



Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bedburg





Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Bedburg

Wirtschaftsgeogr. Joachim Schulte, M.A.

Dipl.-Volksw. Angelina Sobotta

Geschäftsführende Gesellschafter:

Dipl.-Geogr. Ursula Mölders
Stadt- und Regionalplanerin SRL

Dipl.-Ing. Dominik Geyer
Stadtplaner AK NW, Bauassessor
Stadt- und Regionalplaner SRL

HRB Köln 62236

Gesellschafter/Seniorpartner:

Dr. Paul G. Jansen

Bachemer Str. 115, 50931 Köln-Lindenthal
Postfach 41 05 07, 50865 Köln

Fon 02 21.940 72-0

Fax 02 21.940 72-18

info@stadtplanung-dr-jansen.de

www.stadtplanung-dr-jansen.de



1	EINLEITUNG	1
1.1	Ziele und Ausgangssituation	1
1.2	Methodische Vorgehensweise	2
1.3	Beteiligung	4
2	RAHMENBEDINGUNGEN	5
2.1	Lage im Raum und regionalplanerische Einstufung	5
2.2	Bevölkerungs- und Siedlungsentwicklung	7
2.3	Wirtschaftsstruktur und Arbeitsplätze	10
2.4	Regionale Wettbewerbssituation	11
3	ALLGEMEINE ENTWICKLUNGSTENDENZEN IM EINZELHANDEL	14
3.1	Bedeutung des Einzelhandels für die Stadtentwicklung	14
3.2	Entwicklungen auf der Angebotsseite	14
3.3	Entwicklungen auf der Nachfrageseite	17
3.4	Auswirkungen auf die Stadtentwicklung	18
4	ECKDATEN DES EINZELHANDELS DER STADT BEDBURG	20
4.1	Einzelhandel nach Angebotsschwerpunkt	20
4.2	Verkaufsflächenausstattung im Vergleich	23
4.3	Bereinigte Einzelhandelsausstattung der Stadt Bedburg	24
4.4	Struktur und Verteilung großflächiger Einzelhandelsbetriebe	25
5	EINZUGSBEREICH, KAUFKRAFT UND ZENTRALITÄT	27
5.1	Einzugsbereich des Bedburger Einzelhandel	27
5.2	Kaufkraftpotenzial	28
5.3	Zentralität des Bedburger Einzelhandels	30
5.4	Kaufkraftbewegungen in Bedburg	31
6	BEDBURG ALS EINZELHANDELSSTANDORT AUS KUNDENSICHT	35
6.1	Vorgehensweise und Methodik	35
6.2	Einkaufshäufigkeit und Einkaufsorientierung	35
6.2.1	Einkaufshäufigkeit	35
6.2.2	Einkaufsorientierung nach Sortimentsgruppen	38
6.3	Bewertung der Einkaufsmöglichkeiten aus Kundensicht	40
6.3.1	Einkaufsmöglichkeiten	40
6.3.2	Verkehrs- und Parkplatzsituation	42
6.4	Dienstleistungs- und Gastronomieangebot	44
6.5	Vermisste Angebote und Verbesserungsvorschläge	45
7	PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENBEDARFS BIS 2020	48
8	ZENTRENKONZEPT FÜR DIE STADT BEDBURG	53
8.1	Grundsätzliche Anmerkungen	53
8.1.1	Zentrenkonzept als räumliches Steuerungsinstrument	53
8.1.2	Rahmenbedingungen für lebendige Zentren	55
8.2	Ziele für die Einzelhandelsentwicklung in Bedburg	56
8.3	Abgrenzung der „Bedburger Liste“	58
8.4	Anwendung der „Bedburger Liste“	61



8.5	Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche	61
8.6	Zentrenhierarchie	63
8.7	Hauptzentrum Innenstadt Bedburg	65
8.7.1	Rahmenbedingungen der Stadt Bedburg für die räumliche Festlegung	65
8.7.2	Räumliche Festlegung des Hauptzentrums Bedburg	67
8.7.3	Angebotssituation des Hauptzentrums Bedburg	70
8.7.4	Prüfstandorte im Hauptzentrum Bedburg	72
8.7.5	Stärken-Schwächen-Profil	74
8.7.6	Handlungsempfehlungen	74
8.8	Stadtteilzentrum Kaster	76
8.8.1	Übergeordnete Rahmenbedingungen	76
8.8.2	Einzelhandelsausstattung und Nutzungsstruktur	77
8.8.3	Räumliche Abgrenzung des Stadtteilzentrums Kaster	78
8.8.4	Stärken-Schwächen-Profil	79
8.8.5	Handlungsempfehlungen	80
9	ERGÄNZENDE NAHVERSORGUNG	81
9.1	Ergänzende Nahversorgungsstandorte in der Stadt Bedburg	82
9.2	Exkurs: Standortentscheidungen und Tragfähigkeit von frequenzstarken Nahversorgungsbetrieben	83
10	EMPFEHLUNGEN ZUR EINZELHANDELSSTEUERUNG IN BEDBURG	87
11	ZUSAMMENFASSUNG DER UNTERSUCHUNG	89
	ANHANG	93
	„BEDBURGER LISTE“	94
	ERHEBUNGSBOGEN DER EINZELHANDELSERHEBUNG IN DER STADT BEDBURG	98
	FRAGEBOGEN BÜRGERBEFRAGUNG ZUM EINKAUFSVERHALTEN	99
	GLOSSAR	103
	Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1	Bausteine des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts	1
Abbildung 2	Lage der Stadt Bedburg im Raum und zentralörtliche Gliederung	5
Abbildung 3	Ausschnitt aus dem Landesentwicklungsplan NRW	6
Abbildung 4	Bevölkerungsprognose für die Stadt Bedburg in drei Varianten zum Stichtag 2003 sowie die tatsächliche Bevölkerungsentwicklung	8



Abbildung 5	Aktualisierte Bevölkerungsprognose für die Stadt Bedburg sowie die Nullvariante	9
Abbildung 6	Beschäftigtenstruktur im Vergleich	11
Abbildung 7	Verkaufsflächenentwicklung im Einzelhandel 1980 - 2010 (in Mio. qm)	14
Abbildung 8	Umsatzanteile des Lebensmitteleinzelhandels nach Betriebstypen von 1991 bis 2007 (in %)	15
Abbildung 9	Einzelhandelsausstattung der Stadt Bedburg nach Angebotsschwerpunkt (in %)	20
Abbildung 10	Relative Verkaufsfläche in qm pro 1.000 Einwohner im Vergleich	23
Abbildung 11	Anzahl und Struktur der großflächigen Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Bedburg	26
Abbildung 12	Wohnorte der Bedburger Einzelhandelskunden in %	27
Abbildung 13	Kaufkraftbewegungen in Bedburg	32
Abbildung 14	Kaufkraftbewegungen nach Warengruppen (in Mio. EUR)	33
Abbildung 15	Einkaufshäufigkeiten in den Ortskernen der Ortsteile Bedburg und Kaster in % der Befragten	36
Abbildung 16	Veränderung der Einkaufshäufigkeit in % der Befragten in der Ortsmitte von Bedburg	36
Abbildung 17	Veränderung der Einkaufshäufigkeit in % der Befragten im Ortsteil Kaster	37
Abbildung 18	Einkaufshäufigkeit außerhalb der Stadt Bedburg	38
Abbildung 19	Bevorzugte Einkaufsstandorte nach Sortimentsgruppen in % der Befragten	39
Abbildung 20	Beurteilung der Einkaufsmöglichkeiten in Bedburg aus Kundensicht	41
Abbildung 21	Beurteilung der Einkaufsmöglichkeiten in Kaster aus Kundensicht	42
Abbildung 22	Beurteilung der Verkehrs- und Parkplatzsituation in Bedburg aus Kundensicht	43
Abbildung 23	Beurteilung der Verkehrs- und Parkplatzsituation in Kaster aus Kundensicht	43
Abbildung 24	Beurteilung des Gastronomie- und Dienstleistungsangebot in Bedburg aus Kundensicht	44
Abbildung 25	Beurteilung des Gastronomie- und Dienstleistungsangebot in Kaster aus Kundensicht	45
Abbildung 26	Zentrenhierarchie gemäß § 24 a LEPro	53
Abbildung 27	Städtebaulicher Wettbewerb Bedburg - Wettbewerbsidee	66



Abbildung 28	Empfehlungen für die Bedburger Mitte	67
Abbildung 29	Räumliche Festlegung des Hauptzentrums Innenstadt Bedburg	69
Abbildung 30	Sortimentsstruktur des Hauptzentrums Bedburg	71
Abbildung 31	Prüfstandorte im Hauptzentrum Bedburg	73
Abbildung 32	Sortimentsstruktur des Stadtteilzentrums Kaster	78
Abbildung 33	Räumliche Festlegung des Stadtteilzentrums Kaster	79
Abbildung 34	Nahbereiche der strukturprägenden Lebensmittelanbieter	84

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Bevölkerung nach Stadtteilen/ Wohnplätzen in der Stadt Bedburg 2009	7
Tabelle 2	Einwohnerentwicklung Stadt Bedburg 1999 - 2009	8
Tabelle 3	TOP Ten Textileinzelhandelsumsatz 2007	16
Tabelle 4	Einzelhandelsausstattung der Stadt Bedburg nach Angebotsschwerpunkt	21
Tabelle 5	Bereinigte Einzelhandelsausstattung der Stadt Bedburg	24
Tabelle 6	Wohnorte der Bedburger Einzelhandelskunden	28
Tabelle 7	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Warengruppen im Einzugsbereich des Bedburger Einzelhandels im Jahr 2008	29
Tabelle 8	Zentralitätskennziffern nach Sortimentsgruppen in Bedburg im Jahr 2008	30
Tabelle 9	Kaufkraftbewegungen nach Warengruppen	34
Tabelle 10	Vermisste Angebote in Bedburg	46
Tabelle 11	Vermisste Angebote in Kaster	47
Tabelle 12	Szenarien für die Umsatzprognose in der Stadt Bedburg	49
Tabelle 13	Umsatzprognose für die Stadt Bedburg bis 2020	49
Tabelle 14	Verkaufsflächenzusatzbedarf in der Stadt Bedburg bis zum Jahr 2020 nach Warengruppen	51
Tabelle 15	Verkaufsflächenzusatzbedarf bis zum Jahr 2020 nach Warengruppen und Standortlagen	52
Tabelle 16	Angebotsstruktur eines Nahversorgungszentrums	56
Tabelle 17	Einzelhandelssituation im Hauptzentrum Bedburg	70



Tabelle 18	Komplementärnutzungen und Leerstände im Hauptzentrum Bedburg	71
Tabelle 19	Nutzungsstruktur im Hauptzentrum Neue Stadtmitte	72
Tabelle 20	Angebotsituation im Stadtteilzentrum Kaster (Erdgeschossnutzungen)	77

In dem nachfolgenden Text verwenden wir eine geschlechtsneutrale Sprache. Bei der konkreten Ansprache von Personen werden sowohl die weiblichen als auch die männlichen Personen genannt, z. B. „Bewohnerinnen und Bewohner“. Sollte aus Versehen oder aus Gründen der besseren Lesbarkeit an einigen Stellen nur die männliche Form, z. B. „Akteure“ gewählt sein, meinen wir aber immer auch die weiblichen Personen, nämlich die Akteurinnen. Selbstverständlich sind für uns immer Männer und Frauen gleichzeitig, gleichgestellt und chancengleich angesprochen.

Dieses Gutachten unterliegt dem Urheberrecht. Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung des Gutachtens in Teilen oder als Ganzes sind nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt, soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart ist.

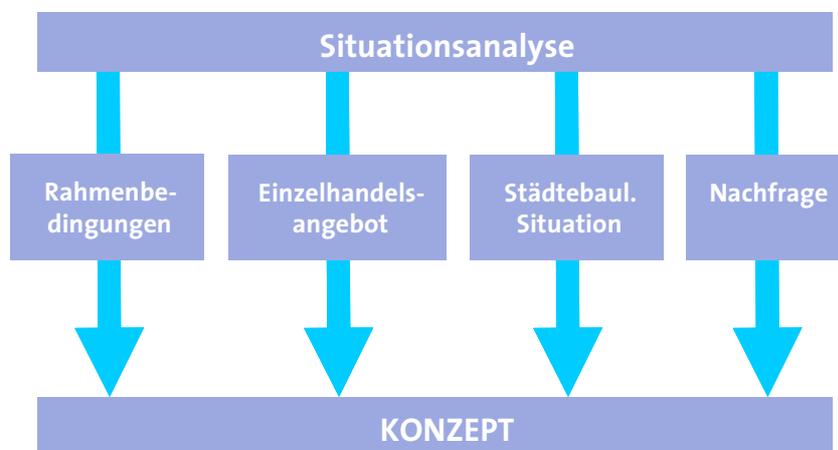
1 Einleitung

1.1 Ziele und Ausgangssituation

Im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Bedburg sollen Daten und Empfehlungen zusammengestellt werden, die aufbauend auf einer Betrachtung der aktuellen Situation eine Umsetzungsstrategie aufzeigen, die genutzt werden kann, alle zukünftig erforderlichen handelsbezogenen und bauleitplanerischen Entscheidungen treffen zu können. Dabei sind Aussagen über das künftig zu erwartende Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten, die anzustrebende Ausstattung mit Einzelhandelsflächen und sinnvolle Veränderungen bzw. Ergänzungen der Sortimente sowie der Standorte zu treffen. In diesem Zusammenhang ist insbesondere den aktuellen Veränderungen im Baugesetzbuch, im nordrhein-westfälischen Landesentwicklungsprogramm und im Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen Rechnung zu tragen. Das Konzept kann damit sowohl der Stadt Bedburg als auch Investoren und Betreibern eine aktuelle Positionsbestimmung des Bedburger Einzelhandels aufzeigen und gibt insbesondere der Stadt Bedburg Handlungsempfehlungen für eine städtebaulich ausgerichtete Standortpolitik.

Grundlage für zielgerichtete handelsbezogene und bauleitplanerische Entscheidungen

Abbildung 1 Bausteine des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts



Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

Der Verfassungsgerichtshof für das Land Nordrhein-Westfalen hat § 24 a Abs. 1 Satz 4 LEPro mit Urteil vom 26. August 2009 VerFGH 18/08 für verfassungswidrig erklärt. Mit dem Urteil des OVG NRW vom 30. September 2009 (10A 1676/08) existieren momentan keine verbindlichen Zielvorgaben des Landes für die Verortung von Sondergebieten für großflächigen Einzelhandel. Wengleich ein Urteil des OVG NRW (10 A 1676/08) vom 30.09.2009 den Zielcharakter der Vorschriften von § 24 a LEPro verneint, stellen diese jedoch nach wie vor in der Abwägung zu berücksichtigende Grundsätze der Raumordnung dar.

aktuelle Bedeutung des § 24 a LEPro

Auf Grundlage der Erhebung und der Bewertung der aktuellen einzelhandelsrelevanten Angebots- und Nachfragesituation werden alle für die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung notwendigen planungsrechtlichen Voraussetzungen erarbeitet. Dabei finden die zukünftigen ökonomischen Rahmenbedingungen der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung ebenso Berücksichtigung wie die städtebauliche Situation in Bedburg und die übergeordneten rechtlichen Vorgaben.

1.2 Methodische Vorgehensweise

Im März 2009 wurde der gesamte Ladeneinzelhandel der Stadt Bedburg durch Vor-Ort-Begehungen erfasst, da die aktuelle Bestandsstruktur eine wesentliche Entscheidungsgrundlage für die Konzeption der Zentrenstruktur und die Zentrenabgrenzung darstellt.

Einzelhandelsbestandserhebung

Von allen Einzelhandelsbetrieben wurden Name, Adresse, Standort und Verkaufsfläche erhoben. Die Verkaufsfläche wurde mit elektronischen Messgeräten erfasst, wobei eine detaillierte Aufgliederung nach neun Branchengruppen und 37 Sortimentsgruppen erfolgte. Die fortschreibungsfähige Datei wird der Stadt Bedburg übergeben.

Unter zusätzlicher Verwendung sekundärstatistischer Materialien, z. B. Flächenproduktivitäten nach Branchen, erfolgte im Anschluss unter Berücksichtigung der betriebs- und standortbezogenen Attraktivität sowie der Befragungsergebnisse die Berechnung der Umsätze für das Jahr 2008.

Berechnung der Umsätze für das Jahr 2008

Bei der textlichen, tabellarischen und kartographischen Darstellung des Einzelhandelsbestands werden im Rahmen des Einzelhandelsentwicklungs- und Zentrenkonzepts die einzelnen Sortimente in neun Gruppen zusammengefasst, so dass sich der gesamte Bestand in folgende Branchen untergliedert:

Gruppierung der Sortimente

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, Zoobedarf
- Bücher, Schreibwaren, Büro
- Bekleidung, Schuhe, Schmuck
- Sport, Freizeit, Spiel
- Elektrowaren
- Möbel, Einrichtung
- Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör

Da neben den Betrieben des Einzelhandels und Ladenhandwerks auch publikumsorientierte Dienstleistungen, kulturelle Einrichtungen und eine Reihe weiterer Nutzungen die Attraktivität eines Standorts und dessen Zentralität wesentlich mitbestimmen sowie bei der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche von Bedeutung sind, wurden auch diese im Rahmen der Bestandsaufnahme

Komplementärnutzungen

innerhalb der wesentlichen siedlungsstrukturell integrierten Einzelhandelslagen aufgenommen, jedoch nicht weitergehend analysiert und damit ausschließlich im Hinblick auf die Erfüllung ihrer Komplementärfunktionen zum Einzelhandel bewertet.

Publikumsorientierte Dienstleistungen zeichnen sich dadurch aus, dass ihre Existenz von einer hohen Besucherfrequenz einer breiten Zielgruppe abhängig ist. Sie belegen häufig Standorte in Zentren, um von der durch die umliegenden Nutzungen erzeugten Passantenfrequenz zu profitieren. Umgekehrt ermöglichen publikumsorientierte Dienstleistungen aber auch den umgebenden Nutzungen, an der durch sie erzeugten Frequenz zu partizipieren. Damit kommt auch den publikumsorientierten Dienstleistungen eine Zentren prägende Funktion zu. Insbesondere gastronomische Einrichtungen verstärken die Belegung eines Zentrums und tragen dazu bei, so genannte Synergieeffekte auszulösen.

Publikumsorientierte Dienstleistungen

Neben den auf die Frequenz eines Geschäftsquartiers eher kontraproduktiv wirkenden Leerständen wurden daher folgende Nutzungen (ohne Flächenangaben) in der Innenstadt und in ihrem unmittelbaren Umfeld erhoben:

- Restaurants, Cafés, Eisdielen, Gaststätten, etc.
- Arzt- und Anwaltspraxen sowie Notare
- Bank- bzw. Sparkassenfilialen
- Massagepraxen und Physiotherapeuten
- Chemische Reinigungen, Waschsalons
- Friseure
- Lotto/ Toto, Copy-Shops
- CD-/ Video-Verleih
- Reisebüros
- Saunas und Bräunungsstudios
- Schuh- und Schlüsselservices
- Versicherungs- und Maklerbüros
- Kinos, Theater, Galerien und sonstige kulturelle Einrichtungen
- Spielotheken, Billardcenter
- Internetcafés
- Postdienstleistungen

Für diese Komplementärnutzungen wurden Name, Adresse und Standort erhoben, wobei eine Zuordnung zu folgenden vier Obergruppen erfolgte:

Gruppierung der Komplementärnutzungen

- Gastronomie und Hotellerie
- Dienstleistungen
- Kultur und Freizeit
- Bildung und Gesundheit

Zur Ermittlung der Einkaufsorientierungen und der -zufriedenheit wurden 1.500 Bürger in der Stadt Bedburg befragt. Zudem wurde zur Bewertung der Bedeutung des Bedburger Einzelhandels eine Kundenwohnorterhebung durchgeführt. Methodische Hinweise

Bürgerbefragung und Kundenwohnorterhebung

hierzu finden sich im Kapitel 6, Bedburg als Einzelhandelsstandort aus Kundensicht.

1.3 Beteiligung

Eine projektbegleitende und fachbezogene Mitarbeit unterschiedlicher Akteure stößt schon während der Gutachtenerstellung einen Diskussionsprozess an und verbessert die Qualität der Untersuchung. Zudem kann mit einer breiten Akzeptanz der Ergebnisse und Empfehlungen gerechnet werden, so dass die Umsetzung in Zusammenarbeit mit den Akteuren gewährleistet ist.

Kommunikationsstruktur

Dem Vorschlag von Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH entsprechend wurde eine projektbegleitende Arbeitsgruppe gegründet, in der folgende Institutionen und Organisationen vertreten waren:

Zusammensetzung der Arbeitsgruppe

- Bezirksregierung Köln
- Industrie- und Handelskammer Köln
- Werbegemeinschaft Bedburg
- Werbegemeinschaft Kaster
- Vertreter der Politik und Stadtverwaltung Bedburg
- Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

In diesem Gremium wurden in vier Sitzungen die wichtigsten Arbeitsschritte, Zwischen- und Endergebnisse besprochen und diskutiert. Damit wurde sichergestellt, dass die für die Umsetzungsphase bedeutsamen Entscheidungsträger von Anfang an eng eingebunden waren.

Zudem ist eine Beteiligung („Partizipation“) der Bürger und der Träger öffentlicher Belange vorgesehen. Durch die Beteiligung der Öffentlichkeit sollen insbesondere die Bürger die Möglichkeit haben, ihre Interessen und Rechtspositionen im Beschlussverfahren einzubringen.

Bürgerbeteiligung

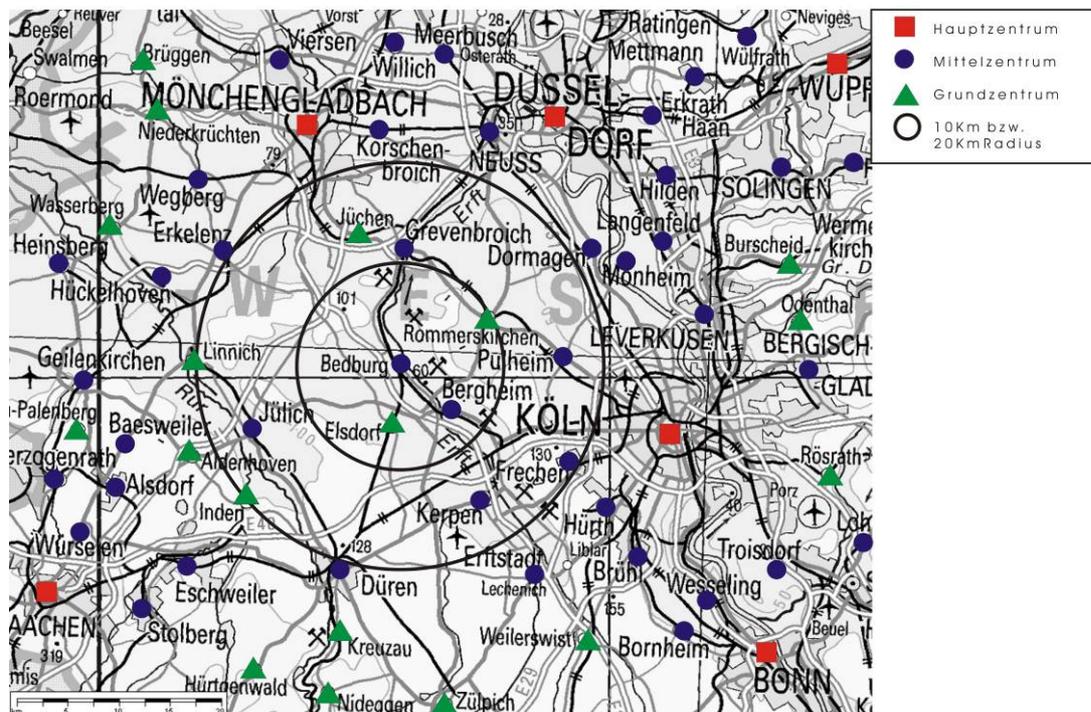
2 Rahmenbedingungen

2.1 Lage im Raum und regionalplanerische Einstufung

Die Stadt Bedburg liegt im Nordwesten des Rhein-Erft-Kreises in der Kölner Bucht. Sie grenzt im Nordwesten an die Gemeinde Jüchen, im Norden an die Stadt Grevenbroich, im Nordosten an die Gemeinde Rommerskirchen, im Osten an die Stadt Bergheim, im Süden an die Gemeinde Elsdorf und im Westen an die Gemeinde Titz. Die Stadt Bedburg ist dem Regierungsbezirk Köln zugeordnet und wird in der landesplanerischen Hierarchie als Mittelzentrum eingestuft. Nach einer Gemeindereferenz des Bundesamtes für Bauwesen und Raumordnung wird die Stadt Bedburg als „Kleine Mittelstadt“ klassifiziert.¹

Lage der Stadt Bedburg

Abbildung 2 Lage der Stadt Bedburg im Raum und zentralörtliche Gliederung



Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010. Kartengrundlage: Geobasisdaten Landesvermessungsamt Nordrhein-Westfalen, Bonn, ST/8/2004

Der Einkaufsstandort Bedburg steht insbesondere in Wettbewerb zu den nächstgelegenen Mittelzentren, insbesondere Grevenbroich, Bergheim und Kerpen sowie den Oberzentren Aachen, Düsseldorf, Köln und Mönchengladbach.

Wettbewerbsituation

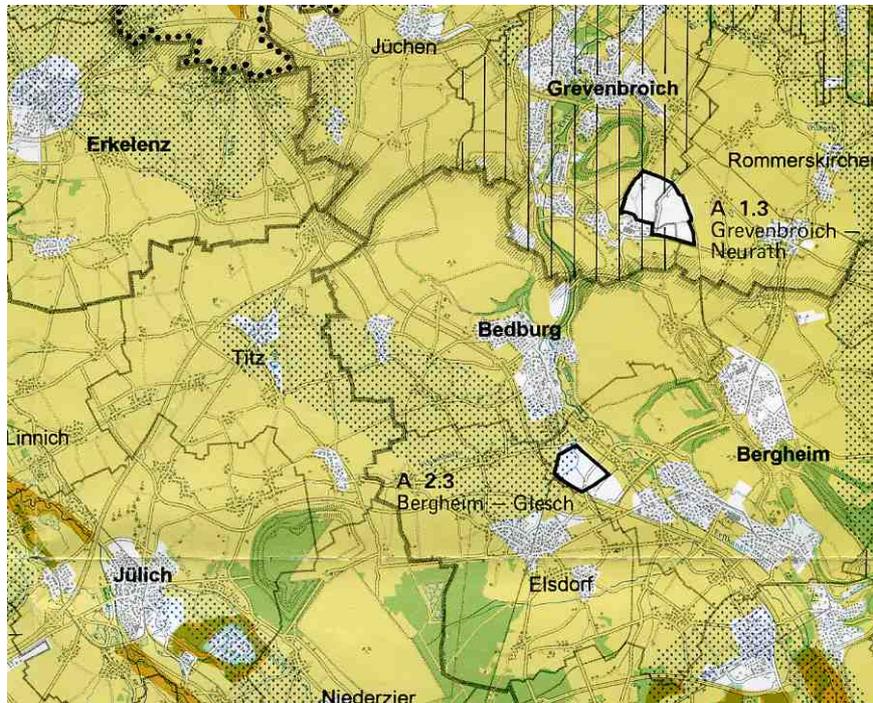
Nach dem Landesentwicklungsplan Nordrhein Westfalen (Stand Entwurf 22.02.1994) liegt die Stadt Bedburg bezogen auf die

Landesentwicklungsplan (LEP)

¹ Ober- oder Mittelzentrum, unter 50.000 Einwohner

Einwohnerdichte in einem Gebiet mit überwiegend ländlicher Raumstruktur an einer großräumigen, die Oberzentren Mönchengladbach und Koblenz verbindenden Entwicklungsachse.

Abbildung 3 Ausschnitt aus dem Landesentwicklungsplan NRW



Quelle: Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen, Teil B, Düsseldorf Juni 1995

Neben der Lage und Wettbewerbssituation wird die Entwicklung des Bedburger Einzelhandels u. a. durch die Verkehrsanbindung beeinflusst.

verkehrliche Erschließung

Die Stadt Bedburg liegt im Städtedreieck Aachen, Düsseldorf und Köln. Die Fahrzeit nach Aachen beträgt mit dem Auto ca. 40 Minuten, nach Düsseldorf ca. 35 Minuten und nach Köln ca. 30 Minuten. Bedburg ist unmittelbar an das Autobahnnetz angeschlossen. Mit der Anschlussstelle Bedburg, welche sich ca. 3,5 km vom Stadtzentrum Bedburg entfernt, ist ein direkter Autobahnanschluss an die BAB 61 vorhanden. Des Weiteren sind die Autobahnen A 4 (Aachen - Köln, in ca. 20 km Entfernung), A 44 (Aachen - Düsseldorf, in ca. 13 km Entfernung) sowie A 540 (ca. 13 km Entfernung) in wenigen Minuten Fahrtzeit zu erreichen. Ein direkter Anschluss an eine Bundesstraße liegt in Bedburg nicht vor. Jedoch befinden sich die Bundesstraßen B 477 (in ca. 5 km Entfernung), B 55 (in ca. 5 km Entfernung) und B 59 (in ca. 14 km Entfernung) nahe der Stadt.

An das Netz der Deutschen Bahn AG ist Bedburg durch die Erftbahn (RB 38) über die Regionalverbindung Köln - Bergheim - Düsseldorf angebunden. Zudem existiert eine weitere Regionalverbindung der Erftbahn von Bedburg nach Horrem. Diese Verbindungen werden stündlich bedient, zu den Hauptverkehrszeiten auch halbstündlich.

Zudem bestehen von Bedburg aus Busverbindungen der Rhein-Erft-Verkehrsgesellschaft mbH (REVG) durch die Linien 924, 975, 987 und 988, welche die Stadt mit den umliegenden Städten und Gemeinden verbinden. Insgesamt kann die verkehrliche Anbindung der Stadt Bedburg in lokaler und regionaler Hinsicht als gut eingestuft werden.

2.2 Bevölkerungs- und Siedlungsentwicklung

Für die aktuelle Einzelhandelssituation, aber auch die Entwicklungspotenziale des Bedburger Einzelhandels, sind auch die Bevölkerungsverteilung, die Bevölkerungsstruktur und die Bevölkerungsentwicklung wichtig.

Die Stadt Bedburg weist zum 31.01.2009 eine Einwohnerzahl von 24.245 Einwohnern auf. Das Stadtgebiet von Bedburg umfasst insgesamt 14 Ortschaften Stadtteile und Wohnplätze. Die Stadtteile Kaster und Bedburg stellen mit ca. 5.790 bzw. ca. 4.700 Einwohnern die einwohnerstärksten Stadtteile (ca. 24 % bzw. 19,4 % der Gesamtbevölkerung) dar. In den übrigen Stadtteilen leben jeweils weniger Einwohner.

Einwohnerzahl und Stadtgliederung

Tabelle 1 Bevölkerung nach Stadtteilen/ Wohnplätzen in der Stadt Bedburg 2009

Stadtteil	Einwohner abs.	Einwohner in %
Bedburg	4.698	19,4
Blerichen	2.453	10,1
Broich	1.049	4,3
Grottenherten	352	1,5
Kaster	5.785	23,9
Kirchherten	2.034	8,4
Kirchtroisdorf	1.016	4,2
Kirdorf	1.221	5,0
Kleintroisdorf	164	0,7
Königshoven	1.889	7,8
Lipp	2.258	9,3
Oppendorf	102	0,4
Pütz	296	1,2
Rath	929	3,8
Summe	24.246	100

Quelle: Stadt Bedburg, Stand: 31.01.2009 (nur Hauptwohnsitze)

In den vergangenen zehn Jahren ist insgesamt eine positive Einwohnerentwicklung der Stadt Bedburg festzustellen. Die Einwohnerzahl stieg um 774 Personen, gleichbedeutend um ca. 3 %, so dass in diesem Zeitraum diesbezüglich günstige Rahmenbedingungen für die Weiterentwicklung der Einkaufsstadt Bedburg vorgelegen

Einwohnerentwicklung in den vergangenen 10 Jahren

haben. Allerdings entwickelte sich die Einwohnerzahl im Zeitraum von 2007 bis 2008 rückläufig und ist seitdem konstant.

Tabelle 2 Einwohnerentwicklung Stadt Bedburg 1999 - 2009

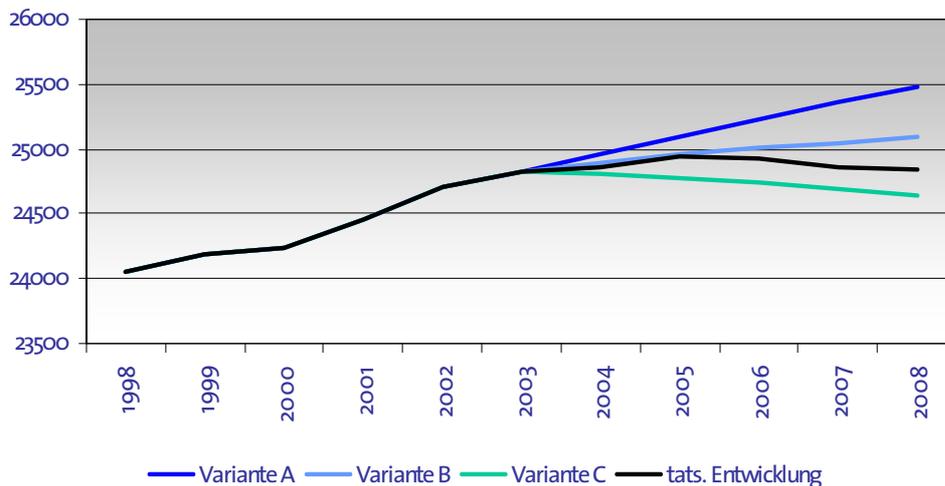
Jahr	Einwohner	
	absolut	1999=100
1999	23.472	100,0
2001	23.765	101,2
2003	24.156	102,9
2005	24.334	103,6
2007	24.297	103,5
2008	24.262	103,3
2009	24.246	103,3

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2009 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)
 Datengrundlage: Stadt Bedburg, Stand: 31.12. des jeweiligen Jahres. Nur Einwohner mit Hauptwohnsitz

Für die Ermittlung der künftigen Bevölkerungsgröße wurde bereits im Jahr 2004 eine Prognoserechnung in unterschiedlichen Varianten vorgelegt.

Bevölkerungsprognose

Abbildung 4 Bevölkerungsprognose für die Stadt Bedburg in drei Varianten zum Stichtag 2003 sowie die tatsächliche Bevölkerungsentwicklung



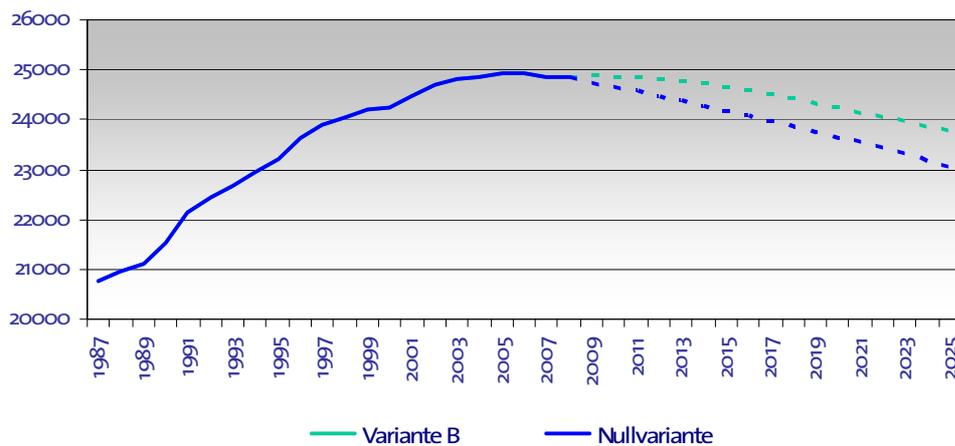
Quelle: Landesamt für Information und Technik NRW, Berechnung und Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2009

In der aktuellen Überprüfung der tatsächlichen Entwicklung hat sich gezeigt, dass bis zum Jahr 2005/06 eine relativ genaue Übereinstimmung mit der mittleren Prognosevariante B vorliegt. Danach zeichnet sich ein etwas negativerer Trend ab, der sich zwischen der Variante B und C bewegt.

Langfristige Bevölkerungsentwicklung

In einer Aktualisierung der Prognoserechnung ist darauf aufbauend mit der in folgender Abbildung dargestellten Bevölkerungsentwicklung in der Stadt Bedburg zu rechnen. Gleichzeitig ist die so genannten Nullvariante abgebildet, in der die Wanderungsbewegungen unberücksichtigt bleiben und nur die natürliche Bevölkerungsbewegung (Geburten und Sterbefälle) die demographische Entwicklung bestimmt.

Abbildung 5 Aktualisierte Bevölkerungsprognose für die Stadt Bedburg sowie die Nullvariante



Quelle: Landesamt für Information und Technik NRW, Berechnung und Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2009

Es zeigt sich, dass die Zahl von ca. 25.000 Einwohnern voraussichtlich nicht langfristig gehalten werden kann und die Stadt ab dem Jahr 2020 ca. 24.000 Einwohner zählen wird. Insgesamt lässt sich im Hinblick auf die Bevölkerungsprognose festhalten, dass für den Einzelhandelsstandort Bedburg keine positiven Impulse durch die Bevölkerungsentwicklung zu erwarten sind.

Neben einer Veränderung der genauen Einwohnerzahlen wird sich auch in der Stadt Bedburg der demographische Wandel insbesondere im zukünftigen Altersaufbau der Bevölkerung widerspiegeln.² Es ist davon auszugehen, dass sich der Bevölkerungsanteil von Kindern und Jugendlichen zukünftig verringern wird, während der Anteil der älteren Menschen ansteigen wird. Ansteigen wird der Anteil der Personen mit Migrationshintergrund. Eine weitere qualitative Veränderung ergibt sich aus der Differenzierung von Lebensstilen und Haushaltstypen.

allgemeiner Alterungsprozess

² Die Zahl der Personen im heute üblichen Erwerbsalter zwischen 20 und 60 Jahren wird bis 2050 um mehr als ein Fünftel abnehmen, die der unter 20-Jährigen sogar um 30 Prozent. Gleichzeitig steigt der Anteil der über 60-Jährigen an der Gesamtbevölkerung von heute 25 auf dann 37 Prozent. (Quelle: Koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung des Statistischen Bundesamtes, Variante fünf, 2007)

Einhergehend mit einem Alterungsprozess und einem geringeren Anteil an Familien mit Kindern wird es zu Veränderungen in der Bedürfnisstruktur kommen. Dieses betrifft insbesondere die Anforderungen an eine wohnungsnah Grundversorgung, autounabhängige Einzelhandelsstandorte sowie die Anpassung der Einzelhandelsangebote an die Bedarfsstruktur kleinerer Haushaltsgrößen bzw. Singlehaushalte.

Veränderung in der Bedarfsstruktur

2.3 Wirtschaftsstruktur und Arbeitsplätze

Die mittelzentralen Versorgungsfunktionen der Stadt Bedburg resultieren in erster Linie aus dem Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz der Stadt, sowie aus dem Arbeitsplatzangebot im gewerblichen Sektor. Des Weiteren ist insbesondere dem Dienstleistungssektor eine hohe Bedeutung zuzumessen.

mittelzentralen Versorgungsfunktionen

Im Industriepark Mühlenerft sowie im Gewerbegebiet Adolf-Silberberg-Straße haben viele Firmen ihre Existenz gegründet. Dies sind vor allem mittelständische Unternehmen, aber auch Großunternehmen, wie beispielsweise ein chinesischer Baumaschinenhersteller. Während in der Vergangenheit Energiegewinnung, die chemische Industrie und die Braunkohlegewinnung den Wirtschaftsstandort Bedburg prägten, sind die ansässigen Unternehmen heute in der Produktion und Verarbeitung, der Logistik oder als Dienstleister in vielfältigen Bereichen, wie IT, Medien, oder Umweltschutztechnologien tätig.

Die Arbeitslosenquote im Rhein-Erft-Kreis lag im Juni 2010 bei ca. 7,9 % und somit leicht über dem Bundesdurchschnitt von ca. 7,5 %, jedoch unter dem Durchschnitt des Landes Nordrhein-Westfalen (ca. 8,6 %).

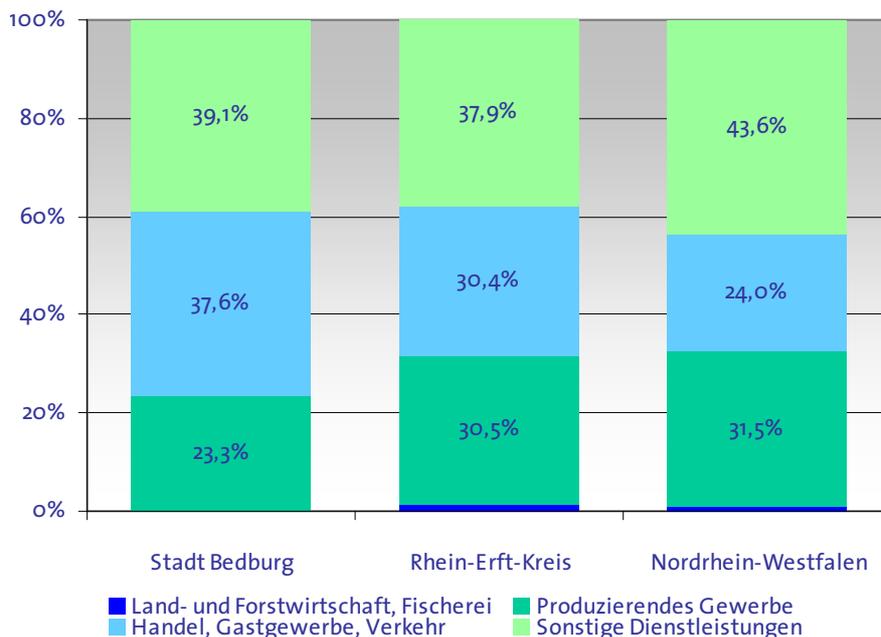
Arbeitslosenquote

Die Stadt Bedburg wies im Jahr 2006 2.872 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten auf.³ Von den versicherungspflichtig Beschäftigten in Bedburg sind rund 23,3 % im produzierenden Gewerbe und rund 76,7 % im Dienstleistungssektor beschäftigt. Der Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in dem Bereich Land-, Forstwirtschaft, Fischerei belegt in Bedburg weniger als einen Prozent. Gemessen an der Zahl der Beschäftigten ist die Wirtschaftsstruktur der Stadt Bedburg im Landesvergleich im produzierenden Gewerbe als unterdurchschnittlich und im Dienstleistungssektor überdurchschnittlich ausgeprägt.

sozialversicherungspflichtig Beschäftigte

³ Quelle: Quelle: Landesbetrieb für Information und Technik Nordrhein-Westfalen, Stand: 30. Juni 2009.

Abbildung 6 Beschäftigtenstruktur im Vergleich



Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2009.
Datenbasis: LDS NRW, in % der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten,
Stand: 30.06.2007

Insgesamt liegt der Anteil der in Bedburg arbeitenden sozialversicherungspflichtig Beschäftigten unter dem der in Bedburg wohnenden. Mit 1.455 Einpendlern und 6.184 Auspendlern weist die Stadt Bedburg einen deutlich negativen Pendlersaldo (- 4.729) auf.⁴ Diese Zahlen zeigen eine vergleichsweise geringe Bedeutung der Stadt Bedburg als Arbeitsstandort im Rhein-Erft-Kreis.

Pendlerbewegungen

Pendlerbewegungen sind deshalb von so hohem Interesse, weil viele Beschäftigte ihren Einkauf (auch) am Arbeitsort tätigen oder die Fahrten zum Arbeitsort mit dem Einkauf verknüpfen.

2.4 Regionale Wettbewerbssituation

Die Einzelhandelsposition der Stadt Bedburg in der Region wird durch ihre Lage in einem Gebiet mit überwiegend ländlicher Raumstruktur und durch die Nähe zu den Oberzentren Köln, Aachen, Mönchengladbach und Düsseldorf geprägt. Als weitere wichtige Einkaufsstadt im unmittelbaren Umland ist das im Südosten gelegene Mittelzentrum Bergheim einzuschätzen, das das potenzielle Kerneinzugsgebiet des Bedburger Einzelhandels eingrenzt.

Lage in Gebiet mit überwiegend ländlicher Raumstruktur

Aufgrund ihrer Lagebeziehung, Größe und Ausstattung sind das Oberzentrum Köln und das Mittelzentrum Bergheim als wichtigste Wettbewerbsstandorte für die Stadt Bedburg anzusehen, weshalb

wichtige Wettbewerbsstädte

⁴ Quelle: Information und Technik Nordrhein-Westfalen, Stand: 30. Juni 2006.

diese zwei Städte im Folgenden im Hinblick auf ihre Einzelhandelsbedeutung genauer betrachtet werden:

Laut ersten Ergebnissen aus dem Einzelhandelskonzept für die Stadt Köln aus dem Jahr 2009 ist in der Stadt Köln eine einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche von ca. 1,5 Mio. qm verortet, auf der ein jährlicher Einzelhandelsumsatz von ca. 6.173,1 Mio. EUR erwirtschaftet wird. Der Hauptanteil der Verkaufsfläche entfällt auf die Sortimentsgruppen Nahrungs- und Genussmittel (ca. 24,9 % der Gesamtverkaufsfläche), Bekleidung/ Wäsche (ca. 17,8 % der Gesamtverkaufsfläche) und Einrichtungsbedarf (ca. 17,4 % der Gesamtverkaufsfläche). Mit mehr als einem Viertel der Gesamtverkaufsfläche liegt der Angebotsschwerpunkt in der Kölner City, in der eine hohe Anzahl an Magnetbetrieben (u. a. Galeria Kaufhof, Karstadt, P & C, C & A, Media Markt, Globetrotter) ergänzt um eine differenzierte Struktur kleiner und mittlerer Anbieter ansässig ist. Bedingt durch das vielfältige Angebotsspektrum und ansprechende Angebotsniveau verfügt die Kölner City über eine hohe Einkaufsattraktivität, die maßgeblich die Umlandbedeutung als Einkaufsstadt begründet.

Köln

Außerhalb der Kölner City ist auf ein differenziertes Netz an nachgeordneten zentralen Versorgungsbereichen (u. a. Ehrenfeld/ Venloer Straße, Lindenthal/ Dürener Straße) und große Fachmarktstandorte (u. a. Köln-Ossendorf/ Am Butzweiler Hof, Köln-Marsdorf), die teilweise überörtliche Versorgungsfunktionen erfüllen, hinzuweisen. Im Zusammenhang mit Köln-Marsdorf ist zudem auf eine Fachmarkttagglomeration in Frechen im Bereich Europastraße hinzuweisen.

Bedingt durch die Nähe zu Bedburg und das umfassende Einzelhandelsangebot übernimmt Köln zu wesentlichen Teilen oberzentrale Versorgungsfunktionen für die Einkaufsstadt Bedburg und ist als Hauptwettbewerbstandort für Bedburg einzustufen.

Das im Südosten an die Stadt Bedburg angrenzende Mittelzentrum Bergheim verfügt über ca. 360 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 95.600 qm, auf der ein jährliches Umsatzvolumen von ca. 264,6 Mio. EUR erwirtschaftet wird.⁵

Bergheim

Innerhalb der Innenstadt lässt sich die zur Fußgängerzone ausgebauten Kölner Straße mit einem gewachsenen beidseitigen Handelsbesatz als Haupteinkaufslage mit der größten Einzelhandelskonzentration und der höchsten Passantenfrequenz charakterisieren. Aufgrund eines umfassenden Branchenmixes mit Schwerpunkt bei Nahrungs- und Genussmitteln sowie im Bekleidungsbereich übernimmt die Innenstadt von Bergheim mittelzentrale Versorgungsfunktionen. Zu den Ankerbetrieben in der Bergheimer Innenstadt zählen vor allem die Verbrauchermärkte Kaufland und HIT. Zudem sollen auf dem Bahnhofsgelände der Stadt Bergheim neue Einzel-

⁵ Quelle: Gesamtstädtisches Einzelhandelskonzept Bergheim, Februar 2009.

handelsangebote („Bahnhofsarkaden Bergheim“) realisiert werden sollen. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot durch eine Vielfalt und Dichte übriger Angebote (v. a. Kultur- und Medienzentrum Medio.Rhein.Erft, Maria-Hilf-Krankenhaus sowie Amtsgericht und Finanzamt im näheren Umfeld).

Neben der Innenstadt von Bergheim ist auf eine Sonderlage des großflächigen Einzelhandels in Zieverich hinzuweisen, die ebenfalls über die Stadtgrenze hinausgehende Versorgungsfunktionen einnimmt.

Insgesamt verfügt die Innenstadt von Bergheim über eine höhere Attraktivität auch für auswärtige Kunden aus angrenzenden Kommunen, so dass die Stadt Bergheim innerhalb des Kreises Bergheim als Hauptwettbewerbsstandort anzusehen ist.

Durch Wettbewerbsplanungen in umliegenden Kommunen ist zu erwarten, dass sich die Wettbewerbssituation für die Einkaufsstadt Bedburg zudem in nächster Zeit verschärfen wird. Als wichtigste Planung ist in diesem Zusammenhang auf die Ansiedlung eines Fachmarktzentrum mit insgesamt ca. 15.000 qm Verkaufsfläche in der Stadt Kerpen, Am Falder/ Auf dem Bürrig hinzuweisen.

Wettbewerbsplanung

3 Allgemeine Entwicklungstendenzen im Einzelhandel

3.1 Bedeutung des Einzelhandels für die Stadtentwicklung

Die Entwicklung des Einzelhandels und der Stadtstrukturen beeinflussen einander. Einzelhandel bewirkt in integrierten Lagen oftmals Baudichte, Passantenfrequenz und Nutzungsmischung und ist wichtige Voraussetzung für Urbanität und eine „vitale Stadt“. Umgekehrt verbessern attraktive städtebauliche Rahmenbedingungen die Anziehungskraft von Einzelhandelslagen. Mit der zunehmenden Ansiedlung von Einzelhandel an peripheren Standorten hat sich diese „stadtbildende“ Funktion des Einzelhandels in der Vergangenheit deutlich reduziert. Daher bedarf es heute der gezielten Steuerung des Einzelhandels im Rahmen einer nachhaltigen Stadtentwicklungspolitik, um die stadtbildende Funktion des Einzelhandels aufrecht zu erhalten. Die Zentren sind dabei auf Einzelhandelsnutzungen angewiesen, um Frequenzen zu sichern.

Stadtbildende Funktion des Einzelhandels

Die Entwicklung des Einzelhandels wird von Veränderungen in Angebot und Nachfrage beeinflusst. Es wird davon ausgegangen, dass sich einige der nachfolgend skizzierten Entwicklungstendenzen unabhängig von öffentlichen Eingriffen fortsetzen, andere wiederum sind durch gezielte Stadtentwicklungspolitik beeinflussbar.

Angebot und Nachfrage

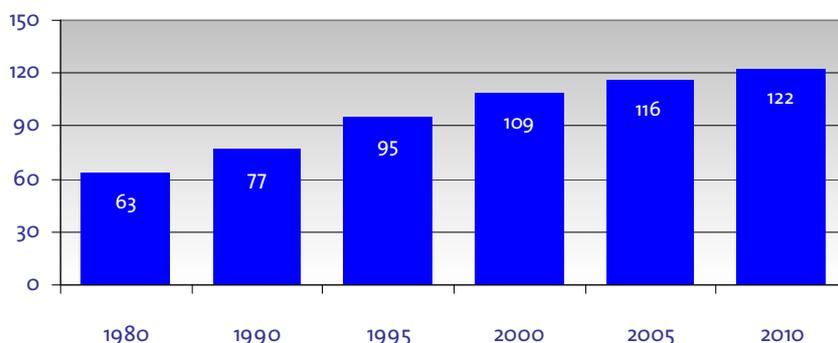
3.2 Entwicklungen auf der Angebotsseite

Eine Reihe handelsendogener Faktoren wird auch in Zukunft die Einzelhandelsentwicklung in Bedburg beeinflussen:

Seit 1970 hat sich in Deutschland die Verkaufsfläche des Ladenhandels auf aktuell ca. 122 Mio. qm mehr als verdreifacht.⁶ In annähernd allen Branchen ist diese Tendenz seit Jahren ungebrochen.

Verkaufsflächenwachstum und steigende Betriebsgrößen

Abbildung 7 Verkaufsflächenentwicklung im Einzelhandel 1980 - 2010 (in Mio. qm)



Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH
Datengrundlage: EHI. Handel aktuell 2009/2010

⁶ Vgl. EHI Handel aktuell 2009/2010 S.174

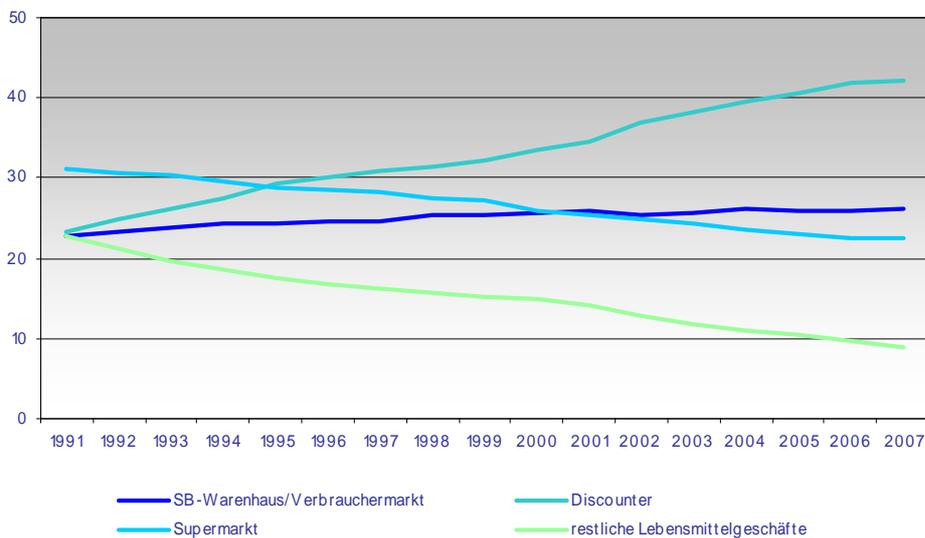
Das starke Verkaufsflächenwachstum führt bei einem begrenzten Marktvolumen zu einem Rückgang der Verkaufsflächenproduktivität. Die Folgen sind steigender Wettbewerb um Marktanteile, aber auch die Tendenz zur stärkeren Reduzierung der Betriebskosten (Lieferantenkonditionen, Personalkosten). Hieraus resultieren eine Verschlechterung von Serviceleistungen sowie die weitere Verdrängung von Kleinstrukturen, die aufgrund ungünstigerer Einkaufskonditionen im Preiskampf nicht mehr mithalten können.

Verkaufsflächenproduktivitäten

Ein Wandel der Betriebsformen und Betriebskonzepte führt zu steigendem Wettbewerbsdruck v. a. bei inhabergeführten Geschäften. Dieser Wandel verläuft häufig in Verbindung mit einer zunehmenden Großflächigkeit und Discounterisierung. Beispielhaft ist hierzu der Lebensmitteleinzelhandel aufzuführen, bei dem im europäischen Vergleich der Preiskampf in Deutschland mit am größten ist. Die steigende Dominanz des Discountbereichs wird anhand der Entwicklung des Umsatzanteils am gesamten Lebensmitteleinzelhandel deutlich: Seit 1990 hat sich der Umsatzanteil der Discounter von 23,7 % auf 42,2 % im Jahre 2007 fast verdoppelt - Tendenz weiter steigend.⁷ Wesentliche Einbußen mussten neben den traditionellen kleineren SB-Lebensmittelgeschäften auch die Supermärkte hinnehmen.

Discountorientierung

Abbildung 8 Umsatzanteile des Lebensmitteleinzelhandels nach Betriebstypen von 1991 bis 2007 (in %)



Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH
Datengrundlage: EHI. Handel aktuell 2009/2010 und frühere Ausgaben

In anderen Branchen, z. B. Drogeriewaren, Textilien, Schuhe, Sportartikel, verläuft diese Entwicklung zu Gunsten von Fachmärkten und zu Lasten kleiner und mittelständischer Fachgeschäfte. Auf dem deutschen Elektronikmarkt werben die Filialketten Media Markt,

⁷ EHI: Handel aktuell 2009/2010, S. 192.

Saturn und Pro Markt massiv mit Niedrigpreisen und erwirtschaften mittlerweile einen Umsatzanteil von fast 40 % am Gesamtmarkt.⁸

In dem angespannten Wettbewerb um Umsatzanteile haben Preisdumping und Unternehmensübernahmen zu immer stärkeren Konzentrationsprozessen und höherem Filialisierungsgrad im Einzelhandel geführt.

Die Vertriebsstrukturen im Einzelhandel verändern sich mit deutlichen Auswirkungen auf die bestehende Einzelhandelslandschaft und deren Entwicklung. Neue Standorte (Tankstellen, Bahnhöfe, Flughäfen) verschärfen den Wettbewerb des stationären Einzelhandels. Hersteller versuchen, die Bedeutung der Händler zu mindern und realisieren Shops in Eigenregie. Mit E-Commerce erobern virtuelle Einkaufsplätze die Gunst der Kunden. So stieg der Umsatz des Online-Handels von 1,0 Mrd. EUR im Jahre 2000 auf 13,4 Mrd. EUR im Jahre 2008. Dies entspricht bereits über 7 % des Gesamtumsatzes im Einzelhandel. Für das Jahr 2009 wird ein weiterer Anstieg des Umsatzes auf 15,4 Mrd. EUR prognostiziert.⁹ Anfänglich waren es hauptsächlich Bücher und Unterhaltungselektronik/IT, die über E-Commerce nachgefragt wurden. Mittlerweile ist der Online-Handel in fast allen Branchen spürbar. Auch der Bereich Teleshopping weist kontinuierliche Umsatzzuwächse von jährlich ca. 20 % auf. Damit verliert der stationäre Einzelhandel kontinuierlich Marktanteile.

Konzentration und Filialisierung

Veränderungen der Vertriebsstrukturen

Tabelle 3 TOP Ten Textileinzelhandelsumsatz 2007

Unternehmen	
Arcandor, Essen	4.170
Otto, Hamburg	3.406
Metro, Düsseldorf	3.077
C & A Mode, Düsseldorf	2.933
Hennes & Mauritz, Hamburg	2.395
Peek & Cloppenburg, Düsseldorf	1.511
Tengelmann, Mülheim Ruhr	1.498
Aldi-Gruppe ,Essen/Mühlheim/R.	1.050
Lidl, Neckarsulm	1.050
Tchibo, Hamburg	1.077

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH
Datengrundlage: EHI. Handel aktuell 2009/ 2010

Zudem kommt es zu einer Art „Aufweichung“ der bisherigen Betriebstypenstrukturen. Die Firma Tchibo hat sich lange Zeit als Mehrbranchenanbieter positioniert, der Kaffee-Verkauf degradierte

⁸ EHI: Handel aktuell 2009/2010, S. 236.

⁹ EHI: Handel aktuell 2009/2010, S. 232.

zur Nebeneinnahme. Die Lebensmitteldiscounter Aldi und Lidl erreichen hohe Umsatzanteile und Marktbedeutung mit Aktionsware, beispielhaft dafür ist die Betrachtung der umsatzbezogenen TOP-Ten im Textileinzelhandel.

Aufgrund des fortwährenden Kampfes um Marktanteile nimmt die Vertikalisierung im Einzelhandel zu, sie steht für die Ausklammerung von Zwischenstufen (z. B. Großhandel) des Handels durch Realisierung eigener Shops oder enger Zusammenarbeit mit anderen Handelspartnern (z. B. Esprit, H & M, Ikea, Aldi), um sich hierdurch vor allem gegenüber anderen Filialisten, dem Fachhandel und dem Versandhandel behaupten zu können.

3.3 Entwicklungen auf der Nachfrageseite

Verantwortlich für die Entwicklungstendenzen im Einzelhandel sind auch die Verbraucher. So hat sich auf der Nachfrageseite in den letzten Jahrzehnten ein demographischer und gesellschaftlicher Wandel vollzogen, der sich in einer Veränderung der Altersstrukturen und der Tendenz zu kleineren Haushalten sowie in einer gestiegenen Mobilität niederschlägt. Zudem ist zu berücksichtigen, dass die Bevölkerungszahl - mit erheblichen regionalen Unterschieden - in den kommenden Jahren zunehmend sinken wird.

Die immer stärkere Preis- und Pkw-Orientierung der Kunden hat zu den heutigen Strukturen geführt. Das so genannte Smartshopping¹⁰ hat die traditionelle Kundenbindung an ein Unternehmen abgelöst - mit der Folge, dass Preis- sowie Rabattierungsaktionen weiter zunehmen.

Preis- und Pkw-Orientierung der Kunden

In Verbindung von wachsenden Ausgaben in anderen Bereichen (z. B. Energie) und zunehmender Preisorientierung der Verbraucher sinkt der Ausgabenanteil der Kunden für Einzelhandel seit Jahren. Lag der Anteil des Einzelhandels an den privaten Konsumausgaben im Jahr 1995 noch bei über 35 %, wurde im Jahr 2008 nur noch ein Anteil von ca. 28 % erreicht.¹¹ Insgesamt wird die Einzelhandelskaufkraft in den nächsten Jahren voraussichtlich nur in geringem Maße ansteigen.

Anteil Einzelhandelsumsatz an privaten Konsumausgaben

Die Kunden verlangen aber trotz Umsatzrückgängen eine möglichst große Vielfalt. Dazu fordern die Tendenz zu mehr Ein- und Zweipersonenhaushalten sowie der demografische Wandel (Steigerung der Lebenserwartung und Reduzierung der Gesamtbevölkerung) eine größere Diversifizierung im Hinblick auf Sortiments- und Angebots-

Einkaufsverhalten

¹⁰ Smart Shopper: Die Kaufentscheidung orientiert sich ausschließlich an Preisgünstigkeit und Preiswürdigkeit; die Folgen im Kundenverhalten sind eine intensive Informationssuche vor dem Kauf, Vorratskäufe bei Angeboten, Internet-shopping, Nutzung von Coupons und Kundenkarten.

¹¹ Quelle: Statistisches Bundesamt, HDE-Berechnungen 2007 (Einzelhandel ohne Kfz-Handel, Kraft- und Brennstoffe sowie Apotheken).

strukturen. Alle Waren eines Bedarfsbereichs sollen zudem nach Möglichkeit an einem Einkaufsstandort verfügbar sein (One-Stop-Shopping), damit möglichst wenig Zeit für die Versorgung bzw. möglichst viel Zeit für die Freizeitgestaltung investiert werden kann. Eine größere Entfernung zum Einkaufsort wird von dem mobilen Teil der Bevölkerung in Kauf genommen. „Erlebniseinkauf“ und „Versorgungseinkauf“ werden immer stärker getrennt.

Insgesamt geht mit der Steigerung der Mobilität und einer immer bedeutsamer werdenden Erlebniskomponente des Einkaufens eine sinkende Standort- und Betriebstreue der Verbraucher einher. Hierdurch hat sich der Wettbewerb um den Kunden intensiviert. Auch hat das veränderte Kundenverhalten zu einer Neubewertung von Standortfaktoren und Standortqualitäten sowie der Entwicklung neuer Betriebstypen und Vertriebsysteme durch die Einzelhandelsunternehmen geführt.

3.4 Auswirkungen auf die Stadtentwicklung

Aus der Vernetzung der Entwicklungen von Angebots- und Nachfrageseite resultieren zum Teil erhebliche Auswirkungen auf die Stadtentwicklung.

Durch die Konzentration auf periphere, autoorientierte Einkaufsorte haben die gewachsenen Zentren v. a. in der Vergangenheit an Bedeutung. Die erfolgte Ausweitung von zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten an nicht integrierten Standorten hat wichtige Magnetbetriebe sowie Kaufkraft aus den Zentren abgezogen. In den Innenstädten haben die Warenhäuser und der Fachhandel als Leitbetriebe an Bedeutung eingebüßt. Allerdings ist hinsichtlich der Shopping-Center festzuhalten, dass hier in den letzten Jahren eine Trendwende eingesetzt hat:

Funktionsverluste in den Stadtzentren

Während Einkaufszentren seit den 60er Jahren vorzugsweise außerhalb bestehender Versorgungsstrukturen auf der „Grünen Wiese“ angesiedelt wurden, hat in den letzten Jahren eine Trendwende eingesetzt, in deren Folge neue Einkaufszentren zum überwiegenden Teil innerhalb von Innenstädten bzw. Nebenzentren in Ober- und Mittelzentren realisiert wurden.

Der Forderung von Handelsunternehmen nach größeren Ladeneinheiten ist in vielen Zentren schwer nachzukommen. Vielfach fehlen notwendige Entwicklungsflächen für neue Handelsimmobilien oder Erweiterungen bestehender Betriebe; die Zuschnitte bestehender Ladeneinheiten entsprechen vielerorts nicht mehr aktuellen Ansprüchen. Die eigentümerübergreifende Vergrößerung von bestehenden Ladeneinheiten stellt eine besondere Herausforderung dar, die u. a. in Immobilien- und Standortgemeinschaften gelöst werden können.

Flächenansprüche

Leistungsfähige Lebensmittelanbieter fragen heute Standorte mit mindestens 800 qm Verkaufsfläche nach. Es muss daher davon ausgegangen werden, dass Lebensmittelanbieter ohne Erweiterungsmöglichkeiten in vielen Fällen aufgeben werden. Bei fehlenden Entwicklungsflächen in den kleineren Zentren kann dann die Funktionsfähigkeit des gesamten Zentrums gefährdet sein. Beim Verlust des Lebensmittelmagnetbetriebs entsteht i. d. R. ein Trading-Down-Prozess, und weitere Geschäfte müssen aufgrund fehlender Laufkundschaft schließen. Auch andere Infrastruktureinrichtungen (z. B. Poststellen, Bankfilialen) ziehen sich aus den (ehemaligen) Versorgungsschwerpunkten zurück. Diese Entwicklungen verlaufen entgegen einem stadtpolitischen Ziel der „kurzen Wege“. In der Bedburger Bevölkerung sind insbesondere immobile Bevölkerungsteile betroffen, die auf eine wohnungsnahe Grundversorgung angewiesen sind. Mit dem demografischen Wandel steigt dieser betroffene Bevölkerungsteil weiter an.

Nahversorgung

Das Verkaufsflächenwachstum an nicht integrierten Standorten führt zu erhöhten Aufwendungen zur Bereitstellung der dort monofunktional genutzten Infrastruktur. Zudem verursacht das Ausbleiben von Einzelhandelsinvestitionen in den Zentren öffentliche Revitalisierungs- und Entwicklungsmaßnahmen. Der Flächenverbrauch für großflächige, oft eingeschossige Verkaufsräume an peripheren Standorten mit großzügigen Stellplatzanlagen belastet die Umwelt.

Infrastrukturkosten

Die durch die steigenden Betriebsgrößen hervorgerufenen größeren Einzugsbereiche der Betriebe fördern den Anstieg des Individualverkehrs. Die Realisierung einer städtischen Funktionsmischung von Wohnen und Versorgung - und damit die Möglichkeit zur Reduzierung von Verkehr - wird immer schwieriger. Die schwindende Attraktivität von Zentren kann darüber hinaus zur Vernachlässigung von Investitionen in den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) führen.

Individualverkehr

In Gewerbe- und Industriegebieten bieten Entwicklungsflächen entlang von Hauptverkehrsstraßen aufgrund ihrer guten Pkw-Erreichbarkeit für viele Einzelhandelsunternehmen attraktive Alternativstandorte zu den Stadtzentren. Einzelhandelsunternehmen sind im Vergleich zu anderem Gewerbe zur Zahlung höherer Bodenrenten fähig, was zur Verdrängung des vorhandenen Gewerbes führen kann.

Gewerbe- und Industriegebieten

Diese übergeordneten Entwicklungen nimmt auch auf das Zentrengefüge der Stadt Bedburg Einfluss, wodurch Versorgungsschwerpunkte in ihrer Qualität und Existenz beeinträchtigt werden können. Eine gesamtstädtische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung ist notwendig, um die dadurch verursachten städtebaulichen, wirtschaftlichen und ökologischen Folgewirkungen verträglich zu halten und dem Bedeutungsverlust gewachsener Zentren entgegenzuwirken.

4 Eckdaten des Einzelhandels der Stadt Bedburg

4.1 Einzelhandel nach Angebotsschwerpunkt

Im Bedburger Stadtgebiet wurden im März 2009 154 Betriebe des Ladeneinzelhandels und des Ladenhandwerks mit insgesamt 37.490 qm Verkaufsfläche erhoben. Auf dieser Verkaufsfläche wurde im Jahr 2008 ein Bruttoumsatz von ca. 113,8 Mio. EUR erwirtschaftet.

Einzelhandelsbestand der Stadt Bedburg

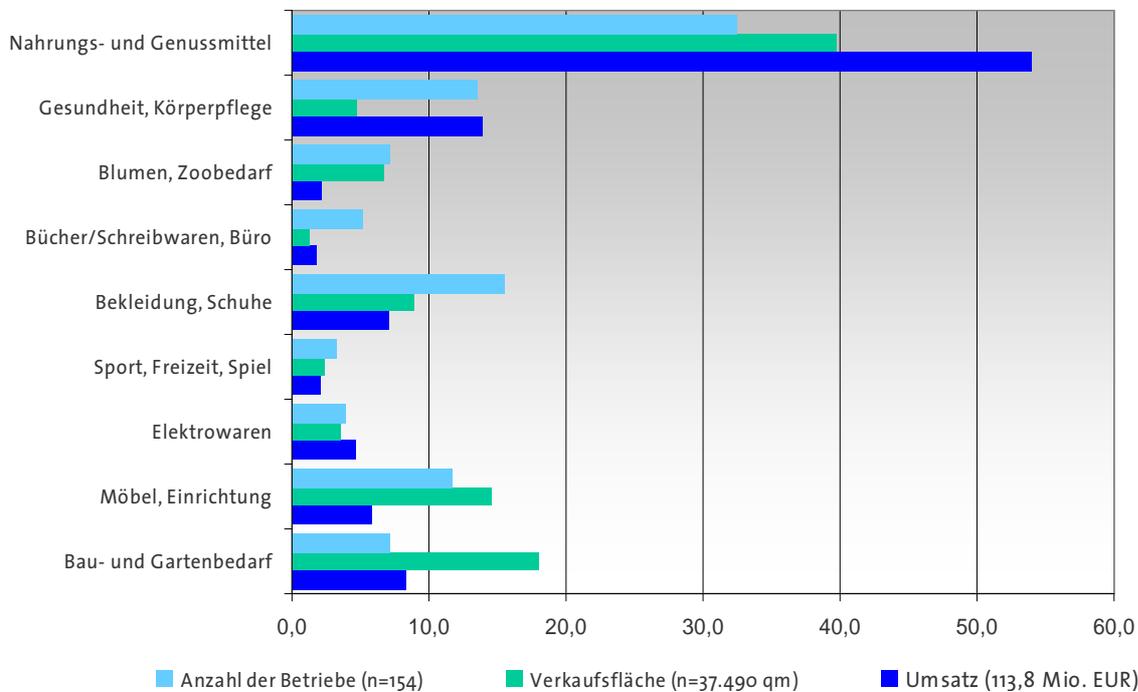
Die Umsatzleistung der Einzelhandelsbetriebe wurde gutachterlicherseits auf Basis durchschnittlicher Betriebskennziffern (z. B. Flächenproduktivitätswerte) eingeschätzt, wobei die Ergebnisse der Einzelhandelsbefragung sowie unternehmenseigene Erfahrungswerte aus zahlreichen Befragungen des Einzelhandels zugrunde gelegt wurden.

Umsatzeinschätzung

In der folgenden Tabelle bzw. Abbildung „Einzelhandelsausstattung der Stadt Bedburg nach Angebotsschwerpunkt“ ist die Einzelhandelsausstattung nach dem Umsatzschwerpunkt der Betriebe dargestellt. Somit werden hier die Betriebe, die unterschiedliche Sortimente führen (z. B. SB-Warenhäuser), ihrem Umsatzschwerpunkt zugeordnet. Dabei zeigt sich die Branchenstruktur der Stadt, die auch mit Vergleichsdaten anderer Kommunen gleicher Einwohnerzahl abgeglichen werden kann.

Einzelhandelsausstattung der Stadt Bedburg nach Angebotsschwerpunkt

Abbildung 9 Einzelhandelsausstattung der Stadt Bedburg nach Angebotsschwerpunkt (in %)



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2009, Datengrundlage: eigene Erhebung März 2009

Tabelle 4 Einzelhandelsausstattung der Stadt Bedburg nach Angebotsschwerpunkt

Warengruppe	Anzahl der Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
	abs.	in %	in qm	in %	in Mio. EUR	in %
Nahrungs- und Genussmittel	50	32,5	14.910	39,8	61,5	54,0
Gesundheit, Körperpflege	21	13,6	1.785	4,8	15,8	13,9
Blumen, Zoobedarf	11	7,1	2.535	6,8	2,5	2,2
Bücher, Schreibwaren, Büro	8	5,2	480	1,3	2,2	1,9
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	24	15,6	3.335	8,9	8,0	7,0
Sport, Freizeit, Spiel	5	3,2	900	2,4	2,3	2,0
Elektrowaren	6	3,9	1.350	3,6	5,3	4,7
Möbel, Einrichtung	18	11,7	5.450	14,5	6,6	5,8
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	11	7,1	6.745	18,0	9,6	8,4
Summe	154	100	37.490	100	113,8	100

Anm.: Verkaufsflächen auf 5 qm gerundet

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2009, Datengrundlage: eigene Erhebung März 2009 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Für die Einzelhandelsausstattung nach Warengruppen sind folgende Ergebnisse festzuhalten:

- Im Nahrungs- und Genussmittelbereich werden von 50 Betrieben (= ca. 33 % der ansässigen Betriebe) auf rund zwei Fünfteln der Gesamtverkaufsfläche (ca. 14.910 qm) mehr als die Hälfte des Einzelhandelsumsatzes (ca. 61,5 Mio. EUR) der Stadt Bedburg erzielt. Die Betriebsstruktur weist eine Mischung aus kleinstrukturierten Betrieben und großflächigen Lebensmittel-SB-Märkten auf. Das Angebot im Lebensmitteleinzelhandel wird in Bedburg derzeit im Wesentlichen durch sechs Märkte (ein SB-Warenhaus, zwei Supermärkte, drei Discounter) geprägt. Der größte Anbieter im Stadtgebiet ist mit mehr als 6.000 qm Verkaufsfläche das real,- SB-Warenhaus an der Bahnstraße. Mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche je Betrieb von über 300 qm ist im Vergleich zu Mittelzentren ähnlicher Größe eine überdurchschnittliche Betriebsgröße festzustellen.
- Der Sparte Gesundheit und Körperpflege sind rund 14 % der Betriebe (21 Betriebe) mit einem Verkaufsflächenanteil von ca. 5 % (ca. 1.785 qm) und einem Umsatzanteil von rund 14 % (ca. 15,8 Mio. EUR) zuzuordnen. Im Vergleich der Warengruppen verfügen die Betriebe über eine kleinteilige Struktur, die in erster Linie durch Fachgeschäfte und Apotheken gekennzeichnet ist. Da-

Einzelhandelsausstattung nach Warengruppen

Nahrungs- und Genussmittel

Gesundheit, Körperpflege

bei weist die Warengruppe Gesundheit/ Körperpflege die höchste Flächenproduktivität (EUR je qm Verkaufsfläche) auf.

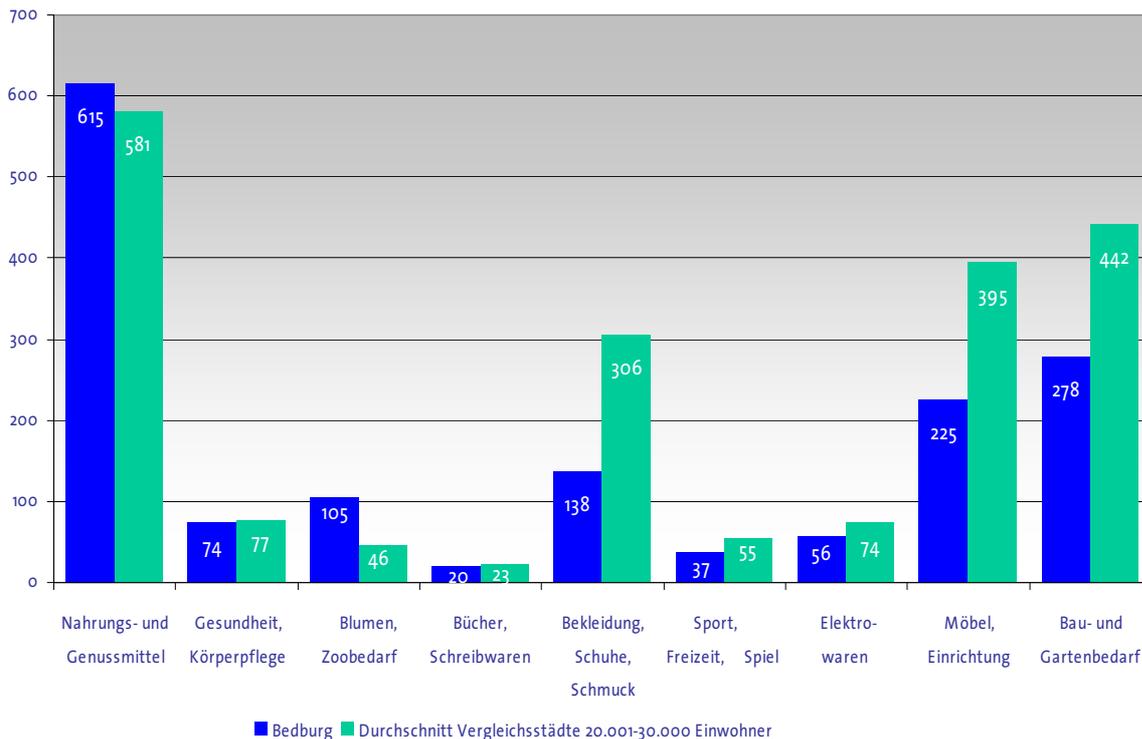
- Für den Bereich Blumen/ Zoobedarf ist bei Anteilen von rund 7 % der Betriebe, rund 7 % der Verkaufsfläche und rund 2 % des Umsatzes auf mehrere - teilweise großflächigere - Fachmärkte hinzuweisen. Beim Zoobedarf ist in Bedburg v. a. auf den Fachmarkt Fressnapf zu verweisen. Die Umsatzleistung der gesamten Warengruppe spiegelt relativ geringe branchenbezogene Flächenproduktivitäten wider. *Blumen, Zoobedarf*
- Der Bereich Bücher, Schreibwaren, Büro ist durch mehrere kleinstrukturierte Betriebe (ca. 5 % der Betriebe, ca. 1 % der Verkaufsfläche und ca. 2 % des Umsatzes) mit höherer Spezialisierung geprägt. *Bücher, Schreibwaren, Büro*
- Im überwiegend mittelfristigen Bedarfsbereich ist in der Warengruppe Bekleidung, Schuhe, Schmuck (inkl. Sportbekleidung, Sportschuhe) eine Ausstattung mit ca. 16 % der Betriebe (24 Betriebe), ca. 9 % der Verkaufsfläche (ca. 3.335 qm) und ca. 7 % des Umsatzes (ca. 8,0 Mio. EUR) festzustellen. Das Angebot ist durch inhabergeführte Fachgeschäfte und Fachmarktfilialen gekennzeichnet. Als größter Anbieter dieser Warengruppe ist der im Ortskern Bedburg ansässige Betrieb KiK Textildiskont zu nennen. *Bekleidung, Schuhe, Schmuck*
- In der Sortimentsgruppe Sport, Freizeit, Spiel liegen ca. 3 % der Betriebe, ca. 2 % der Verkaufsfläche und ca. 2 % des Einzelhandelsumsatzes in der Stadt Bedburg vor. Größte Anbieter in dieser Sparte ist der Fachmarkt real,- Sport und Spiel. *Sport, Freizeit, Spiel*
- Im langfristigen Angebotsbereich sind die Elektrowaren mit einer Ausstattung überwiegend kleinerer und mittelgroßer Fachgeschäfte (ca. 4 % der Betriebe, ca. 4 % der Verkaufsfläche und ca. 5 % des Umsatzes) enthalten. Als größerer strukturprägender Anbieter in dieser Warengruppe ist der Betrieb MediMax in der Bahnstraße hervorzuheben. *Elektrowaren*
- Die Warengruppe Möbel, Einrichtung weist ca. 12 % der Betriebe und ca. 15 % der Verkaufsfläche auf. Diese Warengruppe erzielt jedoch nur ca. 6 % des Gesamtumsatzes des Bedburger Einzelhandels, so dass branchenüblich vergleichsweise geringe Flächenproduktivitäten zu konstatieren sind. Mit dem Anbieter Europa Möbel Conrads in Kaster ist ein größeres Einrichtungshaus in Bedburg ansässig. *Möbel, Einrichtung*
- Auf die dem langfristigen Bedarf zugeordnete Warengruppe Bau- und Gartenbedarf entfallen rund 7 % der Betriebe, rund 18 % der Verkaufsfläche und ca. 8 % des Umsatzes. Als flächenintensive Betriebstypen mit vergleichsweise geringer Raumleistung sind in dieser Sparte die Bau- und Gartenbedarfsanbieter mit teilweise sehr großen dem Verkauf dienenden Freiflächen festzuhalten. *Bau- und Gartenbedarf*

4.2 Verkaufsflächenausstattung im Vergleich

Zur Bewertung des Einzelhandelsbestandes der Stadt Bedburg wird die Verkaufsflächenausstattung bezogen auf die Einwohnerzahl der Stadt Bedburg dem Durchschnittswert aus Vergleichskommunen gegenübergestellt.

Vergleichskommunen

Abbildung 10 Relative Verkaufsfläche in qm pro 1.000 Einwohner im Vergleich



Anm.: Zur Bewertung wird die Verkaufsflächenausstattung - bezogen auf die Einwohnerzahl der Stadt Bedburg - dem Durchschnittswert aus 55 Vergleichskommunen mit 20.001 bis 30.000 Einwohnern gegenübergestellt.

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2009. Eigene Erhebung März 2009, GMA, Kennziffern des Einzelhandels in Deutschland und Österreich 2007, Ludwigsburg 2007 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Bei einer Einwohnerzahl von rund 24.250 und einer Verkaufsflächenausstattung von ca. 34.490 qm ergibt sich eine Verkaufsfläche pro 1.000 Einwohner von ca. 1.546 qm. Dieser Wert liegt deutlich unter dem Vergleichswert von ca. 1.999 qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner.

Verkaufsflächenausstattung insgesamt

Differenziert nach Branchen ergibt sich für die Verkaufsflächenausstattung der Stadt Bedburg ein heterogenes Bild: So ist in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Blumen/ Zoobedarf eine überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung gegeben. Dagegen weisen die Warengruppen Bekleidung/ Schuhe/ Schmuck, Sport/ Freizeit/ Spiel, Elektrowaren, Möbel/ Einrichtung und Bau- und Heimwerkerbedarf eine unterdurchschnittliche Verkaufsflä-

Verkaufsflächenausstattung nach Branchen

chenausstattung auf. In allen übrigen Warengruppen (Gesundheit, Körperpflege und Bücher, Schreibwaren, Büro) liegt bezogen auf die Einwohnerzahl dagegen eine weitgehend durchschnittliche Verkaufsflächenausstattung vor.

Insgesamt ergeben sich die größten Abweichungen der Bestandsdaten zu den Werten der Vergleichsstädte in den Warengruppen Bekleidung/ Schuhe/ Schmuck, Möbel/ Einrichtung sowie Bau- und Gartenbedarf. In den Warengruppen mit einer unterdurchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung sind die Abweichungen unter Berücksichtigung aktueller Einkaufsorientierungen, der Wettbewerbssituation und -entwicklung in der Region sowie der Bevölkerungsentwicklung bis zum Jahr 2020 in die Überprüfung der benötigten zusätzlichen Verkaufsfläche einzustellen.

4.3 Bereinigte Einzelhandelsausstattung der Stadt Bedburg

Im Folgenden werden die Verkaufsflächen und Umsätze auf der Ebene der Warengruppen betrachtet. Hierbei werden die bereinigten Verkaufsflächen bzw. Umsätze aufgeführt. So wird beispielsweise der bei Lebensmittel-SB-Märkten (z. B. SB-Warenhäuser, Lebensmitteldiscounter, Supermärkte) erwirtschaftete Umsatz mit Konsumgütern (z. B. Drogeriewaren) den jeweiligen Warengruppen zugeordnet.

bereinigte Einzelhandelsausstattung

Tabelle 5 Bereinigte Einzelhandelsausstattung der Stadt Bedburg

Warengruppe	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in qm	in %	in Mio. EUR	in %
Nahrungs- und Genussmittel	11.305	30,2	50,1	44,0
Gesundheit, Körperpflege	2.345	6,3	19,1	16,8
Blumen, Zoobedarf	1.905	5,1	3,0	2,6
Bücher, Schreibwaren, Büro	575	1,5	3,9	3,4
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	4.455	11,9	9,0	7,9
Sport, Freizeit, Spiel	1.895	5,1	3,5	3,1
Elektrowaren	2.050	5,5	7,2	6,3
Möbel, Einrichtung	5.995	16,0	9,0	7,9
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	6.965	18,6	9,0	7,9
Summe	37.490	100	113,8	100

Anm.: Ergebnisse auf 5 qm gerundet

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2009. Datengrundlage: eigene Erhebung März 2009 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Im Hinblick auf die bereinigte Verkaufsflächenausstattung und bereinigten Umsätze der Stadt Bedburg ist festzuhalten, dass die An-

Bereinigte Verkaufsflächenausstattung und Umsätze

teile der einzelnen Warengruppen sich im Vergleich zur Einzelhandelsausstattung nach Angebotschwerpunkt im Saldo nur geringfügig verändern. Die größten Abweichungen liegen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel vor, was darauf zurückzuführen ist, dass die in dieser Gruppe enthaltenden strukturprägenden Anbieter (Lebensmittel-SB-Märkte) neben Nahrungs- und Genussmittel auch einen größeren Anteil an Nonfoodsortimenten in ihrem Angebot aufweisen, die bei der Darstellung der bereinigten Einzelhandelsausstattung den entsprechenden Warengruppen zugeordnet werden.

4.4 Struktur und Verteilung großflächiger Einzelhandelsbetriebe

Im folgenden wird eine separate Betrachtung der großflächigen Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Bedburg durchgeführt, da diese je nach sortimentsbezogener Ausrichtung und Standortlage wichtige Magnetfunktionen für den kleinstrukturierten Facheinzelhandel in ihrem Standortumfeld übernehmen können. Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Nach der aktuellen Rechtsprechung ist bei einer Verkaufsfläche von mehr als 800 qm von der Großflächigkeit eines Einzelhandelsbetriebes auszugehen.

großflächige Einzelhandelsbetriebe

Der großflächige Einzelhandel in Bedburg nimmt im Rahmen der gesamtstädtischen Handelsstruktur eine wichtige Stellung ein. Auf den großflächigen Einzelhandel entfallen hier rund 5 % der Betriebe (= 8 Betriebe) mit einem Verkaufsflächenanteil von rund 50 % (= 18.890 qm) und einem Umsatzanteil von ca. 44 % (= 50,6 Mio. EUR), so dass im interkommunalen Vergleich eine durchschnittliche Bedeutung der Großbetriebe festzustellen ist.

durchschnittliche Bedeutung der Großbetriebe

Die großflächigen Einzelhandelsbetriebe verteilen sich auf folgende Betriebstypen:

Struktur des großflächigen Einzelhandels

- 1 SB-Warenhaus
- 2 Supermärkte
- 1 Lebensmitteldiscounter
- 2 Möbelfachmärkte
- 2 Bau-/ Heimwerker-/ Gartenfachmärkte.

Im Hinblick auf die Sortimentsstruktur der großflächigen Einzelhandelsbetriebe der Stadt Bedburg ist festzuhalten, dass von den oben genannten Betrieben vier Betriebe überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente und vier Betriebe überwiegend nicht zentrenrelevante Sortimente anbieten.¹²

¹² Einordnung der Sortimentsstruktur der großflächigen Betriebe gemäß „Bedburger Sortimentsliste“, vgl. Kapitel 8.

Abbildung 11 Anzahl und Struktur der großflächigen Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Bedburg

Kategorie	nahversorgungs-/zentrenrelevantes Kernsortiment			Fachmarkt mit nicht zentrenrele- vantem Kern- sortiment	Summe
	Lebensmittel- anbieter*	Warenhaus, Kaufhaus	Fachmarkt		
zentrale Versor- gungsbereiche	2	-	-	1	3
Wohngebietslage	-	-	-	1	1
dezentrale Lage	2	-	-	2	4
Summe	4	-	-	4	8

*Anm.: SB-Warenhaus, Verbrauchermarkt, Supermarkt, Discounter

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2009. Daten-
grundlage: eigene Erhebung März 2009

Im Hinblick auf mögliche Verbundeffekte ist darauf zu verweisen, dass drei der acht großflächigen Einzelhandelsbetriebe den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Bedburg zugeordnet sind, so dass hierbei zum Teil erhebliche Kopplungseffekte für den Einzelhandel zu unterstellen sind.¹³ Vier Betriebe sind darüber hinaus in dezentralen/ Pkw-orientierten Lagen ansässig. Ein Fachmarkt mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment hat seinen Standort in einer Wohngebietslage.

Verbundeffekte

¹³ vgl. hierzu die Erläuterungen im Berichtsteil „Zentrenkonzept“.

5 Einzugsbereich, Kaufkraft und Zentralität

5.1 Einzugsbereich des Bedburger Einzelhandel

Als einzelhandelsrelevanter Einzugsbereich wird der Raum bezeichnet, in dem sich die Konsumenten überwiegend zum Einkauf nach Bedburg orientieren. Da das Nachfrageverhalten im Marktgebiet durch die spezifische Konsumentenstruktur beeinflusst wird, werden im Rahmen der Kaufkraftberechnungen bzgl. der Konsumentenstruktur u. a. das Alter, das Pendlerverhalten sowie das Kaufkraftniveau auf Basis der Einkommensstatistik berücksichtigt.

Die Abgrenzung des Einzugsbereichs des Bedburger Einzelhandels erfolgt unter Berücksichtigung folgender Erhebungen bzw. Bewertung folgender Rahmenbedingungen:

- Ergebnisse der Kundenwohnorterhebung durch die Bedburger Einzelhändler und der Bürgerbefragung im April 2009
- Bewertung der verkehrsinfrastrukturellen Situation
- Bewertung der spezifischen topographischen, siedlungsstrukturellen und stadträumlichen Gegebenheiten
- Bewertung der derzeitigen und zukünftigen lokalen und regionalen Wettbewerbssituation
- Bewertung der Pendlerbewegungen (Ein- und Auspendler).

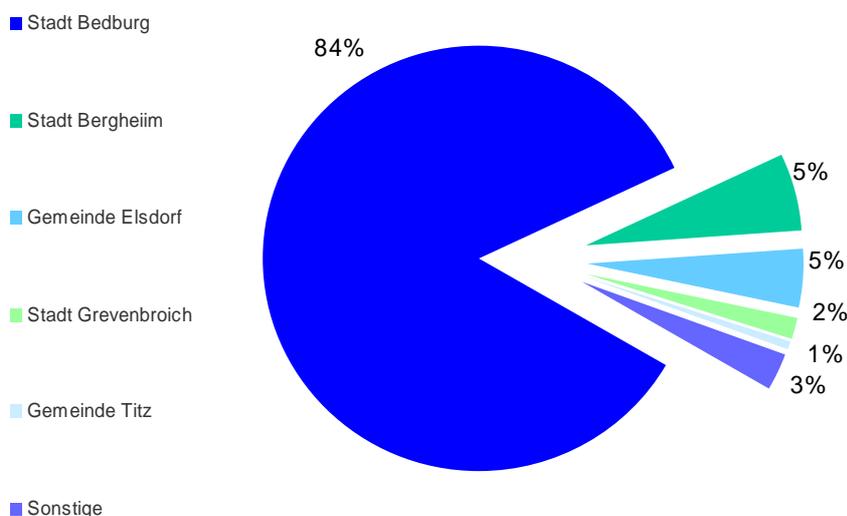
Bei der im April 2009 durch die Bedburger Einzelhändler durchgeführten Kundenwohnorterhebung wurden die Wohnorte von 19.240 Kunden erfasst, um eine realistische Einschätzung der übergemeindlichen Verflechtungen aufzeigen zu können. Insgesamt stammen rund 84 % der erfassten Kunden aus der Stadt Bedburg. Auf andere Städte und Gemeinden entfällt entsprechend ein Kundenanteil von ca. 16 % aller erfassten Kunden.

Definition: Einzugsbereich

Abgrenzungskriterien

Kundenwohnorterhebung

Abbildung 12 Wohnorte der Bedburger Einzelhandelskunden in %



Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2009. Datengrundlage: Kundenwohnorterhebung April 2009

Anhand des Kundenanteils an der Gesamtkundenanzahl sowie des Kundenanteils an der Einwohnerzahl der Herkunftsgemeinde ist die Intensität der übergemeindlichen Verflechtungen mit benachbarten Städten und Gemeinden zu bewerten. Diese übergemeindliche Verflechtungsintensität ist in Bedburg eher gering ausgeprägt.

Tabelle 6 Wohnorte der Bedburger Einzelhandelskunden

Wohnort der Kunden	Anzahl der Einwohner	Anzahl der Kunden	Kunden in % der Gesamt-kundenanzahl	Kunden in % der Einwohner
Bedburg	24.246	16.310	84,4	67,3
Bergheim	62.100	1.103	5,7	1,8
Elsdorf	21.306	873	4,5	4,1
Erkelenz	44.606	39	0,2	0,1
Grevenbroich	64.197	303	1,6	0,5
Jüchen	22.732	42	0,2	0,2
Rommerskirchen	12.956	61	0,3	0,5
Titz	8.366	115	0,6	1,4
Sonstige	./.	394	2	./.
Summe	./.	19.240	100	./.

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2009. Datengrundlage: Kundenwohnortenerhebung April 2009 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Besonders vor dem Hintergrund der Ergebnisse der Kundenwohnortenerhebung ist davon auszugehen, dass der Kerneinzugsbereich des Einzelhandels der Stadt Bedburg nicht über das eigene Stadtgebiet hinausreicht. Die benachbarten Kommunen sind aufgrund der geringen Verflechtungsintensitäten nicht dem Einzugsbereich zuzuordnen.

Kerneinzugsbereich des Einzelhandels der Stadt Bedburg

Bei der Würdigung des dargestellten Einzugsbereichs für die Stadt Bedburg ist zur berücksichtigen, dass davon auszugehen ist, dass insbesondere der qualifizierte und spezialisierte Einzelhandel der Stadt (z. B. das SB-Warenhaus real,- oder der Elektrofachmarkt MediMax) teilweise auch größere Marktgebiete erschließt. Das abgegrenzte Areal ist somit als Kerneinzugsbereich zu verstehen. Die Umsätze aus sporadischen Einkaufsbeziehungen mit Personen, die außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes wohnhaft sind (z. B. Pendler, Touristen), sind als Streuumsätze zu bezeichnen.

5.2 Kaufkraftpotenzial

Die Kaufkraft ist der wichtigste Indikator für das Konsumpotenzial der in einem abgegrenzten Raum lebenden Bevölkerung. Sie wird abgeleitet aus dem Einkommen privater Haushalte. Unter Berück-

Ermittlung des Kaufkraftpotenzials

sichtigung der Ausgaben für Wohnen, Versicherungen, Pkw-Kosten, Reisen und Dienstleistungen wird das „einzelhandelsrelevante“ Kaufkraftpotenzial ermittelt und auf sortimentsbezogene Pro-Kopf-Ausgaben aufgeschlüsselt.

Nach Berechnungen der GfK GeoMarketing GmbH, Bruchsal, sowie eigenen Berechnungen, verfügt jeder Bundesbürger im Jahr 2008 über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von ca. 5.320 EUR.

Pro-Kopf-Ausgabenwerte

Bei Unterteilung des gesamten Bedarfsgüterbereichs in die Nahrungs- und Genussmittel einerseits und in die Nichtlebensmittel andererseits, entfallen ca. 1.810 EUR (ca. 34 %) auf den Lebensmittelbereich und ca. 3.510 EUR (ca. 66 %) auf Nonfoodangebote.

Regionale Unterschiede in der Wirtschaftskraft bzw. im Einkommensniveau spiegelt die von der GfK GeoMarketing GmbH, Bruchsal, publizierte regionale Kaufkraftkennziffer, die die Abweichung zum Bundesdurchschnitt in Zahlen fasst, wider. Übersteigt die örtliche Kaufkraftkennziffer den Bundeswert, verfügen die Bürger der Kommune über ein um den entsprechenden Prozentsatz höheres Kaufkraftniveau und umgekehrt.

regionale Kaufkraftkennziffer

Diese einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer für Bedburg liegt bei ca. 101,3, d. h. die durchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft liegt um ca. 1,3 Prozentpunkte über dem Bundesdurchschnitt.

Unter Berücksichtigung der Einwohnerzahl von rund 24.246 (Stand: 31. Dezember 2008) ergibt sich eine örtliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Bedburg von ca. 130,7 Mio. EUR.

Kaufkraftpotenzial

Tabelle 7 Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Warengruppen im Einzugsbereich des Bedburger Einzelhandels im Jahr 2008

Warengruppe	Stadt Bedburg	
	in Mio. EUR	in %
Nahrungs- und Genussmittel	44,5	34,0
Gesundheit, Körperpflege	19,0	14,5
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	2,3	1,8
Bücher, Schreibwaren, Büro	4,8	3,7
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	17,1	13,1
Sport, Freizeit, Spiel	4,2	3,2
Elektrowaren	12,4	9,5
Möbel, Einrichtung	12,3	9,4
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	14,1	10,8
Summe	130,7	100

Quellen: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2009 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Mittelfristig ist die Entwicklung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials der Stadt Bedburg eng an ihrer Bevölkerungsentwicklung gebunden. So ist bei Zugrundelegung der Bevölkerungsprognose der Stadt Bedburg davon auszugehen, dass bei abnehmender Einwohnerzahl auch das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in Bedburg bis zum Jahr 2020 abnehmen wird.

Entwicklung der Kaufkraft

5.3 Zentralität des Bedburger Einzelhandels

Stellt man die im Bedburger Einzelhandel erzielten warengruppenspezifischen Umsätze der in Bedburg vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gegenüber, ergibt sich die so genannte Zentralität¹⁴ für die einzelnen Sortimentsgruppen.

Definition: Zentralität

Liegt die Zentralität über 100, so ist der Umsatz des Bedburger Einzelhandels in dem jeweiligen Sortiment höher als die in Bedburg vorhandene Kaufkraft. Damit fließt im Saldo mehr Kaufkraft von außen zu als aus dem Stadtgebiet ab. Bei einer Zentralität unter 100 ist der im jeweiligen Sortiment generierte Umsatz geringer als die in Bedburg vorliegende sortimentsbezogene Kaufkraft.

Tabelle 8 Zentralitätskennziffern nach Sortimentsgruppen in Bedburg im Jahr 2008

Warengruppe	Daten	Umsatz in Mio. EUR*	Kaufkraft in Mio. EUR	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel		50,1	44,5	112,6
Gesundheit, Körperpflege		19,1	19,0	100,5
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf		3,0	2,3	130,4
Bücher, Schreibwaren, Büro		3,9	4,8	81,3
Bekleidung, Schuhe, Schmuck		9,0	17,1	52,6
Sport, Freizeit, Spiel		3,5	4,2	83,3
Elektrowaren		7,2	12,4	58,1
Möbel, Einrichtung		9,0	12,3	73,2
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör		9,0	14,1	63,8
Summe		113,8	130,7	87,1

* bereinigte Umsätze; Umsätze eines Mehrbranchenunternehmens werden der jeweiligen Branchengruppe zugeordnet

Quellen: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2009. Datengrundlage: eigene Berechnungen (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

¹⁴ vgl. Definition im Glossar

Bei einem Mittelzentrum wie Bedburg und der spezifischen Lage im Spannungsfeld der Oberzentren Köln, Aachen und Düsseldorf sowie mehreren Mittelzentren, vor allem Bergheim, ist eine Gesamtzentralität von rund 87 ein Wert, der als zufriedenstellend bezeichnet werden kann. Jedoch liegen innerhalb der Warengruppen deutliche Unterschiede vor. Während in den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs (Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit/ Körperpflege und Blumen/ Pflanzen/ zoologischer Bedarf) überdurchschnittliche Zentralitätswerte erreicht werden, liegen die Zentralitätswerte in den übrigen Warengruppen teilweise deutlich unter 100. Insgesamt ist festzuhalten, dass der Einzelhandel der Stadt Bedburg in mehreren Warengruppen seine mittelzentrale Versorgungsfunktion derzeit nur eingeschränkt erfüllt, so dass sich hieraus weitere Hinweise auf Entwicklungspotenziale ergeben (vgl. hierzu Kapitel 7).

*Bewertung der mittelzentralen
Versorgungsfunktion*

5.4 Kaufkraftbewegungen in Bedburg

Die Zentralität trifft noch keine Aussage darüber, in welchem Umfang die örtliche Kaufkraft gebunden werden kann. Hierzu ist eine Differenzierung zwischen Umsätzen, die mit Kunden aus dem Stadtgebiet erzielt werden, und Kunden von außerhalb erforderlich. Die Einschätzung dieser Aufsplittung erfolgt wiederum mit Hilfe der durchgeführten Befragungsaktionen (Kundenwohnorterhebung, Bürgerbefragung) unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation in der Region und mit Hilfe von Erfahrungswerten. Die Ergebnisse der Einzelbetriebe werden wiederum auf der Ebene der Warengruppen zusammengeführt.

Ermittlung der Kaufkraftbindung

Bei der Darstellung der Kaufkraftbewegungen wird der Umsatz des Bedburger Einzelhandels zugrunde gelegt. Der Umsatz mit auswärtigen Kunden wird abgezogen, so dass im Ergebnis der Umsatz, der durch die Bedburger Bürger generiert wird, der Kaufkraft der Bevölkerung der Stadt Bedburg gegenübergestellt werden kann.

Kaufkraftbewegungen

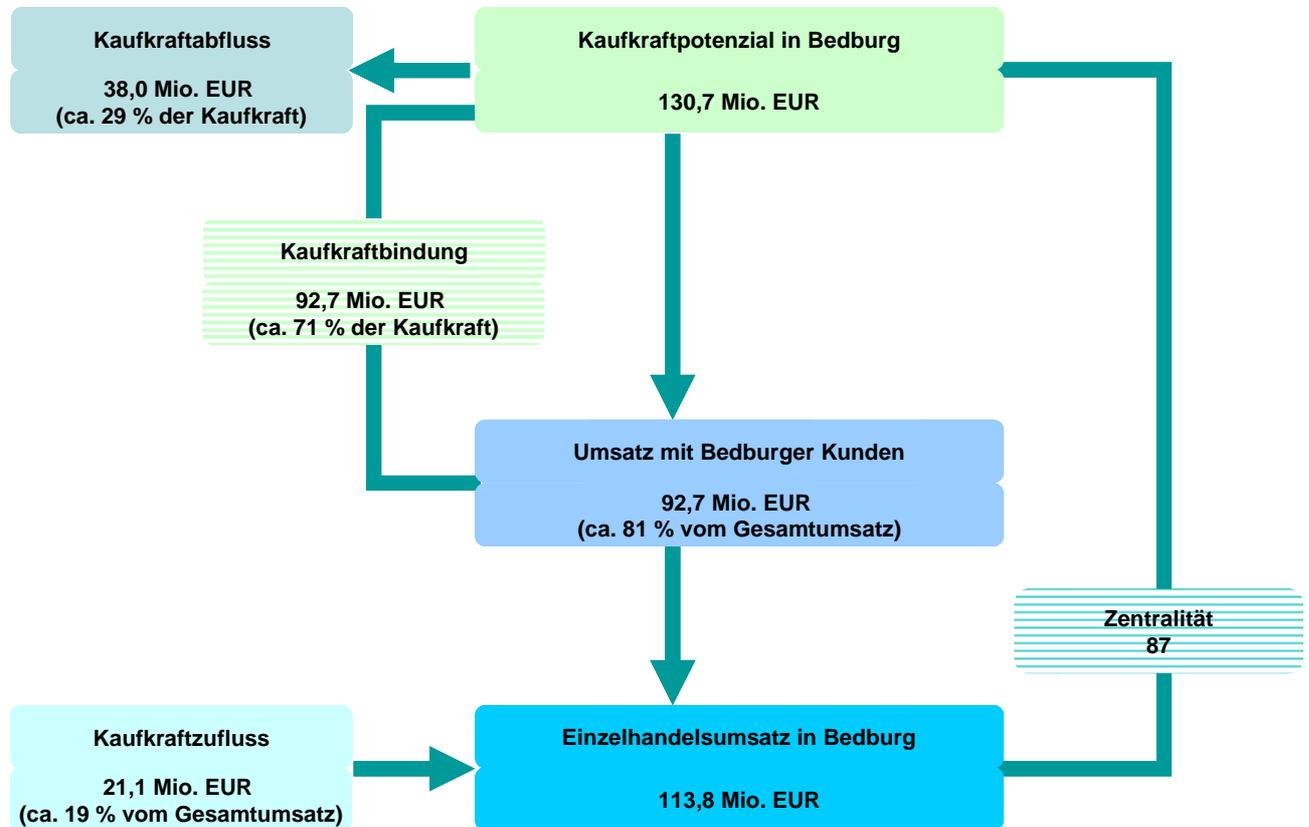
Der Einzelhandel in der Stadt Bedburg hat im Jahr 2008 insgesamt ca. 71 % der in Bedburg vorhandenen Kaufkraft gebunden. Somit fließt ein Anteil von ca. 29 % der Kaufkraft in konkurrierende Einkaufsorte ab. Eine übergemeindliche Versorgungsbedeutung des Bedburger Einzelhandels lässt sich aus einem Anteil von rund einem Fünftel des Einzelhandelsumsatzes (ca. 21,1 Mio. EUR) mit auswärtigen Kunden ableiten.

*Kaufkraftbindung nach
Warengruppen*

Die Kaufkraftbewegungen differenziert nach Warengruppen sind der folgenden Tabelle zu entnehmen. Die höchsten Kaufkraftbindungsquoten in der Stadt Bedburg werden erwartungsgemäß in den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs (ca. 82- 90 %) erreicht. Für die dem mittelfristigen Bedarf zugehörigen Warengruppen sind die Kaufkraftbindungsquoten mit ca. 45 - 73 % als vergleichsweise gering zu beziffern. Im langfristigen Bedarfsgüterangebot liegen die

Kaufkraftbindungsquoten mit ca. 53 - 57 % ebenfalls auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau.

Abbildung 13 Kaufkraftbewegungen in Bedburg

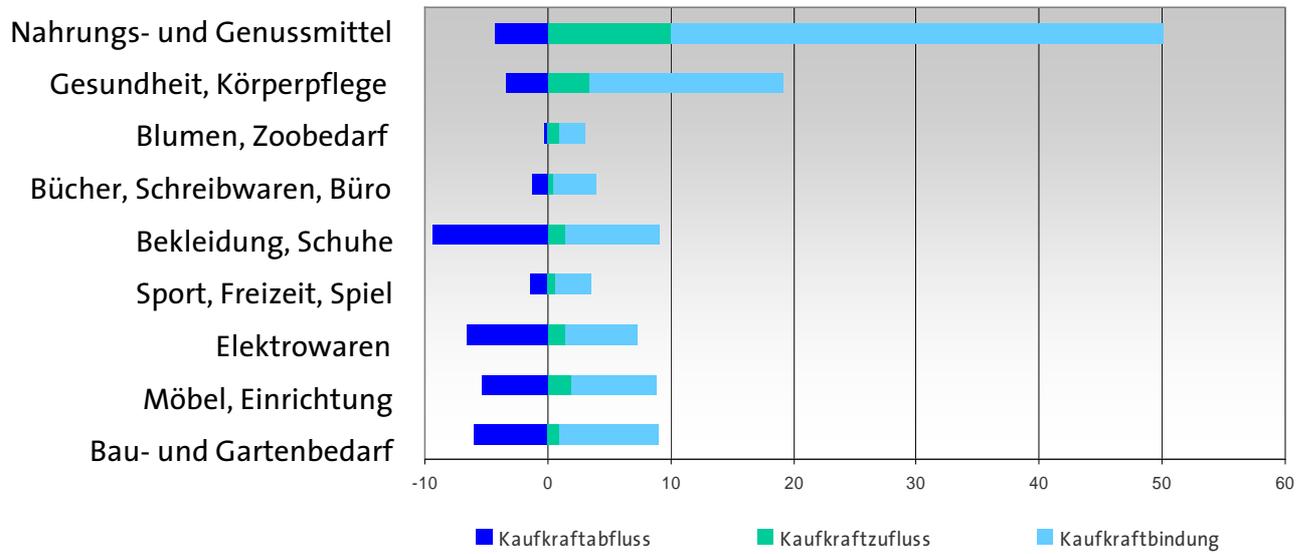


Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2009

Absolut liegen die höchsten Kaufkraftbindungen in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit/ Körperpflege, Bekleidung/ Schuhe/ Schmuck, Elektrowaren, Möbel/ Einrichtung und Bau-/ Gartenbedarf vor. In diesen Warengruppen sind auch die größten Kaufkraftzuflüsse von außerhalb nach Bedburg zu verzeichnen.

Kaufkraftbindungen in Mio. EUR

Abbildung 14 Kaufkraftbewegungen nach Warengruppen (in Mio. EUR)



Quellen: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2009

Tabelle 9 Kaufkraftbewegungen nach Warengruppen

Warengruppe	Kaufkraft in Mio. EUR	Umsatz in Mio. EUR	Sortimentsum- satz in Mio. EUR	Kaufkraftbindung in Bedburg		Kaufkraftabfluss		Umsatz mit auswärtigen Kunden in Mio. EUR
				in Mio. EUR	in % der Kaufkraft	in Mio. EUR	in % der Kaufkraft	
Nahrungs- und Genussmittel	44,5	61,5	50,1	40,1	90	4,4	10	10,0
Gesundheit, Körperpflege	19,0	15,8	19,1	15,7	82	3,3	18	3,4
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	2,3	2,5	3,0	2,1	89	0,2	11	0,9
überwiegend kurzfristiger Bedarf	65,8	79,8	72,2	57,9	88	7,9	12	14,3
Bücher, Schreibwaren, Büro	4,8	2,2	3,9	3,5	73	1,3	27	0,4
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	17,1	8,0	9,0	7,7	45	9,4	55	1,3
Sport, Freizeit, Spiel	4,2	2,3	3,5	2,8	67	1,4	33	0,7
überwiegend mittelfristiger Bedarf	26,1	12,5	16,4	14,0	54	12,1	46	2,4
Elektrowaren	12,4	5,3	7,2	5,8	47	6,6	53	1,4
Möbel, Einrichtung	12,3	6,6	9,0	6,9	57	5,4	43	2,1
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	14,1	9,6	9,0	8,1	57	6,0	43	0,9
überwiegend langfristiger Bedarf	38,8	21,5	25,2	20,8	53	18,0	47	4,4
Summe	130,7	113,8	113,8	92,7	71	38,0	29	21,1

Quellen: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2009 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

6 Bedburg als Einzelhandelsstandort aus Kundensicht

6.1 Vorgehensweise und Methodik

Eine Bürgerbefragung dient dazu, ein repräsentatives Bild des Einkaufsverhaltens und der Einkaufszufriedenheit aller Bürger der Stadt Bedburg zu erhalten. Von den verfügbaren Befragungsmethoden hat sich die schriftliche Befragung unter Kosten-/ Nutzen-Aspekten bewährt, da sie mit geringem finanziellen Aufwand die meisten Daten erwarten lässt und zudem eine statistisch einwandfreie Auswahl per Zufall aus der Einwohnerdatei gezogen werden kann.

Befragungsmethodik

In der Stadt Bedburg wurden im März 2009 nach dem Intervallverfahren ausgewählte 1.500 Bürger der Stadt Bedburg angeschrieben. Dabei wurde der Fragebogen mit einem Begleitschreiben des Bürgermeisters und einem frankierten Rückumschlag versandt. Die Rücklaufquote von ca. 36 % (543 Fragebögen) ist als gut zu bewerten.

Rücklaufquoten

Der eingesetzte Fragebogen umfasst überwiegend geschlossene Fragen zum Einkaufsverhalten und zur Einkaufszufriedenheit. Offene Fragen wurden zur Abfrage der vermissten Angebote, zu Verbesserungsvorschlägen zum Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot sowie für sonstige Anregungen zur Verbesserung der Einkaufssituation in der Stadt Bedburg ergänzt. Mit den offenen Fragen wurde den Befragten die Möglichkeit gegeben, ausführlich und ohne Vorgaben ihre Wünsche und Verbesserungsvorschläge zu nennen.¹⁵

Aufbau der Fragebögen

Die nachfolgende Kommentierung bezieht sich auf die wichtigsten Ergebnisse zur Einkaufshäufigkeit, Einkaufsorientierung in den jeweiligen Sortimenten und Bewertung der Einkaufsmöglichkeiten sowie zu den zentralen Versorgungsbereichen sowie den vermissten Angeboten und Verbesserungsvorschlägen.

6.2 Einkaufshäufigkeit und Einkaufsorientierung

6.2.1 Einkaufshäufigkeit

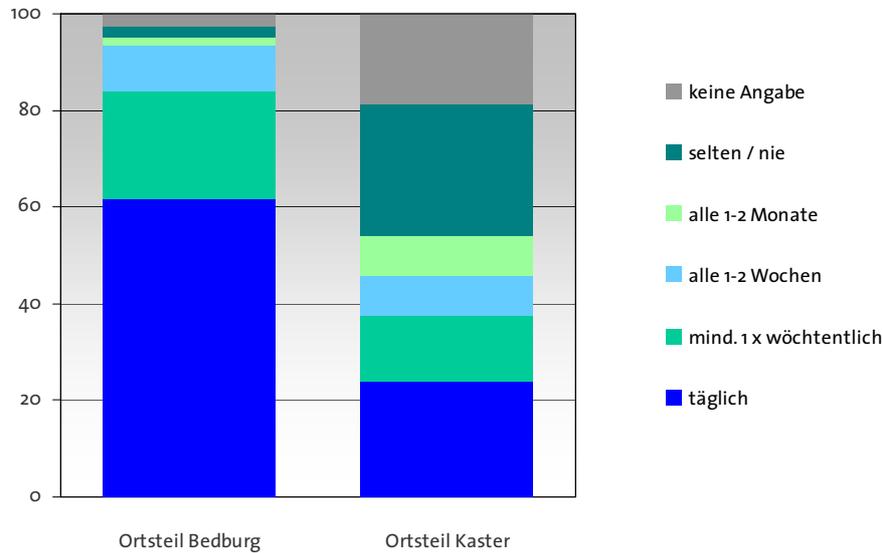
Knapp 84 % der befragten Bürgerinnen und Bürger der Stadt Bedburg kommen zum Einkaufen oder zur Erledigung ihrer Besorgungen mindestens einmal wöchentlich in den Ortsteil Bedburg. Im Vergleich dazu wird der Ortsteil Kaster lediglich von ca. 37 % der Befragten mindestens einmal in der Woche zum Einkaufen oder zur Erledigung ihrer Besorgungen aufgesucht. Bezogen auf den Ortsteil Bedburg gaben ca. 9 % der befragten Personen an, dass sie alle ein bis zwei Wochen den Stadtteil Bedburg für einen Einkauf nutzen, was in etwa dem Wert für den Ortsteil Kaster entspricht. Beim Ortsteil Kaster ist auffallend, dass ein Anteil von ca. 27 % der Befrag-

Einkaufshäufigkeiten in den Ortskernen

¹⁵ Der Fragebogen der Bürgerbefragung ist dem Anhang zu entnehmen.

ten angibt, diesen selten oder nie zum Einkaufen aufzusuchen, während selbiges lediglich von rund 2 % der Befragten für den Ortsteil Bedburg angeführt wurde.

Abbildung 15 Einkaufshäufigkeiten in den Ortskernen der Ortsteile Bedburg und Kaster in % der Befragten

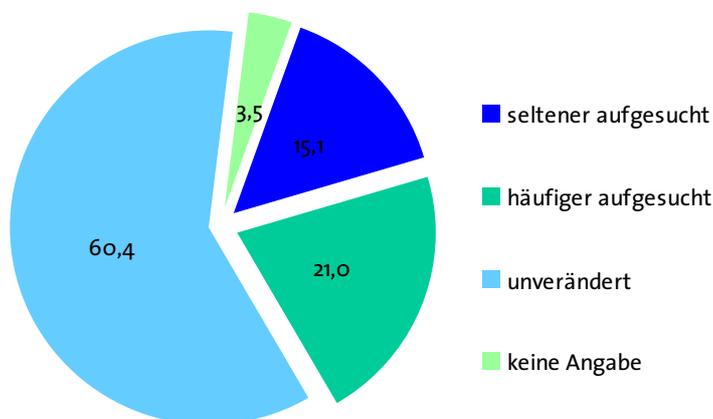


Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, Bürgerbefragung in Bedburg, März 2009

In Bezug auf die Veränderung der Besuchshäufigkeit gaben ca. 60 % der Befragten an, den Bedburger Ortskern gleich häufig im Vergleich zu vor fünf Jahren für ihre Einkäufe oder Erledigungen aufzusuchen. Mehr als ein Fünftel der Befragten (ca. 21 %) gab an, häufiger in die Ortsmitte von Bedburg einzukaufen als noch vor fünf Jahren. Ungefähr 15 % der Befragten kommen heute seltener in den Bedburger Ortskern, um ihre Einkäufe zu erledigen, als vor fünf Jahren.

Veränderung der Einkaufshäufigkeit in der Ortsmitte von Bedburg

Abbildung 16 Veränderung der Einkaufshäufigkeit in % der Befragten in der Ortsmitte von Bedburg

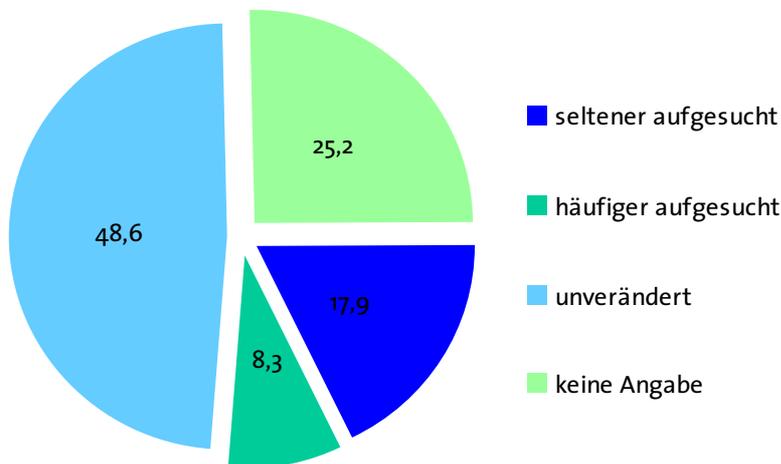


Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, Bürgerbefragung in Bedburg, März 2009

Im Vergleich dazu ergibt sich für den Geschäftsbereich Kaster ein anderes Bild:

Veränderung der Einkaufshäufigkeit in der Ortsmitte von Kaster

Abbildung 17 Veränderung der Einkaufshäufigkeit in % der Befragten im Ortsteil Kaster



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, Bürgerbefragung in Bedburg, März 2009

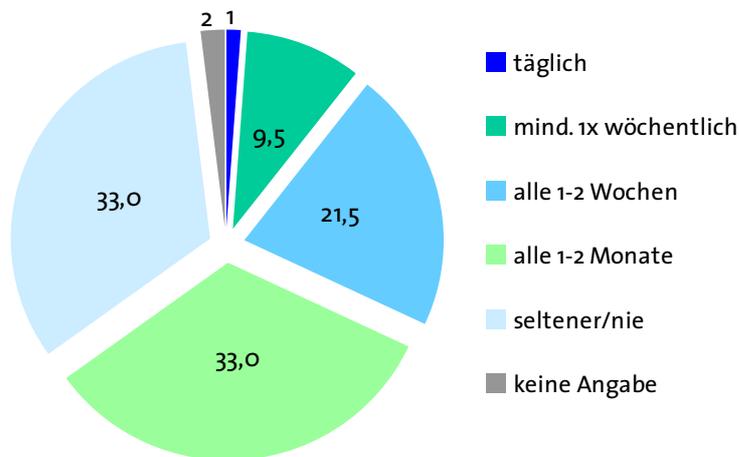
Bei einem Anteil von rund der Hälfte der befragten Bürger hat sich die Einkaufshäufigkeit im Ortsteil Kaster in den vergangenen fünf Jahren nicht verändert. Lediglich ca. 8 % der Befragten geben an, dass sie die Ortsmitte von Kaster häufiger für Einkäufe und Erledigungen nutzen. Dagegen liegt der Anteil der Befragten, die den innerörtlichen Geschäftsbereich Kaster seltener zum Einkaufen nutzen mit ca. 18 % höher als dies beim Ortsteil Bedburg der Fall ist. Auffallend ist, dass ungefähr jeder Fünfte hierzu keine Angabe gemacht hat.

Insgesamt haben beide Einkaufsbereiche in den letzten fünf Jahren an Attraktivität verloren. Vor allem bei den jüngeren Altersgruppen ist die Orientierung auf die Ortskerne Bedburg und Kaster rückläufig.

Die befragten Bürger wurden des Weiteren gebeten, Auskunft darüber zu geben, wie oft sie außerhalb der Stadt Bedburg einkaufen. Lediglich ein Anteil von ca. 1 % kauft täglich außerhalb der Stadt Bedburg ein. Fast jeder Zehnte (ca. 9,5 %) der Befragten gibt an, mindestens einmal wöchentlich Einkaufsstandorte außerhalb der Stadt Bedburg aufzusuchen. Ein Drittel der Befragten (ca. 33,0 %) führt an, alle ein bis zwei Monate außerhalb der Stadt Bedburg ihre Einkäufe und Erledigungen zu tätigen, wobei ein identischer Anteil von ebenfalls einem Drittel (ca. 33,0 %) seine Einkäufe seltener oder nie außerhalb der Stadt Bedburg abwickelt.

Einkaufshäufigkeit außerhalb der Stadt Bedburg

Abbildung 18 Einkaufshäufigkeit außerhalb der Stadt Bedburg



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, Bürgerbefragung in Bedburg, März 2009

Somit ist insgesamt der Rückschluss zulässig, dass bei weiten Teilen der Bedburger Bürgerschaft eine relativ starke Identifikation mit der Stadt Bedburg als Einkaufs- und Versorgungsstandort vorliegt.

6.2.2 Einkaufsorientierung nach Sortimentsgruppen

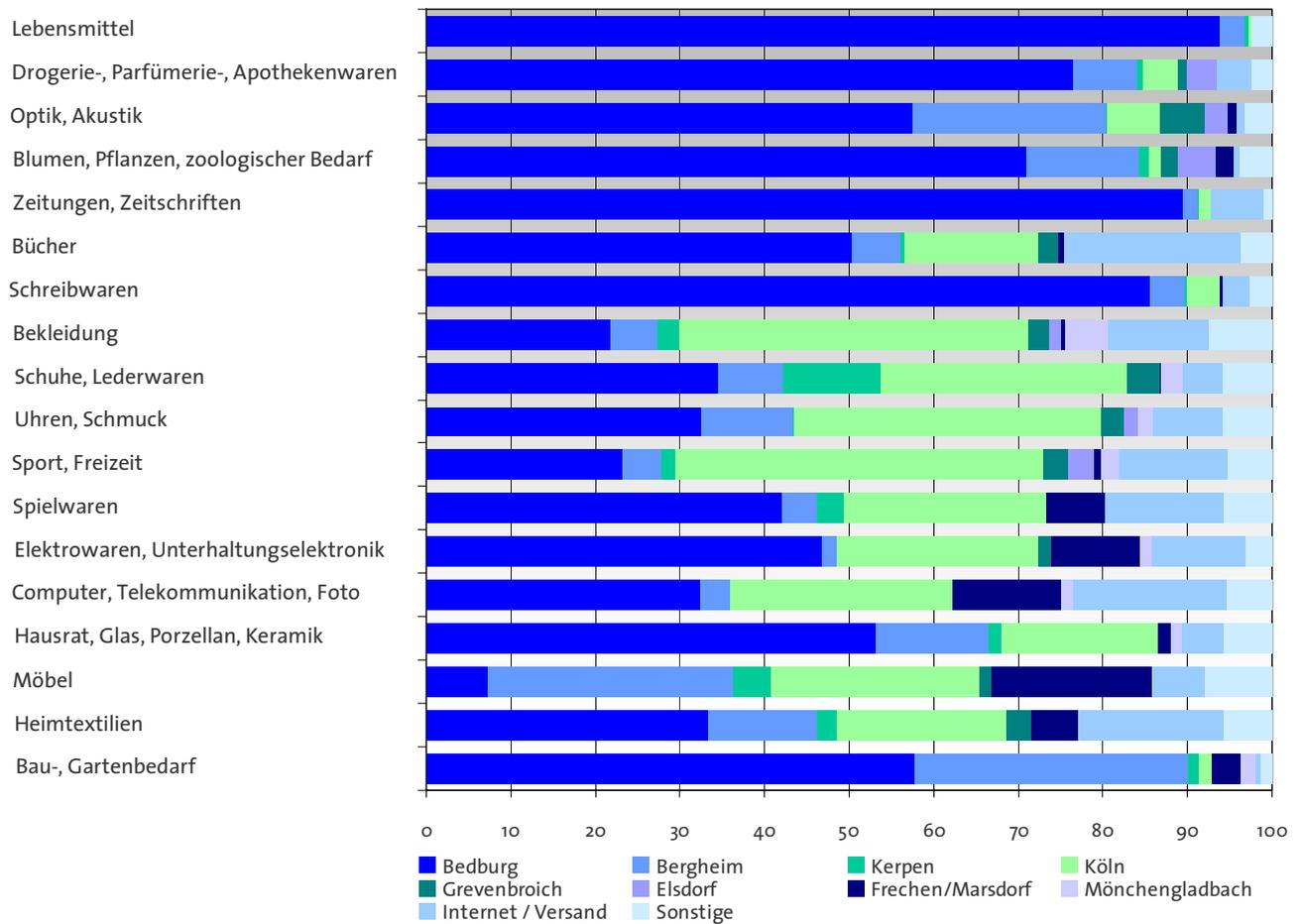
Neben der Einkaufshäufigkeit wurde auch die Einkaufsorientierung, differenziert nach Sortimenten, erfasst. Die Ergebnisse zeigen somit die bevorzugten Einkaufsstandorte und lassen daher Rückschlüsse auf die sortimentsbezogene Bedeutung des Bedburger Einzelhandels, wie auch auf die Rolle der umliegenden Einkaufsstandorte im Wettbewerb, zu.

Bevorzugte Einkaufsstandorte nach Sortimentsgruppen

Der Einkaufsstandort Bedburg weist in der Einkaufsorientierung erwartungsgemäß bei den Sortimentsgruppen des überwiegend kurzfristigen Bedarfs wie Lebensmittel (ca. 94 %), Zeitungen/ Zeitschriften (ca. 90 %), Schreibwaren (ca. 86 %) und Drogerie-/ Parfümerie-/ Apothekenwaren (ca. 77 %) die größten Anteile auf.

Bei den Sortimenten des mittelfristigen bis langfristigen Bedarfs zeigt sich im Hinblick auf die Sortimentsgruppen ein differenziertes Bild, das den Einzelhandelsbesatz der Stadt Bedburg widerspiegelt. So kauft nur noch ungefähr als die Hälfte der Kunden Artikel aus den Warengruppen Bau- und Gartenbedarf (ca. 58 %), Optik, Akustik (ca. 57 %) und Hausrat, Porzellan (ca. 53 %) in Bedburg. In den weiteren Sortimenten Elektrowaren und Unterhaltungselektronik (ca. 47 %), Spielwaren (ca. 42 %), Schuhe, Lederwaren (ca. 34 %), Heimtextilien (ca. 33 %), Uhren, Schmuck (ca. 33 %), Computer, Telekommunikation, Foto (ca. 32 %), Sport, Freizeit (ca. 23 %), Bekleidung (ca. 22 %) und Möbel (ca. 7 %) lässt die Einkaufsorientierung auf Bedburg deutlich nach.

Abbildung 19 Bevorzugte Einkaufsstandorte nach Sortimentsgruppen in % der Befragten



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, Bürgerbefragung in Bedburg, März/ April 2009

Wichtigster Konkurrenzstandort des Bedburger Einzelhandels ist die Großstadt Köln. Das nahe gelegene Oberzentrum wird in einigen Sortimentsgruppen des mittelfristigen bis langfristigen Bedarfs von mehr als einem Drittel der Befragten als bevorzugter Einkaufsstandort genannt. So entfällt auf Köln insbesondere in den Sortimenten Sport, Freizeit (ca. 43 %), Bekleidung (ca. 41 %) und Uhren, Schmuck (ca. 36 %) ein großer Anteil der Nennungen. Bei diesen Sortimentsgruppen liegt seitens der Bedburger Bürger somit eine größere Einkaufsorientierung auf die Stadt Köln als auf Bedburg vor. Weiterhin besteht eine große Orientierung auf Köln in den Sortimentsgruppen Schuhe, Lederwaren (ca. 29 %), Computer, Telekommunikation, Foto (ca. 26 %), Möbel (ca. 25 %), Spielwaren (ca. 24 %), Elektrowaren und Unterhaltungselektronik (ca. 24 %), Heimtextilien (ca. 20 %) sowie Bücher (ca. 16 %).

Konkurrenzstandorte

Als Nachbarkommunen kann die Stadt Bergheim in einzelnen Sortimentsgruppen ebenfalls nennenswerte Einkaufsorientierungen aufweisen. Knapp ein Drittel der Befragten kaufen Waren aus der Sortimentsgruppe Bau- und Gartenbedarf bevorzugt in Bergheim.

Auch bei der Sortimentsgruppe Möbel besteht mit rund 29 % eine Einkaufsorientierung auf die Stadt Bergheim. Des Weiteren weisen die Sortimentsgruppen Optik, Akustik (ca. 23 %), Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf (ca. 14 %), Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik (ca. 13 %), Heimtextilien (ca. 13 %), und Uhren, Schmuck (ca. 10 %) Einkaufsorientierungen von mehr als 10 % auf. Zudem bestehen größere Einkaufsverflechtungen mit den Pkw-orientierten Fachmarktstandorten Frechen-Europastraße und Köln-Marsdorf. An diesen Einkaufsstandorten werden von den Befragten insbesondere in die Sortimentsgruppen Möbel (ca. 19 %), Computer, Telekommunikation, Foto (ca. 13 %) und Elektrowaren, Unterhaltungselektronik (ca. 11 %) nachgefragt. In dem Sortimentsbereich Schuhe, Lederwaren liegt zudem bei rund 11 % der Befragten eine primäre Orientierung auf die Stadt Kerpen vor.

Auch darf die Bedeutung des Internet- und Versandhandels bei den Sortimentsgruppen des mittelfristigen bis langfristigen Bedarfs nicht unterschätzt werden. Bei den Sortimenten Bücher (ca. 20 %), Computer, Telekommunikation, Foto (ca. 18 %), Heimtextilien (ca. 17 %), Sport, Freizeit (ca. 13 %), Bekleidung (ca. 12 %) sowie Elektrowaren und Unterhaltungselektronik (ca. 12 %) erreicht der Internet- und Versandhandel jeweils mehr als 10 % der Nennungen als bevorzugter „Einkaufsort“.

Bedeutung des Internet- und Versandhandels

6.3 Bewertung der Einkaufsmöglichkeiten aus Kundensicht

In Ergänzung der aktuellen Einkaufsorientierungen der Bürgerschaft der Stadt Bedburg bietet eine Erfassung der Einkaufs- und Standortzufriedenheit die Möglichkeit, Informationen über Stärken und Schwächen, damit auch potenzielle „Abwanderungstendenzen“ in Folge einer Unzufriedenheit, zu gewinnen. Daher wurden die Bürger gebeten, die Einkaufssituationen in den Ortsteilen Bedburg und Kaster zu bewerten. Anhand des bekannten Schulnotenprinzips sollten - zunächst bezogen auf den Einzelhandel - vorgegebene Kriterien wie Bedienungsfreundlichkeit, Angebotsvielfalt und Ladenöffnungszeiten, benotet werden.

Erfassung der Einkaufs- und Standortzufriedenheit

6.3.1 Einkaufsmöglichkeiten

Die Gegenüberstellung von positiven und negativen Beurteilungen lässt für den Bedburger Ortskern folgendes Image erkennen:

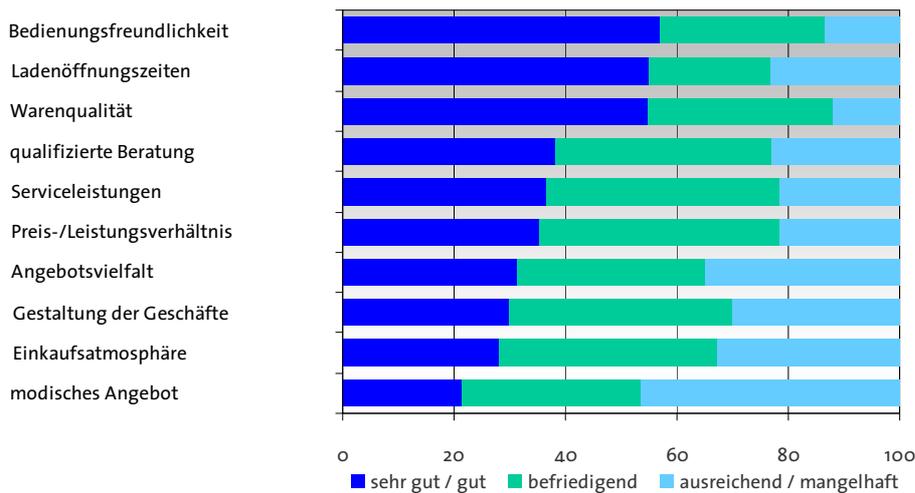
Bewertung des Ortskerns Bedburg

Die Bedienungsfreundlichkeit (ca. 57 %), die Ladenöffnungszeiten (ca. 55 %) und die Warenqualität (ca. 55 %), werden von der Mehrheit der Befragten als sehr gut/ gut beurteilt. Auch mit der qualifizierten Beratung, den Serviceleistungen sowie dem Preis-/ Leistungsverhältnis zeigt sich der Großteil der Bürgerinnen und Bürger zufrieden. Diese Kategorien werden von mehr als drei Vierteln der Befragten zumindest als befriedigend bewertet.

Negative Bewertungen dagegen entfallen besonders auf das modische Angebot. Dieses wird von rund 46 % der Befragten mit ausreichend/ mangelhaft benotet. Auch die Angebotsvielfalt, die Gestaltung der Geschäfte und die Einkaufsatmosphäre werden von mehr als einem Drittel der Bürger nur mit ausreichend/ mangelhaft bewertet.

Die Kriterien, wie Bedienungsfreundlichkeit, qualifizierte Beratung und Serviceleistungen, die Kunden an einzelne Fachgeschäfte und somit auch an den Einkaufsstandort binden können, werden damit überwiegend positiv eingeschätzt. Die kritische Benotung der Angebotsvielfalt und des zeitgemäßen Angebots sowie das ambivalente Votum zur Frage der Ladenöffnungszeiten entspricht der typischen Bewertung eines Mittelzentrums im Spannungsfeld benachbarter größerer und leistungsstärkerer Einkaufsstandorte - hier insbesondere Köln.

Abbildung 20 Beurteilung der Einkaufsmöglichkeiten in Bedburg aus Kundensicht



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, Bürgerbefragung in Bedburg, März/ April 2009

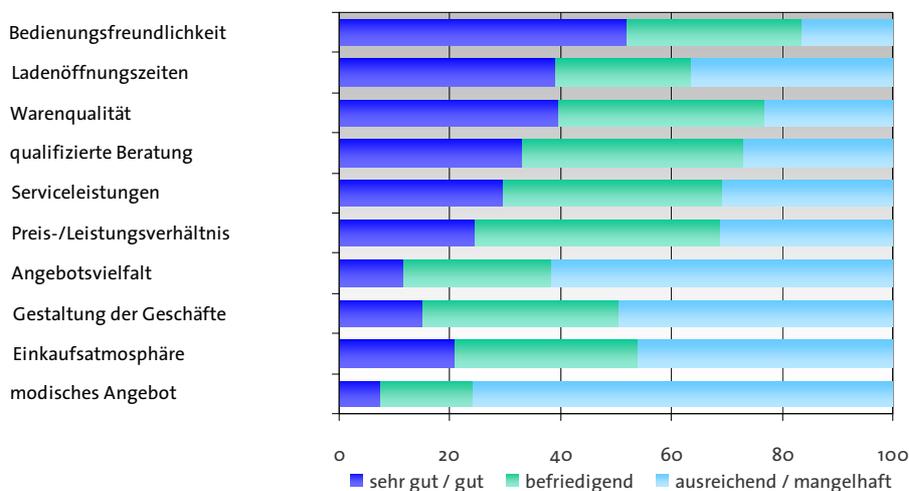
Die Bewertungen der Einkaufsmöglichkeiten im Ortskern von Kaster fallen im Vergleich negativer aus als in Bedburg. Die Bedienungsfreundlichkeit wird hier von ca. 52 %, die Ladenöffnungszeiten und die Warenqualität werden von ca. 39 % beziehungsweise von ca. 40 % mit sehr gut/ gut bewertet. Auch die Bewertung der weiteren für den Einkaufsstandort wichtigen Kriterien, wie qualifizierte Beratung (ca. 33 % sehr/ gut) und Serviceleistungen (ca. 30 % sehr/ gut) zeigen eine geringere Zufriedenheit der Kunden. Die Angebotsvielfalt und das modische Angebot werden nur von einer vergleichsweise geringen Zahl der Kunden positiv bewertet. Rund 62 % beziehungsweise rund 76 % benoten diese Kategorien mit ausreichend/ mangelhaft. Die Einkaufsatmosphäre wird von etwas mehr als der

Bewertung des Ortskerns Kaster

Hälfte der Befragten (ca. 54 %) zumindest als befriedigend bewertet, die Gestaltung der Geschäfte von ca. 50 %.

Insgesamt zeigt die Gegenüberstellung der Befragungsergebnisse zu den Einkaufsmöglichkeiten in den Ortskernen von Bedburg und Kaster, dass die Konsumenten für Bedburg in allen erfragten Kategorien bessere Bewertungen vornehmen. Mit Kaster dagegen zeigt sich ein Großteil der Kunden weniger zufrieden. Besonders kritische Bewertungen erfahren die Kategorien modisches Angebot, Angebotsvielfalt, Gestaltung der Geschäfte und Einkaufsatmosphäre.

Abbildung 21 Beurteilung der Einkaufsmöglichkeiten in Kaster aus Kundensicht



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, Bürgerbefragung in Bedburg, März/ April 2009

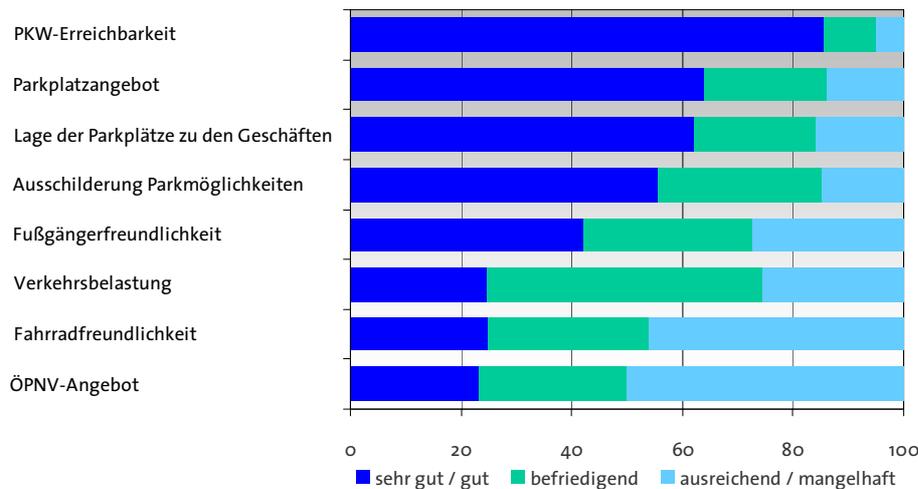
6.3.2 Verkehrs- und Parkplatzsituation

Weiterhin sollte die Verkehrs- und Parkplatzsituation in den Ortskernen von Bedburg und Kaster beurteilt werden, da die verkehrliche Erreichbarkeit eine wichtige Rolle für die Akzeptanz einer Einkaufslage übernimmt.

In der Beurteilung der Verkehrs- und Parkplatzsituation in Bedburg zeigt sich, dass eine überwiegende Mehrheit (ca. 86 %) die PKW-Erreichbarkeit für sehr gut/ gut hält. Auch die allgemeine Parkplatzsituation, ausgedrückt durch die Kategorien Parkplatzangebot (ca. 64 %), Lage der Parkplätze zu den Geschäften (ca. 62 %) und Ausschilderung der Parkmöglichkeiten (ca. 56 %) wird mehrheitlich mit sehr gut/ gut benotet. Im Gegensatz dazu steht eine negativere Bewertung der Verkehrsbelastung, der Fahrradfreundlichkeit und der Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln.

Verkehrs- und Parkplatzsituation in Bedburg

Abbildung 22 Beurteilung der Verkehrs- und Parkplatzsituation in Bedburg aus Kundensicht



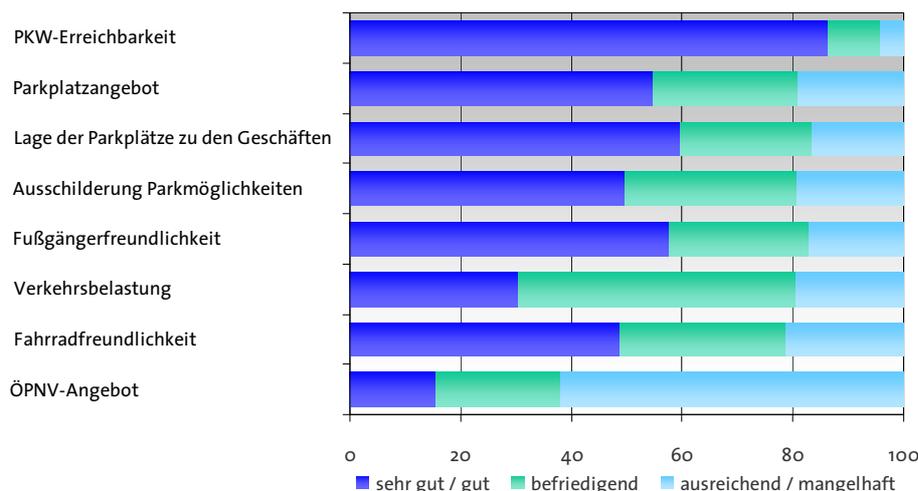
Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, Bürgerbefragung in Bedburg, März/ April 2009

In Kaster wird die PKW-Erreichbarkeit genauso wie in Bedburg vom Großteil der Befragten (ca. 86 %) mit sehr gut/ gut bewertet.

Verkehrs- und Parkplatzsituation in Kaster

Die Bewertung der Parkplatzsituation zeigt im Vergleich zu Bedburg ein tendenziell negatives Ergebnis. Das Parkplatzangebot wird von ca. 55 %, die Lage der Parkplätze zu den Geschäften von ca. 60 % und die Ausschilderung der Parkmöglichkeiten von ca. 50 % der Befragten mit sehr gut/ gut benotet.

Abbildung 23 Beurteilung der Verkehrs- und Parkplatzsituation in Kaster aus Kundensicht



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, Bürgerbefragung zum in Bedburg, März/ April 2009

Die Zufriedenheit der Kunden mit dem öffentlichen Personennahverkehr stellt sich in Kaster noch geringer dar als in Bedburg. Eine

negative Bewertung mit ausreichend/ mangelhaft erfolgt durch rund 62 % der Befragten.

Eine bessere Bewertung als in Bedburg erfährt die Situation des nicht motorisierten Verkehrs: Die Fußgängerfreundlichkeit wird von ca. 58 % und die Fahrradfreundlichkeit von ca. 49 % mit sehr gut/ gut benotet.

Etwa 81 % der Kunden in Kaster bewerten die Verkehrsbelastung, durch die Benotung mit sehr gut/gut oder befriedigend, als zufriedenstellend. Hier zeigt sich eine leicht positivere Bewertung als in Bedburg.

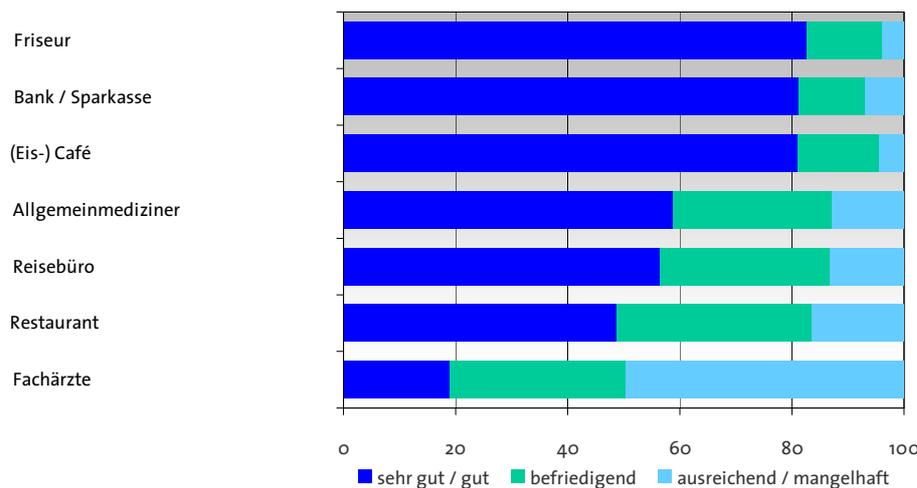
6.4 Dienstleistungs- und Gastronomieangebot

Während an einer nachfolgenden Stelle in diesem Gutachten die tatsächlichen Ausstattung der Ortskerne von Bedburger und Kaster mit Gastronomie und Dienstleistungsbetrieben aufgezeigt und bewertet wird, sollte die Bürgerbefragung auch ermitteln, mit welchen diesbezüglichen Angeboten die Bürger zufrieden sind.

Dienstleistungs- und Gastronomieangebot in Bedburg

Das Dienstleistungs- und Gastronomieangebot in Bedburg wurde von einem Großteil der Bürger als sehr gut bzw. gut eingeschätzt. Vor allem mit dem Angebot an Friseuren (ca. 83 % sehr gut/ gut), Banken und Sparkassen (ca. 81 %) und (Eis-)Cafés (ca. 81 %) zeigen sich die Bürger sehr zufrieden.

Abbildung 24 Beurteilung des Gastronomie- und Dienstleistungsangebot in Bedburg aus Kundensicht



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, Bürgerbefragung in Bedburg, März/ April 2009

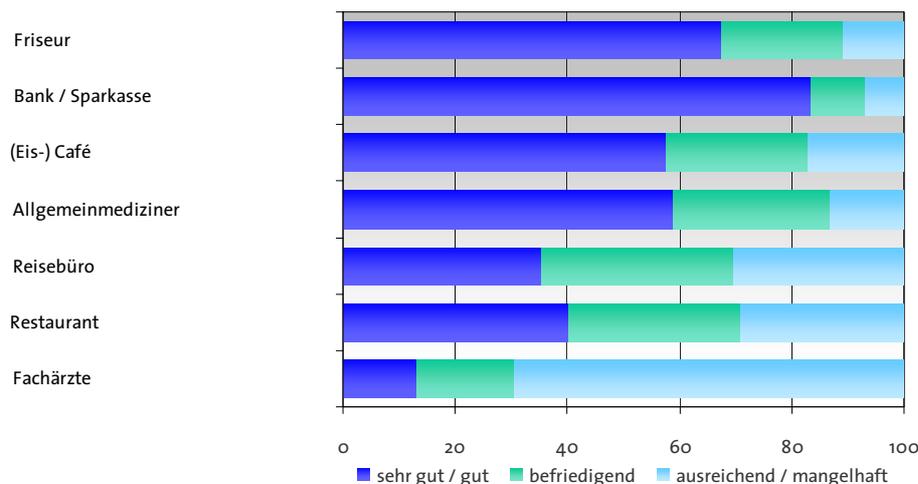
Etwas schlechter, aber dennoch grundsätzlich positiv fällt die Bewertung des Angebots an Allgemeinmedizinern, Reisebüros und Restaurants aus. Diese Kategorien werden von ca. 83 % bis ca. 87 % zumindest als befriedigend bewertet.

Nicht zufriedenstellend aus Sicht der meisten Bürger ist das Angebot an Fachärzten in der Ortsmitte von Bedburg. Etwa die Hälfte der Befragten (ca. 50 %) bewertet dieses nur mit ausreichend/ mangelhaft.

Wie bei der Bewertung der Einzelhandelsausstattung in Kaster wird auch das Gastronomie- und Dienstleistungsangebot in diesem Ortsteil tendenziell kritischer bewertet als im Ortsteil Bedburg.

Dienstleistungs- und Gastronomieangebot in Kaster

Abbildung 25 Beurteilung des Gastronomie- und Dienstleistungsangebot in Kaster aus Kundensicht



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, Bürgerbefragung in Bedburg, März/ April 2009

Dabei werden allerdings die Ausstattung mit Banken und Sparkassen (ca. 84 % sehr gut/ gut) sowie das Angebot an Allgemeinmedizinern (ca. 59 %) als zufriedenstellend bewertet.

Auch das Angebot an Friseuren (ca. 68 %) und an (Eis-) Cafés (ca. 58 %) werden von mehr als der Hälfte der Befragten mit sehr gut/gut benotet. Dagegen wird die Ausstattung des Ortskerns von Kaster mit Restaurants (ca. 40 %) und Reisebüros (ca. 35 %) von weniger als der Hälfte der Befragten mit sehr gut/gut benotet.

Noch kritischer als in Bedburg zeigt sich die Zufriedenheit der Kunden mit dem Angebot an Fachärzten in Kaster. Rund 70 % der Befragten bewerten diese Kategorie mit ausreichend/ mangelhaft.

6.5 Vermisste Angebote und Verbesserungsvorschläge

Die insgesamt kritisch bewertete Angebotsvielfalt und Ausstattung im Einzelhandel der Stadt Bedburg spiegelt sich auch in den von den Bürgern vermissten Einzelhandelsangeboten und ihren Verbesserungsvorschlägen wider.

Ein Großteil der antwortenden Bürgerinnen und Bürger vermisst in der Bedburger Innenstadt die Sortimente Bekleidung, Schuhe und Schmuck (ca. 36 % der Nennungen der Bürger). Eine allgemeine Erweiterung des Warenangebotes wird von ca. 13 % der Bürger als eine gewünschte Verbesserung des Angebots genannt. Weitere Ergänzungswünsche entfallen beispielsweise auf Nahrungs- und Genussmittel, Gastronomieangebote, medizinische Angebote sowie auf Gastronomieangebote.

Vermisste Angebote in Bedburg

Tabelle 10 Vermisste Angebote in Bedburg

Vorschläge	absolut	in %
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	245	35,9
erweitertes Warenangebot	88	12,9
Nahrungs- und Genussmittel	55	8,1
Gastronomieangebote	53	7,8
medizinische Angebote	42	6,2
Freizeitangebote	40	5,9
Gesundheit, Körperpflege	33	4,8
sonstiger Einzelhandel*	32	4,7
Elektrowaren	31	4,5
Hausrat, Einrichtung, Möbel	21	3,1
Bücher, Schreib-/ Spielwaren	21	3,1
Dienstleistung und Handwerk	17	2,5
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	4	0,6
Summe	682	100

* Zusammenfassung von Vorschlägen mit weniger als drei Nennungen.

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, Bürgerbefragung in Bedburg, März/ April 2009

Die Antworten der Bürgerinnen und Bürger bezüglich der vermissten Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote in Kaster sowie möglichen Verbesserungsvorschlägen zeigen ein ähnliches Bild wie in Bedburg. Die häufigsten Nennungen fallen auf den Bereich Bekleidung, Schuhe und Sport (ca. 36 %). Eine Erweiterung des Warenangebots wird von rund 13 % gewünscht und Gastronomieangebote sowie Elektrowaren werden von weiteren ca. 8 % genannt.

Vermisste Angebote in Kaster

Insgesamt hat die Frage nach vermissten Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten in der Stadt Bedburg bei den befragten Gruppen eine hohe Resonanz gefunden, so dass subjektive Angebotsdefizite gegeben sind, die jedoch nicht mit der tatsächlichen Angebotsituation in Bedburg übereinstimmen müssen.

Bei der Würdigung der Ergebnisse sollte berücksichtigt werden, dass insbesondere die von den Verbrauchern gewünschten Ergänzungen

des Einzelhandels- und Dienstleistungsangebotes aus gutachterlicher Sicht dahin gehend kritisch zu überprüfen sind, ob die Tragfähigkeit einer Angebotserweiterung (insbesondere stark spezialisierter Sortimente) im Einzelfall vorliegt (vgl. hierzu Kapitel 4 und 7). Zudem ist zu berücksichtigen, dass vermeintliche Angebotslücken ggf. auch darauf zurückzuführen sind, dass Präsentation und Werbung der jeweiligen Anbieter unzureichend sind und der Konsument über die Angebote nicht ausreichend informiert wird.

Tabelle 11 Vermisste Angebote in Kaster

Vorschläge	absolut	in %
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	95	35,8
erweitertes Warenangebot	33	12,5
Gastronomieangebote	21	7,9
Elektrowaren	21	7,9
Nahrungs- und Genussmittel	19	7,2
Bücher, Schreib-/ Spielwaren	17	6,4
Hausrat, Einrichtung, Möbel	12	4,5
sonstiger Einzelhandel*	13	4,5
Freizeitangebote	11	4,2
medizinische Angebote	9	3,4
Gesundheit, Körperpflege	7	2,6
Dienstleistung und Handwerk	7	2,6
Summe	265	100

* Zusammenfassung von Vorschlägen mit weniger als drei Nennungen.

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, Bürgerbefragung in Bedburg, März/ April 2009.

7 Prognose des Verkaufsflächenbedarfs bis 2020

Der zukünftige Verkaufsflächenbedarf in Bedburg hängt von einer Reihe unterschiedlicher Parameter ab; dazu zählen die betriebstypenbezogene Verkaufsflächenentwicklung, die Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung im Einzugsgebiet und die Entwicklung der Flächenproduktivitäten.

Von folgenden Annahmen wird bei der Prognose der Verkaufsflächenbedarfe in Bedburg bis zum Jahre 2020 ausgegangen:

Ausgangsannahmen

- *Verkaufsflächenentwicklung im Einzelhandel:* In den Jahren 2000 bis 2008 lag der Verkaufsflächenanstieg in Westdeutschland bei durchschnittlich 1,1 % pro Jahr.¹⁶ Es wird davon ausgegangen, dass dieser Anstieg aufgrund der Flächenansprüche in Zukunft verhaltener mit 0,5 bis 1,0 % pro Jahr ausfallen wird.
- *Bevölkerungsentwicklung:* Nach Angaben der Stadt Bedburg wird sich die Einwohnerzahl der Stadt Bedburg bis zum Jahr 2020 rückläufig entwickeln.
- *Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft:* Die reale einzelhandelsrelevante Kaufkraft stagniert. Für die kommenden Jahre wird weiterhin eine Stagnation der realen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben angenommen.
- *Umsatzentwicklung/ Verkaufsflächenproduktivität:* Das reale Umsatzvolumen hat sich in den vergangenen Jahren rückläufig entwickelt. In vielen Branchen ist die untere Schwelle der durchschnittlichen Flächenproduktivität erreicht. Mit der Intensivierung der Konzentrations- und Marktverdrängungsprozesse wird es zukünftig zu weiteren Betriebsaufgaben und Filialnetzoptimierungen kommen, die teilweise auch wieder steigende Flächenleistungen auslösen werden. Für die Situation in Bedburg wird allerdings zunächst eine Konstanz der Flächenleistungen angenommen.

Bei der Annahme eines „natürlichen“ Verkaufsflächenwachstums von 0,5 bis 1,0 % pro Jahr würde die heutige Gesamtverkaufsfläche von 37.490 qm um 2.250 qm bis 4.500 qm auf im Jahre 2020 ca. 39.740 qm bis 41.990 qm ansteigen.

Um die örtlichen Besonderheiten der Stadt Bedburg bei der Berechnung des zukünftigen Verkaufsflächenbedarfs zu berücksichtigen, werden für Umsatz- (und damit Verkaufsflächen-) Prognose bis zum Jahr 2020 unterschiedliche Annahmen im Hinblick auf die Bevölkerungsentwicklung und die erreichbaren Marktanteile getroffen. Dabei differieren die Annahmen über die erreichbaren Marktanteile. Im Szenario A werden bei einer rückläufigen Bevölkerungsentwicklung der Stadt Bedburg konstante Marktanteile zugrunde gelegt, während in Szenario B bei gleicher Bevölkerungsabnahme von steigenden Marktanteilen ausgegangen wird.

Szenarien der Umsatzprognose

¹⁶ Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE): Zahlenspiegel 2008, s. 22.

Tabelle 12 Szenarien für die Umsatzprognose in der Stadt Bedburg

Szenario	Prämissen
Szenario A	rückläufige Bevölkerungsentwicklung, konstante Marktanteile
Szenario B	rückläufige Bevölkerungsentwicklung, moderat steigende Marktanteile

Quellen: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2009

Bei Ansatz folgender Annahmen kann demnach der Gesamtumsatz des Bedburger Einzelhandel bis zum Jahre 2020 prognostiziert werden:

- rückläufige Bevölkerungsentwicklung bis 2020
- rückläufige Kaufkraftentwicklung bis 2020
- Stagnation der Marktposition bzw. Ausbau der Marktposition v. a. durch eine Verbesserung der Angebotsstruktur, des Branchenmixes und der absatzpolitischen Maßnahmen
- konstanter bzw. steigender Kaufkraftzufluss aus dem Umland der Stadt Bedburg.

Tabelle 13 Umsatzprognose für die Stadt Bedburg bis 2020

Szenario	Kaufkraft in Mio. EUR im Jahr 2020	Kaufkraftbindung in % im Jahr 2020	Kaufkraftbindung in Mio. EUR im Jahr 2020	Kaufkraftzufluss in Mio. EUR im Jahr 2020	Gesamtumsatz in Mio. EUR im Jahr 2020
Szenario A	129,4	71	91,9	21,1	113,0
Szenario B	129,4	76	98,2	21,7	119,9

Quellen: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2009 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen).

Im Hinblick auf die unterschiedlichen Szenarien der Umsatzprognose ergeben sich folgende Ergebnisse:

Umsatzprognosen

- Unter der Annahme des *Szenarios A*, dass die Bevölkerungszahl bis zum Jahr 2020 abnimmt und der Einzelhandel in der Stadt Bedburg seine Versorgungsbedeutung für die Verbraucher der Stadt und des Umlandes bis zum Jahre 2020 erhalten kann, ist ein leicht rückläufiges Umsatzvolumen von ca. 113,0 Mio. EUR (zu aktuellen Preisen) zu erwarten. Im Vergleich zu heute wird der Umsatz um rund ein Prozent abnehmen (ca. - 0,8 Mio. EUR).
- In *Szenario B* wird die Annahme getroffen, dass der Einzelhandel in der Stadt Bedburg bei einer rückläufigen Bevölkerungsentwicklung seine Marktposition bis zum Jahre 2020 ausbauen kann. Diese Annahme führt zu einer Erhöhung der angesetzten Marktanteile, wobei diese Werte aus einer warengruppenbezogenen Abschätzung der Marktchancen resultieren. Die Entwicklungspotenziale werden aus der Versorgungsbedeutung des Ein-

zelhandelsstandortes und der regionalen Wettbewerbssituation sowie unter Berücksichtigung spezifischer betriebswirtschaftlicher Anforderungen für die einzelnen Warengruppen abgeleitet. Unter Berücksichtigung der erweiterten Marktanteile des Einzelhandels kann in der Stadt Bedburg bis zum Jahr 2020 ein Umsatzvolumen (zu aktuellen Preisen) von bis zu ca. 119,9 Mio. EUR erreicht werden. Dies entspricht einer Umsatzsteigerung um ca. 6,1 Mio. EUR, gleichbedeutend einem Anstieg um ca. 5 % gegenüber dem Basisjahr 2008.

Der Verkaufsflächenzusatzbedarf wird unter Verwendung durchschnittlicher Verkaufsflächenproduktivitätswerten aus der prognostizierten Umsatzerwartung bis zum Jahr 2020 errechnet. Hierbei basieren die einzelnen Prognoserechnungen auf eine auf die Stadt Bedburg abgestimmten, versorgungsstrukturell sinnvollen Entwicklung der sortimentsbezogenen Verkaufsflächenausstattung, bei der keine Umsatzumverteilungen für bestehende Einzelhandelsbetriebe zu erwarten sind. Somit handelt es sich insgesamt um Orientierungswerte für eine strukturverträgliche Weiterentwicklung der Einkaufsstadt Bedburg. Bei einem Überschreiten der Werte werden Umverteilungseffekte für den bestehenden Einzelhandel ausgelöst, die im Rahmen einer vorhabenbezogenen Wirkungsanalyse unter versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Aspekten im Einzelfall zu bewerten sind.

Die gegenwärtige Verkaufsflächenausstattung in der Stadt Bedburg lässt keinen Verkaufsflächenzusatzbedarf erkennen, wenn man den prognostizierten Umsatzleistungen im Jahre 2020 in Szenario A - rückläufige Bevölkerungsentwicklung der Stadt Bedburg bei konstanten Marktanteilen - den durchschnittlichen Verkaufsflächenproduktivitätswerten des leistungsfähigen Einzelhandels gegenüberstellt.

Eine Gegenüberstellung der prognostizierten Umsatzleistungen im Jahre 2020 in Szenario B - rückläufige Bevölkerungsentwicklung der Stadt Bedburg bei steigenden Marktanteilen - mit den notwendigen Flächenproduktivitäten ergibt dagegen einen zusätzlichen Verkaufsflächenbedarf von insgesamt ca. 2.500 qm bis zum Jahr 2020, was einen Verkaufsflächenzuwachs von ca. 6 - 7 % gegenüber dem Basisjahr entspricht.

Der errechnete Verkaufsflächenzusatzbedarf in der Stadt Bedburg bis zum Jahr 2020 nach Warengruppen dient der Verbesserung des Einzelhandelsangebots in der Stadt. Die Prognoseergebnisse variieren aufgrund unterschiedlicher Annahmen im Hinblick auf die zukünftige Marktbedeutung. Aus gutachterlicher Sicht wird empfohlen, die weitere Ausrichtung der Einzelhandelsentwicklung bis zum Jahr 2020 an Szenario B zu orientieren. Daher sollte die Einzelhandelsentwicklungspolitik zunächst auf eine Expansion der Verkaufs-

*Berechnung des
Verkaufsflächenzusatzbedarfs*

Verkaufsflächenzusatzbedarf

fläche um ca. 2.500 qm bis zum Jahre 2020 mit den bis dahin erforderlichen Angebotsergänzungen ausgerichtet sein.¹⁷

Tabelle 14 Verkaufsflächenzusatzbedarf in der Stadt Bedburg bis zum Jahr 2020 nach Warengruppen

Warengruppen	Verkaufsflächenzusatzbedarf in qm*
Nahrungs- und Genussmittel	450
Gesundheit, Körperpflege	150
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	-
Bücher, Schreibwaren, Büro	50
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	750
Sport, Freizeit, Spiel	50
Elektrowaren	250
Möbel, Einrichtung	400
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	400
Summe	2.500

* Verkaufsflächenzusatzbedarf gegenüber Bestand im März 2009

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2009 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Eine Aufschlüsselung des Ergänzungsbedarfs nach Warengruppen verdeutlicht die Entwicklungspotenziale in einer Vielzahl von Warengruppen. Die Standortplanung der Stadt Bedburg sollte sich in ihrer Ansiedlungspolitik an der Zentrenrelevanz der Sortimente orientieren (vgl. Bedburger Liste, vgl. Kapitel 8). Bei den Ergänzungspotenzialen im Segment der zentrenrelevanten Sortimente wird empfohlen, Ansiedlungen und Erweiterungen auf die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt zu lenken.

Lenkung des Einzelhandels auf zentralen Versorgungsbereich

¹⁷ Die Ergänzungsflächen beziehen sich auf die Verkaufsflächenausstattung zum Zeitpunkt der Erhebung im März 2009. Durch Betriebsaufgabe nach Abschluss der Erhebung frei gewordenen Verkaufsflächen können somit dem errechneten Verkaufsflächenzusatzbedarf nach entsprechender Warengruppe hinzugefügt werden. Andererseits sind ggf. zwischenzeitlich durch Betriebsansiedlungen bzw. -Vergrößerungen hinzugewonnenen Verkaufsflächen der jeweiligen Warengruppe abzuziehen.

Tabelle 15 Verkaufsflächenzusatzbedarf bis zum Jahr 2020 nach Warengruppen und Standortlagen

	zentrale Versorgungs- bereiche	dezentrale Standorte	Summe
Warengruppen	Verkaufsflächenzusatzbedarf in qm*		
Nahrungs- und Genussmittel	450	-	450
Gesundheit, Körperpflege	150	-	150
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	-	-	-
Bücher, Schreibwaren, Büro	50	-	50
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	750	-	750
Sport, Freizeit, Spiel	50	-	50
Elektrowaren	250	-	250
Möbel, Einrichtung	100	300	400
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	-	400	400
Summe	1.800	700	2.500

*Anm.: Verkaufsflächenzusatzbedarf gegenüber Bestand im März 2009

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2009 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

8 Zentrenkonzept für die Stadt Bedburg

8.1 Grundsätzliche Anmerkungen

8.1.1 Zentrenkonzept als räumliches Steuerungsinstrument

Ein Zentrenkonzept soll die vielfältigen Nutzungs- und Entwicklungsansprüche seitens der Betreiber, der Kunden sowie der Stadtentwicklung mit der Einzelhandelsentwicklung in Einklang bringen und zugleich die gesetzlichen Rahmenbedingungen zur Steuerung des Einzelhandels auf der Grundlage der ortsspezifischen Gegebenheiten erfüllen. Die rechtliche Notwendigkeit eines solchen Konzepts zur Steuerung des Einzelhandels i. S. v. § 1 (6) Nr. 11 BauGB wurde in Urteilen des Oberverwaltungsgerichts für das Land Nordrhein-Westfalen¹⁸ betont. Denn erst durch die gesamtstädtische Untersuchung und Konzeption der Einzelhandelssituation und -entwicklung sind Steuerungen in der weiteren Bauleitplanung transparent und nachvollziehbar. Dies betrifft insbesondere auch Steuerungsmöglichkeiten i. S. v. §§ 9 (2a) und 34 (3) BauGB.

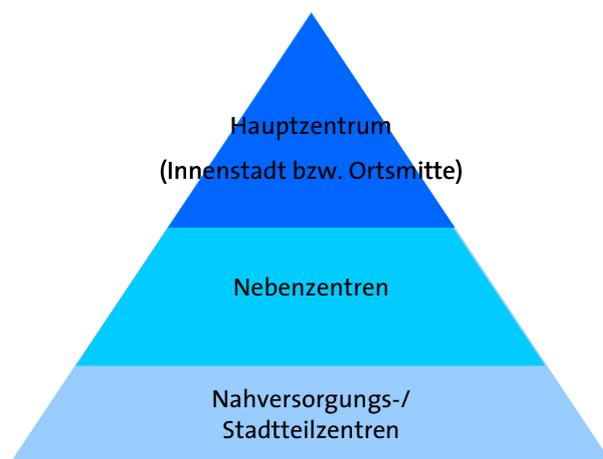
Notwendigkeit eines Zentrenkonzepts

Kernelement eines Zentren- und Einzelhandelskonzepts ist ein räumlich-funktionales Zentrenmodell, das die planerisch gewollte Zentrenhierarchie einer Gesamtstadt darstellt. Neben der vorhandenen Standortstruktur hat das Zentrenmodell auch Entwicklungsperspektiven zu berücksichtigen. Nach dem neuen § 24 a Landesentwicklungsprogramm (LEPro) Nordrhein-Westfalen werden folgende drei Hierarchiestufen unterschieden:

Zentrenhierarchie

- Hauptzentren
- Nebenzentren
- Nahversorgungszentren.

Abbildung 26 Zentrenhierarchie gemäß § 24 a LEPro



Quellen: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH gemäß § 24 a LEPro

¹⁸ Vgl. OVG NRW, Urteil vom 30. Januar 2006 - 7 D 8/04.NE; vgl. OVG NRW, Urteil vom 28. August 2006 - 7 D 112/05.NE.

Dabei versorgen die Hauptzentren (Innenstädte bzw. Ortsmitten der Gemeinden) die gesamte Kommune bzw. bei mittel- oder oberzentraler Funktion der Gesamtstadt auch umliegende Städte und Gemeinden. Nebenzentren sind zuständig für die Versorgung funktional zugeordneter Ortsteile, während die Versorgungsaufgaben von Nahversorgungszentren auf die unmittelbar umliegenden Wohnsiedlungsbereiche ausgerichtet sind. Die Einstufung erfolgt nach quantitativen Kriterien (z. B. Verkaufsflächenbestand, Anzahl der Dienstleister) und qualitativen Aspekten (z. B. räumlich-funktionale Gliederung, Einkaufsorientierung), die nachfolgend konkretisiert werden. Das hat zur Folge, dass nicht jede Stadt oder Gemeinde über alle drei Zentren typen verfügt. Wichtig für die Zentrenkonzeption ist die Formulierung von städtebaulichen und stadtentwicklungsrelevanten Zielvorstellungen für jedes Zentrum, welche die Grundlage späterer stadtpolitischer Entscheidungen bilden. So sollte ein Zentren- und Einzelhandelskonzept auch Aussagen zur Einzelhandelsentwicklung außerhalb der Zentren treffen.

Die räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche hat mit den Novellierungen des BauGB 2004 und 2007 sowie mit dem § 24 a LEPro eine zentrale Stellung für die Steuerung des Einzelhandels bekommen. Die räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche ergibt sich aus den tatsächlichen örtlichen Verhältnissen (z. B. Bestand, Leerstände, städtebauliche Anbindung) sowie aufgrund planerischer Konzeptionen zur Entwicklung des Standorts (z. B. Einbezug von Entwicklungsflächen). Wichtig ist eine parzellenorientierte Abgrenzung, um klare Vorgaben der zukünftigen Entwicklung zu schaffen.

räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche

Die planungsrechtliche Steuerung des Einzelhandels ist nur in Kombination mit der Entwicklung und Verabschiedung einer ortsspezifischen Auflistung der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente möglich. Diese ortsspezifische Differenzierung berücksichtigt den Status quo in den Zentren wie auch deren perspektivische Entwicklung. Der bloße Verweis auf § 24 a LEPro reicht nach der Rechtsprechung nicht aus. Nach § 24 a LEPro dürfen großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten i. S. v. § 11 (3) BauNVO nur noch in zentralen Versorgungsbereichen von Haupt- und Nebenzentren angesiedelt werden. Demnach ist die ortsspezifische Sortimentsliste zur Feinsteuerung im Rahmen der Bauleitplanung sowohl in den Zentren als auch zur Sortimentsbindung an Sonderstandorten für Vorhaben i. S. v. § 11 (3) BauNVO mit zentrenatypischen Kernsortimenten wichtig, da diese weiterhin außerhalb der Zentren angesiedelt werden können.

ortsspezifische Sortimentsliste

Aus den jüngsten Gerichtsurteilen lässt sich ableiten, dass zurzeit keine verbindlichen Zielvorgaben des Landes für die Verortung und den Besatz von Sondergebieten für großflächigen Einzelhandel existieren. Wenngleich ein Urteil des OVG NRW (10 A 1676/08) vom 30.09.2009 den Zielcharakter der Vorschriften von § 24 a LEPro ver-

aktuelle Bedeutung des § 24 a LEPro

neint, stellen diese jedoch nach wie vor in der Abwägung zu berücksichtigende Grundsätze der Raumordnung dar.

Die benannten Elemente eines Einzelhandels- und Zentrenkonzepts bilden die wesentliche Orientierungs- und Entscheidungshilfe für Verwaltung und Politik. Nur mit der konsequenten Einhaltung der Zielvorstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts bei politischen Entscheidungen über zukünftige Projekte und Bauvoranfragen kann eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung und Investitionssicherheit für den Handel erreicht werden. Es gilt allerdings im Einzelfall zu prüfen, welche bauleitplanerischen Festsetzungen städtebaulich gerechtfertigt werden können und mit dem Abwägungsgebot vereinbar sind.

Orientierungs- und Entscheidungshilfe

8.1.2 Rahmenbedingungen für lebendige Zentren

Ein vielfältiges und attraktives Einzelhandelsangebot ist wesentliche Voraussetzung für lebendige Zentren. Allerdings sind auch andere Elemente für lebendige Zentren wichtig, die sich wiederum gegenseitig positiv beeinflussen:

- Dienstleistungs-, Gastronomie-, Freizeit- und Kulturangebote ermöglichen den Kunden Kombinationsmöglichkeiten mit dem Einkauf und verlängern den Aufenthalt in den Zentren.
- Die Gestaltung des öffentlichen Raums kann attraktive Aufenthaltsmöglichkeiten für Jung und Alt schaffen. Zusammen mit einer ansprechenden Gestaltung von Fassaden und Schaufenstern und einem einladenden Gesamteindruck wird eine angenehme Einkaufsatmosphäre gefördert.
- Gute Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) und motorisierten Individualverkehr (MIV) und für Fußgänger und Fahrradfahrer ist Grundvoraussetzung, dass alle Bevölkerungsgruppen die Zentren erreichen können.
- Wohnen und Arbeiten in direkter Nachbarschaft (Nutzungsmischung) verschafft dem Einzelhandel unmittelbaren Zulauf als Basispotenzial und belebt die Zentren auch außerhalb der Geschäftszeiten.

Für Haupt- und Nebenzentren ist neben der Größe des Einzugsbereichs eine gewisse Besatzdichte mit Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben charakteristisch. Aber auch die Ausstattung eines Nahversorgungszentrums in einem Ortsteil oder Quartier sollte idealtypisch nicht nur Einzelhandelsangebote des täglichen Bedarfs, sondern auch Angebote aus dem Dienstleistungssektor wie z. B. Post, Bankfiliale, Ärzte und Frisör umfassen. Je breiter der Angebots- und Nutzungsmix strukturiert ist, umso höher sind die Versorgungsqualität und damit die Attraktivität des Zentrums.

Tabelle 16 Angebotsstruktur eines Nahversorgungszentrums

Einzelhandel und Dienstleistungen	Grundausrüstung	Vollsortimenter/ Discounter Lebensmittelhandwerk (Bäcker, Metzger) Post und Geldinstitut (mindestens Postagentur und Geldautomat) Frisör
	wünschenswerte Ergänzungen	Kiosk, Schreibwarengeschäft Apotheke Arzt Blumengeschäft Reformwaren Gastronomiebetrieb Reinigung Reisebüro

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010

8.2 Ziele für die Einzelhandelsentwicklung in Bedburg

Grundvoraussetzung für eine räumliche Steuerung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung ist die Formulierung allgemeingültiger Ziele für die Stadt Bedburg. Nur unter konsequenter Einhaltung dieser Ziele bei zukünftigen Entscheidungs- und Genehmigungsprozessen kann eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung in Bedburg gelingen. Konsequente Entscheidungen schaffen Investitionssicherheit für Investoren und Betreiber. Daher sollten die nachfolgenden Ziele vom Rat der Stadt Bedburg beschlossen werden, um die darauf aufbauende bauleitplanerische und genehmigungsrelevante Steuerung zu legitimieren.

Vorrangige Ziele der Einzelhandelsentwicklung sind die Sicherung und der Ausbau der landesplanerischen Funktion als Mittelzentrum. Der Einzelhandel der Stadt Bedburg kommt dieser Versorgungsfunktion in den Warengruppen derzeit unterschiedlich stark nach. Es gilt, die Versorgung in den Warengruppen zu verbessern, in denen eine vergleichsweise geringe kommunale und regionale Strahlkraft vorhanden ist. Die Verbesserung der mittelzentralen Versorgungsfunktion umfasst auch die Ansiedlung weiterer zentrenprägender Dienstleistungsangebote, die zu einer Stärkung der zentralörtlichen Bedeutung beitragen.

Priorität hat die Entwicklung zentrenrelevanter Einzelhandelsangebote im Hauptzentrum Bedburg. Dabei geht es sowohl um eine quantitative als auch um eine qualitative Verbesserung der Versor-

Grundvoraussetzung für räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

Erhalt und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion

Stärkung und Entwicklung des Hauptzentrums Bedburg

gung, um die Attraktivität des Hauptzentrums zu erhalten bzw. weiter steigern zu können. Die wesentlichen Handelsentwicklungen sind somit auf das Hauptzentrum zu konzentrieren, um die Zentralität des Stadtzentrums perspektivisch zu erhöhen. Solche Funktionsverluste des Hauptzentrums könnten aus einer Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente außerhalb des Hauptzentrums Bedburg resultieren. Aufgrund bestehender Leerstände und Mindernutzungen, aber insbesondere der Verfügbarkeit von Entwicklungsstandorten im Hauptzentrum, werden umfassende Anknüpfungspunkte für eine Funktionsstärkung gesehen, die es zu nutzen gilt.

In Kaster hat sich entlang der St.-Rochus-Straße eine Einzelhandelslage etabliert, die über eine gute Pkw-Gunst und Außenwirkung verfügt. Aufgrund der (Nah-) Versorgungsbedeutung des Stadtteilzentrums Kaster für den Siedlungsraum Kaster ist dieses als Nahversorgungszentrum zu charakterisieren. Hier sollten die Bemühungen auf eine Bestandssicherung und Stärkung der vorhandenen Versorgungseinrichtungen gerichtet werden.

Um die Entwicklungschancen des Bedburger Einzelhandels auf die beiden Ortskerne zu lenken, sollten künftig auch möglichst viele Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Kernsortiment unterhalb der Grenze zur Großflächigkeit i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO in diesen zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden. Um die Funktionsteilung zwischen den beiden zentralen Versorgungsbereichen zu sichern und insbesondere die Bedeutung des Hauptzentrums Bedburg zu stärken, sollten großflächige Anbieter mit zentrenrelevanten Sortimenten auf den Ortskern Bedburg gelenkt werden. In Kaster sind v. a. großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten sinnvoll. Zudem sind weitere Sortimente des periodischen Bedarfs sowie auch kleinteilige Ergänzung mit Sortimenten weiterer Bedarfsstufen vorzuhalten.

Ziel ist grundsätzlich eine möglichst flächendeckende wohnungsnah Grundversorgung, insbesondere im Bereich Nahrungs- und Genussmittel; dies auch unter dem Gesichtspunkt der demographischen Entwicklung. Dieses Ziel umfasst neben der Sicherung und Stärkung des definierten Nahversorgungszentrums auch die Verbesserung des Nahversorgungsangebots an integrierten Lagen in Wohnquartieren soweit keine Verbesserung der wohnungsnahen Versorgung durch Maßnahmen innerhalb des Nahversorgungszentrums erreicht werden kann.

Aufgrund der Siedlungsstruktur im Stadtgebiet Bedburg wird die für die Tragfähigkeit moderner Lebensmittel-SB-Betriebe erforderliche Einwohnerzahl in vielen Stadtteilen allerdings nicht erreicht. Bestehende kleinteilige Anbieter sollten daher erhalten und ggf. alternative Versorgungskonzepte geprüft werden, um dieses Ziel umzusetzen.

Stabilisierung und Sicherung des Stadtteilzentrums Kaster

Konzentration der zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsentwicklung auf die beiden Zentren

Sicherung einer fußläufig erreichbaren Nahversorgung, auch durch Stärkung in den Wohnquartieren

Mit der Konzentration des großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten auf ausgewählte Sonderstandorte sollen im Wesentlichen zwei Ziele verfolgt werden. Zum einen kann hierdurch eine Konzentration des Einzelhandels auf ausgewählte Einzelhandelsstandorte ohne weitere Streuung des Einzelhandels innerhalb des Stadtgebiets erzielt werden. Zum anderen kann durch Konzentration des großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten auf ausgewählte Sonderstandorte erreicht werden, dass bestehende großflächige Einzelhandelsstandorte mit nahversorgungs- und/ oder zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nicht ausgeweitet werden oder von der Ansiedlung nicht zentrenrelevanter Frequenzbringer nicht profitieren.

Konzentration des großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten auf ausgewählte Sonderstandorte

8.3 Abgrenzung der „Bedburger Liste“

Um die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche der Städte und Gemeinden nicht zu beeinträchtigen, spielt die Sortimentsausstattung von geplanten Einzelhandelsprojekten bei der Bewertung möglicher Auswirkungen eine maßgebliche Rolle. Gemäß § 24 a Abs. 2 LEPro des Landes Nordrhein-Westfalen ist zur Steuerung von Einzelhandelsvorhaben die Definition der in Bedburg als nahversorgungs- und zentrenrelevant zu bewertenden Sortimente („Bedburger Liste“) erforderlich. Die im Einzelhandelserlass gegebenen Empfehlungen sind als Auslegungshilfe zu verstehen und müssen auf die spezifischen Besonderheiten einer Stadt oder Gemeinde zugeschnitten werden, wobei der Bestand in den Zentren, aber auch die städtebauliche Entwicklungskonzeption zu berücksichtigen sind. Erst mit Vorliegen einer solchen spezifischen „Bedburger Liste“ kann die Bauleitplanung oder kann im Baugenehmigungsverfahren über zulässige, begrenzt zulässige oder nicht zulässige Vorhaben entschieden werden.

Ziel der „Bedburger Liste“

Bei der Abgrenzung der „Bedburger Liste“ sind die bestehende räumliche Flächenverteilung der Sortimente sowie die Entwicklungsziele im zentralen Versorgungsbereich von Bedeutung. Zudem ist bei der Herleitung der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente zu berücksichtigen, dass Sortimente nicht nur separat betrachtet und bewertet werden sollten, sondern dass die Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz einzelner Sortimente ggf. auch mit der Koppelung mit anderen Sortimenten begründet werden kann. Des Weiteren sind planerische Überlegungen zur weiteren Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche in die Argumentation einzubeziehen. Somit können auch solche Sortimente als zentrenrelevant eingestuft und begründet werden, die derzeit noch nicht oder nur in geringem Maße in den zentralen Versorgungsbereichen vorhanden sind, wenn diese im Rahmen der Entwicklungsziele künftig dort verstärkt angesiedelt werden sollen.

Abgrenzung der „Bedburger Liste“

Als rechtliche Vorgaben sind das Landesentwicklungsprogramm und der Einzelhandelserlass NRW heranzuziehen. Als zentrenrelevante Leitsortimente sind die in der Anlage des § 24 a LEPro des Landes Nordrhein-Westfalen aufgeführten Sortimente zu beachten:

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

Diese Leitsortimente gelten u. a. nach dem neuen Einzelhandelserlass NRW stets, d. h. in allen Gemeinden des Landes als zentrenrelevant, bedürfen aber ggf. der Konkretisierung.

Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie einen geringen Flächenanspruch haben, viele Besucher anziehen, häufig im Zusammenhang mit anderen Innenstadtnutzungen nachgefragt werden und in der Innenstadt oder in den Nebenzentren am stärksten vertreten sind. Es handelt sich meistens um ein sog. Handtaschensortiment. Weiterhin sind sie häufig für einen attraktiven Branchenmix notwendig und benötigen - sofern sie auf kleinteiliger Fläche angeboten werden - einen Frequenzbringer sowie weitere Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe im Standortumfeld, um das notwendige Absatzpotenzial zu erreichen.

zentrenrelevante Sortimente

Unter Berücksichtigung der o. a. Kriterien sind für die Stadt Bedburg folgende Sortimente als zentrenrelevant abzugrenzen:

- Bücher, Papier, Schreibwaren
- Bekleidung, Lederwaren, Schuhe
- Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Elektrohaushaltswaren (Kleingeräte)
- Foto und Optik
- Haus- und Heimtextilien (einschl. Kurzwaren und Nähzubehör), Haushaltswaren (Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat), Einrichtungszubehör (ohne Möbel)
- Uhren, Schmuck
- Spielwaren, Sportartikel (ohne Sportgroßgeräte).

Aus der Bestandssituation ergeben sich für die Stadt Bedburg zudem folgende weitere zentrenrelevante Sortimente:

- Orthopädische Artikel, Sanitätswaren
- (Hörgeräte-) Akustik
- Antiquitäten, Kunstgegenstände, Bilder, Rahmen
- Bastelbedarf
- Fahrräder und Fahrradzubehör

- Parfümerieartikel.

Die vor allem auf den Bestandsdaten der Stadt Bedburg basierende „Bedburger Liste“ zeigt, dass der Großteil der Sortimentsgruppen in der Stadt Bedburg als zentrenrelevant einzustufen ist. Die vorgegebenen Einzelhandelsstrukturen sollten nach gutachterlicher Empfehlung um die Sortimente

- Leuchten
- Musikinstrumente und Musikalien
- abgepasste Teppiche und Läufer

ergänzt werden, auch wenn sie gegenwärtig im Untersuchungsgebiet der Stadt Bedburg (noch) keinen zentrenprägenden Charakter aufweisen. Als grundsätzliche Begründung wird hierfür aufgeführt, dass vor dem Hintergrund eines rezessiven Einzelhandels im Bundesgebiet perspektivisch auch in den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Bedburg Flächenaufgaben nicht auszuschließen sind. Um weiterhin möglichst viele (Quantität) und unterschiedliche (Qualität) Angebote in diesen Standortbereichen vorhalten zu können, wird eine weitere Diversifizierung angestrebt.

Nahversorgungsrelevante Sortimente sind Waren des täglichen Bedarfs, die wohnungsnah angeboten werden sollen. Nahversorgungsrelevante Sortimente sind aufgrund ihrer Eigenschaften nahezu immer auch als zentrenrelevant einzustufen. Jedoch kommt diesen Sortimenten im Hinblick auf die Gewährleistung einer adäquaten wohnungsnahen Grundversorgung mit Waren des kurzfristigen Bedarfs im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge eine besondere Aufgabe zu.

*nahversorgungsrelevante
Sortimente*

Als nahversorgungsrelevante Sortimente werden in Bedburg eingestuft:

- Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Reformwaren
- Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel
- Körperpflegemittel
- Pharmazeutische Artikel (Arzneimittel)
- Zeitungen und Zeitschriften
- Schnittblumen und -grün.

Nicht zentrenrelevante Sortimente stellen im Gegensatz zu nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten auch an Standorten außerhalb der Zentren keine wesentliche Gefährdung für die zentralen Versorgungsbereiche dar. Zentrenatypische Sortimente prägen i. d. R. nicht die zentralen Standorte, weisen eine niedrige Flächenproduktivität auf und induzieren nur im geringen Umfange Koppungskäufe. Aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit und dem hiermit zu begründenden großen Platzbedarf sowie der Notwendigkeit des Transportes mit Pkw oder Kleintransporter und der hierdurch hervorgerufenen Verkehrsfrequenz werden sie aus planerischer Sicht in der Regel außerhalb der Zentren angeboten und sind

nicht zentrenrelevante Sortimente

unter Umständen an dezentralen Standorten sogar erwünscht. Hierzu zählen in Bedburg

- Bau- und Gartenmarktsortimente
- Kfz-Zubehör
- Sport- und Freizeitgroßgeräte, Campingartikel
- Elektrogroßgeräte („weiße Ware“)
- Möbel
- Tapeten und Bodenbeläge
(ohne abgepasste Teppiche und Läufer)
- Tiernahrung, Tiere und zoologischer Bedarf.

Eine ausführliche „Bedburger Liste“ findet sich im Anhang.

8.4 Anwendung der „Bedburger Liste“

Der Stadt Bedburg wird empfohlen, die vorliegende „Bedburger Liste“ durch den Rat der Stadt zu beschließen (Selbstbindung der Stadt) und die Sortimente in die textlichen Festsetzungen bzw. Begründungen der entsprechenden Bauleitpläne zu übernehmen.

Selbstbindung der Stadt

Ein weiteres Element zur Sicherstellung einer geordneten städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Entwicklung ist die Festlegung zentrenrelevanter Randsortimente in großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment. Dem zu beobachtenden Trend, die nicht zentrenrelevanten Kernsortimente in Einzelhandelsbetrieben an dezentralen Standorten durch zentrentypische Warenbereiche zu ergänzen oder zu ersetzen, kann nur durch eine exakte Festlegung der Randsortimente und eine flächenmäßige Beschränkung durch Festsetzungen in den Bebauungsplänen entgegengewirkt werden. Auch hierfür wurde der oben aufgezeigte gutachterliche Vorschlag zur Gliederung der Sortimente in nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente erarbeitet. So darf der Anteil der zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente gemäß § 24 a LEPro des Landes Nordrhein-Westfalen maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche, nicht jedoch mehr als 2.500 qm Verkaufsfläche eines Betriebs betragen.

Festlegung zentrenrelevanter Randsortimente

Gleiche Regelungen sind ggf. auch für andere Nutzungsarten (z. B. Autohäuser, Handwerk) zu treffen. Unter Umständen sind vorhabenbezogene Einzelprüfungen vorzulegen, um die Vereinbarkeit mit den Zielen der Einzelhandelsentwicklung in Bedburg zu belegen.

8.5 Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche

Durch die Novellierung des Landesentwicklungsprogramms NRW (LEPro § 24 a) und des Baugesetzbuches (insbesondere §§ 34(3) und 2(2)) kommt der Identifikation, Einstufung und der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet Bedburg eine zentrale Rolle zu.

Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche

Zentrale Versorgungsbereiche von Haupt- und Nebenzentren zeichnen sich nach § 24 a LEPro NRW durch folgende Merkmale aus:

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

Merkmale von Haupt- und Nebenzentren

Das Oberverwaltungsgericht für das Land Nordrhein-Westfalen hat in neuen Urteilen den Begriff „zentraler Versorgungsbereich“, hier im Sinne den §§ 2 (2) und 34 (3) BauGB konkretisiert:

Konkretisierung des Begriffs „zentraler Versorgungsbereich“

- Räumlich abgegrenzter Bereich einer Gemeinde, dem eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt.¹⁹
- Neben Einzelhandelsbetrieben, deren Warenangebote aller Art für die Einwohner der Gemeinde oder eines Teils des Gemeindegebiets von Bedeutung sind, sollten in aller Regel auch Dienstleistungsbetriebe verschiedener Art und gastronomische Angebote vorhanden sein.²⁰
- Der Charakter eines zentralen Versorgungsbereichs bestimmt sich nicht nur aus den örtlichen Gegebenheiten, sondern auch durch konkrete Planungen (aus sonstigen nicht planungsrechtlich verbindlichen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen).²¹
- Der Begriff „Zentral“ ist funktional zu verstehen: Die Gesamtheit der auf eine Versorgung der Bevölkerung ausgerichteten baulichen Nutzungen haben aufgrund ihrer Zuordnung und verkehrsmäßigen Erschließung die Funktion eines Zentrums. Eine bloße Agglomeration von Einzelhandelsnutzungen reicht demnach nicht für einen „zentralen“ Versorgungsbereich aus.²²
- Agglomerationen von Fachmärkten, die häufig in ehemals bzw. noch gewerblich genutzten Bereichen angesiedelt wurden, sind in der Regel nicht als zentrale Versorgungsbereiche einzustufen.²³
- Einzelhandelsbetriebe in Randbereichen von zentralen Versorgungsbereichen können einbezogen werden, wenn diese ein hohes Verknüpfungspotenzial aufweisen und über eine barrierefreie fußläufige Anbindung verfügen.²⁴
- Zentrale Versorgungsbereiche müssen nicht unbedingt den Charakter von Kerngebieten im Sinne des § 7 BauNVO haben. Sie

¹⁹ OVG NRW, Urteil vom 11.12.2006 - 7 A 964/05.

²⁰ Ebd.

²¹ Ebd.

²² Ebd.

²³ Ebd.

²⁴ OVG NRW, Urteil vom 13.06.2007 – 10 A 2439/06.

umfassen Versorgungsbereiche unterschiedlicher Stufen: Innenstadtzentren, Nebenzentren in Stadtteilen sowie Grund- und Nahversorgungszentren in Stadt- und Ortsteilen und Gemeinden. Je nach Stufe erfüllen die Zentren unterschiedliche Versorgungsbedarfe.²⁵

- Innenstadtzentren erreichen einen größeren Einzugsbereich, in der Regel das gesamte Stadtgebiet und gegebenenfalls darüber hinaus das weitere Umland. Sie bieten ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf. Nebenzentren erfüllen eine Teilfunktion des eigentlichen Innenstadtzentrums. Nahversorgungszentren versorgen in der Regel nur bestimmte Stadtteile größerer Städte mit einigen tausend Einwohnern bzw. gesamte kleinere Orte mit Waren des kurz- und mittelfristigen Bedarfs.²⁶

Aus der Literatur lassen sich folgende weitere Hinweise zur Identifikation und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ableiten:

- Die für die Funktion eines Zentrums relevanten Nutzungen können auch durch andere Nutzungen, insbesondere Wohnnutzung, zu einem gewissen Anteil durchmischt sein.²⁷
- Nebenzentren müssen 1.000 qm und mehr Verkaufsfläche aufweisen.²⁸

8.6 Zentrenhierarchie

Zur Untersuchung der Zentrenstruktur der Stadt Bedburg wurden umfangreiche handelswirtschaftliche und städtebauliche Analysen durchgeführt. Diese geben Aufschluss über Stärke, Ausstrahlung und Bedeutung von zentralen Versorgungsbereichen und der räumlichen Verteilung weiterer Versorgungsangebote. Darüber hinaus wurden der (handelswirtschaftliche) Handlungsbedarf und die hieraus ggf. abzuleitende Einbeziehung von Potenzialflächen berücksichtigt. Im Folgenden werden die wichtigsten Ergebnisse zur zentralörtlichen Bedeutung und der Erfüllung der aufgeführten Kriterien aufgezeigt.

In der Stadt Bedburg prägen mit dem Hauptzentrum Bedburg und dem Stadtteilzentrum Kaster zwei zentrale Versorgungsbereiche unterschiedlicher Ausstattung die Versorgungsbedeutung des Mittelzentrums. Somit konzentrieren sich die einzelhandelsbezogenen Versorgungsfunktionen in Bedburg im Wesentlichen auf zwei Zentren: Bedburg und Kaster. Diese Bipolarität äußert sich unter anderem darin, dass im Stadtteil Bedburg der Einkaufsschwerpunkt im mittelzentralen Bedarf liegt, sich das kulturelle Angebot der Stadt

Bipolarität: Bedburg und Kaster

²⁵ OVG NRW, Urteil vom 11.12.2006 – 7 A 964/05.

²⁶ OVG NRW, Urteil vom 13.06.2007 – 10 A 2439/06; OVG NRW, Urteil vom 11.12.2006 – 7 A 964/05.

²⁷ Kuschnerus, Ulrich: Der standortgerechte Einzelhandel. Mai 2007, S. 80.

²⁸ ebd.

hier bündelt (z. B. im Schloss Bedburg) und die Erschließungsqualität in der ÖPNV-Anbindung sehr hoch ist. Im Stadtteil Kaster dominiert dagegen die Wohnfunktion. Gleichzeitig befinden sich hier das Rathaus und diverse (Nah-)Versorgungseinrichtungen. Das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot ist somit im Hauptzentrum deutlich größer und vielfältiger als im Stadtteilzentrum, das im Wesentlichen Nahversorgungsfunktionen übernimmt. Es wird ein breites und tiefes Warenangebot in vielen Bedarfsbereichen vorgehalten. Dabei übernimmt das Hauptzentrum auch eine wichtige Nahversorgungsfunktion.

Das Stadtteilzentrum in Kaster übernimmt vorwiegend Versorgungsfunktionen für Kaster und benachbarte Ortsteile.

Ziel der Einzelhandelsentwicklung der Stadt Bedburg sollte es sein, die vorliegende bipolare Zentrenstruktur unter Berücksichtigung der gegebenen Funktionsteilung dieser Zentren zu erhalten.

Darüber hinaus ist auf weitere Einzelhandelsstandorte im Stadtgebiet zu verweisen, die ebenfalls (Nah-)Versorgungsfunktionen übernehmen, aber aufgrund der fehlenden Einzelhandelsausstattung und/ oder der zu geringen Ausstattung mit Komplementärnutzungen in ihrem Standortumfeld, ihrer Lage und siedlungsräumlichen Einbindung oder des fehlenden ÖPNV-Anschlusses nicht den Anforderungskriterien eines Versorgungszentrums gerecht werden. Hierzu zählen

- der Fachmarktstandort Bahnstraße (u. a. real,-, Dänisches Bettenlager, MediMax)
- der Fachmarktstandort Wiesenstraße (u. a. Lidl, Aldi, Fressnapf)
- der Fachmarktstandort Adolf-Silverberg-Straße (u. a. mobau Erft Bauzentrum, Plus).²⁹

Für die o. g. sonstigen Einzelhandelsstandorte im Stadtgebiet wurde eine detaillierte Bewertung anhand einer Bewertungsmatrix vorgenommen. Im Ergebnis dieser Bewertungen zeigt sich, dass es sich bei diesen Standortlagen aufgrund der Struktur und Dichte der Komplementärnutzungen, der ÖPNV-Anbindung bzw. der Lage und siedlungsräumlichen Einbindung um keine zentralen Versorgungsbereiche handelt.

weitere Einzelhandelsstandorte im Stadtgebiet

²⁹ Da über die zentralen Versorgungsbereiche hinaus in der Stadt Bedburg weitere Versorgungsstandorte vorliegen, die die nahversorgungsrelevante Angebotsstruktur stärken, erfolgt in Kapitel 9 die Bewertung der nahversorgungsrelevanten Ergänzungsstandorte.

8.7 Hauptzentrum Innenstadt Bedburg

8.7.1 Rahmenbedingungen der Stadt Bedburg für die räumliche Festlegung

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs des Hauptzentrums Innenstadt der Stadt Bedburg kann nicht allein mit den tatsächlichen örtlichen Verhältnissen (z. B. Bestand, Leerstände, städtebauliche Anbindung) und der funktionalen Zusammenhänge begründet werden. Vielmehr sind auch folgende Ziele für die Innenstadtentwicklung, die der Ausschuss für Struktur und Stadtentwicklung aufbauend auf den vorläufigen Ergebnissen des Stadtentwicklungskonzeptes für die Stadt Bedburg bereits im Mai 2007 beschlossen hat, zu berücksichtigen:³⁰

- Stärkung des Einzelhandels durch nachhaltige Sicherung des Versorgungsstandorts im zentralen Bereich von Bedburg; Ergänzung der Angebote und Stärkung des Profils
- punktuelle Entwicklung und Umgestaltung der Verkehrsführung von der oberen Lindenstraße bis zum Kölner Platz, unter Einbeziehung der sich anschließenden Bereiche Bahnübergang Lindenstraße, Gartenstraße, Schloss und Marktplatz
- städtebauliche Umgestaltung verschiedener Quartiere und damit die Inszenierung und Vernetzung von Platzfolgen: Eckbereich Bahnstraße/ Lindenstraße, Eckbereich Lindenstraße/ Gartenstraße, ehemaliger toom-Markt mit Parkplatz, Ausbau des hervorgehobenen kulturellen Bereichs Schloss mit Parkanlagen, Marktplatz mit Fläche Krankenhaus Bedburg
- Ergänzung und Anreicherung des Stadtzentrums mit dem Schwerpunkt Kultur im Bereich von Schloss Bedburg und dem alten Rathaus an der Friedrich-Wilhelm-Straße
- Attraktivitätssteigerung der Innenstadtbereiche und damit Erhöhung der Nutzungsvielfalt des öffentlichen Raums als Erlebnisraum sowie eine Steigerung der wirtschaftlichen Funktionen

Aus dieser Beschlusslage ergab sich eine Entwicklungsreihenfolge, die zunächst in der Erhebung und Auswertung der städtebaulichen Strukturdaten für die Innenstadt mündete. Darauf aufbauend wurde ein städtebaulicher Rahmenplan als Grundlage für einen städtebaulichen Realisierungswettbewerb erarbeitet. Mit dem Ergebnis des Wettbewerbs stehen nunmehr konkrete Maßnahmen an, die geeignet sind, den schleichenden trading-down Prozess aufzuhalten und neue Nutzungen und Qualitäten in die Innenstadt von Bedburg zu bringen.

Abgrenzungskriterien

Ziele für das Stadtzentrum Bedburg

Entwicklungsreihenfolge

³⁰ vgl. Beschluss des Ausschusses für Struktur und Stadtentwicklung der Stadt Bedburg vom 22. Mai 2007

Abbildung 27 Städtebaulicher Wettbewerb Bedburg - Wettbewerbsidee



Quelle: HJP Planer 2009

Die Erschließung der Graf-Salm-Straße soll über eine neue Zufahrt ermöglicht werden. Die neue Zufahrtsmöglichkeit von Süden über den Kreisverkehr zum Schlossparkplatz ist leistungsfähig und erschließt die zentrale Lage in Bedburg sehr gut.

Erschließungsmaßnahmen

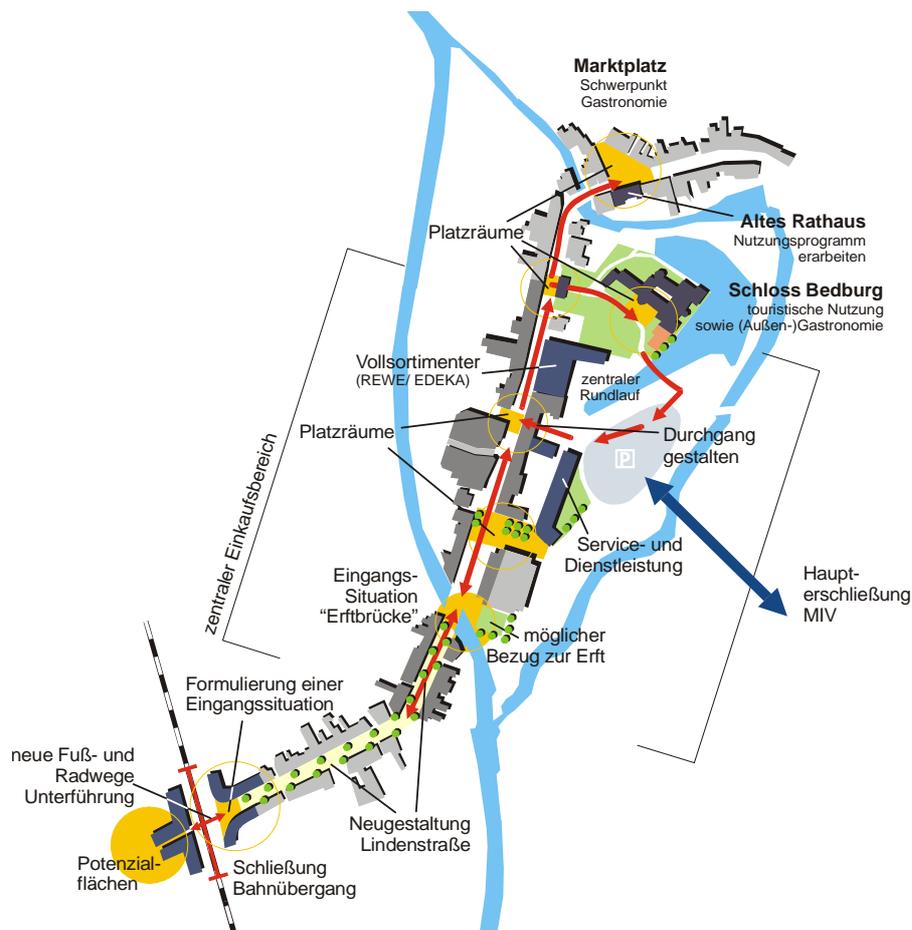
In diesem Zusammenhang wird der Schlossparkplatz zum neuen Stadteingangsbereich. Hierbei soll der Schlossparkplatz Teil eines „Rundlaufs“ zwischen Parkplatz, Schloss und Graf-Salm-Straße werden. Voraussetzung ist, das Schloss in seinem publikumswirksamen und touristischen Profil zu stärken, Sichtbeziehungen herzustellen und den Durchgang vom Parkplatz zur Graf-Salm-Straße als Stadteingang zu gestalten.

Rundlauf

Auch im Positionspapier Bedburg Mitte aus dem Jahr 2007 wird für die durchgehende Einzelhandelsfunktion eine Konzentration auf einen zentralen Bereich empfohlen. Durch die Entwicklung eines „Rundlaufs“ und die Positionierung eines Frequenzbringers in zentraler Lage kann dieser Fokus unterstützt werden. Gastronomie auf kleinen Platzräumen und die touristische Funktionen des Schlosses sowie des Parks flankieren diesen konzeptionellen Ansatz.

Positionspapier Bedburg Mitte

Abbildung 28 Empfehlungen für die Bedburger Mitte



Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2007

8.7.2 Räumliche Festlegung des Hauptzentrums Bedburg

Das Wachstum an Verkaufsflächen außerhalb des Ortskerns Bedburg und die zunehmenden Leerstände innerhalb des Ortskerns lassen erwarten, dass sich die aktuell noch genutzten Verkaufsflächen im Kernbereich weiter reduzieren werden. Die Gründe für diese Entwicklungen sind vielschichtig gelagert und bewegen sich zwischen ökonomischen bzw. flächenspezifischen Motiven der großen Anbieter und den sich verändernden Verhaltensmustern zu Wohn-, Arbeits- und Versorgungsschwerpunkten seitens der Nachfrager. So hat in der Lindenstraße bereits im Jahr 2007 ein Discounter geschlossen, der wichtige Magnetfunktionen für das Hauptzentrum eingenommen hat. Ein weiterer größerer Leerstand ist mit der Schließung eines großen Möbelanbieters in der Bedburger Innenstadt entstanden, ein fortwährender Rückgang des Einzelhandelsangebots ist perspektivisch zu erwarten.

Aufgrund dieser übergeordneten Entwicklungsfaktoren lässt sich eine Umkehrung des Trends nicht allein durch gestalterische und/

Abnahme der innerstädtischen Verkaufsfläche

Konzentration des zentralen Einkaufsbereichs

oder organisatorische Maßnahmen im Kernbereich erreichen. Der Prozess kann hierdurch lediglich verlangsamt werden. Insoweit ist vorgesehen, den zentralen Einkaufsbereich perspektivisch zu konzentrieren und den Einzelhandelsfokus auf einen zentralen Kern zu legen. Dort sollten Entwicklungsflächen für den Einzelhandel in modernen Betriebsgrößen verfügbar sein. Damit kann auf klar vorgezeichnete Entwicklungsperspektiven frühzeitig reagiert werden und Unterbrechungen von wichtigen Auflagen werden vermieden.

Die richtige Lage und insbesondere die Größe eines Einkaufsbereichs sind entscheidend für die Attraktivität. Gerade in Mittelstädten wird heute keine zu lange Einkaufszone akzeptiert. Zielsetzung sollte es sein, eine Konzentration auf diejenigen Bereiche vorzunehmen, für die ein durchgehender und gut frequentierter Geschäftsbesatz langfristig realistisch erwartet werden kann. Durchgehende Schaufensterfronten bzw. die Dominanz von Einzelhandelsgeschäften sorgen für ein angenehmes Einkaufserlebnis und unterstützen somit eine gleich bleibende Passantenfrequenz. Die Herausbildung und räumliche Konzentration eines Stadtzentrums im geographischen Mittelpunkt der Stadt, im Wesentlichen entlang der Graf-Salm-Straße unter Einbeziehung der Lindenstraße bis zur Erftstraße, sollte in diesem Zusammenhang erklärtes Ziel der Bedburger Stadtentwicklung sein.

Abgrenzung des Hauptzentrums

Dadurch, dass der zentrale Versorgungsbereich im Osten zudem das Schloss, den Schlosspark und den Schlossparkplatz einbezieht, soll eine stärkere funktionale Verknüpfung des Haupteinkaufsbereichs mit dem Schwerpunkt Kultur im Bereich von Schloss Bedburg ermöglicht werden. In diesem Zusammenhang findet der städtebauliche Rahmenplan für den Ortskern Bedburg Berücksichtigung, bei dem der Schlossparkplatz zum neuen Stadteingangsbereich umfunktioniert werden soll. Hierbei soll der Schlossparkplatz Teil eines „Rundlaufs“ zwischen Parkplatz, Schloss und Graf-Salm-Straße werden. Voraussetzung ist, das Schloss in seinem publikumswirksamen und touristischen Profil zu stärken, Sichtbeziehungen herzustellen und den Durchgang vom Parkplatz zur Graf-Salm-Straße als Stadteingang zu gestalten.

Im Hinblick auf die räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten gilt es zu beachten, dass einzelne derzeit un- oder mindergenutzte Flächen bereits heute oder perspektivisch für eine Einzelhandelsnutzung zur Verfügung stehen.³¹ Aufgrund des insgesamt begrenzten ökonomischen Entwicklungsspielraums wird empfohlen, nur die unmittelbar an den bisher schon durch Einzelhandel geprägten Bereich gelegenen Flächen in den zentralen Versorgungsbereich einzubeziehen.

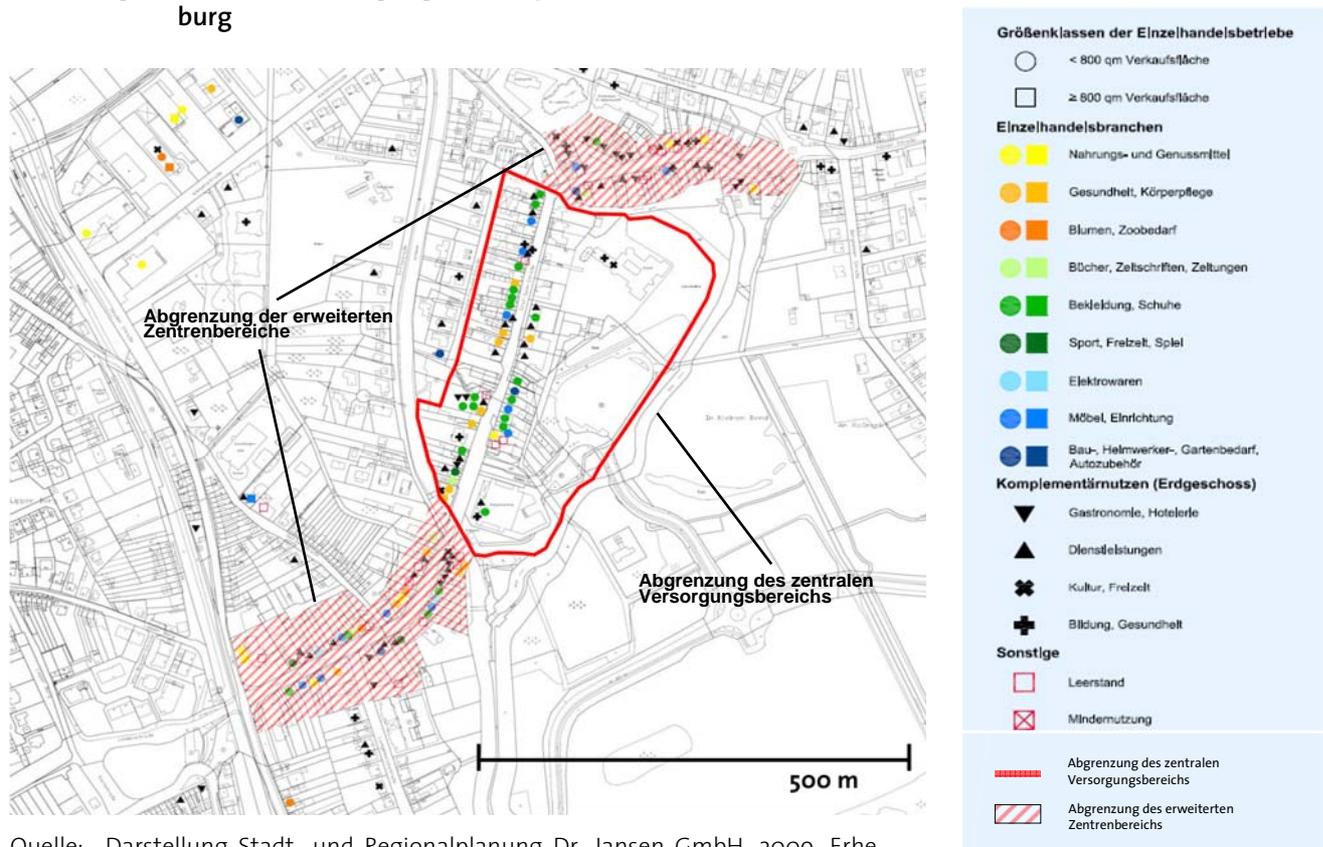
Unter der Ägide, noch vorhandene Potenziale optimal zu nutzen, sollte die zukünftige Einzelhandelsentwicklung auf den zuletzt ge-

Bedeutung der Abgrenzung

³¹ Eine detaillierte Bewertung der innerhalb des Hauptzentrums vorliegenden Entwicklungsflächen erfolgt an späterer Stelle innerhalb dieses Kapitels.

nannten Teilabschnitt der Graf-Salm-Straße bzw. Lindenstraße beschränkt bleiben. Das bedeutet, dass zukünftig großflächige Einzelhandelsbetriebe - also Betriebe mit mehr als 800 qm Verkaufsfläche - mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten nur noch innerhalb dieser Abgrenzung angesiedelt werden dürfen. Durch diese Zielsetzung der Einzelhandelsentwicklung sollen Fehlentwicklungen - wie z. B. die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in der Wiesenstraße - in der Stadt Bedburg in Zukunft verhindert werden.

Abbildung 29 Räumliche Festlegung des Hauptzentrums Innenstadt Bedburg



Neben der Abgrenzung des eigentlichen zentralen Versorgungsbereichs werden zudem erweiterte Zentrenbereiche ausgewiesen. Hierdurch wird die Versorgungsbedeutung des in diesen Bereichen ansässigen Handelsbesatzes berücksichtigt. Zudem wird als Zielsetzung für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in diesen Bereichen empfohlen, dass hier zukünftig keine großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten angesiedelt werden dürfen. Es wird davon ausgegangen, dass hierdurch keine Nachteile für die nördlich und südlich angrenzenden Abschnitte (Friedrich-Wilhelm-Straße, Lindenstraße) entstehen. Vielmehr ist die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in diesen Standortbereichen aufgrund der kleinteiligen Flächenstruktur und Besitzverhältnissen nicht zu erwarten. Den-

erweiterte Zentrenbereiche

noch soll versucht werden, die sich aus den hier vorliegenden Versorgungseinrichtungen ergebene Wertigkeit dieser Lagen durch eine Einstufung als erweiterter Zentrenbereich darzustellen. In diesem Zusammenhang sollte nach Schließung des Bahnübergangs eine Erhöhung der Aufenthaltsqualität in der Lindenstraße durch städtebauliche Aufwertungsmaßnahmen eingeleitet werden.

8.7.3 Angebotssituation des Hauptzentrums Bedburg

Innerhalb der Stadt Bedburg übernimmt das Hauptzentrum Innenstadt wesentliche Versorgungsfunktionen. Es stellt mit einem differenzierten Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz - ergänzt um Gastronomie - das größte zusammenhängende Versorgungszentrum der Stadt Bedburg dar. Somit kommt dem Hauptzentrum im Vergleich zum Stadtteilzentrum Kaster und anderen Standortbereichen im Stadtgebiet die größte Versorgungsbedeutung zu

Versorgungsbedeutung

Insgesamt sind im Hauptzentrum Bedburg 33 Betriebe des Einzelhandels und Ladenhandwerks ansässig (ca. 21 % aller Betriebe der Stadt Bedburg), die einen Umsatz von ca. 14,5 Mio. EUR pro Jahr (ca. 13 % des Gesamtumsatzes in der Stadt Bedburg) erwirtschaften und mit ca. 4.990 qm Verkaufsfläche einen Anteil von ca. 13 % an der im Stadtgebiet durch Einzelhandel genutzten Fläche darstellen.

Angebotssituation

Tabelle 17 Einzelhandelssituation im Hauptzentrum Bedburg

Sortimentsgruppe	Betriebe	Betriebe	Verkaufs- fläche	Verkaufs- fläche
	abs.	(in %)	(in qm)	(in %)
nahversorgungsrelevant	7	21	780	16
zentrenrelevant	19	58	2.730	55
nicht zentrenrelevant	7	21	1.480	29
Summe	33	100	4.990	100

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2009, Erhebungsstand März 2009

Der Angebotsschwerpunkt der Betriebe im Hauptzentrum Bedburg liegt bei den zentrenrelevanten Sortimenten, auf die ca. 58 % der Betriebe und ca. 55 % der Verkaufsfläche im Versorgungszentrum entfallen. Auch Betriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment sind mit ca. 21 % Betriebsstätten- und ca. 29 % Verkaufsflächenanteil bedeutsam. Angebote des nahversorgungsrelevanten Bedarfs hingegen sind demgegenüber etwas nachgeordnet.

Angebotsschwerpunkte

Abbildung 30 Sortimentsstruktur des Hauptzentrums Bedburg



Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2009, Erhebungsstand März 2009

Als Magnetbetriebe fungieren im Hauptzentrum Bedburg v. a. ein größerer Textilfachmarkt (KiK) sowie weitere Fachgeschäfte und -märkte aus dem Drogerie-, Bekleidungs- und Schuhsegment. Spezialisierte filialisierte oder inhabergeführte Betriebe mit mittelgroßen Verkaufsflächen sind in weiteren Sortimenten (z. B. Drogeriewaren, Fahrräder, Spielwaren) zu finden. Ein Magnetbetrieb des Nahrungs- und Genussmittelsektors, der eine hohe Frequenz entfalten kann, ist im Hauptzentrum nicht verortet.

Magnetbetriebe im Hauptzentrum

Ergänzt werden die Einzelhandelsangebote im Hauptzentrum Bedburg durch 39 Komplementärnutzungen, die - allerdings nachgeordnet - auch als Frequenzbringer für das Hauptzentrum anzusehen sind.

Komplementärnutzungen

Tabelle 18 Komplementärnutzungen und Leerstände im Hauptzentrum Bedburg

Sortimentsgruppe	Anzahl der Betriebe		Ausgewählte Angebote
	gesamt	davon EG*	
Gastronomie, Hotellerie	3	3	Cafés, Fast Food
Dienstleistungen	20	14	Friseure, Versicherungen, Banken, Reisebüros
Kultur, Freizeit	2	2	Schloss
Bildung, Gesundheit	14	5	Fachärzte, sonstige gesundheitsbezogene Dienstleistungen
Gesamt	39	24	

* Erdgeschoss

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2009, Erhebungsstand März 2009

Im Hauptzentrum befinden sich insgesamt 57 Erdgeschossnutzungen (Einzelhandel und Komplementärnutzungen). Darüber hinaus ist auf vier Leerstände hinzuweisen. Aus dem Verhältnis der vier Leerstände und der insgesamt 57 in den Erdgeschossen befindlichen Gewerbeflächen des Hauptzentrums ergibt sich eine Leerstands-

Leerstandsquote

quote von ca. 7 %, die deutlich unter dem Durchschnittswert vergleichbarer Einkaufsstädte liegt.³²

Tabelle 19 Nutzungsstruktur im Hauptzentrum Neue Stadtmitte

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen	
	Summe	davon EG*
Einzelhandel	33	33
Komplementärnutzungen	39	24
Leerstände	4	4
Summe	76	61

*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2009, Erhebungsstand März 2009

8.7.4 Prüfstandorte im Hauptzentrum Bedburg

Bei der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs wurden für die Weiterentwicklung der Einzelhandelsstruktur der Stadt Bedburg neben dem tatsächlichen Einzelhandelsbestand auch städtebaulich-funktional vertretbare Potenzialflächen für Erweiterungszwecke berücksichtigt.

Hintergrund der Bewertung

Bei der Bewertung der Eignung von Potenzialstandorten für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung im Hauptzentrum Bedburg sind folgende Aspekte zu berücksichtigen:

übergeordnete Prüfaspekte

- Für die Stadt Bedburg konnte ein nur begrenzter Verkaufsflächenbedarf von insgesamt ca. 2.500 qm bis zum Jahr 2020 errechnet werden.³³ In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass es sich bei den Empfehlungen um Prognosedaten einer Modellrechnung handelt, die den Entwicklungsrahmen grob abstecken und als Orientierungswerte gelten. So sind v. a. im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente die ermittelten Verkaufsflächenbedarfe dann auszuweiten, wenn damit eine deutliche (jedoch mit der landesplanerisch zugewiesenen Funktion als Mittelzentrum zu vereinbarende) Stärkung der Marktbedeutung des Bedburger Einzelhandels zu erwarten ist. Über die Prognosewerte hinausgehende Erweiterungen können je-

³² Nach Erfahrungswerten der Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH ist bei einer Leerstandsquote von bis zu ca. 10 % von einer „normalen“ Geschäftsfrequenz auszugehen.

³³ Wie bereits angeführt, bezieht sich die Ergänzungsfläche auf die Verkaufsflächenausstattung zum Zeitpunkt der Erhebung im März 2009. Durch Betriebsaufgabe nach Abschluss der Erhebung frei gewordenen Verkaufsflächen können somit dem errechneten Verkaufsflächenzusatzbedarf hinzugefügt werden. Andererseits sind ggf. zwischenzeitlich durch Betriebsansiedlungen bzw. -vergrößerungen hinzugewonnenen Verkaufsflächen abzuziehen.

doch ggf. stärkere Umverteilungseffekte bei ansässigen Betrieben auslösen, so dass für größere Ansiedlungsvorhaben eine vorhabenbezogene Wirkungsanalyse heranzuziehen ist.

- Auch sollte der Wiederbelegung vorhandener Leerstände mit Einzelhandel eine größere Priorität eingeräumt werden als der Erschließung neuer Einzelhandelsstandorte.

Abbildung 31 Prüfstandorte im Hauptzentrum Bedburg



Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2009, Erhebungsstand März 2009

In Abstimmung mit der Stadt Bedburg werden nachfolgend zwei Standorte im Hauptzentrum im Hinblick auf ihre Standorteignung für Einzelhandelsnutzungen bewertet. Die nachfolgende qualitative Bewertung der Prüfstandorte ersetzt jedoch keine Einzelfallprüfung eines konkreten Ansiedlungsvorhabens.

zwei innerstädtische Prüfstandorte

Der Prüfstandort 1 ist aufgrund seiner zentralen Lage innerhalb des Hauptzentrums aus gutachterlicher Sicht in besonderem Maße für einzelhandelsbezogene Nutzungen geeignet. Diese Entwicklungsfläche sollte bis 2020 für die Einzelhandelsentwicklung in der Neue Stadtmitte größte Priorität haben.

Bewertung der Prüfstandorte

Der Standort 2 befindet sich südlich von Planstandort 1. Aufgrund der Standortvoraussetzungen und der städtebaulichen Zielsetzungen ist dieser Standort ebenfalls für die Ansiedlung von Einzelhandel geeignet. Alternativ besteht die Möglichkeit, hier ein Service- und Dienstleistungszentrum anzusiedeln.

8.7.5 Stärken-Schwächen-Profil

In der Gesamtbetrachtung der Angebots- und Standortqualitäten des Hauptzentrums Bedburg ergeben sich folgende prägenden Stärken:

- + Gewachsener Ortskern mit identifikationsstiftender Bebauung
- + breiteres und tieferes Versorgungsangebot
- + Potenzialflächen zur Ergänzung des Einzelhandels und weiterer Nutzungen vorhanden
- + Impulse aus Umsetzung des städtebaulichen Entwicklungskonzepts

Hingegen lassen sich folgende Schwächen feststellen, deren Effekte derzeit die Stärken zu überlagern scheinen:

- Verkehrsbelastung
- derzeit fehlender Rundlauf
- räumliche Trennung von Ortskern und dem touristisch bedeutsamen Bereich
- Leerstände und Mindernutzungen im zentralen Versorgungsbe- reich
- langgezogene Bandstruktur mit Versorgungsangeboten

8.7.6 Handlungsempfehlungen

Für die künftige Weiterentwicklung des Einzelhandels in Bedburg wird eine Konzentration der - v. a. großflächigen - zentrenrelevanten Sortimente auf das Hauptzentrum empfohlen, damit optimale Verbundwirkungen entstehen und Erledigungen im Rahmen des fußläufigen Einkaufs getätigt werden können. Auch im Hinblick auf die Verbraucherwünsche erscheint eine solche Angebotsbündelung sinnvoll und notwendig, damit unnötige Verkehrsvorgänge vermieden und eine größtmögliche Angebotsvielfalt in fußläufiger Erreichbarkeit innerhalb des Hauptzentrums ermöglicht wird. Die formulierten Zielsetzungen sollten durch entsprechende Anpassung der Bebauungspläne umgesetzt werden.

Angebotskonzentration

Das bedeutet, dass die aufgezeigten möglichen Angebotsergänzungen bei den zentrenrelevanten Sortimenten im Hauptzentrum von Bedburg realisiert werden sollten. Orientiert man sich an dem Positiv-Szenario (B), so sind folgende Entwicklungen zur Arrondierung des Angebots innerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs sinnvoll:

Angebotsergänzungen

- Ansiedlung eines größeren Lebensmittelmarktes mit Magnetfunktionen für das gesamte Zentrum.
- Ergänzung von Lebensmittelspezialanbietern, möglichst frischeorientiert und mit angeschlossener (Schnell-)Gastronomie
- Ausweitung des Angebots im Bereich Gesundheit und Körperpflege

- Umfassende Angebotsergänzungen, v. a. in den innenstadtprägenden Sortimenten Bekleidung und Schuhe
- Geringfügige Ausweitung des Angebots bei Spiel und Freizeit
- Größere Angebotsergänzungen bei Elektrowaren
- Ausweitung des Angebots bei Hausrat/ Geschenken, Haus- und Heimtextilien, ggf. Kunst/ Antiquitäten

Es sollte die Zielsetzung verfolgt werden, in den innerstädtischen Schlüsselbranchen (hier: Lebensmittel, Drogerie, Textil, Schuhe, Hausrat) nicht nur kleinteilige Betriebe anzusiedeln oder auszuweiten, sondern auch größere Betriebseinheiten mit Magnetwirkung zu platzieren.

Ansiedlung von Magnetbetrieben

Es ist darauf zu verweisen, dass eine erfolgreiche Realisierung dieser Marktchancen auch kundenorientierte und zeitgemäße Betriebskonzepte voraussetzt. Zudem sollten einzelbetriebliche Marketingaktivitäten genutzt werden, um die Marktausschöpfung zu verbessern und die Kundenanbindung zu intensivieren.

In Ergänzung des Angebotsausbaus ist eine qualitative Verbesserung der Versorgung anzustreben, um die Attraktivität des Hauptzentrums zu steigern. Nur wenn sich die bestehenden Betriebe neu positionieren, wird es ihnen gelingen, an der Impulswirkung neuer Angebote zu partizipieren.

Neben den Veränderungen im Einzelhandelsbestand sind folgende Aufwertungsmaßnahmen zu empfehlen:

Aufwertungsmaßnahmen

- Schaffung markanter Eingangssituationen für den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Bedburg; Vereinheitlichung von Oberflächengestaltung und Möblierung, um die Geschlossenheit der Versorgungslage zu dokumentieren
- Verbesserung der fußläufigen Erlebbarkeit des gesamten Hauptzentrums
- Gestaltung eines Rundlaufs und Erhöhung der Aufenthaltsqualität durch kommunikationsfördernde Plätze, z. B. Ruhebereiche und Spielmöglichkeiten für Kinder
- systematische Unterstützung kleinstrukturierter Einzelhandelsbetriebe (Wirtschaftsförderung, Netzwerke)
- Unterstützung von Außengastronomie, insbesondere von Betrieben mit höherwertigem außenwirksamen Erscheinungsbild (Bestuhlung, Begrünung, Markisen/ sonst. Sonnenschutz)

Aufgrund des hohen Handlungsbedarfs im öffentlichen Raum wird die Umsetzung des städtebaulichen Handlungs-/ Entwicklungskonzepts für den zentralen Versorgungsbereich empfohlen. In Ergänzung könnte eine Werbe- oder Gestaltungssatzung auch privaten Eigentümern und Betreibern Hilfestellungen an die Hand geben.

8.8 Stadtteilzentrum Kaster

8.8.1 Übergeordnete Rahmenbedingungen

Die Gründung von (Alt-)Kaster geht in das 12. Jahrhundert zurück und vermittelt noch heute ein geschlossenes Bild einer mittelalterlichen Stadt mit Burg, alten Giebelhäusern und einer Stadtbefestigung aus Wall, Graben, Stadttoren und Rundtürmen. Neben der Ortschaft Alt-Kaster entstand ab 1960 der Stadtteil Kaster als Wohnsiedlung mit einem Geschäfts- und Verwaltungszentrum für die umliegenden Ortsteile. Der neue Stadtteil entstand im Zuge weitgreifender Umsiedlungsmaßnahmen als Ersatz für umliegende Ortschaften, die dem Braunkohleabbau weichen mussten.

Für Kaster haben verschiedene aktuelle und raumbedeutsame Entwicklungen, Bürgerinteressen, die entwicklungsstrategischen Ziele der Stadt sowie die insgesamt unbefriedigende städtebauliche Struktur im Stadtteilzentrum Kaster Anlass gegeben, einen städtebaulichen Realisierungswettbewerb auszuloben. Den Wettbewerb „St.-Rochus-Straße Marktplatz Kaster“ konnte das Büro RAUMPLAN aus Aachen für sich entscheiden. Im Rahmen des Wettbewerbs waren die Planer aufgefordert, Entwicklungsperspektiven für das Stadtteilzentrum aufzuzeigen.

Die Ergebnisse des Wettbewerbs dienen im Sinne eines städtebaulichen Entwicklungskonzepts als Grundlage für die Bestimmung notwendiger Maßnahmen (integriertes Handlungskonzept) im Rahmen des Aufwertungsprozesses. Mit diesem Prozess werden verschiedene Zielsetzungen verfolgt:

- Attraktivitätssteigerung des Stadtteilzentrums und damit Erhöhung der Nutzungsvielfalt des öffentlichen Raums als Erlebnisraum sowie eine Steigerung der wirtschaftlichen Funktionen
- städtebauliche Aufwertung und Umgestaltung der St.-Rochus-Straße im zentralen (Einkaufs-)Bereich um Marktplatz und Rathaus, Erhöhung der Aufenthaltsqualität,
- Stärkung des Einzelhandels durch nachhaltige Sicherung des Versorgungsstandorts im zentralen Bereich von Kaster, Ergänzung der Angebote und Stärkung des Profils
- Erweitertes Angebot an Flächen für Dienstleistungs- und Serviceeinrichtungen zur Steigerung der Zentralität
- Erschließung von Wohnbauflächen in zentraler Lage durch Ausschöpfung vorhandener Flächenpotenziale, Nutzungsoptimierung im Bereich heutiger Sport- und Freizeitanlagen am nordöstlichen Rand des Stadtteilzentrums und
- Verbesserung der Verknüpfung des Stadtteilzentrums mit Alt-Kaster.

Die städtebauliche Struktur im Ortsteilzentrum ist an der St.-Rochus-Straße aktuell geprägt durch eine durchgehende Einzelhandelsnutzung auf der südlichen Straßenseite, die im Westen durch ein Möbelhaus sowie einen Supermarkt begrenzt ist und Wohnnut-

Historie

Städtebaulicher Realisierungswettbewerb St.-Rochus-Straße Marktplatz Kaster



Wettbewerbsergebnisse



städttebauliche Struktur

zungen im Wechsel mit Einzelhandel sowie das Rathaus auf der nördlichen Seite. Der (Straßen-) Raum ist insgesamt sehr weitläufig gefasst, eine klassische Auflage im Sinne einer zentralen Versorgungsfunktion (wie z. B. bei Fußgängerzonen oder verkehrsberuhigten Geschäftsstraßen in Stadtzentren) ist wegen der Barrierewirkung der Verkehrsflächen nur eingeschränkt vorhanden. Die Einzelhandelsnutzung ist im Wesentlichen auf die Nahversorgung, d. h. den kurzfristigen Bedarf ausgelegt.

8.8.2 Einzelhandelsausstattung und Nutzungsstruktur

Insgesamt 16 Einzelhandelsbetriebe sind dem Stadtteilzentrum Kaster zugeordnet. Dies ist mit ca. zehn Prozent der Betriebe in Bedburg gleichzusetzen. Die Verkaufsfläche von ca. 4.035 qm stellt ca. elf Prozent der Gesamtverkaufsfläche der Stadt dar. Der jährliche Bruttoumsatz liegt bei ca. 14,3 Mio. EUR, was ca. 12 - 13 % des Gesamtumsatzes entspricht.

Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt bei ca. 250 qm pro Betrieb, was für ein Stadtteilzentrum als durchschnittlich zu bewerten ist und die tatsächliche Angebotsstruktur mit zwei großflächigen Anbietern und einer größeren Anzahl kleinstrukturierter Einzelhandelsbetriebe widerspiegelt.

Angebotsituation



Tabelle 20 Angebotssituation im Stadtteilzentrum Kaster (Erdgeschossnutzungen)

Einzelhandelsbetriebe	16
gesamstädtischer Betriebsanteil	10 %
Verkaufsfläche	4.035 qm
gesamstädtischer Verkaufsflächenanteil	11 %
Umsatz	14,3 Mio. EUR
gesamstädtischer Umsatzanteil	12 - 13 %
Komplementärnutzungen	18

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2009, Erhebungsstand März 2009

Der Angebotsschwerpunkt liegt mit mehr als der Hälfte der Gesamtverkaufsfläche im Stadtteilzentrum Kaster bei den nahversorgungsrelevanten Angeboten. Der Anteil der zentrenrelevanten Sortimente liegt bei ca. elf Prozent. Der Verkaufsflächenanteil der nicht zentrenrelevanten Sortimente liegt bei ca. 38 %. Diese große Bedeutung der nicht zentrenrelevanten Sortimente lässt sich v. a. mit dem hier ansässigen großflächigen Möbelanbieter (Europa Möbel Conrads) begründen.

Angebotsschwerpunkte

Abbildung 32 Sortimentsstruktur des Stadtteilzentrums Kaster



Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2009, Erhebungsstand März 2009

Die Frequenz im Stadtteilzentrum wird durch einen großflächigen Lebensmittelvollsortimenter (Rewe) und einem kleineren Drogeriemarkt (Schlecker) gesichert. Kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe runden das Angebot ab.

Das Angebot an Komplementärnutzungen ist mit 18 Anbietern im Vergleich zum Einzelhandelsangebot hoch. Leerstände lagen zum Zeitpunkt der Erhebung im März 2009 nicht vor.

Magnetbetriebe



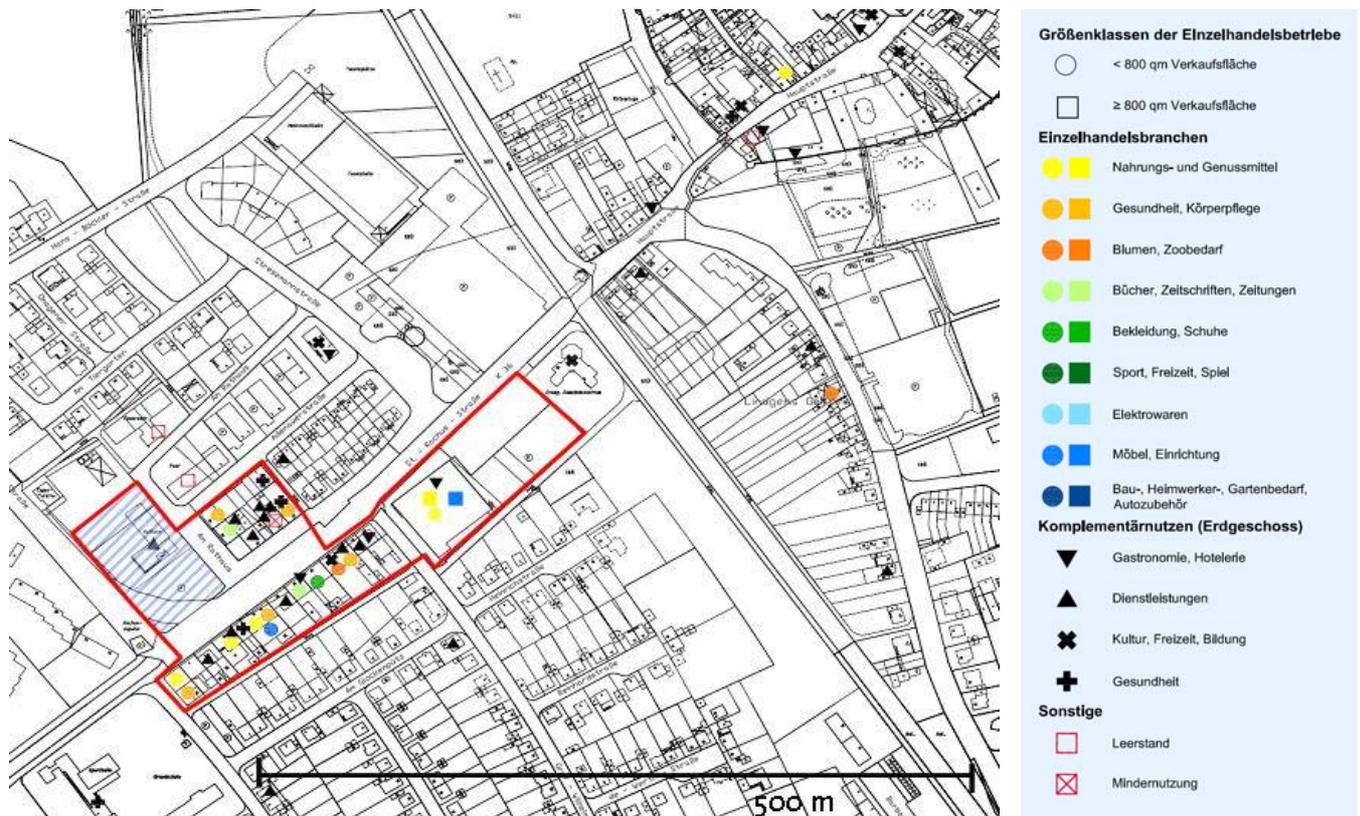
8.8.3 Räumliche Abgrenzung des Stadtteilzentrums Kaster

Das Stadtteilzentrum Kaster liegt im Stadtteil Kaster. Das Zentrum erstreckt sich entlang der St.-Rochus-Straße zwischen der Harfer-Schloss-Allee im Westen und Barbarastraße im Osten. Die Abgrenzung orientiert sich am tatsächlich vorliegenden Handelsbesatz und der vorliegenden Entwicklungsfläche (Rathausparkplatz).

Lage und räumliche Festlegung

Mit der Definition des zentralen Versorgungsbereichs in Kaster wird das städtebauliche Ziel verfolgt, die stadtteilbezogenen Angebote zu bündeln, um langfristig einen klar ablesbaren Ortskern und eine erkennbare Mitte für den Stadtteil Kaster zu erhalten und zu stärken.

Abbildung 33 Räumliche Festlegung des Stadtteilzentrums Kaster



Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010, Erhebungsstand März 2009, Kartengrundlage: Stadt Bedburg

8.8.4 Stärken-Schwächen-Profil

Die aktuelle Situation im Stadtteilzentrum Kaster ist durch folgende prägenden Stärken gekennzeichnet:

- + ausgeprägter nahversorgungsrelevanter Besitz mit privaten Handels- und Dienstleistungsangeboten
- + Rathaus als frequenzerzeugende öffentliche Einrichtung
- + Konzentration der Versorgungseinrichtungen auf fußläufig erlebbaren Raum
- + Platzbereich/ Gehwegbreiten, die Außengastronomie ermöglichen
- + Impulse aus Umsetzung des städtebaulichen Entwicklungskonzepts

Auch für das Ortszentrum Kaster ergeben sich Schwächen, die die Ausstrahlungskraft dieser Einkaufslage mindern:

- hohe Verkehrsbelastung
- keine identifikationsstiftende Bebauung
- aktuell nur eingeschränkte Urbanität und Aufenthaltsqualität

8.8.5 Handlungsempfehlungen

Die Bestandsbewertung hat gezeigt, dass das Zentrum des Stadtteils Kaster überwiegend Nahversorgungsfunktionen übernimmt. Das Zentrum wird aufgrund des guten Betriebstypenmixes als funktional bewertet, wenngleich eine über die Nahversorgung hinausgehende Versorgungsfunktion aufgrund der vergleichsweise geringen Einwohnerzahlen im siedlungsräumlichen Einzugsbereich - Stadtteile Kaster und Königshoven mit ca. 7.600 Einwohner - der zu erwartenden Konkurrenz mit dem Hauptzentrum und aufgrund eingeschränkter Angebote im mittel- und langfristigen Bedarfsgüterbereich nicht zu definieren ist.

Die handelswirtschaftlichen Spielräume für eine Angebotsausweitung im Stadtgebiet Bedburg sind insgesamt gering. Die Funktionsteilung zwischen den beiden zentralen Versorgungsbereichen sieht vor, dass sich Kaster künftig vornehmlich auf die Wahrnehmung von Nahversorgungsaufgaben konzentriert. Daher wird empfohlen, den Angebotsausbau v. a. im Segment der nahversorgungsrelevanten Sortimente zu konzentrieren.

Eine moderate Angebotsarrondierung durch kleinere Handels- und Dienstleistungsbetriebe im abgegrenzten Teilbereich im Sinne einer Verdichtung ist auch weiterhin sinnvoll, sollte aber - um eine stärkere Fluktuation zu vermeiden - die begrenzten Kaufkraftpotenziale im Einzugsbereich dieses Zentrums berücksichtigen. Für die Funktionsstärkung dieses zentralen Versorgungsbereichs ist zudem eine städtebauliche Aufwertung besonders wichtig; sie dürfte auch den Impuls für weitere Ansiedlungen geben bzw. den Bestand stärken. Insgesamt sind folgende Einzelschritte zu empfehlen:

- Erhalt und Stärkung der Versorgungsstrukturen durch Ansiedlung eines weiteren nahversorgungsrelevanten Magnetbetriebs
- Aufwertung des öffentlichen Raums innerhalb des abgegrenzten Versorgungsbereichs, um dem Anspruch an eine zentrale Versorgungslage gerecht zu werden (→ Erhöhung der Urbanität und Aufenthaltsqualität)

Es sollte die Zielsetzung verfolgt werden, den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich so zu gestalten, dass er dem umfassenden Anspruch an die Versorgungslage gerecht wird.

9 Ergänzende Nahversorgung

Unter „Nahversorgung“ wird die Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs verstanden. Zur Grund- und Nahversorgung zählen in erster Linie Einzelhandelsbetriebe mit dem Sortimentsschwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel einschließlich der Betriebe des Nahrungsmittelhandwerks sowie mit Drogerie- und Kosmetikwaren. Die Nahversorgung umfasst im weiteren Sinne auch Dienstleistungen des täglichen Bedarfs wie Postdienste, Geldinstitute und Gastronomieangebote.

Nahversorgung

Die Nahversorgung ist ein wichtiger Bestandteil der gesellschaftlichen Teilhabe. Ihre Sicherstellung gewährleistet die im Grundgesetz geforderte „Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse“. Fehlen Möglichkeiten der täglichen Versorgung, ist zumeist der übrige Bestand an Dienstleistungen und Einrichtungen gefährdet, weil Kundenfrequenzen sich verringern und die Leerstandsquote zunimmt. Diese Abhängigkeiten nehmen mit der Größe und Leistungsfähigkeit eines Lebensmittel-SB-Betriebs als Frequenzträger zu, da der umliegend kleinteilig strukturierte ergänzende Handels- und Dienstleistungsbereich i. d. R. keine ausreichende Publikumswirkung entfaltet. Die Zentren verlieren mit dem Weggang ihres Frequenzträgers ihre Funktion als Knotenpunkt des Handels, der Dienstleistungen, der Wirtschaft sowie als Orte der Kommunikation (Sozialfunktion der Nahversorgung). Das Wegbrechen von Versorgungsstrukturen geht daher mit einem Verlust an Lebensqualität einher. Entscheidend für die Funktionsfähigkeit von Nahversorgungszentren ist eine integrierte Lage mit städtebaulicher Qualität sowie die gute Erreichbarkeit. Nur in integrierter Lage sind Nahversorgungsangebote auch für weniger mobile Bevölkerungsteile zu erreichen. Je nach städtebaulicher Qualität des Standorts nimmt die Attraktivität der Erreichbarkeit ab oder zu. Gerade ältere Bevölkerungsteile oder junge Familien sind neben der fußläufigen Erreichbarkeit insbesondere auf eine gute Anbindung des öffentlichen Personennahverkehrs angewiesen.

Für die Bewertung der Nahversorgungssituation ergeben sich folgende Kriterien:

Bewertungskriterien

- Verkaufsflächenausstattung
- Vielfalt des Angebots, unterschiedliche Betriebsformen
- Erreichbarkeit
- Integrierte Lage und städtebauliche Qualität

Die Bewertung konzentriert sich auf die Lebensmittelbranche, da sie Leitfunktion für die Nahversorgungsqualität und die Funktionsfähigkeit von Nahversorgungslagen übernimmt. Zudem kann in diesem Sektor auf bundesweite Vergleichsdaten zurückgegriffen werden.

Im Hinblick auf die Zentrenhierarchie übernehmen die beiden zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Bedburg wesentliche Nahversorgungsfunktionen. Darüber hinaus ist in der Stadt Bedburg auf weitere Versorgungsstandorte hinzuweisen.

Nahversorgungsfunktionen der zentralen Versorgungsbereiche

9.1 Ergänzende Nahversorgungsstandorte in der Stadt Bedburg

Über die zentralen Versorgungsbereiche hinaus bestehen in der Stadt Bedburg weitere Versorgungsstandorte, die die nahversorgungsrelevante Angebotsstruktur stärken. Für die Bewertung solcher nahversorgungsrelevanten Ergänzungsstandorte sind folgende Kriterien von Bedeutung:

Kriterien nahversorgungsrelevanter Ergänzungsstandorte

- Angebote des täglichen Bedarfs sollten vorgehalten werden: Besatz besteht aus Solitärbetrieb (Discounter, Supermarkt) oft mit ergänzenden kleinteiligen Angeboten (z. B. Bäckerei, Metzgerei)
- evtl. können einzelne wohnungsnaher Dienstleister und/ oder gastronomische Betriebe vorhanden sein
- fußläufige Erreichbarkeit ist gegeben; wünschenswert (weil perspektivisch zur Tragfähigkeit eines größeren Nahversorgungsbetriebs erforderlich) sind ca. 4.000 Einwohner im Nahbereich.³⁴

In Bezug auf die fußläufige Erreichbarkeit wird in der Stadt Bedburg ein 700 m-Radius als maximal zumutbare fußläufige Entfernung zu einem Lebensmittelanbieter definiert, dies entspricht ca. 10 - 15 Gehminuten.³⁵ Der tatsächliche Zeitaufwand hängt dabei auch vom Alter, gesundheitlichen Zustand der Kunden und den tatsächlichen Wegebeziehungen ab.

fußläufige Erreichbarkeit

In der folgenden Karte wurden 700 m-Radien aller strukturprägenden Lebensmittelanbieter dargestellt, um auch die Nahversorgungsangebote unter Entfernungsaspekten bewerten zu können. Der Karte ist zu entnehmen, dass sich alle strukturprägenden Lebensmittelanbieter in Bedburg auf den Siedlungskörper Bedburg/Kaster konzentrieren, so dass hier weite Teile des Siedlungsgebiets über einen „wohnungsnahen“ Lebensmittelanbieter verfügen. Hier überschneiden sich die Einzugsbereiche der Lebensmittel-SB-Betriebe, so dass dort mehr als ein Anbieter fußläufig entfernt liegt. Da sich alle strukturprägenden Lebensmittelanbieter der Stadt

strukturprägende Lebensmittelanbieter

³⁴ Aus datentechnischen Gründen konnten die Einwohnerzahlen im Nahbereich der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in der Stadt Bedburg zur Bewertung der Nahversorgungsrelevanz der Anbieter nicht hinzugezogen werden.

³⁵ Die zumutbare Grenze von 10 Gehminuten wird auch im Einzelhandelserlass des Landes Nordrhein-Westfalen genannt. Legt man eine durchschnittliche Laufgeschwindigkeit von ca. 5,5 km/ h bzw. ca. 1,5 m/ sec zu Grunde, kann in 10 Minuten eine Distanz von ca. 900 m zurückgelegt werden. Vgl. Gem. Rd. Erl. d. Ministeriums für Umwelt, Raumordnung und Landwirtschaft u. d. Ministerium für Bauen und Wohnen: Ansiedlung von Einzelhandelsgroßbetrieben; Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass) vom 07.05.1996, in: Ministerialblatt für das Land NRW.

Bedburg auf die Kernstadt konzentrieren, verfügen die weiter abgelegenen Siedlungsbereiche, wie Kirchtroisdorf, Kleintroisdorf, Pütz, Grottenherten, Kirchherten und Rath, über keinen adäquaten Nahversorger.

Insgesamt gibt es in der Stadt Bedburg im Stadtgebiet folgende Versorgungsstandorte, die auf ihre Nahversorgungsbedeutung zu überprüfen sind:

- REAL, Bahnstraße (ASB)
- Rewe, St.-Rochus-Straße (ASB)
- Rewe, Neusser Straße (ASB)
- Lidl, Wiesenstraße (ASB)
- Aldi, Wiesenstraße (ASB)
- Plus, Adolf-Silverberg-Straße (ASB).³⁶

Die o. a. strukturprägenden Lebensmittelanbieter sind alle dem Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB) zugeordnet. Hierbei erreichen vor allem der Aldi und der Lidl in der Wiesenstraße und der Plus in der Adolf-Silverberg-Straße nur ein sehr eingeschränktes fußläufiges Einzugsgebiet. Insgesamt sind diese Standorte als autokundenorientierte Standorte einzustufen sind.

nahversorgungsrelevante Versorgungsstandorte

9.2 Exkurs: Standortentscheidungen und Tragfähigkeit von frequenzstarken Nahversorgungsbetrieben

Die Größe der Betriebseinheiten, die im Zusammenhang mit den gestiegenen Anforderungen an die Tragfähigkeit steht, hat sich in den letzten Jahren sukzessive erhöht. Neue Lebensmitteldiscounter fordern heute eine Verkaufsfläche von 800 bis 1.200 qm, 5.000 qm Grundstücksfläche und die Lage an einer Hauptverkehrsstraße mit umfangreichem Parkplatzangebot. Vollsortimenter werden aktuell meist in Größenordnungen zwischen 1.200 qm und 2.500 qm Verkaufsfläche realisiert. Für diese Betriebsgrößen ist es zunehmend schwierig geworden, adäquate Entwicklungsflächen in den gewachsenen Zentren zu finden. Dies betrifft auch mögliche Erweiterungsflächen bestehender Betriebe.

Derzeit verlaufen im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel folgende vier Entwicklungstrends parallel:

Entwicklungstrends

Das Ernährungs- und Einkaufsverhalten der Verbraucher ist im Umbruch. Immer mehr Anbieter profilieren sich mit hochwertigem Food-Service für den Sofortverzehr mit einer so genannten Markt-Gastronomie.

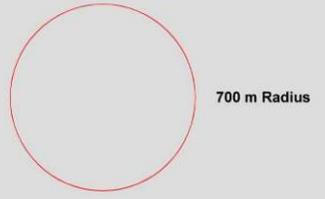
große Vollsortimenter

³⁶ Vgl. Gebietsentwicklungsplan für den Regierungsbezirk Köln, Teilabschnitt Köln, 2. Auflage (Stand: 2006)



**Strukturprägende
Lebensmittelanbieter:**

-  < 800 qm Verkaufsfläche
-  ≥ 800 qm Verkaufsfläche



**Stadt Bedburg
Einzelhandels- und
Zentrenkonzept**

Nahbereiche strukturprägender
Lebensmittel SB-Märkte

 **Stadt- und Regionalplanung**
Dr. Paul G. Jansen-Gebbi
Bachener Straße 111, 50821 Köln
Postfach 415527, 50861 Köln
Tel: 0221 9452218, Fax: 0221 9452218
mailto:SRP@stadtplanung-koeln.de
www.stadtplanung-koeln.de



Neue City-Märkte werden auf einer Verkaufsfläche von ca. 500 bis 1.000 qm etwa 8.000 Artikel anbieten, darunter ein überdurchschnittliches Angebot an Obst, Gemüse und Convenience-Produkten. Auch Bedientheken für Fleisch, Wurst und Käse werden wieder eingeführt. Das Unternehmen Rewe sieht in Deutschland ein Potenzial von 400 innerstädtischen Supermärkten.

neue Konzepte für innerstädtische Supermärkte

Es wurde eine Reihe von Ansätzen entwickelt, um in Siedlungsbereichen, in denen die Tragfähigkeit für einen Lebensmittelvollsortimenter nicht gegeben ist, die gewünschte Nahversorgung mit so genannten Nachbarschaftsläden zu sichern. Erfolgreich sind solche Modelle dann, wenn ein hohes Engagement der Betreiber gegeben ist, eine Ergänzung des Nahrungsmittelangebotes durch Kooperation mit Ladenhandwerkern erfolgt und ergänzende Leistungen wie z. B. Postagentur, Reinigungsannahme, Pflegedienst, Bankautomaten, Lotto- und Totoannahme, Dienstleistungen der Stadtverwaltung bereitgestellt werden. Funktionierende Beispiele belegen, dass die Konzepte immer auf die jeweilige örtliche Situation zugeschnitten und angepasst werden müssen.³⁷

Nachbarschaftsläden

Beispiele für Integrationsmärkte sind CAP-Märkte. Hierbei werden die Märkte teilweise mit behinderten Mitarbeitern betrieben. Dennoch unterliegen sie den gleichen ökonomischen Gesetzmäßigkeiten wie der klassische Supermarkt. Voraussetzung für die Realisierung eines solchen Marktes sind eine Mindesteinwohnerzahl im Einzugsbereich, eine ausreichende Verkaufsfläche und direkt zugeordnete Parkplätze. Allerdings steht bei den Integrationsmärkten anders als bei herkömmlichen Angebotsformen Zielsetzung der Integration behinderter Menschen in den Arbeitsmarkt und weniger die reine Gewinnmaximierung im Vordergrund.

Integrationsmärkte

Unter sozialen Gesichtspunkten ist von Interesse, dass durch einen Lebensmittel-SB-Betrieb der Fa. CAP bis zu 15 neue Arbeitsplätze für Menschen mit Behinderung geschaffen werden. Hierbei ist der Grundgedanke des CAP-Konzeptes die Verbesserung der Arbeitsplatzsituation und die Erweiterung der Möglichkeiten für die Beschäftigung von Menschen mit Behinderung, wobei durch die Eröffnung von zentrumsnahen Lebensmittelmärkten unter dem Namen "CAP ...der Lebensmittelpunkt" eine neue Chance erschlossen wird, geeignete Arbeitsplätze für Menschen mit Behinderung außerhalb der Werkstatt zu schaffen und diese auch langfristig zu sichern.

In Ergänzung der Lebensmittel-SB-Betriebe übernehmen auch Drogeriemärkte eine wichtige Funktion für die Angebotssicherung und Frequenz von Nahversorgungslagen. Während die Verkaufsstellen der Fachdrogerien von 12.500 im Jahr 1975 auf etwa 3.400 im Jahre 2006 gesunken sind, ist die Anzahl der Drogeriemärkte im Zeit-

Drogeriemärkte

³⁷ DSSW-Leitfaden, Nahversorgung als Basis der Zentrenbildung. Aktuelle Modelle, Strategien und Konzepte gegen weg brechende Handels- und Dienstleistungsnutzungen, DSSW-Schriften 56, Berlin 2007

raum von 1980 bis 2006 von fast 1.500 auf 14.300 angestiegen. Gleichzeitig haben sich aber auch die Anforderungen an die Flächengröße deutlich verändert. So sieht z. B. das Anforderungsprofil der leistungsstarken Drogeriemarktkette dm 20.000 Einwohner im Einzugsbereich, Nahversorgungszentren mit Geschäften des täglichen Bedarfs, eine Mindestgröße von ca. 300 qm ebenerdiger Verkaufsfläche zuzüglich 80 bis 100 qm Nebenfläche vor. Dagegen wählt der Betreiber Schlecker für seine Kleinflächenkonzepte bislang Standorte ab ca. 130 qm in Orten ab ca. 2.000 Einwohnern.

10 Empfehlungen zur Einzelhandelssteuerung in Bedburg

Die Formulierung von Zielvorstellungen und strategischen Ausrichtungen für die Stadt Bedburg ist Grundlage für die weitere funktionale und räumliche Entwicklung des Einzelhandels und damit für die Standort- und Zentrenkonzeption sowie deren Umsetzung. Dabei ist zu klären, wie sich die Stadt bezüglich ihrer Handelslandschaft entwickeln will und welche faktischen und realistischen Handlungsspielräume zur Umsetzung dieser Ziele bestehen. Um das neue Instrumentarium, das sich aus der Novellierung des § 24 LEPro, dem überarbeiteten Einzelhandelserlass sowie aus dem neuen § 9 Abs. 2 a BauGB ergibt, erfolgreich einsetzen zu können, wurden folgende Schritte erarbeitet:

- Die Entwicklungsziele für die zentralen Versorgungsbereiche wurden formuliert.
- Eine räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Bedburg ist nicht nur unter Einzelhandelsaspekten, sondern auch unter Berücksichtigung der komplementären Dienstleistungsangebote/ Infrastruktur, der städtebaulichen Situation und Zielsetzung sowie der Entwicklungspotenziale erfolgt.
- Die „Bedburger Liste“ mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten, die vorrangig in den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Bedburg anzusiedeln sind, wurde erstellt.

Aufbauend auf diesen Arbeitsgrundlagen sollte die systematische Umsetzung des Konzepts erfolgen. Hierzu zählen:

- Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche in handelswirtschaftlicher, nutzungsstruktureller und städtebaulicher Hinsicht, um die gewünschte Konzentration zentren- bzw. nahversorgungsrelevanter Sortimente zu erzielen
- die Bereitstellung geeigneter Flächen für Verlagerungen oder Ansiedlungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe
- der Einsatz des bauplanungsrechtlichen Instrumentariums zur Steuerung unerwünschter Entwicklungen im Stadtgebiet
- und die Beobachtung der Einzelhandelsentwicklung und Einzelhandelsplanungen im Umland sowie die Nutzung der dabei gegebenen Einflussmöglichkeiten.

Der Handlungsbedarf in den zentralen Versorgungsbereichen wurde dargestellt. Darauf aufbauend sind im Folgenden Bereiche zu definieren, in denen Steuerungsbedarf aufgrund eines akuten Ansiedlungsdrucks oder eines perspektivischen Handlungsdrucks gegeben ist.

Die Bebauungspläne der Standortbereiche, die als potenziell gefährdend eingestuft wurden, sollten auf ihre einzelhandelsbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten überprüft werden. Insbesondere Bereiche mit GE-Festsetzungen und BauNVO vor 1990 sollten mög-

Formulierung von Zielvorstellungen und strategischen Ausrichtungen

systematische Umsetzung des Konzepts

Überprüfung von Bebauungsplänen

lichst kurzfristig im vereinfachten Verfahren auf die aktuelle BauN-VO umgestellt werden.

- In Gewerbegebieten sollte grundsätzlich von der Steuerungsmöglichkeit des Einzelhandels Gebrauch gemacht werden, um auch keine bodenrechtlichen Spannungen hervorzurufen. Die Skala der planungsrechtlichen Steuerungsmöglichkeiten reicht vom völligen Ausschluss über die ausnahmsweise Zulässigkeit zur Versorgung der dort Beschäftigten (Kiosk oder Tankstellen-shop) bis zur Zulässigkeit räumlich und funktional untergeordneten Einzelhandels.
- Festgesetzte Kerngebiete sollten dahin gehend überprüft werden, ob sie der gesteuerten Unterbringung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben und anderen kerngebietstypischen Nutzungen dienen sollen.
- Unbeplante Innenbereiche gemäß § 34 BauGB, die einem potenziellen Ansiedlungsdruck aufgrund ihrer Lage oder wegen des bereits vorhandenen Einzelhandelsbestands unterliegen, sollten auf planerischen Handlungsbedarf, insbesondere bei Ansiedlungsvorhaben und die Steuerungsmöglichkeiten im Rahmen des § 9 Abs. 2 a BauGB überprüft werden.

Zu empfehlen ist dabei der vollständige Ausschluss nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche in den Standortlagen, die durch hohen Ansiedlungsdruck geprägt sind. Hierzu zählen Standorte an den Einfallstraßen bzw. in Nähe der Autobahnabfahrt und dezentrale Lagen mit einer Vorprägung durch Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten. Auch die direkt an die zentralen Versorgungsbereiche angrenzenden Lagen sollten konsequent überplant werden, um einer weiteren Ausdehnung der zentralen Versorgungsbereiche vorzubeugen.

11 Zusammenfassung der Untersuchung

Als Fazit der vorliegenden Untersuchung werden nachfolgend die vorrangigen Ergebnisse der Bestandsanalyse und die Handlungsempfehlungen zusammengefasst:

- Die Stadt Bedburg, die über ein Bevölkerungspotenzial von rund 24.250 Einwohnern verfügt, wird in der landesplanerischen Hierarchie als Mittelzentrum eingestuft. Die verkehrliche Erreichbarkeit mit dem MIV und dem ÖPNV lassen sich als gut bezeichnen. Durch eine positive Einwohnerentwicklung in den letzten zehn Jahren haben in diesem Zeitraum günstige Rahmenbedingungen für die Weiterentwicklung der Einkaufsstadt vorgelegen. Aufgrund einer prognostizierten rückläufigen Einwohnerentwicklung sind diesbezüglich keine positiven Effekte für den Einzelhandelsstandort Bedburg zu erwarten.
- Die Einzelhandelsposition der Stadt Bedburg in der Region wird durch ihre Lage in einer Ballungsrandzone geprägt. Begründet durch ihrer Lagebeziehungen, Größen und Ausstattungen sind die Einkaufsstädte Köln und Bergheim als Hauptwettbewerbstädte einzuschätzen, so dass das potenzielle Kerneinzugsgebiet des Bedburger Einzelhandels insgesamt begrenzt ist.
- Die Einzelhandelsausstattung der Stadt Bedburg umfasst aktuell insgesamt 154 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 37.490 qm und einer Bruttoumsatzleistung von ca. 113,8 Mio. EUR (im Jahr 2008). Das größte flächenbezogene Angebot in der Stadt Bedburg erstreckt sich auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Der großflächige Einzelhandel nimmt mit einem Flächenanteil von ca. 50 % im interkommunalen Vergleich in Bedburg eine durchschnittliche Bedeutung ein.
- Die Verkaufsflächenausstattung der Stadt Bedburg liegt einwohnerbezogen deutlich unter dem Durchschnitt der herangezogenen Vergleichsstädte. Differenziert nach Branchen ergibt sich im Hinblick auf die Verkaufsflächenausstattung ein heterogenes Bild. Während in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Blumen/ Zoobedarf eine überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung vorliegt, ist in den Warengruppen Bekleidung/ Schuhe/ Schmuck, Sport/ Freizeit/ Spiel, Elektrowaren, Möbel/ Einrichtung und Bau- und Heimwerkerbedarf die Verkaufsflächenausstattung als unterdurchschnittlich zu bewerten. Die Warengruppen Gesundheit, Körperpflege und Bücher, Schreibwaren, Büro weisen in der Stadt Bedburg im Vergleich zu den Kommunen mit 20.001 bis 30.000 Einwohnern eine durchschnittliche Verkaufsflächenausstattung auf.
- Die Versorgungsfunktionen des Mittelzentrums Bedburg beziehen sich auf das Stadtgebiet von Bedburg. Dieses Einzugsgebiet des Bedburger Einzelhandels umfasst derzeit insgesamt rund

Übergeordnete Rahmenbedingungen

regionale Wettbewerbssituation

Einzelhandelsausstattung der Stadt Bedburg

Verkaufsflächenausstattung im Vergleich

Einzugsbereich, Kaufkraftpotenzial und Zentralität

24.250 Einwohner. Diese Einwohner verfügen über ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von insgesamt ca. 130,7 Mio. EUR. Eine Gesamtzentralität von rund 87, die sich aus dem Verhältnis von Umsatz zur Kaufkraft errechnet, ist für ein Mittelzentrum wie Bedburg mit seiner spezifischen Lage im Spannungsfeld der Oberzentren Köln, Düsseldorf und Mönchengladbach sowie leistungsfähigen Mittelzentren (v. a. Bergheim) als gut zu bewerten.

- Von dem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotential in der Stadt Bedburg (ca. 130,7 Mio. EUR) werden durch den ansässigen Einzelhandel aktuell ca. 71 % gebunden. Mit auswärtigen Kunden wird ein Umsatzanteil von ca. 19 % erzielt. Der Kaufkraftabfluss aus der Stadt Bedburg bewegt sich im gesamten Einzelhandel in einer Größenordnung von ca. 38,0 Mio. EUR (ca. 29 % der in Bedburg vorliegenden Kaufkraft).
- Die derzeitige Einzelhandelsausstattung und Einzelhandelsstruktur lässt bis zum Jahr 2020 einen Entwicklungskorridor von ca. 2.500 qm zusätzlicher Verkaufsfläche zu, der insbesondere zur Diversifizierung der Einzelhandelsangebote und zur Ansiedlung von Betrieben in den integrierten Versorgungszentren - hier vor allem im Hauptzentrum Bedburg - genutzt werden sollte. Ziel zusätzlicher Einzelhandelsansiedlungen sollten Angebotsergänzungen in Sortimentsbereichen mit Defiziten, die Ergänzung bislang nicht vertretener Betriebstypen und die Ansiedlung von Magnetbetrieben sein.
- Im Rahmen des Zentrenkonzepts konnten mit dem Hauptzentrum Bedburg und dem Stadtteilzentrum Kaster zwei zentrale Versorgungsbereiche unterschiedlicher Ausprägung abgegrenzt werden. Neben den zentralen Versorgungsbereichen liegen Fachmarktstandorte (Bahnstraße, Wiesenstraße, Adolf-Silverberg-Straße) mit ebenfalls größerer Versorgungsbedeutung vor.
- Die räumliche Abgrenzung des Hauptzentrums berücksichtigt die neben den tatsächlichen örtlichen Verhältnissen (z. B. Bestand, Leerstände, städtebauliche, Anbindung) und der funktionalen Zusammenhänge auch die Ziele für die Innenstadtentwicklung, die der Ausschuss für Struktur und Stadtentwicklung aufbauend auf den vorläufigen Ergebnissen des Stadtentwicklungskonzeptes für die Stadt Bedburg bereits im Mai 2007 beschlossen hat. Insoweit ist vorgesehen, den zentralen Einkaufsbereich zu konzentrieren. Das Hauptzentrum Bedburg stellt mit einem Anteil von ca. 21 % der Betriebe, ca. 13 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche und ca. 13 % des Gesamtumsatzes den mittelzentral bedeutsamen Angebotsschwerpunkt der Einkaufsstadt dar. Ergänzt werden die Einzelhandelsangebote im Ortzentrum Bedburg durch eine Vielzahl von Komplementärnutzungen, die auch als Frequenzbringer für das Hauptzentrum fungieren. Die Leer-

Kaufkraftbewegungen in Bedburg

Verkaufsflächenzusatzbedarf bis 2020

Zentrenkonzept

Hauptzentrum Bedburg

standsquote liegt mit ca. 7 % unter dem Durchschnittswert vergleichbarer Einkaufsstädte. Ziele für die zukünftige Entwicklung des Stadtzentrums sollten die Sicherung und Stärkung der Versorgungsfunktion als Hauptzentrum mit gesamtstädtischer und regionaler Bedeutung und die Konzentration der Versorgungseinrichtungen auf einen fußläufig erlebbaren Bereich sein. Dem Erhalt und der Weiterentwicklung des Hauptzentrums als Einkaufsschwerpunkt der Gesamtstadt ist eine Schlüsselrolle für die künftige Positionierung des Mittelzentrums im regionalen Wettbewerb beizumessen. Zur Stabilisierung und Stärkung des Hauptzentrums sollten vor allem weitere großflächige Magnetbetriebe angesiedelt werden, um der Gefahr eines Frequenz- und Substanzverlustes entgegenwirken zu können.

- Im Stadtteilzentrum Kaster existiert ein großflächiger Lebensmittel-SB-Betrieb. Weitere Einzelhandelsnutzungen, Gastronomie und publikumsorientierte Dienstleistungen ergänzen das Versorgungsangebot. Dem Stadtteilzentrum, das im Wesentlichen die Funktion eines Nahversorgungszentrums übernimmt, kommt im Vergleich zum Hauptzentrum eine nachgeordnete versorgungsstrukturelle Bedeutung zu. So versorgt das Stadtteilzentrum Kaster primär den umliegenden Wohnsiedlungsbereich. Handlungsbedarf ergibt sich in Bezug auf den Erhalt der nahversorgungsrelevanten Magnetbetriebe und eine moderate Angebotsarrondierung (v. a. periodischen Bedarf).
- In weiten Teilen des Siedlungsgebiets ist innerhalb eines 700 m-Radius (maximal zumutbare fußläufige Entfernung zu einem Lebensmittelanbieter, was ca. 10 - 15 Gehminuten entspricht) ein wohnungsnaher Lebensmittelanbieter ansässig. Ziel der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung der Stadt Bedburg sollte eine räumliche Verteilung der Standorte des Lebensmitteleinzelhandels entsprechend der zu versorgenden Bevölkerung sein.
- Für die räumliche Steuerung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung wurden folgende Zielsetzungen für die Stadt Bedburg formuliert:
 - Erhalt und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktionen
 - Stärkung und Entwicklung des Hauptzentrums Bedburg
 - Stabilisierung und Sicherung des Stadtteilzentrums Kaster
 - Konzentration der zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsentwicklung auf die zentralen Versorgungsbeiriche
 - Sicherung einer fußläufig erreichbaren Nahversorgung, auch durch Stärkung in den Wohnquartieren
 - Konzentration des großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten auf ausgewählte Sonderstandorte

Stadtteilzentrum Kaster

Nahversorgungskonzept

Ziele der Einzelhandelsentwicklung

- Zur Sicherung und Stärkung der städtebaulich integrierten Versorgungszentren ist eine konsequente bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung, insbesondere in Bezug auf die Standorte von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten erforderlich. So kommt der Reglementierung nah- und zentrenversorgungsrelevanter Sortimente an Standorten außerhalb der abgegrenzten städtebaulich integrierten Versorgungsbereiche in Anbetracht der verschärften gesetzlichen Vorschriften des Baugesetzbuches und des novellierten Landesplanungsgesetzes (LEPro § 24 a, Einzelhandelserlass) eine Schlüsselrolle für eine städtebaulich ausgerichtete Einzelhandels- und Standortentwicklung zu. Der Stadt Bedburg wird daher empfohlen, die Zentrenhierarchie, die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und die „Bedburger Liste“ durch den Rat der Stadt zu beschließen (Selbstbindung der Stadt).

bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung



ANHANG

„Bedburger Liste“

Nahversorgungsrelevante Sortimente

Sortiment	Nr. nach WZ* 2008	Bezeichnung nach WZ 2008 (Anmerkung)
Nahrungs- und Genussmittel	47.11.1	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken u. Tabakwaren ohne ausgeprägten Schwerpunkt
	47.2.0	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken u. Tabakwaren
Gesundheit, Körperpflege	47.75.0	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln
	47.78.9	sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (<u>hier</u> nur Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Bürstenwaren und Kerzen)
	47.73.0	Apotheken
Blumen	47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (<u>hier</u> nur Blumen)
<u>Zeitungen, Zeitschriften</u>	47.62.1	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen

Zentrenrelevante Sortimente

Sortiment	Nr. nach WZ 2008	Bezeichnung nach WZ 2008 (Anmerkung)
<u>Bücher</u>	47.61.0	Einzelhandel mit Büchern
	47.79.2	Antiquariate
<u>Papier-, Büro-, Schreibwaren, Büroartikel sowie Künstler- und Bastelbedarf</u>	47.62.2	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln
	47.78.9	sonstiger Facheinzelhandel, anderweitig nicht genannt (<u>hier</u> nur Einzelhandel mit Organisationsmitteln für Büro-zwecke)
Sanitätswaren/ orthopädische Artikel	47.74.0	Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Artikeln
<u>Optik, (Hörgeräte-) Akustik</u>	47.78.1	Augenoptiker (<u>hier</u> zzgl. Akustiker)
<u>Uhren/Schmuck</u>	47.77.0	Einzelhandel mit Uhren und Schmuck
<u>Sportartikel (ohne Sportgroßgeräte)</u>	47.64.2	Einzelhandel mit Sport- u. Campingartikeln ohne Campingmöbel (<u>hier</u> ohne Campingartikel u. Sportgroßgeräte)
<u>Bekleidung (inkl. Sport-, Arbeitsschutz- und Berufsbekleidung)</u>	47.71.0	Einzelhandel mit Bekleidung (inkl. Babybekleidung)
<u>Schuhe (inkl. Sportschuhe), Lederwaren</u>	47.72.1	Einzelhandel mit Schuhen
	47.72.2	Einzelhandel mit Lederwaren und Reisegepäck

Zentrenrelevante Sortimente		
Sortiment	Nr. nach WZ	
	2008	Bezeichnung nach WZ 2008 (Anmerkung)
sonst. Bekleidung, Kurzwaren, Schneid- rebedarf, Handarbeiten	47.79.9	Einzelhandel mit sonstigen Gebrauchtwaren (<u>hier</u> nur Bekleidung)
	47.51.0	Einzelhandel mit Textilien (<u>hier</u> nur Kurzwaren, Schneiderei- u. Handarbeitsbedarf, Meterware für Bekleidung)
<u>Freizeit, Spielwaren</u>	47.65.0	Einzelhandel mit Spielwaren
	47.78.9	sonstiger Facheinzelhandel anderweitig nicht genannt (<u>hier</u> nur Einzelhandel mit Handelswaffen u. Munition)
	47.64.2	Einzelhandel mit Sport- u. Campingartikeln ohne Cam- pingmöbel (<u>hier</u> nur Anglerbedarf)
	47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstge- werblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen u. Ge- schenkartikeln (<u>hier</u> nur Briefmarken u. Münzen)
<u>Elektrokleingeräte</u>	47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien
	47.54.0	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (<u>hier</u> nur Elektrokleingeräte)
<u>Unterhaltungselektronik, Musik, Video</u>	47.43.0	Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik
	47.63.0	Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern
Leuchten, Lampen	47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (<u>hier</u> nur Leuchten, Lampen)
Computer und Zubehör	47.41.0	Einzelhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software
<u>Foto</u>	47.78.2	Einzelhandel mit Foto- u. optischen Erzeugnissen (<u>hier</u> ohne Augenoptiker)
<u>Telekommunikationsartikel</u>	47.42.0	Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten
Sportartikel	47.64.1	Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen u. -zubehör
<u>Haushaltswaren</u> (inkl. GPK, Geschenkartikel)	47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (<u>hier</u> ohne Einzelhandel mit Bedarfsartikeln für den Gar- ten, Möbeln u. Grillgeräten für Garten u. Camping, Kohle-, Gas- u. Ölöfen)
	47.59.2	Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen u. Glaswaren
	47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstge- werbl. Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen u. Geschenkar- tikeln (<u>hier</u> nur Geschenkartikel)

Zentrenrelevante Sortimente

Sortiment	Nr. nach WZ 2008	Bezeichnung nach WZ 2008 (Anmerkung)
<u>Haus-/ Bett-/ Tischwäsche</u>	47.51.0	Einzelhandel mit Textilien (<u>hier</u> nur Haus-/ Bett-/ Tischwäsche)
<u>Heimtextilien/ Gardinen, abge- passte Teppiche und Läufer</u>	47.53.0	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten
	47.51.0	Einzelhandel mit Textilien (<u>hier</u> nur Möbel- und Dekorationsstoffe u. Ä.)
<u>Wohneinrichtungsbedarf, Kunst, Antiquitäten</u> (ohne Möbel)	47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln (<u>hier</u> nur Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse)
	47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (<u>hier</u> nur Holz-, Kork-, Flecht- oder Korbbwaren)
	47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen (<u>hier</u> nur Antiquitäten)

Nicht zentrenrelevante Sortimente

Sortiment	Nr. nach WZ 2008	Bezeichnung nach WZ 2008 (Anmerkung)
Bau- und Gartenmarktsortimente	47.52.1	Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt
	47.52.3	Einzelhandel mit Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf
	47.53.0	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (<u>hier</u> nur Fußbodenbeläge und Tapeten)
	47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (<u>hier</u> nur: Einzelhandel mit Bedarfsartikeln für den Garten, Möbeln u. Grillgeräten für Garten u. Camping, Kohle-, Gas- u. Ölöfen)
	47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (<u>hier</u> nur Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln)
Kfz und Kraftradzubehör	45.32.0	Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör
	45.40.0	Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör (<u>hier</u> nur Einzelhandel mit Kraftradteilen und -zubehör)
Sport- und Freizeitgroßgeräte, Campingartikel	47.64.2	Einzelhandel mit Sport- u. Campingartikeln ohne Campingmöbel (<u>hier</u> nur Sport- u. Campinggroßgeräte ohne kleinteilige Sportartikel)
Elektrogroßgeräte	47.54.0	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (<u>hier</u> nur Elektrogroßgeräte)
Zoologischer Bedarf	47.76.2	Einzelhandel mit zoologischem Bedarf u. lebenden Tieren (inkl. Tier- nahrung)

Nicht zentrenrelevante Sortimente

Sortiment	Nr. nach WZ 2008	Bezeichnung nach WZ 2008 (Anmerkung)
Möbel	47-59.1	Einzelhandel mit Wohnmöbeln (inklusive Büro- und Babymöbel, Kinderwagen)
	47-59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (<u>hier</u> nur Garten- u. Campingmöbel)
	47-79.9	Einzelhandel mit sonstigen Gebrauchsgütern (<u>hier</u> nur Möbel)
	47-79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen (<u>hier</u> nur Möbel)
	47-51.0	Einzelhandel mit Textilien (<u>hier</u> nur Matratzen und Bettwaren wie z. B. Oberbetten und Kopfkissen)

*Anm.: Klassifikation der Wirtschaftszweige, Statistisches Bundesamt, Wiesbaden, Dezember 2008

Anm.: Unterstrichene Sortimentsgruppen sind zentrenrelevante Leitsortimente gemäß LEPro NRW Anlage zu §24 a

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010 auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung im März 2009



Erhebungsbogen der Einzelhandelserhebung in der Stadt Bedburg

Stadt:		Bogen-Nr.	
Stadtteil:		Datum:	
Betriebsname:		Erheber:	
Straße/HNR:		Punkt-Nr.:	
Verkaufsfläche insgesamt:			
BNR (Angebotsschwerpunkt):			
Sortiment (Kurzbezeichnung)		Lage	
	qm	1	Innenstadt/Ortskern
Lebensmittel	11	2	Nebenzentrum
Getränke, Spirituosen, Tabak	12	3	Nebenlage/Streulage (in Wohngebiet)
Backwaren	13	4	Dezentrale/periphere Lage
Fleisch, Fleischwaren	14		
Lebensmittelspezialanbieter, Reformwaren	15	Betriebstypen (BT)	
Drogerie, Kosmetik	21	BT 1	Lebensmittelfachgeschäft (Bäcker, Metzger,...)
pharmazeutische Artikel	22	BT 2	Lebensmitteldiscountmarkt (Dcounter)
Sanitätswaren/Orthopädie	23	BT 3	Lebensmittel-SB-Markt (< 400 qm VK)
Optik, Hörgeräteakustik	24	BT 4	Lebensmittelsupermarkt (400 - 1.500 qm VK)
Blumen	31	BT 5	Verbrauchermarkt (1.500 - 3.000 qm VK)
Zoobedarf, Tiernahrung	32	BT 6	SB-Warenhaus (ab ca. 3.000 qm VK)
Bücher, Zeitschriften, Zeitungen	41	BT 7	Fachgeschäft
Papier-, Büro-, Schreibwaren, Büroartikel	42	BT 8	Fachmarkt
Damenbekleidung	51	BT 9	Warenhaus/Kaufhaus/Textilkaufhaus
Herrenbekleidung	52	BT 10	Sonstiges
Kinderbekleidung	53	BT 11	Komplementärnutzung (nur bei Aktualisierung)
Schuhe/Lederwaren/Taschen/Koffer	54	BT 12	Leerstand (nur bei Aktualisierung)
Sportbekleidung, Sportschuhe	55	Anmerkungen:	
Uhren, Schmuck	56		
Sonstiges (benennen!)	57		
Sport, Camping/Outdoor, Fahrräder	61		
Freizeit, Spielwaren	62		
Elektrogroß-/kleingeräte	71		
Leuchten	72		
Unterhaltungselektronik/Musik/Video	73		
Computer und Zubehör, Büromaschinen	74		
Telefone	75		
Foto	76		
Hausrat, Geschenkartikel	81		
Haus-, Heimtextilien, Teppiche	82		
Möbel (ohne Küchen)	83		
Küchen	84		
Kunst, Antiquitäten, Bilder(-rahmen)	85		
Bau- und Heimwerkerbedarf	91		
Tapeten, Bodenbeläge, Teppichboden	92		
Gartenbedarf	93		
Autozubehör	94		



Fragebogen Bürgerbefragung zum Einkaufsverhalten

Einzelhandelskonzept Bedburg

BÜRGERBEFRAGUNG ZUM EINKAUFsverHALTEN



Stadt- und Regionalplanung
Dr. Jansen GmbH

Zur Bewertung der Einzelhandelssituation in Bedburg brauchen wir Informationen zu Ihrem Einkaufsverhalten, aber auch zu Ihren Wünschen und Verbesserungsvorschlägen. Wir bitten Sie deshalb, den beiliegenden Fragebogen auszufüllen und an die Stadt Bedburg zurückzuschicken. Mit Ihren Antworten tragen Sie dazu bei, die Einkaufsqualität in unserer Stadt zu verbessern.

1. Wie **häufig** kaufen Sie in **Bedburg** und wie oft in **Kaster** ein oder machen hier Besorgungen?

Bitte jeweils nur eine Angabe ankreuzen!

A. Ortsteil Bedburg

- täglich (1)
 einmal wöchentlich (2)
 alle 1-2 Wochen (3)
 alle 1-2 Monate (4)
 seltener / nie (5)
 keine Angabe möglich (6)

B. Ortsteil Kaster

- täglich (1)
 einmal wöchentlich (2)
 alle 1-2 Wochen (3)
 alle 1-2 Monate (4)
 seltener / nie (5)
 keine Angabe möglich (6)

2. Welches **Verkehrsmittel** benutzen Sie überwiegend für Einkäufe?

(Bitte jeweils nur eine Angabe ankreuzen!)

A. Ortsteil Bedburg

- PKW (1)
 Motorrad (2)
 Bus (3)
 Fahrrad/ Mofa (4)
 zu Fuß (5)

B. Ortsteil Kaster

- PKW (1)
 Motorrad (2)
 Bus (3)
 Fahrrad/ Mofa (4)
 zu Fuß (5)

3. Suchen Sie **Bedburg** oder **Kaster** für Einkäufe im Vergleich zu vor fünf Jahren häufiger, seltener oder unverändert oft auf? *(Bitte nur eine Angabe ankreuzen!)*

A. Ortsteil Bedburg

- häufiger (1)
 seltener (2)
 unverändert (3)

B. Ortsteil Kaster

- häufiger (1)
 seltener (2)
 unverändert (3)

4. Wenn Sie **seltener in Bedburg einkaufen gehen**, erledigen Sie stattdessen Ihre Einkäufe nun häufiger in den Umlandstädten? *(Bitte ankreuzen und Umlandstadt/-städte benennen!)*

ja (1)

↳ Wenn ja, welche Städte sind das?

Umlandstadt / -städte:

nein (2)



Einzelhandelskonzept Bedburg



Stadt- und Regionalplanung
Dr. Jansen GmbH

BÜRGERBEFRAGUNG ZUM EINKAUFSVERHALTEN

5. Wie oft kaufen Sie **außerhalb** der Stadt Bedburg ein? (*Bitte nur eine Angabe ankreuzen!*)

täglich (1)
 einmal wöchentlich (2)
 alle 1-2 Wochen (3)
 alle 1-2 Monate (4)
 seltener / nie (5)
 keine Angabe möglich (6)

6. In welchem **Ort** kaufen Sie die folgenden Waren **hauptsächlich** ein oder machen Ihre Besorgungen?
(Bitte je Sortiment jeweils nur einen Einkaufsort ankreuzen bzw. eintragen!)

	Bedburg	Bergheim	Kerpen	Frechen/ Marsdorf	Köln	Internet oder Versand	Sonstiger Ort Bitte Namen eintragen
Lebensmittel (inkl. Getränke)	<input type="checkbox"/>						
Drogerie-, Parfümerie-, Apothekerwaren	<input type="checkbox"/>						
Optik, Hörgeräteakustik	<input type="checkbox"/>						
Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf	<input type="checkbox"/>						
Zeitungen, Zeitschriften	<input type="checkbox"/>						
Bücher	<input type="checkbox"/>						
Schreibwaren	<input type="checkbox"/>						
Bekleidung	<input type="checkbox"/>						
Schuhe, Lederwaren	<input type="checkbox"/>						
Uhren, Schmuck	<input type="checkbox"/>						
Sport-, Freizeitartikel	<input type="checkbox"/>						
Spielwaren	<input type="checkbox"/>						
Elektrowaren, Unterhaltungselektronik	<input type="checkbox"/>						
Computer, Telekommunikation, Foto	<input type="checkbox"/>						
Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik	<input type="checkbox"/>						
Möbel	<input type="checkbox"/>						
Haus-, Tisch-, Bettwäsche, Gardinen	<input type="checkbox"/>						
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	<input type="checkbox"/>						

7. Wie beurteilen Sie die **Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten** in den Ortsteilen Bedburg und Kaster?
(bitte jeweils nur eine Note ankreuzen!)

1 = sehr gut 2 = gut 3 = befriedigend 4 = ausreichend 5 = mangelhaft x = keine Angabe möglich

	A. Ortsteil Bedburg						B. Ortsteil Kaster					
Angebotsvielfalt	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0
Warenqualität	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0
Preis-/Leistungsverhältnis	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0
Freundlichkeit der Bedienung	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0
Fachliche Beratung	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0
Einkaufsatmosphäre	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0
Modisches Angebot	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0
Gestaltung der Geschäfte	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0
Service	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0
Öffnungszeiten	1	2	3	4	5	0	1	2	3	4	5	0



Einzelhandelskonzept Bedburg
BÜRGERBEFRAGUNG ZUM EINKAUFSVERHALTEN

Stadt- und Regionalplanung
 Dr. Jansen GmbH

8. Welche Angebote vermissen Sie in der Stadt Bedburg? Wie könnte das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot verbessert werden? (Bitte eintragen!)

Im Ortsteil Bedburg:

Im Ortsteil Kaster:

insgesamt:

9. Wenn Sie an die Verkehrs- und Parkplatzsituation in den Ortsteilen Bedburg und Kaster denken, wie beurteilen Sie nebenstehende Punkte? (bitte jeweils nur eine Note ankreuzen!)

1 = sehr gut 2 = gut 3 = befriedigend 4 = ausreichend 5 = mangelhaft x = keine Angabe möglich

	A. Ortsteil Bedburg						B. Ortsteil Kaster					
Erreichbarkeit mit Pkw	1	2	3	4	5	o	1	2	3	4	5	o
Angebot an öffentlichen Verkehrsmitteln	1	2	3	4	5	o	1	2	3	4	5	o
Verkehrsbelastung	1	2	3	4	5	o	1	2	3	4	5	o
Parkplatzangebot	1	2	3	4	5	o	1	2	3	4	5	o
Lage der Parkplätze zu den Geschäften	1	2	3	4	5	o	1	2	3	4	5	o
Ausschilderung der Parkmöglichkeiten	1	2	3	4	5	o	1	2	3	4	5	o
Fußgängerfreundlichkeit	1	2	3	4	5	o	1	2	3	4	5	o
Fahrradfreundlichkeit	1	2	3	4	5	o	1	2	3	4	5	o

10. Und wie bewerten Sie die Ausstattung in den Ortsteilen Bedburg und Kaster mit Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben? (bitte jeweils nur eine Note ankreuzen!)

1 = sehr gut 2 = gut 3 = befriedigend 4 = ausreichend 5 = mangelhaft x = keine Angabe möglich

	A. Ortsteil Bedburg						B. Ortsteil Kaster					
Bank/Sparkasse	1	2	3	4	5	o	1	2	3	4	5	o
Frisör	1	2	3	4	5	o	1	2	3	4	5	o
Reisebüro	1	2	3	4	5	o	1	2	3	4	5	o
Allgemeinmediziner	1	2	3	4	5	o	1	2	3	4	5	o
Fachärzte	1	2	3	4	5	o	1	2	3	4	5	o
(Eis-)Café	1	2	3	4	5	o	1	2	3	4	5	o
Restaurant	1	2	3	4	5	o	1	2	3	4	5	o

11. Welche sonstigen Anregungen zur Verbesserung der Einkaufssituation in der Stadt Bedburg haben Sie? (Bitte eintragen!)

Im Ortsteil Bedburg:

Im Ortsteil Kaster:

insgesamt:



Einzelhandelskonzept Bedburg



Stadt- und Regionalplanung
Dr. Jansen GmbH

BÜRGERBEFRAGUNG ZUM EINKAUFsverHALTEN

12. Abschließend bitten wir Sie um einige persönliche Angaben , die wir zur Auswertung der Ergebnisse benötigen: (Bitte ankreuzen!)		
Wohnort:	<input type="checkbox"/> Bedburg <input type="checkbox"/> Blerichen <input type="checkbox"/> Broich <input type="checkbox"/> Kaster <input type="checkbox"/> Kirchherten mit Grottenherten <input type="checkbox"/> Kirchtroisdorf mit Kleintroisdorf <input type="checkbox"/> Kirdorf <input type="checkbox"/> Königshoven <input type="checkbox"/> Lipp mit Millendorf <input type="checkbox"/> Pütz <input type="checkbox"/> Rath mit Garsdorf	
Geschlecht:	<input type="checkbox"/> männlich (1)	<input type="checkbox"/> weiblich (2)
Altersgruppe:	<input type="checkbox"/> 18 - 25 Jahre (1) <input type="checkbox"/> 26 - 40 Jahre (2)	<input type="checkbox"/> 41 - 64 Jahre (3) <input type="checkbox"/> 65 Jahre und älter (4)
Haushaltsgröße:	<input type="checkbox"/> 1 Person (1) <input type="checkbox"/> 2 Personen (2)	<input type="checkbox"/> 3 Personen (3) <input type="checkbox"/> 4 Personen und mehr (4)
Nettohaushaltseinkommen:	<input type="checkbox"/> weniger als 1.100 EUR (1) <input type="checkbox"/> 1.100 – 1.999 EUR (2)	<input type="checkbox"/> 2.000 – 2.600 EUR (3) <input type="checkbox"/> mehr als 2.600 EUR (4)

Wir bedanken uns herzlich für Ihre Mitwirkung!
 Bitte schicken Sie den ausgefüllten Fragebogen in beiliegendem Freiumschlag
 bis zum 06.04.2009
 an die Stadt Bedburg zurück.

Glossar

Betriebsform / -typ

Betriebsformen/-typen des Einzelhandels werden im institutionellen Sinne mit Bezug auf die von ihnen eingesetzten absatzpolitischen Instrumente (z. B. Bedienungsform), Branche, Fläche und Standort definiert. So gibt es deutliche Ähnlichkeiten der Betriebe innerhalb einer Betriebsform, während sich Betriebsformen in einem oder mehreren Merkmalen stark voneinander unterscheiden. Durch eine Dynamik in den Betriebsformen entstehen neue Betriebsformen während alte ausscheiden. Zu den Betriebsformen im Einzelhandel zählen z. B. das Fachgeschäft, das Spezialgeschäft, der Fachmarkt, das Warenhaus, das Kaufhaus, der Discounter, der Supermarkt, der Verbrauchermarkt und das SB-Warenhaus.

Einkaufslagen

Einkaufslagen werden u. a. nach folgenden Kriterien abgegrenzt:

- Passantenfrequenz
- Besatzdichte
- Attraktivität des Besatzes
- Branchen- und Betriebstypenmix
- Ladenleerstandsquote, nichtadäquate Nutzungen u. Ä.

Einzelhandel

Im funktionalen Sinne liegt Einzelhandel vor, wenn Marktteilnehmer Güter, die sie i. d. R. nicht selbst be- oder verarbeiten von anderen Marktteilnehmern beschaffen und an private Haushalte absetzen.

Im institutionellen Sinne umfasst der Einzelhandel jene Institutionen, deren wirtschaftliche Tätigkeit ausschließlich oder überwiegend dem Einzelhandel im funktionellen Sinne zuzurechnen sind. Ein Betrieb wird dem Einzelhandel zugerechnet, wenn die Wertschöpfung der Einzelhandelstätigkeit größer ist als aus sonstigen Tätigkeiten.

Fachgeschäft

Das Fachgeschäft ist ein Einzelhandelsbetrieb, der ein branchenspezifisches oder bedarfsspezifisches Sortiment in großer Auswahl und in unterschiedlichen Qualitäten und Preislagen anbietet. Entscheidender Unterschied zu Fachmärkten sind die hier angebotenen ergänzenden Serviceleistungen (z. B. Kundendienst). Die Verkaufsfläche liegt i. d. R. deutlich unter 800 qm.

Fachmarkt

Der Fachmarkt ist ein meist großflächiger und im allgemeinen ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und tiefes Sortimentsangebot aus einem Warenbereich (z. B. Bekleidungsfachmarkt, Elektrofachmarkt), einem Bedarfsbereich (z. B. Sportfachmarkt, Baufachmarkt) oder einem Zielgruppenbereich (z. B. Möbel- und Haushaltswarenfachmarkt für designorientierte Kunden) in übersichtlicher Warenpräsentation bei tendenziell niedrigen bis mittlerem Preisniveau anbietet. Die Standorte sind meist autokundenorientiert, davon einige Sortimente innenstadtnah (Drogeriewaren), andere isoliert in gewachsenen oder geplanten Zentren. Die Größenordnung variiert je nach Fachmarkttyp (z. B. Drogeriefachmärkte ca. 800 qm, Elektrofachmärkte 1.500 bis 4.000 qm, Möbelmarkt bis zu 50.000 qm).

Filialunternehmen

Ein Filialunternehmen (Filialbetrieb) verfügt über (mindestens fünf) unter einheitlicher Leitung stehenden Verkaufsfilialen an unterschiedlichen Standorten. Bei 10 und mehr Filialen gilt das Unternehmen als Großbetriebsform des Einzelhandels.

Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben

Der Begriff der Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben orientiert sich am § 11 Abs. 3, Satz 3, BauNVO 1990. Bei einer Geschossfläche von mehr als 1.200 qm werden in der hierin enthaltenen Vermutungsregel Auswirkungen auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung unterstellt. Nach einem Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 ist die Großflächigkeit eines Handelsbetriebes über 800 qm Verkaufsfläche gegeben.

Kaufhaus

Ein Kaufhaus ist ein größerer Einzelhandelsbetrieb, der überwiegend im Wege der Bedienung Waren aus zwei oder mehr Branchen, davon wenigstens eine Branche in tiefer Gliederung, anbietet. Am stärksten verbreitet sind Kaufhäuser mit Textilien, Bekleidung und verwandten Bedarfseinrichtungen. Im Vergleich zum Warenhaus erfolgt eine stärkere Konzentration auf ausgewählte Warengruppen, wobei ein größeres Lebensmittelangebot i. d. R. nicht vorhanden ist. Die Verkaufsfläche liegt bei mehr als 1.000 qm.

Kaufkraft

Die Geldmenge, die den privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraums zur Verfügung steht. Errechnet wird die Kaufkraft aus den Nettoeinnahmen zuzüglich der Entnahmen aus Ersparnissen und aufgenommenen Krediten abzüglich der Bildung von Ersparnissen und der Tilgung von Schulden.

Kaufkraftbindung

Der Teil der Kaufkraft einer Region, der in dieser Region im hier ansässigen Einzelhandel ausgegeben wird. Ein Kaufkraftzufluss liegt vor, wenn Kaufkraftanteile von außerhalb der Region zufließen; ein Kaufkraftabfluss liegt vor, wenn ein Teil der regionalen Kaufkraft außerhalb ausgegeben wird.

Kaufkraftkennziffer

Die Kaufkraftkennziffer stellt das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial einer Kommune im Vergleich zum Bundesdurchschnitt dar. Übersteigt die örtliche Kaufkraftkennziffer den Bundesdurchschnitt von 100, verfügt die Kommune über ein um den entsprechenden Prozentsatz höheres Kaufkraftniveau und umgekehrt.

Ladenhandel

Der Ladenhandel umfasst alle Ladengeschäfte des institutionellen Einzelhandels ohne Berücksichtigung der Branchen „Kraftstoffe, Fahrzeuge und Brennstoffe“; hinzu kommen Geschäfte des Ladenhandwerks wie Bäcker, Fleischer, Optiker/Akustiker (hier nur die reine Verkaufsfläche ohne Café oder Werkstatt) und Apotheken und Sanitätshäuser/Orthopädietechnik, Tankstellenshops, Kioske und Hofläden.

Lebensmitteldiscounter

Lebensmitteldiscounter bieten ein spezialisiertes, auf raschen Umschlag ausgerichtetes Sortiment zu niedrigen Preisen an. Bei hoher Werbeintensität ähnelt die Angebotsstrategie einer permanenten Sonderangebotsstrategie. Weitere Merkmale sind Selbstbedienung, funktionale Ladenausstattung und aggressive Marketingstrategien. Die Verkaufsfläche liegt pro Betrieb in der Regel bei 500-800 qm mit steigender Tendenz. Der Umsatzanteil mit Nonfood-Artikeln liegt zwischen 10 und 15 %.

SB-Warenhaus

Das SB-Warenhaus ist ein großflächiger und meist ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb. Das Sortiment ist umfassend und bietet im Bereich des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf bis zu 100.000 Artikel an. Der Umsatzschwerpunkt liegt mit mindestens 50 % im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel. Der Nonfood-Anteil beim Umsatz liegt bei ca. 35-50 %, bei der Verkaufsfläche bei ca. 60-75 %. Das SB-Warenhaus bietet seine Waren ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst mit hoher Werbeaktivität in Sonderangebotspreispolitik an. Der Standort ist grundsätzlich autokundenorientiert, entweder isoliert oder in ge-

wachsenen und geplanten Zentren. Die Verkaufsfläche liegt nach der amtlichen Statistik bei mindestens 3.000 qm.³⁸

Supermarkt

Der Supermarkt ist ein Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 qm Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren (z. B. Obst, Gemüse, Südfrüchte, Fleisch) und ergänzend Waren des täglichen und des kurzfristigen Bedarfs anderer Branchen vorwiegend in Selbstbedienung anbietet. Nach der amtlichen Statistik hat der Supermarkt höchstens eine Verkaufsfläche von 1.000 qm, wobei hinsichtlich der Verkaufsflächenobergrenze in der Handelsfachliteratur divergierende Auffassungen erkennbar sind.³⁹

Trading-Down

Beim Trading-Down handelt es sich um Maßnahmen, durch die sich ein Handelsbetrieb geänderten Präferenzen der Konsumenten (z. B. aufgrund eines konjunkturellen Nachfragerückgangs) anpassen kann. Zu den Maßnahmen zählen u. a. Senkung des Qualitäts- und Preisniveaus, Reduzierung der Auswahl und Dienstleistungen, Verminderung der Mitarbeiterzahl als Voraussetzung für niedrigere Kosten und möglicherweise eine niedrigere Handelsspanne.

Weiterhin ist der Begriff im Zusammenhang mit der Beschreibung der Entwicklung von Einkaufslagen zu gebrauchen. Hier bezeichnet Trading-Down den Trend zum Ersatz hoch- bzw. höherwertiger und durch niedrigpreisige Anbieter. Damit verbunden ist die Verflachung des Angebots, der Warenpräsentation, des Qualifikationsniveaus der Beschäftigten und der Außenwirkung im Hinblick auf die Werbung.

Verbrauchermarkt

Der Verbrauchermarkt ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs überwiegend in Selbstbedienung anbietet; häufig wird entweder auf eine Dauerniedrigpreispolitik oder auf eine Sonderangebotspolitik abgestellt. Die Verkaufsfläche liegt nach der amtlichen Statistik bei mindestens 1.000 qm.⁴⁰ Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert, entweder in Alleinlage oder innerhalb von Einzelhandelszentren.

³⁸ Laut Definition des EHI, Handel aktuell 2008/09, liegt die Verkaufsfläche eines SB-Warenhauses bei mindestens 5.000 qm.

³⁹ Laut Definition des EHI, Handel aktuell 2008/09, liegt die Verkaufsflächenobergrenze eines Supermarktes bei mindestens 1.500 qm.

⁴⁰ Laut Definition des EHI, Handel aktuell 2008/09, liegt die Verkaufsfläche eines Verbrauchermarktes bei mindestens 1.500 qm.

Verkaufsfläche

Das Bundesverwaltungsgericht hat den Begriff *Verkaufsfläche* für diejenigen Fälle präzisiert, in denen in der verbindlichen Bauleitplanung keine Begriffsbestimmung erfolgte. Nach dem Urteil des BVerwG (4 C 10.04 vom 24. November 2005) umfasst die Verkaufsfläche die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf. Zusätzlich zu der durch die Kunden zu betretenden reinen Flächen umfasst die Verkaufsfläche die Flächen für Warenpräsentation, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für ihn sichtbar ausliegt (z. B. Thekenbereiche). Zudem sind der Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone“ und der Windfang zur Verkaufsfläche zu zählen. Nicht dazu gehören reine Lagerflächen und Flächen, die der Vorbereitung/Portionierung der Waren dienen sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc.

Warenhaus

Das Warenhaus ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der in der Regel auf mehreren Etagen breite und überwiegend tiefe Sortimente mehrerer Branchen mit tendenziell hoher Serviceintensität und eher hohem Preisniveau an Standorten in der Innenstadt oder in Einkaufszentren anbietet. Die Warensortimente umfassen überwiegend Nichtlebensmittel der Bereiche Bekleidung, Heimtextilien, Sport, Hausrat, Möbel, Einrichtung, Kosmetik, Drogeriewaren, Schmuck, Unterhaltung sowie oft auch Lebensmittel. Dazu kommen Dienstleistungssortimente der Bereiche Gastronomie, Reisevermittlung und Finanzdienstleistungen.

Zentrale Versorgungsbereiche

In Anlehnung an die Rechtsprechung (z. B. § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO) sind zentrale Versorgungsbereiche gesetzlich begründeter Gegenstand der Bauleitplanung. Zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen die Innenstadt-, Neben-, Stadtteil- oder Ortsteilzentren und die Nahversorgungszentren.

Zentralität

Verhältnis zwischen Umsatz- und Kaufkraftpotenzial in einem Gebiet. Werte über 100 % weisen bei Städten auf eine Anziehungskraft hin, die diese auf ihr Umland ausübt und dessen Bewohner stärker zum Einkauf in ihrem Einzelhandel bewegt als umgekehrt die eigene Bevölkerung ihre Kaufkraft nach außen trägt.