe sollten aber der Ortsmitte von Ruppichteroth vorbehalten bleiben.

Durch die Schließung des Schlecker Drogeriemarktes ist ein Angebotsdefizit in einem wichtigen nahversorgungsbezogenen Angebotsbereich entstanden, das durch Ansiedlung eines neuen Drogeriemarktes geschlossen werden sollte.

Im Bereich von Bekleidung liegen begrenzte Entwicklungspotenziale im Fachmarktangebot. Bei Schuhen wäre die Ansiedlung eines kleineren Fachmarktkonzeptes in Ruppichteroth denkbar. Anzustreben sind in beiden Warengruppen Anbieter im mittelpreisigen Angebotssegment.

Angebotsergänzungen wären auch in den Bereichen Einrichtungsbedarf (inkl. Haushaltswaren), Bau- und Gartenbedarf sowie Tierzubehör wünschenswert.

7 Perspektiven für die Einzelhandelsentwicklung

7.1 Konsumtrends in der Gesellschaft

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

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

Grundbedürfnisse sollen effizient und preisgünstig erfüllt werden, das gesparte Geld kann für „Luxusartikel“ ausgegeben werden. Aber auch in diesem Segment muss das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmen. Traditionelle Verhaltensmuster verschwinden, indem der Konsument ständig in andere Identitäten schlüpft und einerseits Sonderangebote, andererseits Erlebnis, Freundlichkeit und Bequemlichkeit sucht. Für Marken wird nicht automatisch mehr ausgegeben. Hinzu kommt, dass nur rd. 40 % der Haushalte so kaufkraftstark sind, dass sie ihre Konsumwünsche weitgehend erfüllen können, der größere Anteil der Bevölkerung muss sich zwangsläufig zurückhalten.

Individualismus als Gegenentwurf zu Massenmode

Viele Verbraucher machen aus der Not eine Tugend: Lifestyle zeigt sich für sie nicht mehr durch regelmäßigen Kauf von modischer Kleidung, Schuhen oder persönlichen Accessoires. Stattdessen wird die Nachfrage immer mehr von einem Wunsch nach Individualität bestimmt. Stil ist gefragt, nicht rastloser Konsum.

Gesundheitsorientierung

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

Wellness und neue Besinnlichkeit

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

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

Ernährung, „Selbstmedikation“, Sport, Entspannung und falls nötig plastische Chirurgie spielen vor allem für kaufkraftstarke Personen eine zunehmende Rolle.

Online leben

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

Neue Senioren

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

7.2 Konsequenzen für den Einzelhandel in Deutschland

Unter Würdigung der skizzierten Trends sind folgende Entwicklung für die einzelnen Warengruppen bis zum Jahr 2020 zu erwarten:

- Der Einzelhandelsumsatz wird zwar ein leichtes nominales Wachstum erfahren, dagegen sind reale Zuwächse nur in begrenztem Maße und in einzelnen Sortimenten zu erwarten.
- Der „Food“-Bereich – Nahrungs- und Genussmittel sowie sonstiger kurzfristiger Haushaltsbedarf (Tiernahrung, Reinigungsmittel, Blumen) kann - gemessen am Einzelhandelsdurchschnitt - trotz anhaltendem Preiswettbewerb leicht überdurchschnittlich wachsen. Die Konsumenten werden tendenziell gesünder/ besser essen – Bio-Produkte und Convenience-/ Out of Home-Angebote („Bequemlichkeitsgüter“ sind u. a. Fertiggerichte, verpackte/ tiefgekühlte Lebensmittel) bewirken vor allem ein qualitatives Wachstum, hingegen werden keine größeren Mengen nachgefragt.
- Eine tendenziell negative Entwicklung ist vor allem bei Bekleidung/ Wäsche und Schuhen zu erwarten. Dazu tragen ein rückläufiger Mengenverbrauch und der Trend zu preiswerter Bekleidung bei.
- Aufgrund einer steigenden Zahl von Haushalten kann das Segment Einrichtung/ Haushalt überdurchschnittlich wachsen (vor allem Möbel/ Einrichtung, Hausgeräte/ Beleuchtung inkl. sanitärer Haustechnik). Impulse gehen dabei von neuen Technologien und vom Trend zum Rückzug ins eigene Heim aus. Hausrat/ Eisenwaren und Heimtextilien werden dagegen nur unterdurchschnittlich zulegen.
- Allenfalls geringes Wachstum ist im Bereich Bau-, Heimwerker und Gartenbedarf bei anhaltend hartem Wettbewerb der großen Filialisten im Handel zu erwarten. Impulse kommen aber aus dem Freizeitbereich, auch wirken zunehmende Haushaltszahlen begünstigend.
- „Consumer Electronics“ zählen trotz anhaltend ruinöser Preiskämpfe nach wie vor zu den Wachstumssegmenten. Im Einzelnen fallen darunter klassische Unterhaltungselektronik, PC/ Zubehör und Telekommunikation, bespielte Bild- und Tonträger, PC- und Videospiele/ Software sowie aus dem Fotobereich Digitalkameras. Mit Blick auf die steigende Zahl von "Home Offices" wird voraussichtlich auch der Bürobedarf gute Zuwächse haben. Unterdurchschnittlich wird sich hingegen der Fotobereich entwickeln.
- Bei den übrigen Sortimenten wird es nur leichtes Wachstum geben, vor allem beeinflusst von Körperpflege, Kosmetika und stark steigenden Ausgaben für Gesundheit. Auch Sport- und Spielwaren werden sich mit Blick auf das wachsende Freizeitsegment steigern können.

7.3 Grundlegende Empfehlungen zur Verkaufsflächenentwicklung in der Gemeinde Ruppichterorth

Unter Berücksichtigung der Einzelhandelsentwicklung der Gemeinde Ruppichterorth, der regionalen Wettbewerbssituation mit den umliegenden Mittelzentren sowie dem Oberzentrum Bonn und der allgemeinen Marktentwicklung des Einzelhandels in Deutschland werden vor allem für folgende Sortimente Verkaufsflächenenergänzungen in der Gemeinde Ruppichterorth empfohlen:

Nahrungs- und Genussmittel

In der Gemeinde Ruppichterorth ist derzeit keine angemessene Lebensmittelversorgung vorhanden. Dies ist u. a. in einer geringen Umsatz-Kaufkraft-Relation von ca. 77 % abzulesen. Auch im Betriebstypenmix sind Defizite bei modernen Betriebseinheiten (größere Lebensmittelsupermärkte) gegeben. Die kleinteiligen Lebensmitteleinzelhandelsstrukturen (SB-Märkte/ SB-Geschäfte unter 400 m² Verkaufsfläche) sind mittelfristig als existenzgefährdet zu bewerten, da diese Betriebe nur noch eingeschränkt rentabel sind.

Der Ergänzungsbedarf bezieht sich neben ggf. notwendigen Betriebserweiterungen bestehender Betriebe (u. a. Discountmärkte) vor allem auf die Ansiedlung eines weiteren modernen Lebensmittelvollsortimenters in einer Größenordnung von ca. 1.500 - 2.000 m² Verkaufsfläche. Dabei ist ein Standort in der Ortsmitte von Ruppichterorth zu realisieren, da ein solcher Betrieb wichtige Frequenzeffekte für den benachbarten Einzelhandel generieren kann, wenn er funktionsfähig in den bestehenden Geschäftsbereich eingefügt werden kann.

Für die sonstigen Ortsteile steht die Weiterentwicklung der kleinteiligen Versorgungsstrukturen im Vordergrund. Für Winterscheid ist dabei die Realisierbarkeit eines Kleinflächenkonzeptes des Lebensmittelhandels zu prüfen. Aufgrund der verkehrlichen Erreichbarkeit und der Mittelpunktlage ist in Schönenberg auch die Ansiedlung eines (nicht-großflächigen) Lebensmittelmarktes, z. B. als innergemeindliche Verlagerung, denkbar.

Drogeriewaren/ Apothekenwaren

Nach Schließung des Schlecker Drogeriemarktes ist das Drogeriewarenangebot deutlich defizitär. Die Ansiedlung eines Fachmarktes ist anzustreben.

Auch bei Apotheken weist die Gemeinde eine deutlich unterdurchschnittliche Ausstattung auf. Im Zusammenhang mit einer Verbesserung der sonstigen nahversorgungsbezogenen Ausstattung und vor allem des Ärzteangebotes ist auch die Ansiedlung einer zweiten Apotheke denkbar.

Bekleidung/ Schuhe

Das Bekleidungsangebot in der Gemeinde Ruppichterorth wird durch einzelne kleine Fachgeschäfte geprägt. Ein Schuhgeschäft ist nicht vorhanden. Entwicklungsperspektiven in diesen Segmenten ergeben sich vor allem dann, wenn es gelingt, im Verbund mit anderen frequenzstarken Einzel-

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

handelsbetrieben die Attraktivität von Ruppichteroth im Ortskern insgesamt deutlich zu erhöhen. Für die Gemeinde besteht ein Entwicklungspotenzial im Bekleidungs- und Schuhbereich, das sich vor allem auf Filialisten des unteren und mittleren Preisgefüges bezieht.

Bücher/ Schreibwaren/ Spielwaren

Die Entwicklungsperspektiven in den Sortimenten Bücher, Schreib- und Spielwaren liegen vor allem in einer Differenzierung des Angebotes der ansässigen Betriebe.

Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik

Bei Elektrowaren und Unterhaltungselektronik weist die Gemeinde ein angemessenes Angebot durch Fachgeschäfte auf. Abgesehen von Weiterentwicklungen ansässiger Betriebe bestehen in der Gemeinde nur noch sehr eingeschränkte Marktchancen für weitere Anbieter.

Möbel, Einrichtungsbedarf

Im Einrichtungsbedarf weist die Gemeinde große Kaufkraftabflüsse auf. Gleichwohl sind aufgrund des örtlichen Einwohner- und Kaufkraftpotenzials und des regionalen Wettbewerbs nur begrenzte Entwicklungsperspektiven vor allem im spezialisierten Einrichtungsbedarf (u. a. Bettwaren, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen/ Stoffe) gegeben.

Heimwerker- und Gartenbedarf

Der Heimwerker- und Gartenbedarf wird durch spezialisierte Baustoff- und Gartenanbieter abgedeckt. Vor dem Hintergrund der regionalen Marktsituation bestehen jedoch nur geringe Wettbewerbschancen für die Ansiedlung eines weiteren klassischen Baumarktes, denkbar wäre ggf. die Sortimentserweiterung eines ansässigen Betriebes.

Zwischenfazit

Zusammenfassend ist festzustellen, dass für die Gemeinde Ruppichteroth insbesondere die Weiterentwicklung der Ortsmitte mit modernen, leistungsfähigen Angeboten von strategischer Bedeutung ist. Hierbei sollte die Ergänzung des Angebotes durch frequenzstarke, namhafte Anbieter und die Verbesserung des Marktauftritts bestehender Betriebe im Vordergrund stehen. Insbesondere das Lebensmittelangebot sollte entsprechend der Marktentwicklung ergänzt und forciert werden. Zur Ansiedlung zusätzlicher Fachmärkte im Bereich Bekleidung, Schuhe, Drogeriewaren, Apotheke ist ein schlüssiges Gesamtkonzept erforderlich, um eine ausreichende Marktdurchdringung zu erreichen.

Die Nahversorgung in den sonstigen Ortsteilen ist angesichts der Lage und der zu versorgenden „Mantelbevölkerung“ durch kleinteilige Angebote zu ergänzen. Denkbar sind hier nicht-großflächige Lebensmittelbetriebe, Ladenhandwerksbetriebe mit einem erweiterten Lebensmittelsortiment, Nachbarschaftsbetriebe bzw. sonstige Kleinflächenkonzepte. In der Regel besteht bei einem Kleinflächenkonzept eine vertragliche Bindung an einen Großhandelspartner als Hauptlieferant. Die Ge-

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

schäfte werden in der Regel von selbstständigen Kaufleuten, Bürgergesellschaften und Genossenschaften oder ehrenamtlich durch einen Verein geführt. Das Angebot kann durch den Ladenbetreiber z. B. durch weitere Dienstleistungen ergänzt werden. Kleinflächenkonzepte sind mit einer Verkaufsfläche von 150 - 600 m² und einem Einzugsbereich ab 1.000 Einwohnern realisierbar.

7.4 Exkurs Kleinflächenkonzepte

Unter Kleinflächenkonzepten sind zunächst Lebensmittelgeschäfte zu verstehen, die ein Lebensmittelsortiment auf Verkaufsflächen von unter 800 m² anbieten. Aufgrund der schon seit Jahrzehnten bestehenden Nahversorgungsprobleme in (Teil-)Gebieten mit geringer Einwohnerdichte haben sich unterschiedliche Kleinflächenkonzepte entwickelt, die mit verschiedenen Betreibermodellen, Verkaufsflächengrößen und unterschiedlicher Ausstattung operieren. Dabei können folgende Konzepttypen unterschieden werden:

- Klassische Kleinflächenkonzepte der großen Lebensmittelketten und -großhändler
- Ansätze im Rahmen von Integrationsmaßnahmen
- einwohnergetragene Läden
- Ladengemeinschaften
- Convenience Stores

Darüber hinaus können zu diesen stationären Konzepten auch noch mobile Bringdienste und Wochenmärkte als alternative Konzepte hinzugerechnet werden.

Gemeinsam ist den stationären Konzepten neben der Kleinflächigkeit, dass sie in der Regel nur leerstehende Ladenlokale im Bestand belegen. Neubauten kommen aufgrund höherer Mieten oder Erwerbskonditionen kaum in Betracht. In der Mehrzahl sind Kleinflächenkonzepte auf Verkaufsflächengrößen von 150 bis 600 m² und Einzugsbereiche ab etwa 1.000 Einwohnern zugeschnitten. Eine gute Verkehrsanbindung wirkt sich positiv aus, meist sollte die räumliche Nähe zum Verbraucher ein solches Defizit jedoch ausgleichen. Ein langfristiger Erfolg dieser Konzepte ist in ländlichen Räumen nur dann gewährleistet, wenn im direkten Umfeld keine größeren Lebensmittelmärkte ansässig sind. Betreiber von Kleinflächenkonzepten können ergänzend zum Lebensmittelangebot zusätzliche Angebote und Dienstleistungen in ihr Konzept integrieren, um die Kundenbindung zu erhöhen und Wettbewerbsnachteile zu verringern. Im Folgenden werden die einzelnen Konzepte kurz vorgestellt.

Kleinflächenkonzepte großer Lebensmittelketten und des Lebensmittelgroßhandels:

Große Handelskonzerne aus dem Bereich des Vollsortiments verfügen innerhalb ihrer Vertriebskonzepte neben den klassischen Supermärkten auch über kleinflächige Nahversorgungskonzepte.

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

Die nah & gut-Läden von Edeka und nahkauf-Läden von Rewe werden als Franchisekonzepte selbstständigen Kaufleuten angeboten. Betreiber bestehender und neu entstehender kleinflächiger Nahversorgungsäden werden durch ein einheitliches Konzept, gute Lieferkonditionen und Beratungsleistungen unterstützt. Auf Verkaufsflächengrößen zwischen 150 und 600 m² kann ein konzentriertes Lebensmittelsortiment für den täglichen Bedarf angeboten werden. Als langjährig existierende Spezialisierungen sind diese Märkte unter den Kleinflächenanbietern quantitativ stark vertreten. Des Weiteren existieren seit einigen Jahren von Großhändlern strategisch entwickelte Konzepte wie „IK-Ihr Kaufmann“ oder „Um's Eck“ (in Bayern/ Baden-Württemberg). Auch sie werden als Franchisekonzept angeboten, wodurch der selbstständige Einzelhändler durch eine Standortanalyse, bei der Objektauswahl und Sortimentszusammensetzung durch den Konzeptgeber beraten wird. Diese Läden können auf sehr kleinen Verkaufsflächen bis maximal 350 m² realisiert werden. Für die Belieferung von kleinflächigen Märkten im Rhein-Sieg-Kreis sind beispielsweise die Karl-Giehl-GmbH in Nistertal und die Peter Cames GmbH in Neuss als Großhandelspartner und Ansprechpartner für die Konzeptumsetzung zuständig.

Integrationsmärkte:

Neben der Sicherung der Nahversorgung dienen Integrationsmärkte als alternatives Konzept auch der Integration benachteiligter Menschen in den Arbeitsmarkt (z. B. von Menschen mit Behinderung). Integrationsmärkte haben sich sowohl aus bundesweit bestehenden Ladenkonzepten wie Cap- oder Bonus-Märkten als auch aus lokalen und regionalen Ansätzen entwickelt. Im Gegensatz zu anderen alternativen Konzepten werden auch Betriebsgrößen mit mehr als 800 m² Verkaufsfläche erreicht. Ladeneinrichtung und Sortimentsauswahl entsprechen in etwa den konventionellen Supermärkten, und diese werden auch von den Unternehmen Rewe oder Edeka als Großhandelspartner beliefert. Der Vorteil der Integrationsmärkte liegt darin, dass sie aufgrund des sozialen Ansatzes zusätzliche finanzielle Unterstützung bei den Personalkosten erhalten. Dadurch können die Märkte auch an Standorten angesiedelt werden, die insbesondere von konventionellen Anbietern nicht wirtschaftlich betrieben werden können. So stellen diese Märkte auch eine Option der Versorgungssicherung in kleineren Stadtteilen sowie in ländlichen Regionen mit geringerer Einwohnerdichte dar.

Einwohnergetragene Läden:

Von Bewohnern initiierte Ansätze in Form eines Bürgerladens wurden bisher vor allen Dingen in ländlichen Gemeinden ohne Nahversorgung entwickelt. Meist handelt es sich um Verkaufseinrichtungen zwischen 50 und 200 m², die durch weitere Dienstleistungen wie Poststelle, Bank und Reinigungsannahme ergänzt werden. Grundsätzlich besteht auch die Möglichkeit, die Versorgungsfunktionen um die Funktion eines sozialen Treffpunkts (z. B. in Form eines angeschlossenen Cafés) zu ergänzen.

Die Finanzierung wird über ein genossenschaftliches Finanzierungsmodell durchgeführt, bei dem die Bürger jeweils Geschäftsanteile erwerben. Letztlich sind diese Ansätze insbesondere dann er-

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichterorth

folgreich, wenn die Bewohner selbst auf breiter Ebene engagiert an der Realisierung eines solchen Ladens mitwirken.

Ein erfolgreiches Modell im Bereich der Bürger- und Genossenschaftsläden ist das Konzept des DORV-Zentrums (Dienstleistung und ortsnahe Rundum-Versorgung) aus Jülich. Das Konzept sieht die Bereitstellung von Gütern des täglichen Bedarfs, ergänzt durch weitere Dienstleistungsangebote, vor. Es wird ein konkreter Zuschnitt auf die von den Bürgern gewünschten Angebote und den Sortimentsbedarf getroffen. Bisher wurde das Konzept beispielsweise in Jülich, Aachen, Düren und Völlinghausen erfolgreich realisiert. In der Umsetzung wird zunächst eine Basisanalyse mit der Ermittlung von Einwohnerzahl und Infrastruktur durchgeführt, aufbauend darauf wird eine Lenkungsgruppe gegründet, die im Weiteren eine Befragung der Haushalte nach ihren jeweiligen Bedürfnissen durchführt. Mit einer positiven Bewertung der Voruntersuchungen, der Machbarkeitsanalyse und einem abgestimmten Finanzierungsmodell ist eine konkrete Planung und Umsetzung des Vorhabens möglich.

In Schleswig-Holstein trägt das Konzept „Markttreff“ zu einer wohnungsnahen Basisversorgung bei. Es wird durch eine Anschubförderung aus EU-, Bundes- und Landesmitteln über die Gemeinden als Projektträger begleitet.

In nachfolgender Abbildung sind abschließend die verschiedenen Konzepttypen mit ihren spezifischen Eigenschaften aufgeführt.

Abbildung 18: Kleinflächenkonzepte

	Konzept	Eigenschaften	Beispiele	VK in m²
klassische Kleinflächenkonzepte	Kooperationskonzepte großer Ketten und Großhändler	Franchisekonzepte für selbstständige Einzelhändler	nah & gut (Edeka), nahkauf (Rewe)	150 - 500
			Um's Eck, IK-Ihr Kaufmann	80 - 350
alternative Kleinflächenkonzepte	Convenience-Store	lange Öffnungszeiten und Fokussierung auf Convenience-Artikel	Rewe to go, Tankstellenshops	bis 400
	Bürgerladen, Dorfladen, Genossenschaftsladen	durch Bürgerinitiative entwickelte Läden meist mit ergänzenden Dienstleistungen	DORV-Zentrum, Markttreff, KOMM-IN	50 - 150
	Integrationsmarkt	Integration beeinträchtigter Menschen in den Arbeitsmarkt	Cap-Markt, Bonus-Markt	300 - 1.300
	Ladengemeinschaften	Kooperationsnutzungen von Gasthaus oder Bankfiliale und dem Lebensmittelhandel	Shop-Treff	50 - 100

Quelle: BBE-Darstellung

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

Rückschlüsse für die Versorgung in der Gemeinde Ruppichteroth:

Für die Gemeinde Ruppichteroth bedeutet dies, dass aufgrund der Wettbewerbssituation und der Einwohnerverteilung nur in Winterscheid die notwendigen Rahmenbedingungen zur Realisierung eines Kleinflächenmarktes bestehen.

Voraussetzungen für die Schaffung eines wirtschaftlich tragfähigen Betriebes ist jedoch eine Mindestverkaufsfläche von ca. 150 m² in zentraler Lage von Winterscheid. Alternativ ist auch die Realisierung eines durch die Bürger getragenen Konzeptes eines Dorfladens zu prüfen.

8 Einzelhandels- und Zentrenkonzept Ruppichterath

8.1 Bedeutung kommunaler Einzelhandelskonzepte aus Sicht der Landesplanung

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

So ist im Verfahren der Bauleitplanung von den Kommunen zu beachten, dass die Landesregierung Nordrhein-Westfalen am 17.04.2012 per Kabinettsbeschluss den Entwurf eines sachlichen Teilplans zum **großflächigen Einzelhandel als Teil des neuen Landesentwicklungsplans** gebilligt und gleichzeitig entschieden hat, dass zu diesem Planentwurf ab Juni diesen Jahres ein breites Beteiligungsverfahren durchgeführt wird. In einer viermonatigen Beteiligungsfrist soll dabei allen Kommunen, rd. 200 weiteren Beteiligten und der allgemeinen Öffentlichkeit Gelegenheit zur Stellungnahme gegeben werden. Der Teilplan soll nach diesem Fahrplan spätestens im Frühjahr 2013 als Verordnung beschlossen werden.

Mit diesem landesplanerischen Fachplan werden die folgenden Ziele und Grundsätze festgelegt, die im Rahmen der Bauleitplanung künftig von den Kommunen beachtet (Ziele) bzw. in die Abwägung von Bauleitplänen einbezogen (Grundsätze) werden müssen:

- Großflächige Einzelhandelsbetriebe dürfen nur innerhalb der in den Regionalplänen dargestellten „Allgemeinen Siedlungsbereichen“ errichtet werden.
- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen nur in zentralen Versorgungsbereichen errichtet werden.
- Welche Sortimente als zentrenrelevant gelten, regeln die Gemeinden durch ortstypische Sortimentslisten. Bei der Festlegung der Liste sind so genannte „zentrenrelevante Leitsortimente“ zu beachten.
- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) dürfen ausnahmsweise auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen realisiert werden. Dazu ist nachzuweisen, dass eine Errichtung in integrierter Lage innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches nicht möglich ist, vorhandene Defizite auf der Ebene der wohnungsnahen Versorgung bestehen und eine Angebotsergänzung erforderlich machen und zentrale Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden.
- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigen.

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

- Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen zentrenrelevante Randsortimente auf max. 10 % der Verkaufsfläche anbieten (Ziel), wobei zentrale Versorgungsbereiche durch den absoluten Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente nicht wesentlich beeinträchtigt werden dürfen (Ziel). Der Umfang des zentrenrelevanten Randsortiments soll 2.500 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten (Grundsatz).
- Die Gemeinden werden veranlasst, vorhandene Standorte großflächiger Betriebe außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen über Bebauungspläne auf den genehmigten Bestand zu begrenzen. Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn diese für eine funktionsgerechte Weiternutzung des Bestandes notwendig sind und durch die Festlegung keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche erfolgt.
- Zentrenschädlichen Einzelhandelsagglomerationen außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen ist auf der Ebene der Bauleitplanung entgegenzuwirken.
- Zwischen Kommunen durch förmliche Beschlüsse vereinbarte Regionale Einzelhandelskonzepte sind bei der Aufstellung und Änderung von Regionalplänen zu berücksichtigen.

Damit ergeben sich gegenüber den Regelungen des § 24 a Landesentwicklungsprogramm folgende wesentliche Änderungen:

- Die absolute Begrenzung der Verkaufsfläche von zentrenrelevanten Randsortimenten auf 2.500 m² bei großen Einzelhandelsvorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten kann im Rahmen der Abwägung zur Bauleitplanung überwunden werden.
- Für großflächige Lebensmittelmärkte ergeben sich in unterversorgten Gebieten Möglichkeiten zur Ansiedlung auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche. Voraussetzung ist, dass innerhalb der vorhandenen zentralen Versorgungsbereichen keine Möglichkeiten bestehen, die für die wohnortnahe Versorgung notwendigen Angebote zu planen. Darüber hinaus muss sichergestellt sein, dass bestehende Zentren nicht wesentlich beeinträchtigt werden.
- Das Thema Einzelhandelsagglomerationen rückt stärker in den Vordergrund („Agglomerationsverbot“). Die Kommunen werden aufgefordert, Agglomerationen mit Instrumenten der Bauleitplanung vorzubeugen. Da § 1 Abs. 4 Baugesetzbuch regelt, dass Bauleitpläne den Zielen der Raumordnung angepasst werden, ist dies als verbindliche Vorgabe der Raumordnung an die kommunale Planung zu werten.

Die mit dem Kabinettschluss nunmehr vorliegenden „in Aufstellung befindlichen Ziele“ sind gemäß § 4 Raumordnungsgesetz (ROG) als sonstige Erfordernisse der Raumordnung in der Abwägung von Bebauungsplänen und bei Ermessensentscheidungen bei raumbedeutsamen Planungen und Maßnahmen ab sofort zu berücksichtigen.

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

Der „**Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen**“ in der Fassung vom 22. September 2008 fasst als Verwaltungsvorschrift wesentliche Punkte der gesetzlichen Rahmenbedingungen zusammenfassen und erläutert diese. Der Erlass soll¹³

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

Unter Punkt 4.1 „Gemeindliche Einzelhandelskonzepte“ führt der Einzelhandelserlass NRW einleitend aus:

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

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

¹³

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

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

Für die räumliche **Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches** gelten folgende Anforderungen:

- Verdichtete Bebauung
- Städtebaulich identifizierbarer Bereich mit charakteristischer baulicher Ausprägung
- vergleichsweise hohe Nutzungsdichte und Vielfalt im Geschäfts- und Dienstleistungsbesatz
- Mischung der zentralörtlich bedeutsam öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen in einem fußläufig erlebbaren Bereich
- Schwerpunktfunction des Einzelhandels unter den Aspekten des Betriebsbesatzes, der Verkaufsflächenausstattung und der Umsatztätigkeit
- Versorgungsfunktionen über den Nahbereich hinaus
- funktionsfähige Verkehrserschließung für den Fußgängerverkehr, den motorisierten Individualverkehr sowie den öffentlichen Personennahverkehr.

Zentrale Versorgungsbereiche zeichnen sich somit durch ein multifunktionales Angebot aus, das neben Einzelhandel auch Dienstleistungen, Gastronomie und öffentliche Einrichtungen umfasst. Dieses Angebot ist räumlich konzentriert, so dass Verbundeffekte bestehen. Zentrale Versorgungsbereiche befinden sich an städtebaulich integrierten Standorten, die im Regionalplan als Allgemeine Siedlungsbereiche ausgewiesen sind. Zudem besteht eine gute Einbindung in die Verkehrsnetze, insbesondere in das öffentliche Personennahverkehrsnetz.

Damit orientiert sich die Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen an der faktischen Prägung. Gleichwohl kann die Gemeinde auch mögliche Entwicklungsflächen in den zentralen Versorgungsbereichen einschließen, sofern diese eine städtebaulich sinnvolle Ergänzung des bestehenden Versorgungszentrums darstellen und realisierbar erscheinen.

Bei der räumlichen Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches sind insbesondere die städtebauliche Situation sowie die Nutzungsstrukturen zu beachten. Dabei ist zu beachten, dass der Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz auch geeignet ist, die zugewiesenen Versorgungsfunktionen (ggf. auch erst zukünftig) zu erfüllen.

8.2 Leitziele des Zentrenkonzeptes

Die einzelhandelsrelevanten Ziele der Landesplanung bilden den Orientierungsrahmen für das kommunale Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Ruppichteroth, das sich aus Sicht des Gutachters an folgenden Leitzielen ausrichten sollte:

■ Erhalt und Stärkung der grundzentralen Versorgungsfunktion

Der Einzelhandel der Gemeinde Ruppichteroth kommt den grundzentralen Versorgungsfunktionen derzeit nur teilweise nach. Es gilt, vor allem die Nahversorgung zu verbessern und eine Ergänzung der Versorgung mit mittel- und langfristigen Bedarfsgütern zu erzielen.

■ Stärkung und Sicherung der hervorgehobenen Versorgungsfunktion des Ortskerns Ruppichteroth als zentraler Versorgungsbereich

Wichtige gesamtgemeindliche Versorgungsfunktionen übernimmt der Ortskern Ruppichteroth. Um Verbundeffekte optimal nutzen können, ist der Entwicklung innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Priorität einzuräumen. Durch eine quantitative und qualitative Verbesserung der Versorgungsfunktionen soll die Attraktivität des Versorgungszentrums erhalten bzw. erhöht werden. Aufgrund der Verfügbarkeit von Entwicklungsstandorten im zentralen Versorgungsbereich sind Anknüpfungspunkte für eine Funktionsstärkung gegeben.

■ Konzentration der (großflächigen) nahversorgungs- und zentrenrelevanten Angebote auf den zentralen Versorgungsbereich

Zur Verbesserung der Versorgungsfunktionen sollen künftig Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten - vor allem bei einer Verkaufsfläche oberhalb der Grenze zur Großflächigkeit i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO - im zentralen Versorgungsbereich angesiedelt werden.

■ Weiterentwicklung der Nahversorgungsausstattung vor allem in Schönenberg und Winterscheid

Aufgrund der Siedlungsstruktur der Gemeinde ist ein ergänzender Ausbau der Nahversorgung durch nicht-großflächige Betriebe sinnvoll. Dabei sind den zentralen Lagen von Schönenberg und Winterscheid Vorrang einzuräumen, da diese Ortschaften aufgrund der vorhandenen öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen eine Versorgung der benachbarten kleineren Ortschaften übernehmen können.

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

■ **Konzentration des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten auf einen städtebaulich geeigneten Standorte im Ortsteil Ruppichteroth**

Mit der Konzentration des großflächigen Einzelhandels mit zentrenverträglichen Sortimenten auf ausgewählte Standorte kann eine weitere Streuung des Einzelhandels innerhalb des Gemeindegebiets verringert werden. Somit ist auch für den überwiegend nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel eine Konzentration möglicher neuer Betriebe auf einen im Gemeindegebiet gut erreichbaren Standort zu empfehlen, um Verbundeffekte zwischen den Nutzungen zu ermöglichen und einen möglichst geringen Flächenverbrauch zu generieren. Dabei ist eine Ansiedlung im zentralen Versorgungsbereich - auch bei großflächigen Betrieben - nicht notwendig. Als möglicher Verbundstandort weist das gesamte ehemalige Huwil-Gelände günstige Rahmenbedingungen auf.

8.3 Empfehlungen zur Abgrenzung und Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches

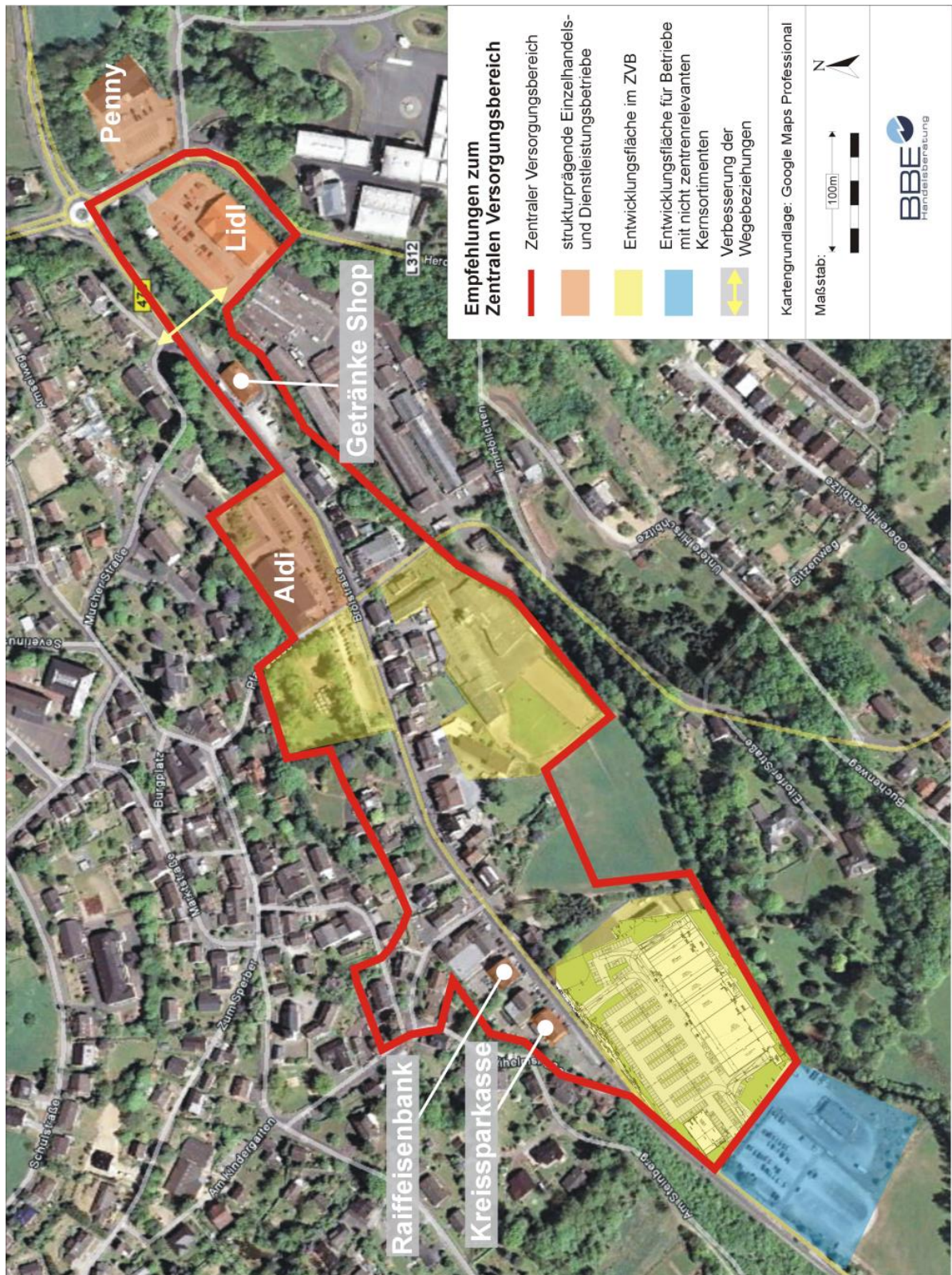
Bei der räumlichen Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches sind insbesondere die städtebauliche Situation sowie die Nutzungsstrukturen zu beachten. Die Analyse der Einzelhandelsstrukturen im Ortskern Ruppichteroth zeigt auf, dass sich der Einzelhandelsbesatz und die ergänzenden Nutzungen der privaten und öffentlichen Dienstleistungen bandartig auf die Achse Brölstraße bezieht. In den angrenzenden Seitenstraßen sind nur noch vereinzelt publikumsintensive Nutzungen vorhanden. Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich im Westen vom Kreuzungsbereich Wilhelmstraße bis zum Kreuzungsbereich Herchener Straße im Osten (vgl. Abbildung 19).

Ein wichtiges naturräumliches Gliederungskriterium stellt dabei zum einen die Geländekante dar, die nördlich parallel zur Brölstraße verläuft und nur im Bereich der Burgstraße durch bestehende Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen überschritten wird. Zum anderen fungiert der Verlauf des Waldbrölbaches als Zäsur. So beachtet die Abgrenzung an der Bachseite den Verlauf der von einer Bebauung freizuhaltenen Retentionszone des Baches. Den Waldbrölbach nach Süden überschreitet die Begrenzung nur im Bereich des Grundstücks des Lidl Lebensmitteldiscountmarkts.

Als östliche Begrenzung wird der Kreisverkehr an der Bröltalstraße und die nach Süden verlaufenden Herchener Straße vorgeschlagen. Der Kreisverkehr definiert eindeutig den Beginn der Ortsdurchfahrt, die Herchener Straße bildet die Zäsur zwischen der dicht bebauten Ortsmitte und den diffus strukturierten Wohngebieten in der Ortsrandlage.

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

Abbildung 19: Zentraler Versorgungsbereich Ruppichteroth



Quelle: BBE-Erhebungen

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

Ausgeklammert aus der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs wird somit unter anderem auch das Grundstück des heutigen Penny-Marktes, der an den Standort des Huwil-Vorhabens verlagert wird. Vor diesem Hintergrund wird sich perspektivisch der Nutzungsschwerpunkt entlang der Brölstraße in Richtung der historischen Ortsmitte im Bereich der Einmündungen Burgstraße/ Wilhelmstraße verschieben. Die Entwicklung großflächiger Betriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten östlich der Herchener Straße würde zukünftig der angestrebten Nutzungsverdichtung entgegenstehen. Die Entwicklungsperspektiven des Standortes werden stattdessen im Bereich des nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels, bei Dienstleistungs- oder Wohnnutzungen gesehen.

In diesem Kontext ist anzuraten, die fußläufige Anbindung des Lidl-Marktes an den Hauptgeschäftsbereich entlang der Brölstraße durch die Errichtung einer Fußgängerbrücke im westlichen Bereich des Lidl-Grundstücks zu verbessern. Dadurch würde der Parkplatz des Lidl-Marktes in seiner Funktion als Besucherparkplatz der Ortsmitte aufgewertet und die räumliche Einbindung des Marktes in den Funktionszusammenhang des zentralen Versorgungsbereichs optimiert.

Damit sind alle strukturprägenden Betriebe des Ortskerns Ruppichteroth dem abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich zugeordnet. Die Längenausdehnung beläuft sich in West-Ost-Richtung auf ca. 750 m, so dass das Versorgungszentrum die Grenze der fußläufigen Erlebarkeit erreicht. Dabei sind die Endpunkte des zu entwickelnden Zentrums mit dem Huwil-Standort im Westen und dem Lidl-Standort an der Herchener Straße eindeutig definiert. Der Aldi Discountmarkt übernimmt innerhalb der Bandstruktur dabei eine wichtige Trittsteinfunktion zwischen Lidl-Markt und historischem Ortsmittelpunkt.

Das am Westrand des zentralen Versorgungsbereichs Ruppichteroth gelegene Areal der ehemaligen Huwil-Werke wird die Funktion einer zentralen Entwicklungsfläche zugewiesen. Hinsichtlich Grundstücksgröße und -zuschnitt, aber auch im Hinblick auf die Zuordnung zu den bestehenden Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben bietet das Entwicklungsareal günstige Voraussetzungen zu Weiterentwicklung der Versorgungsfunktionen. Darüber hinaus ist eine Nutzungsverdichtung im Bereich der historischen Ortsmitte auch unter räumlich-strukturellen Gesichtspunkten anzustreben, um innerhalb des bandförmigen Versorgungszentrums einen Nutzungsanker zu definieren.

Weitere Entwicklungsflächen sind vor allem das ungenutzte Grundstück im Kreuzungsbereich Brölstraße/ Pfarrgasse und das Grundstück der früheren Firma Schmiho in Verbindung mit den nördlich angrenzenden mindergenutzten Lagerflächen der Firma Maro. Beide Entwicklungsbereiche sind aufgrund der Größe der Grundstücke, der topographischen Gegebenheiten (Geländekante im Bereich der Pfarrgasse) und der verkehrlichen Erschließung (rückwärtige Lage der Grundstücke Schmiho/ Maro) nur zur Ansiedlung kleinteiliger Gewerbeeinheiten geeignet, während großflächiger Einzelhandel an diesen Standorten keine geeigneten Rahmenbedingungen vorfindet. Vielmehr ist eine kleinteilige Wohn- und Geschäftshausbebauung denkbar, die in den Obergeschossen

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

Wohnen (ggf. auch betreutes Wohnen) mit Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen im Erdgeschoss kombiniert. Insbesondere im Bereich des Waldbrölbachufers bieten sich gastronomische Einrichtungen an, der Brölstraße zugewandt können Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen einer Verdichtung des Geschäftsbereichs Brölstraße dienen.

Dem zentralen Versorgungsbereich Ruppichteroth wird somit die Funktionen des Hauptzentrums zugewiesen, dessen Einzugsbereich sich auf das gesamte Gemeindegebiet bezieht. Gleichzeitig kommt dem Ortskern auch eine hohe nahversorgungsbezogene Bedeutung insbesondere für die Ortslage Ruppichteroth und die umliegenden Wohnplätze zu.

Der zentrale Versorgungsbereich Ruppichteroth ist damit nach diesem Konzept der einzige Standort für großflächige Einzelhandelsansiedlungen mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Unter Berücksichtigung der Angebots- und Nachfragesituation sind vor allem in den Sortimentsbereichen Lebensmittel, Drogeriewaren, Bekleidung und Schuhe sowie in der Ergänzung spezialisierter kleinteiliger Sortimente Entwicklungsperspektiven vorhanden.

8.4 Empfehlungen zur Weiterentwicklung der wohnungsnahen Grundversorgung

Die Gemeinde Ruppichteroth weist eine Konzentration der größeren Lebensmittelmärkte auf das Hauptzentrum Ruppichteroth (Aldi und Lidl) auf. An städtebaulich integrierten Standorten sind darüber hinaus ergänzende Nahversorgungsangebote vorhanden (u. a. Edeka, Penny und Netto in Ruppichteroth, Landhandwerk in Schönberg, Winterscheid und Bröleck).

Die Entwicklungspotenziale bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten sollten ausschließlich auf Standorte mit Zentrenbezug oder in wohngebietsintegrierten Lagen gelenkt werden.

Das vorgeschlagene Standortkonzept für die Nahversorgung basiert auf einem funktional und räumlich differenzierten Versorgungsansatz. Die Ansiedlung großflächiger Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollte künftig auf den zentralen Versorgungsbereich Ruppichteroth beschränkt werden.

Die Schaffung weiterer Nahversorgungsangebote außerhalb der Zentren sollte nur in Ausnahmefällen erfolgen und an die Bedingungen geknüpft werden, dass

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

Insbesondere für die Ortsteile Schönberg und Winterscheid ist eine Ergänzung der wohnungsnahen Grundversorgung zu prüfen. Dabei ist die Entwicklung auf nicht-großflächige Einzelhandelsbetriebe an wohngebietsintegrierten Standorten zu beschränken, die keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich erwarten lassen.

Wie bereits dargelegt, ist für Winterscheid die Ansiedlung eines Nachbarschaftsladens zu empfehlen (vgl. Kapitel 5 und 7.3). Die Ortsmitte von Schönberg sollte als weiterer Ergänzungsstandort für den nicht-großflächigen nahversorgungsrelevanten Einzelhandel fungieren, mit dem Ziel einen Lebensmittelanbieter in zentraler Lage anzusiedeln. Aufgrund der derzeitigen Konzentration der Versorgungseinrichtungen auf den Hauptort Ruppichteroth ist eine Verbesserung der Angebotssituation im westlichen Gemeindegebiet von großer Bedeutung, um die Attraktivität der Wohnstandorte zu verbessern. Vor dem Hintergrund der relativ geringen Zahl von zu versorgenden Einwohnern ist für Winterscheid die Ansiedlung eines Nachbarschaftsladens zu empfehlen. Für Schönberg sollte aufgrund der Lage an der Bundesstraße die innergemeindliche Verlagerung eines ansässigen (nicht-großflächigen) Discountmarktes geprüft werden.

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

Da die Versorgung über Kleinflächenkonzepte bzw. nicht-großflächigen Lebensmittelmarkt nur ergänzenden Charakter haben kann, kommen dem Versorgungsschwerpunkt im Ortskern Ruppichteroth auch künftig wichtige Funktionen im Rahmen der Grundversorgung der Gemeinde zu.

8.5 Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten

Die Gemeinde Ruppichteroth weist nur eine geringe Ausstattung mit größeren Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (zur Zentrenrelevanz von Sortimenten vgl. Kapitel 8.6) auf. Auch für die Zukunft ist angesichts der grundzentralen Versorgungsfunktionen und der regionalen Wettbewerbssituation nicht mit einem erheblichen Ansiedlungsdruck zu rechnen. Für den Fall einer Neuansiedlung von Betrieben mit überwiegend nicht-zentrenrelevanten Sortimenten ist jedoch eine Entwicklung im Bereich des Ortsteils Ruppichteroth zu empfehlen. Auch wenn eine Integration in den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich aufgrund der spezifischen Rahmenbedingungen dieser Betriebe nicht notwendig ist, so können bei einer Fokussierung auf Standorte im Umfeld des zentralen Versorgungsbereiches Ruppichteroth aufgrund von Verbundeffekten die Versorgungsfunktionen der Gemeinde optimiert werden.

Für eine Konzentration von Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten auf den Ortsteil Ruppichteroth sprechen vor allem folgende Gründe:

- die vorhandene Einzelhandelsbedeutung innerhalb des Gemeindegebietes
- die hohe Verkehrsgunst im Kontext der Gemeinde
- Nachnutzungsmöglichkeiten ggfs. leer stehender Gebäude oder mindergenutzter Grundstücke
- generell reduziert die Konzentration von Einzelhandelsbetrieben den Ressourceneinsatz (Verbrauch von Flächen, Bau und Unterhaltung von Verkehrswegen etc.).

Eine zentrale Entwicklungsfläche innerhalb der Ortsteils Ruppichteroth kann somit das auf dem heutigen Parkplatz des Huwil I-Geländes geplante Gewerbegebiet darstellen. Aufgrund der Ortsrandlage ist für diesen Bereich keine Einbeziehung in den zentralen Versorgungsbereich zu empfehlen, so dass großflächiger Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten ausgeschlossen werden soll. Das Areal weist jedoch eine hohe Eignung als Entwicklungsbereich für den nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel (z. B. Handwerker-Annex-Handel, Spezialisten) auf, so dass grundsätzlich auch großflächiger Einzelhandel in diesen Sortimentsbereichen (nicht-zentrenrelevante Kernsortimente) zugelassen werden kann. Die städtebauliche Verträglichkeit potenzieller Nutzer ist jeweils im Genehmigungsverfahren zu prüfen.

8.6 Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente

Die Sortimentsliste der Gemeinde Ruppichteroth ist vor dem Hintergrund der Strukturen im örtlichen Einzelhandel aufzustellen. Dabei werden folgende Charakterisierungen zu Grunde gelegt:

- **Zentrenrelevante Sortimente** zeichnen sich dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot eines Ortskerns prägend und daher für ein starkes und intaktes Versorgungszentrum bedeutsam sind. Als zentrenrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzzumlenkungen und daraus resultierende Verdrängungseffekte im zentralen Versorgungsbereich führen können.
- Dagegen sind als **nicht-zentrenrelevant** Sortimente einzustufen, die nicht oder nur in geringem Umfang in der Ortsmitte vertreten sind und für das innerörtliche Angebotsspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen. Vielfach können diese Sortimente aufgrund ihrer Beschaffenheit und der besonderen Standortanforderungen der auf sie spezialisierten Betriebe (z. B. hoher Flächenbedarf, starke Pkw-Orientierung, Sperrigkeit der Waren) kaum in innerörtliche Bereiche integriert werden.
- Die **Nahversorgungsrelevanz** von Sortimenten ergibt sich aus den in sehr kurzen Abständen wiederkehrenden Versorgungsvorgängen, die insbesondere auch für weniger mobile Verbraucher ohne eigenen Pkw durch ein am Wohnstandort und damit verbraucher-nah gelegenes Angebot gewährleistet werden sollen.

Unter Berücksichtigung der strukturellen Gegebenheiten und der Marktentwicklung ist die Zentren- und Nahversorgungsrelevanz der Sortimente in der Gemeinde Ruppichteroth wie folgt zu bewerten:

- Die Nahversorgung wird aufgrund der Einkaufshäufigkeit durch die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel sowie Apothekenwaren sichergestellt. Die strukturprägenden Betriebe mit diesen Sortimenten befinden sich in der Gemeinde Ruppichteroth im abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich bzw. an sonstigen wohnungsnahen Standorten. Sie sind als **nahversorgungsrelevant** zu bewerten.
- Im zentralen Versorgungsbereich Ruppichteroth sind die wesentlichen Angebote in den Sortimenten Bekleidung, Fahrräder, Unterhaltungselektronik, Elektrowaren, Bücher, Schreibwaren, Optik und Schmuck konzentriert. Aufgrund der strukturellen Gegebenheiten sind diese Sortimente in der Gemeinde Ruppichteroth als **zentrenrelevant** zu bewerten.
- Die Sortimente Schuhe, Sportartikel, Spielwaren, Blumen, Glas/ Porzellan/ Keramik, Haushaltswaren, Haus- und Heimtextilien sowie Foto werden aktuell nicht oder nur ausschnittsweise als Aktionswaren der Lebensmitteldiscounter in der Gemeinde Ruppichteroth angeboten.

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

Da es sich um Artikel handelt, die eine hohe Frequenzwirkung bzw. Kopplungsaffinität entfalten, sind sie hervorragend geeignet, die innerörtlichen Angebotsstrukturen weiterzuentwickeln. Auch verfügt die Ortsmitte über ausreichende Flächenpotenziale, um entsprechende Nutzer zu integrieren. Damit sind diese Sortimente in Ruppichteroth ebenfalls als zentrenrelevant zu bewerten.

- Aufgrund der flächenintensiven Warenpräsentation und Großformatigkeit der Artikel sind die Sortimente Bau- und Gartenbedarf (inkl. Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Pflanzen) sowie Möbel/ Küchen in der Gemeinde Ruppichteroth als **nicht-zentrenrelevant** zu bewerten. Die strukturprägenden Betriebe im Bau- und Gartenbedarf befinden sich außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche. Für das Möbelsegment ist eine Entwicklungsfähigkeit innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches – trotz des ansässigen Küchenstudios – nicht zu erwarten.
- Tierfutter, Heimtierzubehör und lebende Tiere sollten in der Gemeinde Ruppichteroth als nicht-zentrenrelevant eingestuft werden. Neben den Randsortimenten der Lebensmittel-SB-Märkte wird die Angebotsstruktur in der Gemeinde Ruppichteroth u. a. durch einen Raiffeisenmarkt und sonstige Landhandelsbetriebe geprägt, die sich aufgrund des Flächenanspruchs an dezentralen Standorten befinden.
- Die Sortimente Bettwaren und Teppiche werden in der Gemeinde Ruppichteroth nicht angeboten. Aufgrund der geringen Handlichkeit ist auch bei einer möglichen Ansiedlung keine Integration in die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten, so dass diese als nicht-zentrenrelevant zu bewerten sind.
- Das Sortiment Lampen/ Leuchten wird in der Gemeinde Ruppichteroth nur in geringem Umfang als Randsortiment angeboten. Es wird sich auch zukünftig nicht als prägendes Sortiment für den Ortskern von Ruppichteroth entwickeln, so dass empfohlen wird, diese Warengruppe als nicht-zentrenrelevant einzustufen.

Unter Verwendung der WZ-Systematik 2008 (Klassifikation der Wirtschaftszweige) wird für die Gemeinde Ruppichteroth folgende Sortimentsliste empfohlen:

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth
Abbildung 20: Sortimentsliste der nahversorgungs-, zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimente der Gemeinde Ruppichteroth

Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente		Definition nicht-zentrenrelevanter Sortimente	
WZ	Bezeichnung	WZ	Bezeichnung
nahversorgungsrelevante Sortimente			
47.2	Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Tabakwaren		
47.73	Apotheken		
47.75	Drogeriewaren, kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel		
aus 47.78.9	Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel		
zentrenrelevante Sortimente		nicht-zentrenrelevante Sortimente	
47.41	Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte und Software		
47.42	Telekommunikationsgeräte		
47.43	Geräte der Unterhaltungselektronik		
aus 47.51	Haushaltstextilien (Haus-, Tisch- und Bettwäsche), Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche		
		aus 47.51	Bettwaren (u. a. Matratzen, Lattenroste, Oberdecken)
		47.52.1	Metall- und Kunststoffwaren (u. a. Schrauben und -zubehör, Kleineisenwaren, Bauartikel, Dübel, Beschläge, Schlösser und Schlüssel, Installationsbedarf für Gas, Wasser, Heizung und Klimatechnik, Bauelemente aus Eisen, Metall und Kunststoff, Werkzeuge aller Art; Werkstatteinrichtungen, Leitern, Lager- und Transportbehälter, Spielgeräte für Garten und Spielplatz, Drahtwaren, Rasenmäher)
aus 47.53	Vorhänge und Gardinen	aus 47.53	Tapeten und Bodenbeläge, Teppiche
47.54	elektrische Haushaltsgeräte		
		47.59.1	Wohnmöbel, Kücheneinrichtungen, Büromöbel
47.59.2	keramische Erzeugnisse und Glaswaren		
47.59.3	Musikinstrumente und Musikalien		
aus 47.59.9	Haushaltsgegenstände (u. a. Koch-, Brat- und Tafelgeschirre, Schneidwaren, Bestecke, nicht elektrische Haushaltsgeräte)	aus 47.59.9	Holz-, Flecht- und Korbwaren (u. a. Drechslerwaren, Korbmöbel, Bast- und Strohhwaren, Kinderwagen)
		aus 47.59.9	Lampen, Leuchten und Beleuchtungsartikel
		aus 47.59.9	sonstige Haushaltsgegenstände (u. a. Bedarfsartikel für den Garten, Garten- und Campingmöbel, Grillgeräte)
47.61.0	Bücher		
47.62.1	Fachzeitschriften, Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen		
47.62.2	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel		

Fortsetzung folgt

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente		Definition nicht-zentrenrelevanter Sortimente	
WZ	Bezeichnung	WZ	Bezeichnung
47.63	Ton- und Bildträger		
47.64.1	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör		
47.64.2	Sport- und Campingartikel (inkl. Sportbekleidung, -schuhe, -geräte)		
47.65	Spielwaren und Bastelartikel		
47.71	Bekleidung		
47.72	Schuhe, Lederwaren und Reisegepäck		
47.74	medizinische und orthopädische Artikel		
aus 47.76.1	Blumen	aus 47.76.1	Pflanzen, Sämereien und Düngemittel
		47.76.2	zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Futtermittel für Haustiere)
47.77	Uhren und Schmuck		
47.78.1	Augenoptiker		
47.78.2	Foto- und optische Erzeugnisse		
47.78.3	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel		
47.79	Antiquitäten und Gebrauchtwaren		

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

9 Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

Das vorliegende Einzelhandelsstandortkonzept soll als wichtige Grundlage für die künftige Einzelhandelssteuerung und als Abwägungsgrundlage für die Bauleitplanung dienen. Dazu ist es notwendig, dass die Gemeinde das Konzept als „sonstige städtebauliche Planung“ gemäß § 1 Abs. 6 Satz 11 BauGB beschließt. Das bedeutet u. a. auch, dass für die benannten innerörtlichen Entwicklungsflächen (u. a. Huwil-Gelände) konkrete Planungsaktivitäten zur Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches einzuleiten sind. Das Konzept kann seine Gestaltungswirkung nur dann entfalten, wenn das planungsrechtliche Instrumentarium sowohl für die Innenentwicklung als auch zur Steuerung der Einzelhandelsstruktur außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angewandt wird. Konkret bedeutet dies für das Huwil-Gelände, dass erst durch die Realisierung von Versorgungseinrichtungen auf dem ehemals gewerblich genutzten Areal dies Teil des zentralen Versorgungsbereichs werden kann. Damit ist von Seiten der Gemeinde darzulegen, dass in absehbarer Zeit eine Entwicklung möglich bzw. durch planungsrechtliche Instrumente realisierbar ist.¹⁴

9.1 Steuerung des Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten

Um das Ziel einer weitgehenden Konzentration des zentrenrelevanten Einzelhandels auf die Ortsmitte von Ruppichteroth zu erreichen, wird der Gemeinde Ruppichteroth mit dem vorliegenden Konzept unter anderem empfohlen, Ausschlussregelungen für die Standortbereiche außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zu treffen. Dazu sind der Gemeinde Ruppichteroth weitgehende Möglichkeiten gegeben:

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

Als rechtlicher Hintergrund für die vorgeschlagenen Ausschlussregelungen in bestimmten Standortbereichen ist weiterhin zu beachten, dass die Zulässigkeit von Sortimentsbeschränkungen nicht nur auf großflächige Einzelhandelsbetriebe¹⁵ begrenzt ist, die mit einer Geschossfläche von mehr als 1.200 m² der so genannten Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegen. Nach dem

¹⁴ Vgl. hierzu Urteil des Oberverwaltungsgerichts NRW vom 15.02.2012 (Az. 10 D 32/11.NE)

¹⁵ Zur Definition der Großflächigkeit vgl. Ausführungen im folgenden Kapitel 9.2.

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

zitierten Urteil des OVG NRW vom 22. April 2004 lässt § 1 Abs. 9 BauNVO den Ausschluss aller Arten baulicher Anlagen im Sinne der BauNVO zu, mithin auch den Ausschluss bestimmter Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten nach § 8, Industriegebieten nach § 9 und sogar in Mischgebieten nach § 6 BauNVO.

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

9.2 Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels

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

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

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

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

Im Rahmen seiner Auseinandersetzung mit den Bestimmungsgrößen großflächiger Einzelhandelsbetriebe hat das Bundesverwaltungsgericht weiterhin die Frage beantwortet, wann die Funktions-

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichterath

einheit mehrerer Einzelhandelsbetriebe als großflächiger Einzelhandelsbetrieb im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu betrachten ist. Die Eckpunkte lassen sich wie folgt zusammenfassen (BVerwG 4 C 14.04, Urteil vom 24. November 2005):

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

Hierzu muss die Verkaufsstätte jedenfalls

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

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

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

Hierzu bedarf es zunächst des Nachweises einer "atypischen Fallgestaltung". Dazu müssen Anhaltspunkte dafür bestehen, dass von einem Vorhaben jenseits der Vermutungsgrenze keine Aus-

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

wirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung ausgehen.

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

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

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

Städtebauliche Besonderheiten können beispielsweise vorliegen,

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Laut LEP-Entwurf ist die Höchstgrenze für Vorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten an nicht-integrierten Standorten auf max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche zu beschränken.

9.4 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten

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

Nach allgemeiner Rechtsauffassung bleibt beispielsweise der Gebietscharakter bei Einschränkung von Einzelhandelsnutzungen in einem Gewerbegebiet gewahrt, wie das Bayerische Verwaltungsgericht bereits 1985 im Rahmen eines Normenkontroll-Verfahrens bestätigte.¹⁶

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

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

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

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

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

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

¹⁶ Bay VGH, Normenkontroll-Urteil vom 23.05.1985, Nr. 2 N 83 A 1490.

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

Mit den vorgeschlagenen Empfehlungen zu den textlichen Festsetzungen werden:

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

9.5 Möglichkeiten zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes durch die Bauleitplanung

Zur Umsetzung des vorgeschlagenen Zentren- und Nahversorgungskonzeptes werden für die künftige Bauleitplanung zusammengefasst folgende Handlungsempfehlungen ausgesprochen:

- Neuansiedlungen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten sowie nahversorgungsrelevanten Sortimenten sind grundsätzlich nur noch innerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs in Ruppichteroth (= Ortskern) möglich.
- Sofern die bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen bisher fehlen, ist die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche durch geeignete Bebauungspläne als Kern- bzw. Sondergebiet ggf. auch mit Festlegungen von Verkaufsflächen und Sortimenten nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu regeln.
- Kleinflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches nur an städtebaulich integrierten Standorten zugelassen werden, die der wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung dienen, sofern die Zielsetzung der Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs nicht entgegensteht und im Übrigen sonstige, der Nahversorgung dienende Standorte nicht geschwächt oder in ihren städtebaulich wünschenswerten Entwicklungsmöglichkeiten gehemmt werden.
- Um den zentralen Versorgungsbereich zu stärken und seine Entwicklung zu fördern, sind Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten an Standorten außerhalb der Ortsmitte konsequent über Bebauungsplanfestsetzungen auszuschließen. Einzelhandelsbetriebe und sonstige Gewerbebetriebe mit Verkaufsflächen für den Verkauf an Endverbraucher sollten auch im angrenzenden Gewerbegebiet des heutigen Huwil-Parkplatzes ausgeschlossen werden, sofern sich das Kernsortiment aus zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten zusammensetzt. Zentrenrelevante Sortimente soll-

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

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

- Auch besteht die Möglichkeit, zur Erhaltung und Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs Ruppichteroth einen Bebauungsplan im Sinne des § 9 Abs. 2a. In den Geltungsbereich könnte der gesamte Bereich der Ortsmitte aufgenommen werden und mittels geeigneter textlicher Festsetzungen festgelegt werden, dass Betriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten ausschließlich innerhalb des abgrenzten zentralen Versorgungsbereichs zulässig sind.
- Vorhandene Bebauungspläne sind daraufhin zu überprüfen, ob der angestrebte Schutz der zentralen Versorgungsbereiche den Teilausschluss bestimmter Einzelhandelsnutzungen erfordert. Ggf. sind unter Beachtung der Anforderungen des Bestandsschutzes Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Sortiment bis auf eng begrenzte Ausnahmen gemäß § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO durch geeignete Bebauungspläne auszuschließen.
- Für den unbeplanten Innenbereich sollten Bebauungspläne aufgestellt werden, die die Einhaltung der vorab definierten städtebaulichen Ziele gewährleisten.

Einzelhandelsstandortkonzept Ruppichteroth

- - -

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