

Einzelhandelskonzept

für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Beschlussfassung, Juni 2020

Auftraggeber:

Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Ihre Ansprechpartner

Wirtschaftsgeogr. Anna Heynen, M.A.
(Projektleitung)

Dipl.-Geogr. Rainer Schmidt-Illguth
(Niederlassungsleitung)

BBE Handelsberatung GmbH

Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Deutschland

Tel +49 221 789 41 160

Fax +49 221 789 41 169

E-Mail schmidt-illguth@bbe.de/ heynen@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

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

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

Wissen schafft Zukunft.

München - Hamburg - Berlin - Köln - Leipzig - Erfurt

Köln, im Juni 2020

Inhaltsverzeichnis

1	Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung	5
1.1	Ausgangssituation und Zielsetzung	5
1.2	Methodische Vorgehensweise	6
2	Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung	7
2.1	Lage im Raum und Verkehrsanbindung	7
2.2	Siedlungsstruktur der Verbandsgemeinde Bad Hönningen	10
2.3	Demografische Entwicklung	12
2.4	Regionale Wettbewerbssituation	14
2.4.1	Stadt Neuwied	15
2.4.2	Stadt Linz am Rhein	15
2.4.3	Gemeinden Waldbreitbach und Hausen	15
2.4.4	Stadt Andernach	15
2.4.5	Stadt Bad Breisig	16
2.4.6	Stadt Sinzig	16
2.5	Entwicklungen des Onlinehandels	17
2.6	Einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen im Verbandsgemeindegebiet	21
3	Einzelhandelssituation in der Verbandsgemeinde Bad Hönningen	24
3.1	Überblick	24
3.2	Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten	25
3.3	Einzelhandelszentralität	27
3.4	Einzelhandelsstrukturen in den Ortsgemeinden	29
3.4.1	Stadt Bad Hönningen	29
3.4.2	Ortsgemeinde Rheinbrohl	33
3.5	Ortsgemeinden Hammerstein und Leutesdorf	36
4	Wohnortnahe Versorgung in der Verbandsgemeinde Bad Hönningen	37
5	Zwischenfazit der Angebots- und Nachfrageanalyse	40
6	Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen sowie Handlungsempfehlungen	42
6.1	Relevante Vorgaben der regionalen Raumordnung und der Landesplanung	42
6.2	Handlungsempfehlungen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung und Standortkonzept	44
6.3	Begriff des zentralen Versorgungsbereiches	45
6.3.1	Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches in der Stadt Bad Hönningen	46
6.3.2	Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche in der Ortsgemeinde Rheinbrohl	49
6.4	Entwicklung des nicht-innenstadtrelevanten großflächigen Einzelhandels	54

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

6.5	Standortkonzept für den Einzelhandel im Verbandsgemeindegebiet in der Übersicht	56
6.6	Sortimentsliste der Verbandsgemeinde Bad Hönningen	57
7	Abschließende Empfehlungen.....	61
8	Anhang: Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung.....	62
8.1	Steuerung des Einzelhandels mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten	62
8.2	Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels.....	63
8.3	Festsetzungen zu Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels	66
8.4	Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten	67
8.5	Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten	68
8.6	Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich	68

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Lage der Verbandsgemeinde Bad Hönningen und zentralörtliche Gliederung	8
Abbildung 2:	Einwohnerzahlen der Verbandsgemeinde Bad Hönningen.....	10
Abbildung 3:	Siedlungsstruktur und administrative Gliederung	11
Abbildung 4:	Einwohnerentwicklung in der Verbandsgemeinde Bad Hönningen und Vergleichsräumen 2008 - 2018.....	12
Abbildung 5:	Altersstruktur der Bevölkerung in der Verbandsgemeinde Bad Hönningen in den Jahren 2018 und 2035 im Vergleich	13
Abbildung 6:	Regionale Wettbewerbssituation	14
Abbildung 7:	Entwicklung von Umsatz und Verkaufsfläche im deutschen Einzelhandel	18
Abbildung 8:	Onlineanteil am deutschen Einzelhandelsumsatz	18
Abbildung 9:	Wachstumsraten und Onlineanteile nach Warengruppen 2018.....	19
Abbildung 10:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Verbandsgemeinde Bad Hönningen und in Nachbarkommunen.....	21
Abbildung 11:	Einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben in der Verbandsgemeinde Bad Hönningen	22
Abbildung 12:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten	23
Abbildung 13:	Verkaufsflächen und Umsätze in der VG Bad Hönningen nach Sortimenten	26
Abbildung 14:	Umsatz-Kaufkraft-Relation im Überblick – VG Bad Hönningen	27
Abbildung 15:	Angebotsstrukturen in den Ortsgemeinden	29
Abbildung 16:	Nutzungsstruktur der Innenstadt von Bad Hönningen.....	30
Abbildung 17:	Innenstadt von Bad Hönningen (Fotos)	31
Abbildung 18:	Versorgungsstandort östlich der Bahntrasse (Fotos)	32
Abbildung 19:	Ortskern von Rheinbrohl (Fotos)	33
Abbildung 20:	Nutzungsstruktur im Ortskern von Rheinbrohl.....	34
Abbildung 21:	Schulen und Einzelhandel in Rheinbrohl-Nord.....	35
Abbildung 22:	Planungsziele zur Entwicklung von Rheinbrohl-Nord.....	36
Abbildung 23:	Umsatz-Kaufkraft-Relation in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel	37
Abbildung 24:	Wohnortnahe Versorgung im Verbandsgemeindegebiet Bad Hönningen.....	38
Abbildung 25:	Zentraler Versorgungsbereich Bad Hönningen	47
Abbildung 26:	Entwicklungsareale in der „Altstadt“ (Entwürfe).....	48
Abbildung 27:	Zentraler Versorgungsbereich – Ortsmitte von Rheinbrohl	49
Abbildung 28:	Eingeschränkter Zentraler Versorgungsbereich „schulische Infrastruktur und Nahversorgung“ und Entwicklungsstandort für den nicht-innenstadtrelevanten Einzelhandel	52
Abbildung 29:	Ergänzungsstandorte für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-innenstadtrelevanten Kernsortimenten	55
Abbildung 30:	Einzelhandels-und Standortkonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen	56

1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Der Einzelhandel der Verbandsgemeinde Bad Hönningen durchläuft einen umfangreichen Strukturwandel. Vor diesem Hintergrund sieht sich die Verbandsgemeinde Bad Hönningen veranlasst, ein Einzelhandelskonzept erarbeiten zu lassen. Mit der Erarbeitung eines entsprechenden Gutachtens wurde die BBE Handelsberatung beauftragt. Dieses Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept soll Grundlagen für die einzelhandelsrelevante Bauleitplanung als städtebauliche Planung im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 Baugesetzbuch (BauGB) liefern.

Aufbauend auf flächendeckenden Analysen der Einzelhandelssituation in den Ortsgemeinden Hammerstein, Leutesdorf, Rheinbrohl und Bad Hönningen sollen konkrete Empfehlungen zum Umgang mit den bereits laufenden Planvorhaben und auch zur zukünftigen Entwicklung des Einzelhandels im Verbandsgemeindegebiet erarbeitet werden.

Der Fokus soll hierbei zunächst auf die Entwicklung der Ortsmitten von Bad Hönningen und Rheinbrohl gerichtet werden. Aufbauend auf einer Standortanalyse sollen die Empfehlungen zur Weiterentwicklung des innerörtlichen Einzelhandels ausgesprochen werden.

Ein weiterer wichtiger Schwerpunkt ist im Bereich der Nahversorgung zu setzen. Dabei sind unter Berücksichtigung der demografischen Entwicklungen im Verbandsgemeindegebiet die markt- und standortseitigen Potenziale für eine langfristige Stabilisierung der wohnungsnahen Versorgung auf Ortsgemeindeebene zu prüfen und konkrete Empfehlungen auszusprechen.

Schließlich ist das Augenmerk insbesondere auf die Gewerbegebiete in der Verbandsgemeinde Bad Hönningen zu richten, die als Ergänzungsstandorte für den nicht-innenstadtrelevanten Einzelhandel infrage kommen.

Die Analyseergebnisse und die konzeptionellen Vorschläge zur Entwicklung des Einzelhandels in der Verbandsgemeinde Bad Hönningen sollen schließlich in konkrete Empfehlungen für die Steuerung des Einzelhandels über die Bauleitplanung überführt werden. Dabei sind die mit dem Landesentwicklungsprogramm IV definierten Vorgaben zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels aufzugreifen und in die Bauleitplanung zu überführen.

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

1.2 Methodische Vorgehensweise

Die Untersuchung basiert auf folgenden Erhebungen und Datenquellen:

Betriebsstättenerhebung in der Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Im Sommer 2019 wurde von der BBE Handelsberatung eine Vollerhebung aller Einzelhandelsbetriebe¹ durchgeführt. Dabei wurden die Verkaufsflächen der Betriebe nach 31 Warengruppen differenziert erhoben. Darüber hinaus wurden in der Innenstadt von Bad Hönningen und in der Ortsmitte von Rheinbrohl die publikumsintensiven sonstigen Nutzungen (private Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen) kartografisch dokumentiert. Unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern wurden Sortimente, Verkaufsflächen und Umsatzleistung der Einzelhandelsbetriebe erhoben bzw. eingeschätzt.

Weitere Grundlagen

Die Zahlen zum einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial basieren auf Daten des Instituts für Handelsforschung (IfH) zum Branchenumsatz (Brancheninformationssystem Datenstand: 2019), aus dem die Pro-Kopf-Ausgaben berechnet werden. Zur Regionalisierung des Kaufkraftniveaus werden die sortimentsbezogenen Kaufkraftkennziffern aus der aktuellen MB-Research-Veröffentlichung „Kaufkraft nach Sortimenten 2019“ zugrunde gelegt.

Für die Konzeptentwicklung wurde darüber hinaus auf relevante Daten aus sekundärstatistischen Quellen sowie einzelhandelsbezogene Kenndaten der BBE Marktforschung zurückgegriffen. Vorliegende Planungsunterlagen wurden ebenfalls berücksichtigt.

¹ Als Einzelhandelsbetriebe werden die Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an Endverbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Dabei werden auch Ladenhandwerksbetriebe (Bäckereien, Konditoren, Metzgereien) und Apotheken berücksichtigt. Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handels/ -Handwerks, des Handels mit Mineralölzeugnissen (außer größere Verkaufsräume in Tankstellen) und ähnlichen Waren.

2 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

2.1 Lage im Raum und Verkehrsanbindung

Die Verbandsgemeinde Bad Hönningen, die ein Bevölkerungspotenzial von rd. 11.910 Einwohnern² aufweist, liegt am rechten Rheinufer im rheinland-pfälzischen Landkreis Neuwied.

Im Rahmen der in Rheinland-Pfalz bevorstehenden Kommunalreform unterliegen Verbandsgemeinden mit einem Bevölkerungspotenzial von unter 12.000 Einwohnern einer Fusionspflicht. Davon wird voraussichtlich auch die Verbandsgemeinde Bad Hönningen betroffen sein. Diese soll unter Einbeziehung der benachbarten Verbandsgemeinden Linz und Unkel zu einer neuen Verbandsgemeinde zusammengeführt werden.

Das Verbandsgemeindegebiet Bad Hönningen grenzt im Norden an die Verbandsgemeinde Linz, im Osten an die Verbandsgemeinde Rengsdorf-Waldbreitbach. Im Westen stellt der Rhein die natürliche Grenze der Verbandsgemeinde dar.

Die Siedlungsstruktur der Verbandsgemeinde Bad Hönningen wird maßgeblich durch die Rheinlage im Westen sowie den Gebirgsraum des Naturparks Rhein-Westerwald im Osten geprägt.

Die Stadt Bad Hönningen und die Ortsgemeinde Rheinbrohl fungieren als „(verpflichtend) kooperierende Grundzentren im grundzentralen Verbund“ und weisen einen gemeinsamen Nahbereich auf, der gemäß den Vorgaben des Regionalen Raumordnungsplans (RROP) Mittelrhein-Westerwald³ deckungsgleich mit dem Verbandsgemeindegebiet ist. Aus Sicht der Regionalplanung sind diese Grundzentren zu intensiver Zusammenarbeit verpflichtet⁴ und sollen gemeinsam die Grundversorgung im Nahbereich (= Verbandsgemeindegebiet) gewährleisten (siehe Abbildung 1).

Weitere zentrale Orte sind in der Verbandsgemeinde Bad Hönningen nicht vorhanden.

Die nächstgelegenen Mittelzentren sind die Städte Linz, Neuwied und Andernach. Zu den Oberzentren im Umfeld zählen die Städte Koblenz (rd. 25 km, in Rheinland-Pfalz) und Bonn (rd. 30 km, in Nordrhein-Westfalen).

Die Verbandsgemeinde Bad Hönningen verfügt über keine direkte Autobahnanbindung. Die nächstgelegenen Bundesautobahnen BAB 3, BAB 59, BAB 48 können in rund 20 bzw. 25 Minuten erreicht werden.

Die verkehrliche Anbindung der Verbandsgemeinde an das regionale Umfeld erfolgt im Wesentlichen über die in Nord-Süd-Richtung, entlang des Rheins verlaufende Bundesstraße B 42. Die B 42 verbindet das Verbandsgemeindegebiet mit der Stadt Bonn im Norden und mit der Stadt Koblenz im Süden. Dar-

² Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz; Stand: 31.12.2018

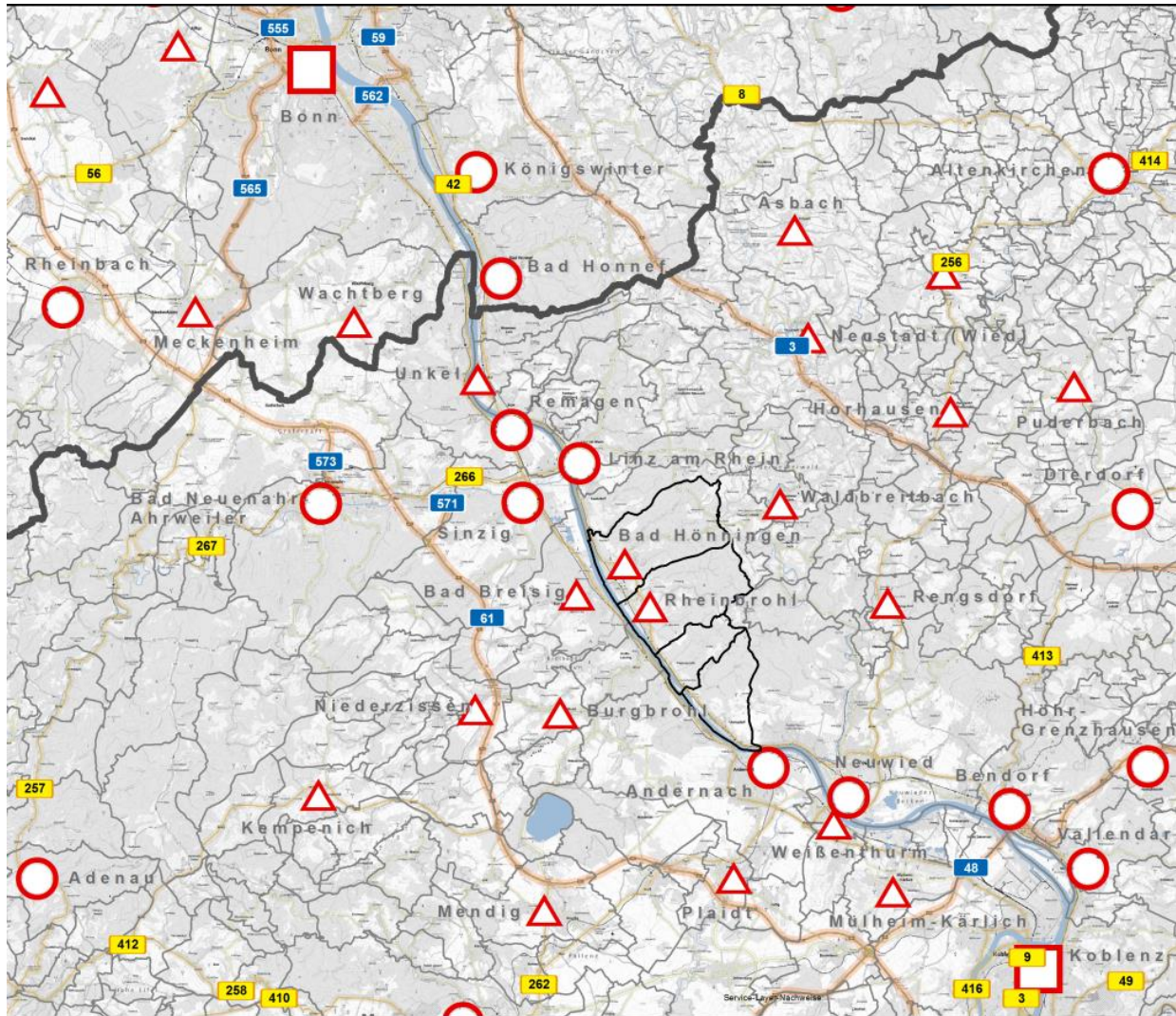
³ verbindlich seit 11. Dezember 2017

⁴ Regionaler Raumordnungsplan Mittelrhein-Westerwald; Dezember 2017 - Ziel 26 („Kooperationsgebot“), S. 11

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Honningen

über hinaus existieren mehrere Landesstraßen sowie ein dichtes Netz von ergänzenden Kreisstraßen, die die einzelnen Ortsgemeinden miteinander verbinden.

Abbildung 1: Lage der Verbandsgemeinde Bad Honningen und zentralörtliche Gliederung



Zentralörtliche Gliederung

-  Oberzentrum
-  Mittelzentrum
-  Grundzentrum



Quelle: Eigene Darstellung

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Über die Autofähre Bad Breisig – Bad Hönningen ist die B 9 im linksrheinischen Bad Breisig zu erreichen.

Der Anschluss an das Schienennetz der Deutschen Bahn erfolgt über die Haltestellen Bad Hönningen, Rheinbrohl sowie Leutesdorf. Diese werden im Halbstunden-Takt von der RE 8 (Koblenz – Neuwied – Bonn-Beuel – Köln Messe/Deutz – Köln Hbf – Mönchengladbach) und der RB 27 (Koblenz – Neuwied – Bonn Beuel – Köln Messe/Deutz – Köln Hbf) angefahren. Die im Stundentakt verkehrende RE 8 stellt zudem eine direkte Verbindung zum Flughafen Köln/Bonn her.

Aufgrund der vergleichsweise guten verkehrlichen Erreichbarkeit hat sich die Verbandsgemeinde Bad Hönningen in räumlicher Nähe zu den Oberzentren Bonn und Koblenz sowie zu den umliegenden Mittelzentren als attraktiver Wohnstandort entwickelt. Als solcher weist die Verbandsgemeinde einen hohen negativen Pendlersaldo auf: Gemäß den Zahlen des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz stehen Mitte 2018 etwa 2.001 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort rd. 4.309 Beschäftigte am Wohnort gegenüber.

Auch im Hinblick auf die Geschichte und die naturräumliche Lage weist die Verbandsgemeinde Bad Hönningen ein großes Freizeit- und Naherholungspotenzial auf.

In der Stadt Bad Hönningen ist eine Vielzahl an interessanten Gebäuden und Sehenswürdigkeiten vorzufinden. So bietet beispielweise das sich inmitten der Weinberge befindende Schloss Arenfels, das im Zeitraum vom 1849 bis zum 1855 vom Kölner Dombaumeister Ernst Friedrich Zwirner erbaut wurde, ein unverkennbares Wahrzeichen. Aber auch die Burg Ariendorf und das Heimatmuseum „Hohe Haus“ sind Ziel vieler Besucher.

Neben der Geschichte ergeben sich aus der naturräumlichen Lage der Verbandsgemeinde Bad Hönningen zusätzliche touristische Potenziale. So fungiert beispielweise die Stadt Bad Hönningen als staatlich anerkanntes Heilbad. Insbesondere die direkt am Rhein gelegene Kristall Rheinpark-Therme mit Sprudelbecken und Heißwasser-Solebecken stellt im Zuge des Gesundheitstourismus ein attraktives Wellness- und Therapiezentrum dar.

Bad Hönningen liegt zudem u.a. am Rhein-Steig und am Westerwald-Steig, die zu den „Top Trails of Germany“ und damit zu den besten und schönsten deutschen Weitwanderwegen gehören. Während der Westerwald-Steig vom hessischen Herboren bis nach Bad Hönningen über rd. 230 Kilometer führt, verläuft die Wanderstrecke des Rhein-Steigs über rd. 320 Kilometer von Bonn bis Wiesbaden. Darüber hinaus machen der Limeswanderweg (der Limes wurde im Jahr 2005 von der UNESCO zum Weltkulturerbe ernannt) sowie das Erlebnismuseum „Römer-Welt“ in Rheinbrohl die Verbandsgemeinde Bad Hönningen zu einem bekannten Ausflugsziel in der Region. Auch wird Bad Hönningen vom rechtsrheinischen Rheinradweg durchquert.

In den Sommermonaten werden in Bad Hönningen diverse Rheinschifffahrten angeboten.

Laut den Angaben der Abteilung Strukturentwicklung und Tourismusförderung wurden im Jahr 2018 in der Verbandsgemeinde Bad Hönningen rd. 23.000 Übernachtungen verbucht. Davon entfallen mehr als zwei Drittel auf die Stadt Bad Hönningen (19.250 Übernachtungen). Die Ortsgemeinden Rheinbrohl (rd. 2.470) und Leutesdorf (1.280) weisen deutlich geringere Übernachtungszahlen auf.

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Auf Campingplätzen und in der Jugendherberge konnten weitere rd. 63.440 Übernachtungen verbucht werden.

Laut der vom dwif⁵ veröffentlichten Studie „Tagesreisen der Deutschen“ belaufen sich die einzelhandelsrelevanten Tagesausgaben bei Übernachtungsgästen in der Reiseregion „Rheintal/Westerwald/Lahn“ gelegenen Verbandsgemeinde Bad Hönningen auf ca. 14,40 € (Stand 2013). Davon entfallen rd. 2 € auf Nahrungs- und Genussmittel und 12,40 € auf den sonstigen Einkauf. Unter Berücksichtigung des Inflationsaufschlages ergibt sich für das Jahr 2018 ein einzelhandelsrelevanter Ausgabewert von rd. 15,10 € pro Tagesgast.

2.2 Siedlungsstruktur der Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Neben der namensgebenden Stadt Bad Hönningen gehören der Verbandsgemeinde noch drei eigenständige, überwiegend ländlich strukturierte Ortsgemeinden an. Zum 31.12.2018 verfügt die Verbandsgemeinde über knapp 12.000 Einwohner.

Etwa die Hälfte der Einwohner entfällt hierbei auf die Stadt Bad Hönningen und rd. ein Drittel auf die Ortsgemeinde Rheinbrohl, so dass die beiden zentralen Orte der Verbandsgemeinde Bad Hönningen rd. 83 % der Einwohner auf sich vereinen können. Die restlichen rd. 2.050 Einwohner verteilen sich auf die beiden verbleibenden Ortsgemeinden Leutesdorf und Hammerstein, wobei die Ortsgemeinde Leutesdorf mit rd. 1.720 Einwohnern die größere der beiden darstellt.

Abbildung 2: Einwohnerzahlen der Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Stadt/Ortsgemeinde	Einwohner ¹⁾	Einwohner
	absolut	%
Bad Hönningen	5.920	50
Rheinbrohl	3.943	33
Leutesdorf	1.720	14
Hammerstein	328	3
Verbandsgemeinde Bad Hönningen insgesamt	11.911	100

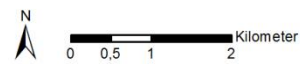
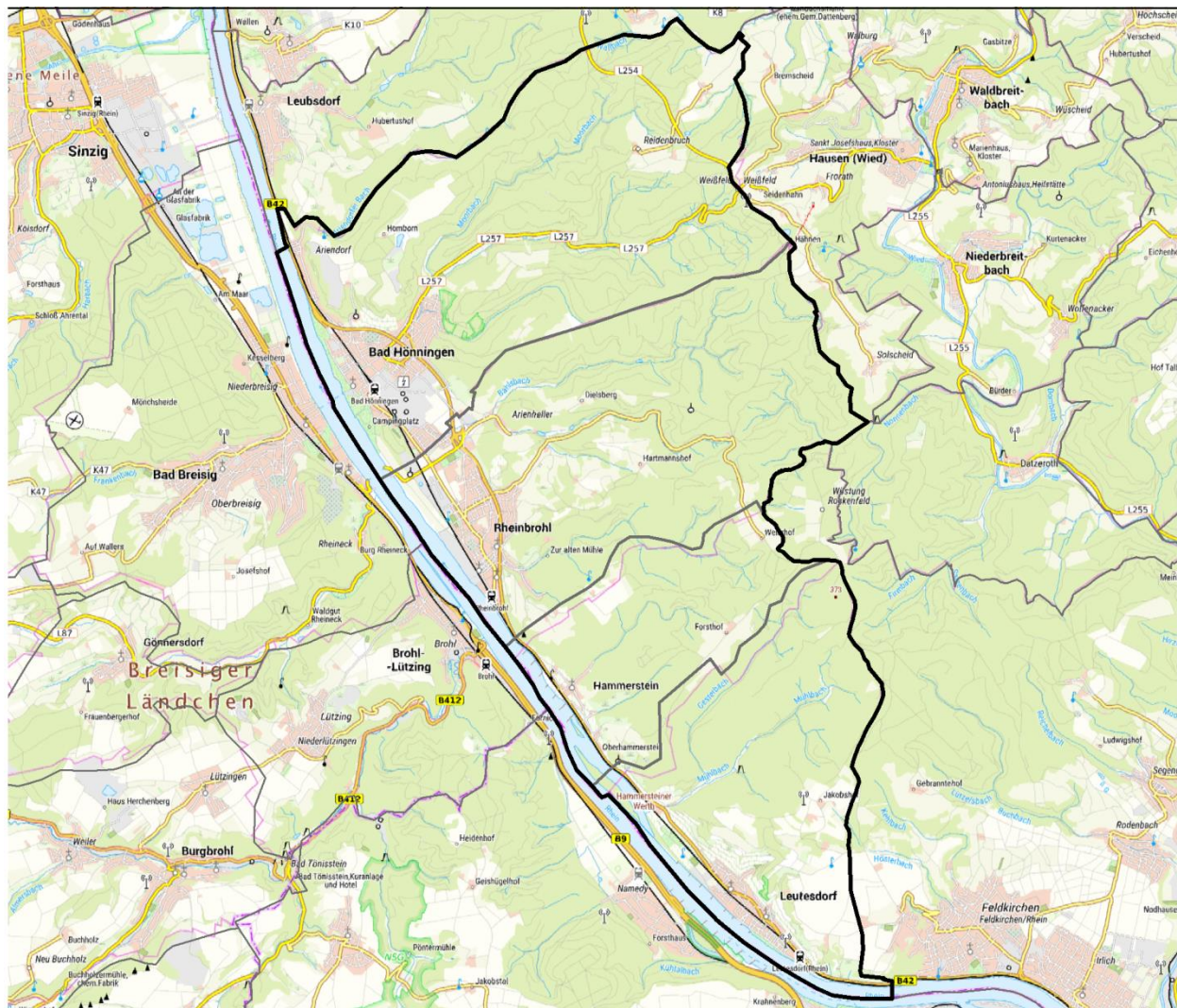
¹⁾ Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz; Stand: 31.12.2018; Rundungsdifferenzen möglich

⁵ Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr an der Universität e. V. an der Universität München.

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Die Verbandsgemeinde weist eine Gesamtfläche von rd. 55 km² auf. Bezogen auf das Bevölkerungspotenzial von knapp 12.000 Einwohnern lässt sich für das Verbandsgemeindegebiet eine Bevölkerungsdichte von etwa 215 Einwohnern je km² berechnen. Im Vergleich zum Landesdurchschnitt (rd. 205 Einwohner/km²) weist die Verbandsgemeinde eine leicht überdurchschnittliche Bevölkerungsdichte auf.

Abbildung 3: Siedlungsstruktur und administrative Gliederung



Kartengrundlage: © BKG 2017,
Datenquellen: http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf

Quelle: Eigene Darstellung

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

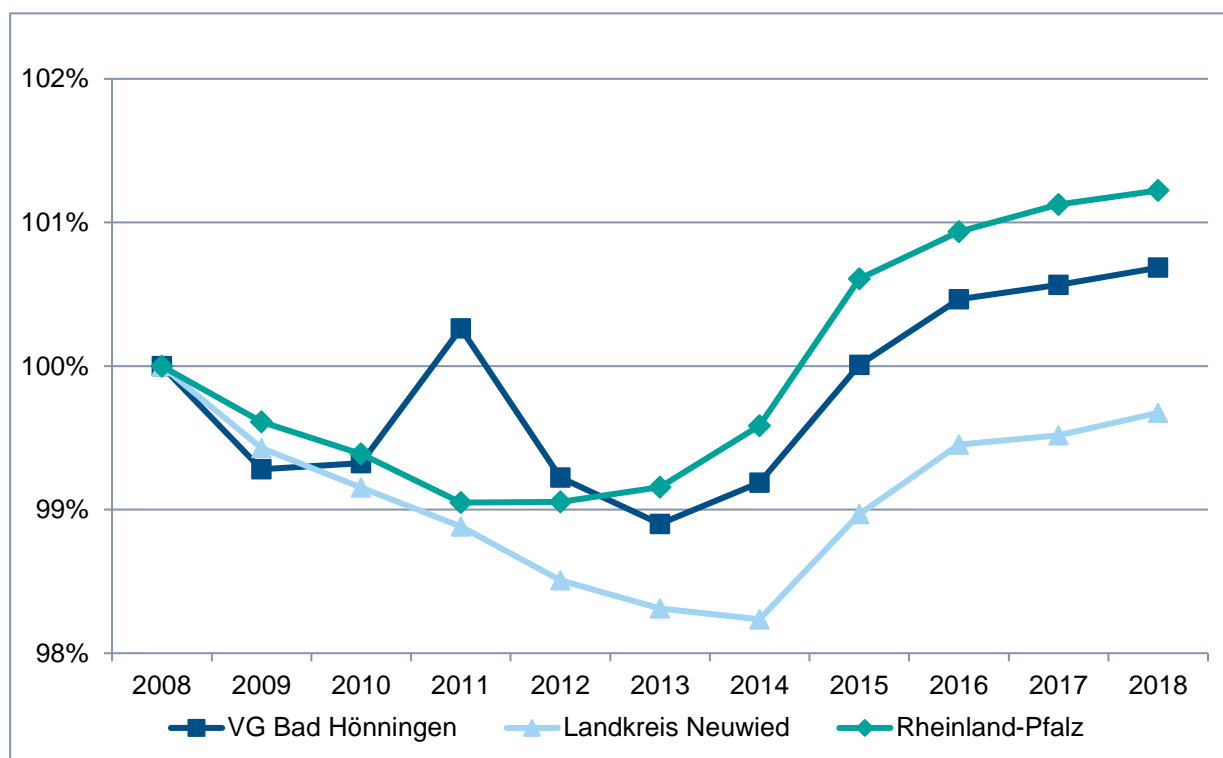
2.3 Demografische Entwicklung

Auf Grundlage der Bevölkerungszahlen des statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz ergibt sich für den Zeitraum von 2008 - 2018 für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen ein geringes Bevölkerungswachstum von knapp 1 %. Ausgehend von einer Einwohnerzahl von etwa 11.830 Personen im Jahr 2008 ist die Gesamtbevölkerung bis 2018 auf etwa 11.911 angestiegen, wobei im Zeitraum von 2012 bis 2014 zwischenzeitlich ein Bevölkerungsrückgang zu verzeichnen war.

Damit hat die Bevölkerungsentwicklung in der Verbandsgemeinde Bad Hönningen einen ähnlichen Verlauf genommen wie im Landkreis Neuwied, wenngleich das Bevölkerungswachstum der Verbandsgemeinde um etwa einen Prozentpunkt höher ausgefallen ist.

Im Bundesland Rheinland-Pfalz ist die Einwohnerentwicklung im Zeitvergleich – nach anfänglichen Verlusten – hingegen recht stabil. In den letzten Jahren konnten hier sogar leichte Wachstumsraten verzeichnet werden.

Abbildung 4: Einwohnerentwicklung in der Verbandsgemeinde Bad Hönningen und Vergleichsräumen 2008 - 2018 (2008 = 100 %)



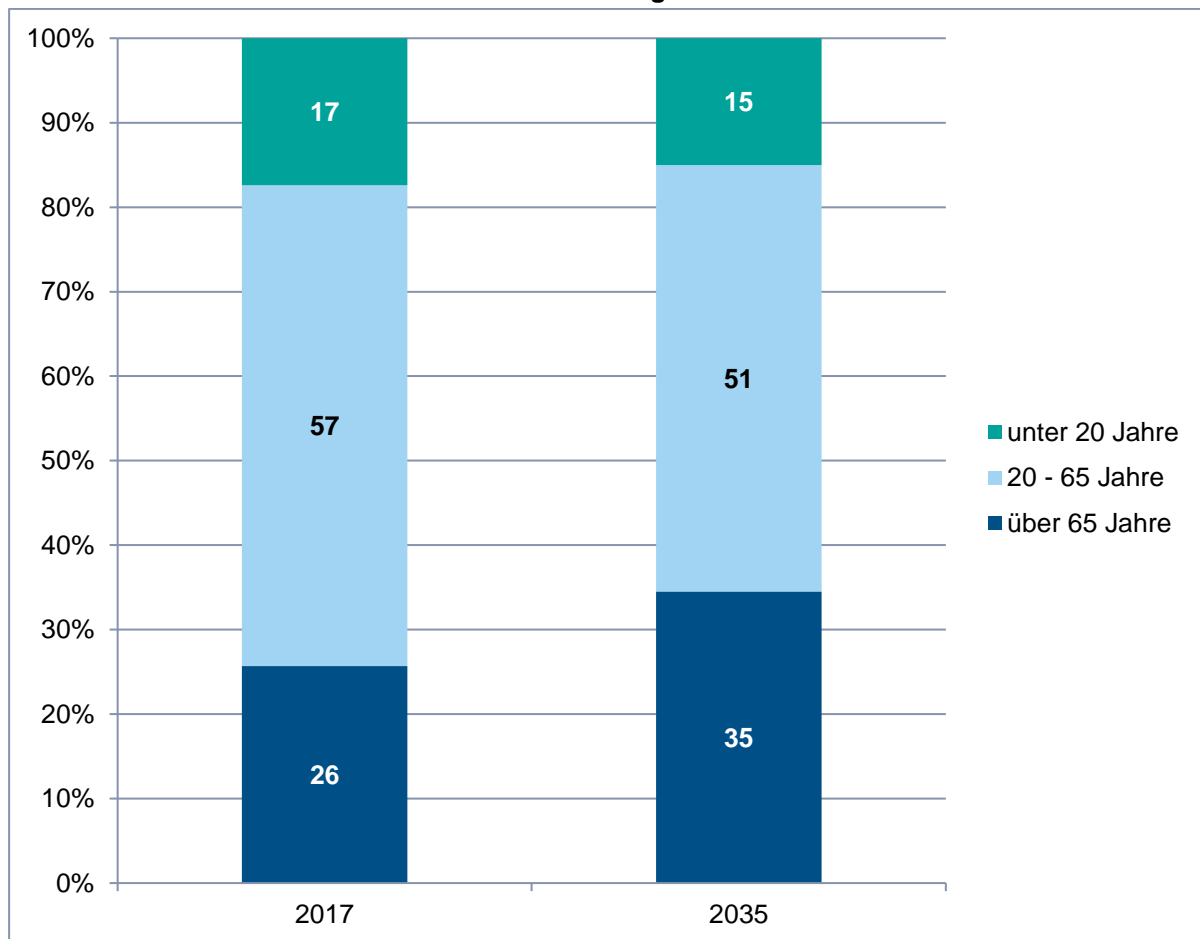
Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz; eigene Darstellung

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Trotz der seit 2014 stetig steigenden Bevölkerungszahl der Verbandsgemeinde Bad Hönningen geht das Statistische Landesamt Rheinland-Pfalz für das Verbandsgemeindegebiet dennoch von einer Bevölkerungsabnahme bis zum Prognosejahr 2035 aus: Dabei wird für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen ein Rückgang auf etwa 10.387 Einwohner prognostiziert⁶.

Parallel zu der prognostizierten Bevölkerungsentwicklung werden sich infolge des demografischen Wandels auch deutliche Verschiebungen in der Alterszusammensetzung der Bevölkerung vollziehen. Dabei wird der Anteil der Personen unter 20 Jahren bis zum Jahr 2035 leicht bis auf ca. 17 % sinken. Deutliche Verschiebungen werden bei den Personen im erwerbsfähigen Alter (20 – 65 Jahre) zu erwarten sein, für die ein Rückgang von rd. 57 % auf zukünftig etwa 51 % prognostiziert wird. Gleichzeitig wird der Anteil in der Altersgruppe der 65-Jährigen und älter von rd. 26 % auf rd. 35 % im Jahr 2035 deutlich ansteigen (vgl. folgende Abbildung).

Abbildung 5: Altersstruktur der Bevölkerung in der Verbandsgemeinde Bad Hönningen in den Jahren 2018 und 2035 im Vergleich



Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland Pfalz: 4. Kleinräumige Bevölkerungsvorausberechnung (Basisjahr 2013); eigene Darstellung

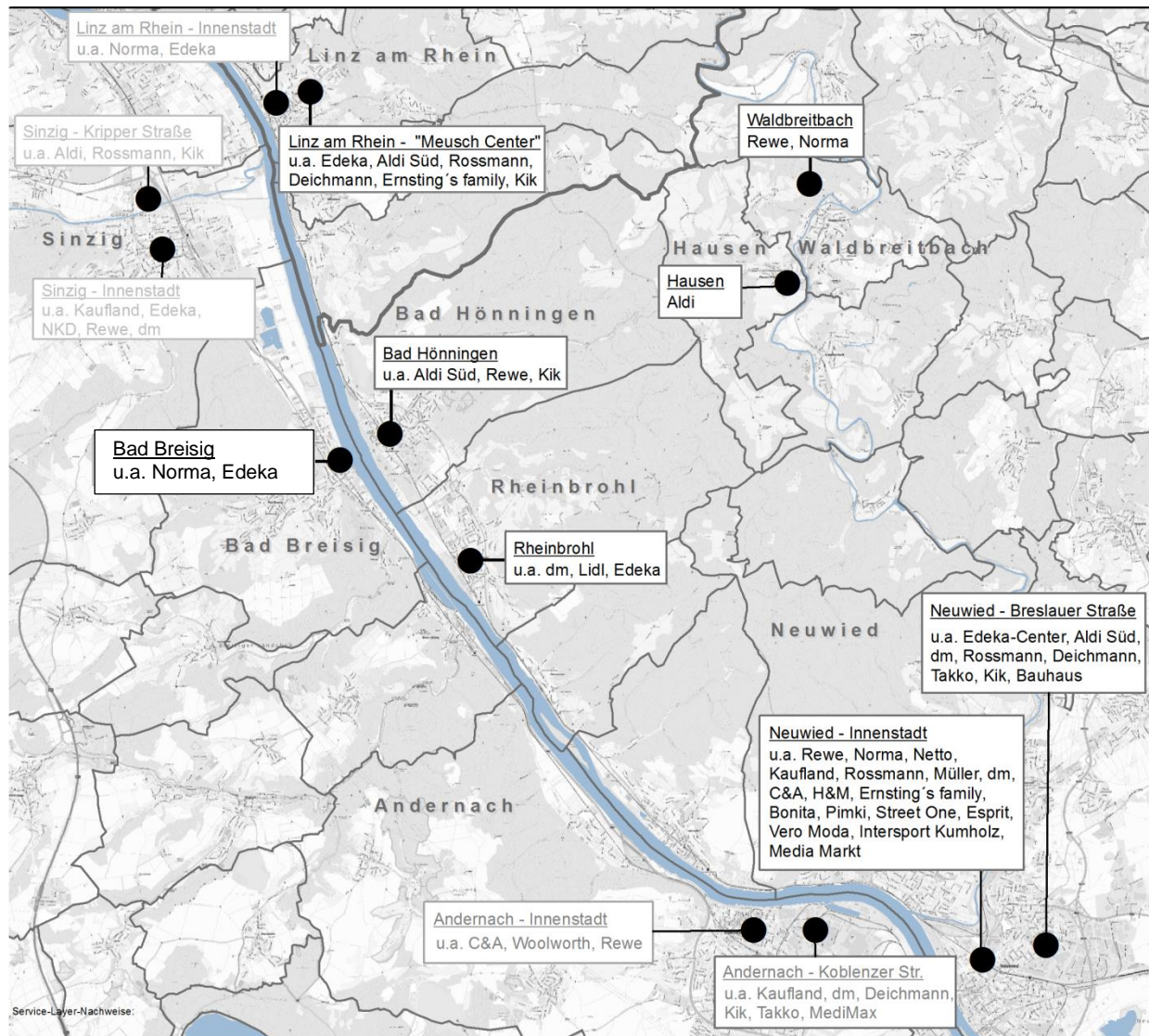
⁶ Statistisches Landesamt Rheinland Pfalz: 4. Kleinräumige Bevölkerungsvorausberechnung (Basisjahr 2013)

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

2.4 Regionale Wettbewerbssituation

Die Verbandsgemeinde Bad Hönningen steht vor allem mit den umliegenden Grund- und Mittelzentren in Wettbewerbsbeziehungen. Die wesentlichen Wettbewerbsstandorte werden im Folgenden kurz vorgestellt.

Abbildung 6: Regionale Wettbewerbssituation



Quelle: Eigene Darstellung

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

2.4.1 Stadt Neuwied

Wichtiger Angebotsstandort im Süden der Verbandsgemeinde ist das rd. 10 Kilometer entfernte Mittelzentrum Neuwied, das über die Bundesstraße B 42 verkehrlich sehr gut zu erreichen ist. Größter Einzelhandelsstandort im Neuwieder Stadtgebiet ist das Gewerbegebiet an der Breslauer Straße. Neben großflächigen, regional ausstrahlenden Einzelhandelsanbietern (u.a. Porta, Bauhaus, Dehner) sind dort mehrere Fachmärkte (u.a. Deichmann, Fressnapf, Rossmann, Jawoll) und Lebensmittelmärkte (u.a. Edeka, Aldi) vorzufinden.

Im Hauptzentrum von Neuwied sind neben größeren Kaufhäusern (u.a. C&A, H&M, Adler, MediaMarkt, Thalia, Woolworth, Intersport), sonstigen Filialbetrieben (u.a. Douglas, Esprit, Tamaris, Deichmann, Depot, Kodi, McPaper) und zahlreichen Fachgeschäften auch mehrere Anbieter nahversorgungsrelevanter Sortimente (u.a. Kaufland, Rewe, Drogerie Müller, Rossmann, dm) ansässig.

2.4.2 Stadt Linz am Rhein

Für die im Norden der Verbandsgemeinde Bad Hönningen lebende Bevölkerung stellen die in der Stadt Linz (Verbandsgemeinde Linz) vorhandenen Einzelhandelsangebote den nächstgelegenen Angebotsstandort außerhalb des Verbandsgemeindegebietes Bad Hönningen dar.

Die wesentlichen Einzelhandelsangebote konzentrieren sich auf die Linzer Innenstadt, die eine Zweiteilung aufweist. Der westliche Bereich der Innenstadt – historische Altstadt – ist entlang der Rheinstraße überwiegend durch kleinteilige Einzelhandelsbetriebe geprägt. Lediglich im Bereich der Straßenzüge Asbacher Straße und „Am Sändchen“ konnten sich größere Lebensmittelmärkte wie Edeka und Norma etablieren. Eine starke Konzentration von filialisierten Einzelhandelsbetrieben ist im östlichen Bereich der Innenstadt gelegenen „Meusch-Center“ vorzufinden. Hervorzuheben sind hier u. a. die Fachmärkte Deichmann, Rossmann, Kik und Ernsting's Family sowie die Lebensmittelmärkte Aldi und Kaiser's.

2.4.3 Gemeinden Waldbreitbach und Hausen

Die Ortsgemeinde Waldbreitbach, östlich der Stadt Bad Hönningen, ist über die L257 zu erreichen. Angebotsprägend sind dort die Filialen von Norma und Rewe. In der Nachbargemeinde Hausen ist ein Aldi-Süd-Markt ansässig.

2.4.4 Stadt Andernach

In der linksrheinisch gelegenen Stadt Andernach konzentriert sich das Einzelhandelsangebot im Wesentlichen auf die Andernacher Innenstadt und den autokundenorientierten Angebotsstandort im Bereich der Koblenzer Straße.

Die Innenstadt von Andernach stellt den größten zusammenhängenden, städtebaulich integrierten Geschäftsbereich der Stadt dar. In diesem Bereich sind aufgrund einer Vielzahl an historischen Gebäuden überwiegend kleinteilige Einzelhandelsflächen vorzufinden. Eine Ausnahme stellt dabei die Stadthausgalerie Andernach dar. In dem entkernten Gebäudekomplex des ehemaligen Kaufhauses Rupprecht wurden im Jahr 2010 moderne Verkaufsflächen von insgesamt rd. 3.500 m² geschaffen.

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Zu den flächengrößten Anbietern gehören in der Andernacher Innenstadt u.a. das in der Stadthausgalerie ansässige Textilkaufhaus C&A, das Aktionskaufhaus Woolworth sowie der Anfang 2015 im südlichen Randbereich der Innenstadt an der Breite Straße eröffnete Vollsortimenter Rewe. Daneben ergänzen eine Vielzahl an Filialisten (u.a. Douglas, Fielmann, Becker Hörakustik, Vodafone) und Fachgeschäfte (u.a. Schuhmodehaus Scheunemann, Floristik Röser, Jeans Reiff, Modehaus DeLu) das innerstädtische Einzelhandelsangebot.

Weitere Einzelhandelsbetriebe sind an der Koblenzer Straße zwischen der Konrad-Adenauer-Allee und dem Füllscheuerweg vorzufinden. Das dortige Angebot wird wesentlich von großformatigen Fachmärkten und Lebensmittelmärkten geprägt. In der sog. „Andernacher Einkaufswelt“ sind Anbieter aus den Segmenten Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren (Kaufland, dm), Schuhe/Lederwaren (Deichmann), Bekleidung (z.B. Kik, Takko, Ernesting's family) sowie Unterhaltungselektronik (Medimax), sowie die Filialen von Kodi, Tedi, das Futterhaus und Matratzen Concord ansässig. Darüber hinaus befinden sich ebenfalls an der Koblenzer Straße die Bau- und Gartenmärkte Hagebau, ED-Baucenter, Blumen Risse und mehrere Lebensmittelmärkte wie Lidl, Netto und Aldi sowie eine Filiale von Center Shop.

2.4.5 Stadt Bad Breisig

Die linksrheinisch gelegene Stadt Bad Breisig ist von der Verbandsgemeinde Bad Hönningen durch den Rhein getrennt und für die Bevölkerung der Verbandsgemeinde Bad Hönningen trotz einer Entfernung von rd. 5 Kilometern mit einem Zeitaufwand von rd. 30 Minuten über eine Fähre zu erreichen. Die dort vorhandenen Angebotsstrukturen (u.a. Aldi, Rossmann, Lidl, Edeka) sind aufgrund der eingeschränkten verkehrlichen Erreichbarkeit daher nur von untergeordneter Versorgungsbedeutung für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen.

2.4.6 Stadt Sinzig

In der ebenfalls linksrheinisch gelegenen und ausschließlich von Bad Hönningen aus über eine Fähre zu erreichenden Stadt Sinzig konzentriert sich das Einzelhandelsangebot im Wesentlichen auf den zentralen Versorgungsbereich Sinzig (u.a. Kaufland, Edeka, NKD, Kodi, Rewe, dm) sowie den an der Kripper Straße gelegenen Verbundstandort (u.a. Aldi, Rossmann, Kik).

Nach vorliegenden Informationen sollen die bereits in Sinzig ansässigen Einzelhandelsbetriebe Edeka, Aldi und Rossmann in einen Standortverbund zusammengeführt und neu aufgestellt werden. Als potenzieller Standort ist das aktuell mindergenutzte Grundstück nördlich des Dreifaltigkeitswegs vorgesehen. Die Planung befindet sich aktuell in einem landesplanerischen Genehmigungsverfahren, so dass die Entscheidung, ob und wann die Planung realisiert werden kann, noch aussteht.

Aufgrund der Trennwirkung des Rheins und der damit einhergehenden eingeschränkten verkehrlichen Erreichbarkeit ist davon auszugehen, dass die Stadt Sinzig als Angebotsstandort für die in der Verbandsgemeinde Bad Hönningen lebende Bevölkerung somit als Einkaufsziel nur von untergeordneter Versorgungsbedeutung ist.

2.5 Entwicklungen des Onlinehandels

Die Veränderungen im Handel (u. a. Konzentrationsprozesse und Betriebsformenwandel) haben in den letzten Jahrzehnten stets auch Auswirkungen auf die Kommunen, die Stadtgestaltung und die Lebensqualität in den Städten und Gemeinden entfaltet.

Derzeit wird die Einzelhandelsentwicklung insbesondere durch den Onlinehandel bestimmt. Die starke Dynamik des Online-Einkaufs wird sich ebenfalls vielschichtig auf Stadt und Raum auswirken. Dabei werden als Folgen u. a. zunehmende Leerstände in klassischen Geschäftsstraßen, die kürzer werdenden Nutzungszyklen von Handelsimmobilien, die Verödung öffentlichen Raumes oder die Verschlechterung der Versorgungssituation in einzelnen Siedlungsräumen befürchtet.

Die aktuelle Diskussion um die weiteren Trends im Onlinehandel und dessen Auswirkungen – insbesondere auf die deutschen Innenstädte als Einkaufsstandorte – lässt sich wie folgt zusammenfassen:

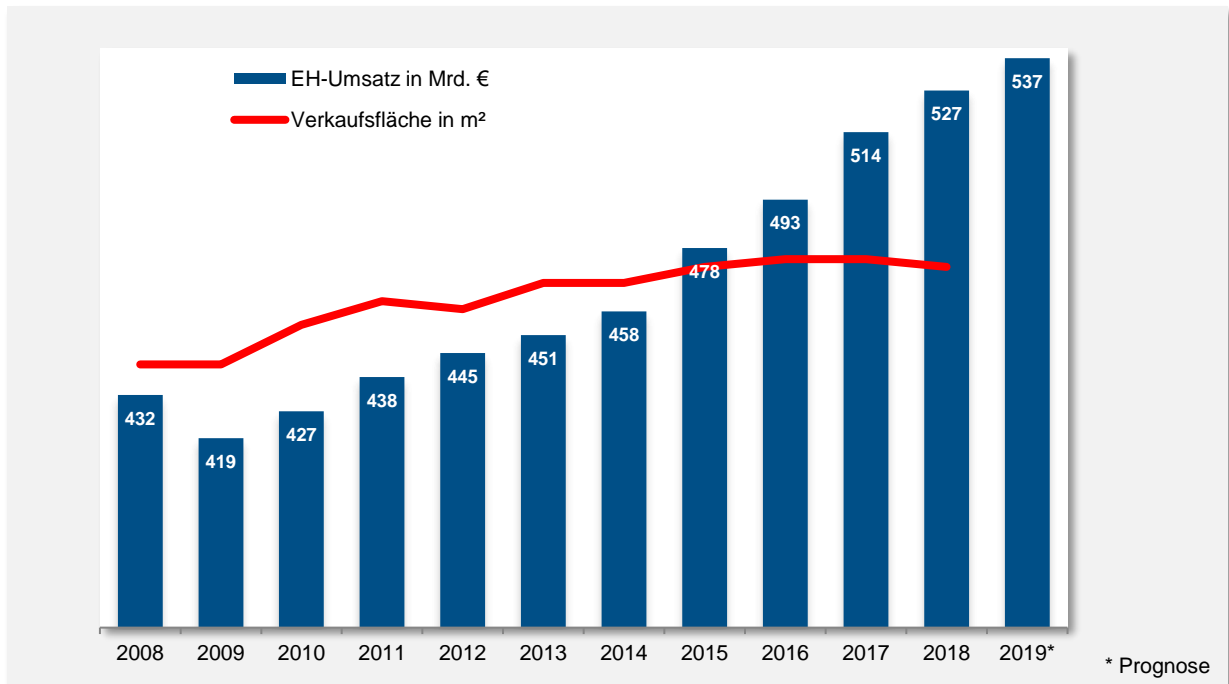
- Die technischen Möglichkeiten werden sich weiterentwickeln, sodass das Online-Angebot und die Online-Nachfrage weiter ansteigen werden. Dabei gewinnen Fragen zur Sicherheit und zum Datenschutz immer mehr an Bedeutung.
- Die Kunden werden gleichermaßen online und offline einkaufen, die Motive sind dabei sehr unterschiedlich. Da inzwischen alle Altersgruppen online sind, wird der demografische Wandel nur noch eingeschränkte Auswirkungen auf das Einkaufsverhalten haben.⁷
- Der Umsatzanteil des Einzelhandels am zur Verfügung stehenden Haushaltseinkommen wird weiter sinken und gleichzeitig wird der Online-Anteil in vielen Sortimenten steigen. Damit werden der Wettbewerb um Marktanteile und der Druck auf den Einzelhandel – insbesondere auf den inhabergeführten Einzelhandel – weiter zunehmen. Der bereits seit Jahren anhaltende Strukturwandel im Handel wird durch den zunehmenden Onlinehandel noch verstärkt.
- Die Zukunft liegt in einer intelligenten Verknüpfung von Online- und Offlinehandel („Cross- bzw. Omni-Channel“). Bislang fehlten hierzu für den kleinteiligen und inhabergeführten Einzelhandel jedoch noch tragfähige Strukturen und Konzepte, so dass vor allem der filialgestützte Einzelhandel hiervon profitierte. Zukünftig können Showrooms die klassischen Einzelhandelsnutzungen vor allem in den Zentren größerer Städte zumindest teilweise ablösen.
- Der Wettbewerb um zentrale „Toplagen“ wird zunehmen, während sich Strukturprobleme vor allem auf Streulagen, kleinere zentrale Versorgungsbereiche und die Nebenlagen von Innenstädten beziehen werden. Damit wird es insbesondere innerhalb der Innenstädte zu Konzentrationstendenzen kommen, ohne dass sich die Stadtzentren mittelfristig komplett verändern werden.

Der Onlinehandel hat mit der Smartphone-Entwicklung einen erheblichen Bedeutungsgewinn erlangt. Dies spiegelt sich zwischenzeitlich auch in einer stagnierenden Flächenentwicklung des deutschen Einzelhandels wieder.

⁷ vgl. BBSR-Online-Publikation Nr. 08/2017, Entwicklung des Online-Handels bis 2025; S. 33/ S. 123

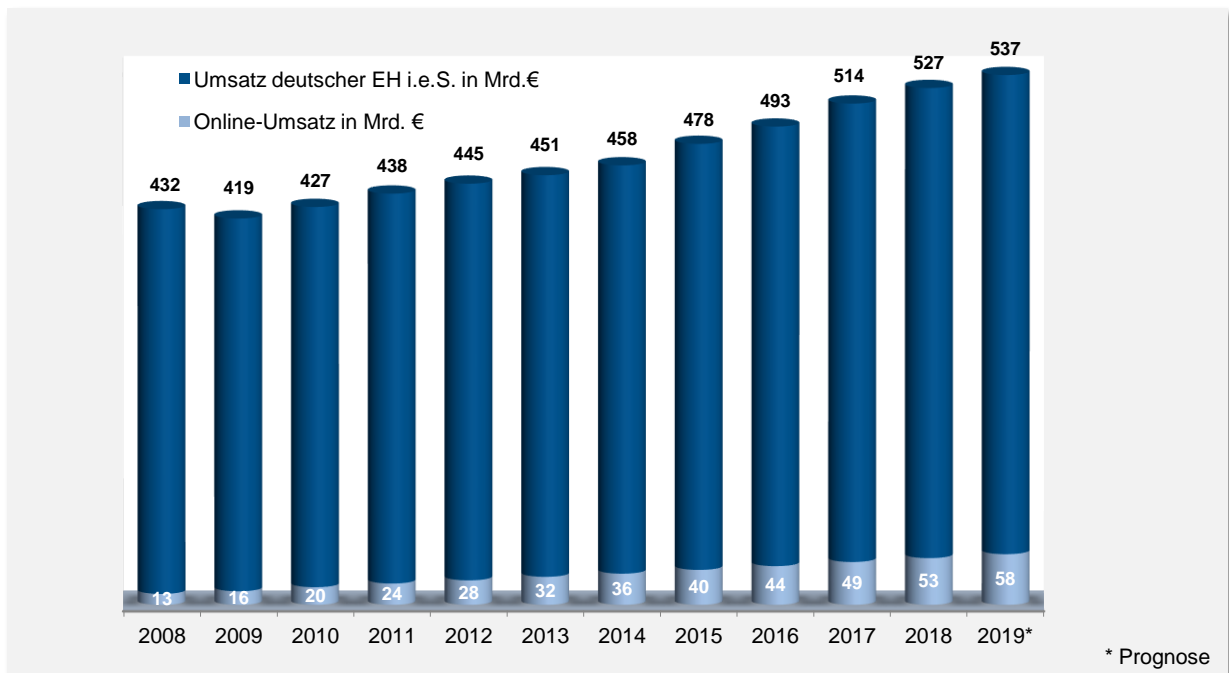
Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Abbildung 7: Entwicklung von Umsatz und Verkaufsfläche im deutschen Einzelhandel



Quelle: HDE-Daten (Einzelhandel im engeren Sinne: institutioneller Einzelhandel inkl. Onlineumsätze, ohne Apotheken, Kfz-, Brennstoff- und Kraftstoffhandel)

Abbildung 8: Onlineanteil am deutschen Einzelhandelsumsatz



Quelle: HDE-Online-Monitor 2019 (Einzelhandel im engeren Sinne: institutioneller Einzelhandel inkl. Onlineumsätze, ohne Apotheken, Kfz-, Brennstoff- und Kraftstoffhandel)

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

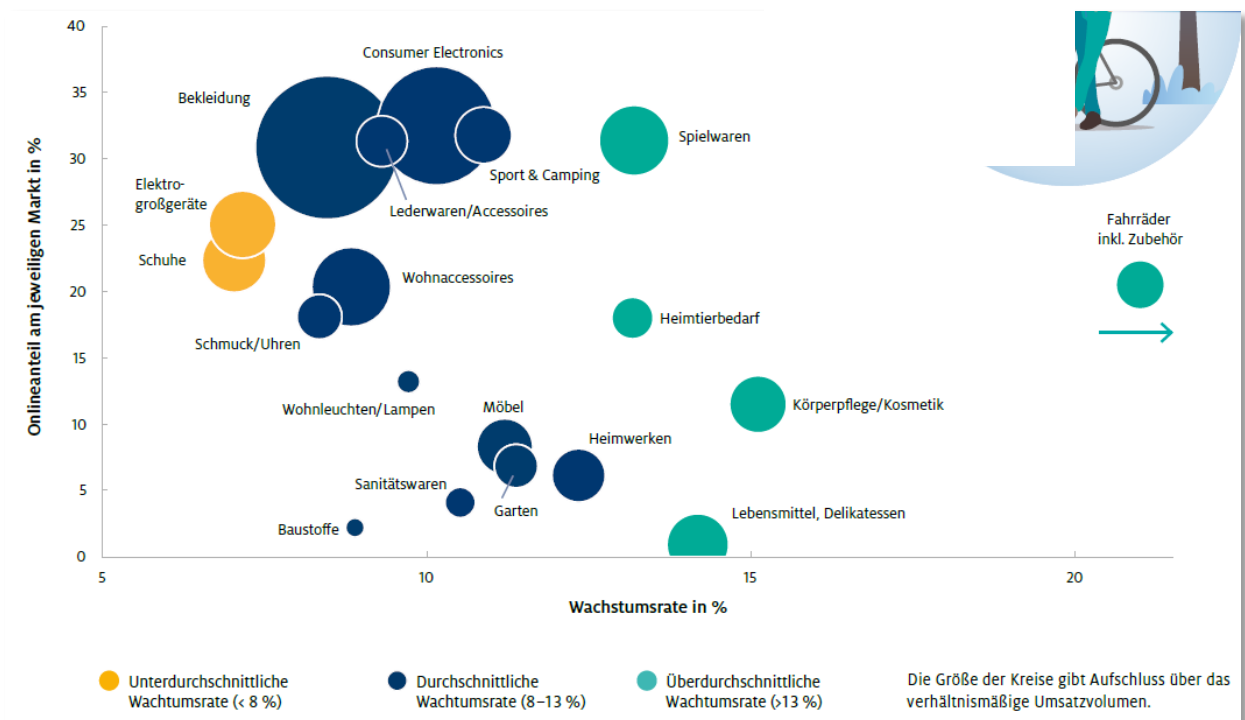
Der deutsche Onlinehandel wuchs 2018 auf ein Volumen von 53,3 Mrd. € (netto). Die Wachstumsrate ist in der jüngsten Entwicklung zwar rückläufig, das absolute Umsatzwachstum lag in den letzten Jahren jedoch jeweils bei ca. 4,3 - 4,7 Mio. € p. a.

In fast allen Branchen sorgt das anhaltende Wachstum im Onlinehandel für Umsatzverluste im stationären Handel. So liegt der Onlineanteil bei den innenstadttypischen Sortimenten Bekleidung, Schuhe, Lederwaren, Elektrowaren/Unterhaltungselektronik, Spielwaren u. a. bereits mit Werten von über 25 % auf einem hohen Niveau. Gleichzeitig sind in diesen Sortimenten nach wie vor hohe Wachstumsraten zu verzeichnen. Im Nahrungs- und Genussmittelbereich hingegen liegt der Onlineanteil aktuell bei ca. 1,2 %.

Beispielhaft hat der Onlineumsatz mit Bekleidung im Jahr 2018 um ca. 1,0 Mrd. € in Deutschland zugelegt, während gleichzeitig der Offline-Umsatz um 1,1 Mrd. € zurückgegangen ist. Im Lebensmittel- und Drogeriebereich ist der Onlineumsatz um ca. 0,5 Mrd. € angestiegen, gleichzeitig ist auch der Offlineumsatz um ca. 2,5 Mrd. € gewachsen.

Damit findet in allen Branchen – außer bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten (Nahrungs- und Genussmittel/Drogeriewaren) – eine mehr oder weniger starke Kannibalisierung des stationären Handels durch den Onlinehandel statt.

Abbildung 9: Wachstumsraten und Onlineanteile nach Warengruppen 2018



Quelle: HDE Online-Monitor 2019

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Die aktuellen Entwicklungen im Onlinehandel werden im HDE-Online-Monitor 2019 wie folgt zusammengefasst:

- „Der Onlinehandel ist 2018 mit 9,1 Prozent etwas schwächer gewachsen als erwartet. Die absoluten Umsatzzuwächse sind nahezu unverändert (4 - 5 Mrd. € p.a.).
- Die Wachstumstreiber unter den Branchen sind vor allem wie im Vorjahr FMCG⁸, Heimwerken & Garten sowie Wohnen & Einrichten. Die schwachen Konjunktoren bei Bekleidung und Consumer Electronics im Einzelhandel insgesamt zeigen auch Wirkung im Onlinehandel. Die Anteile am Onlinehandel verschieben sich allmählich von den „großen Kernbranchen“ Mode und Elektronik zu den „kleineren“ Branchen.
- In den Branchen Bekleidung, Unterhaltungselektronik und Wohnen kannibalisiert der Onlinehandel zunehmend den stationären Handel.
- Onlinehändler mit stationären Wurzeln wachsen wieder am stärksten – auch über Marktplätze. Amazon drückt das Wachstum der reinen Onlinehändler und wächst kaum noch über den eigenen Handel sondern im Wesentlichen nur über den Amazon Marketplace. Auch neue Marktplätze gewinnen Anteile am Onlinehandel.
- Die durchschnittlichen Onlineausgaben je Onlineshopper steigen und immer mehr Ältere entdecken das Onlineshopping.
- Die Fokussierung der Verbraucher auf Online nimmt zu – der Anteil selektiver Käufer nimmt (leicht) ab.
- Onlineschaufenster gewinnen in fast allen Branchen für stationäre Käufe noch einmal deutlich an Bedeutung. Apps für mobiles Shoppen und Instant-Shopping verändern das Online-Einkaufsverhalten.“

⁸ Fast Moving Consumer Goods = Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Körperpflege & Kosmetik, Heimtierbedarf

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

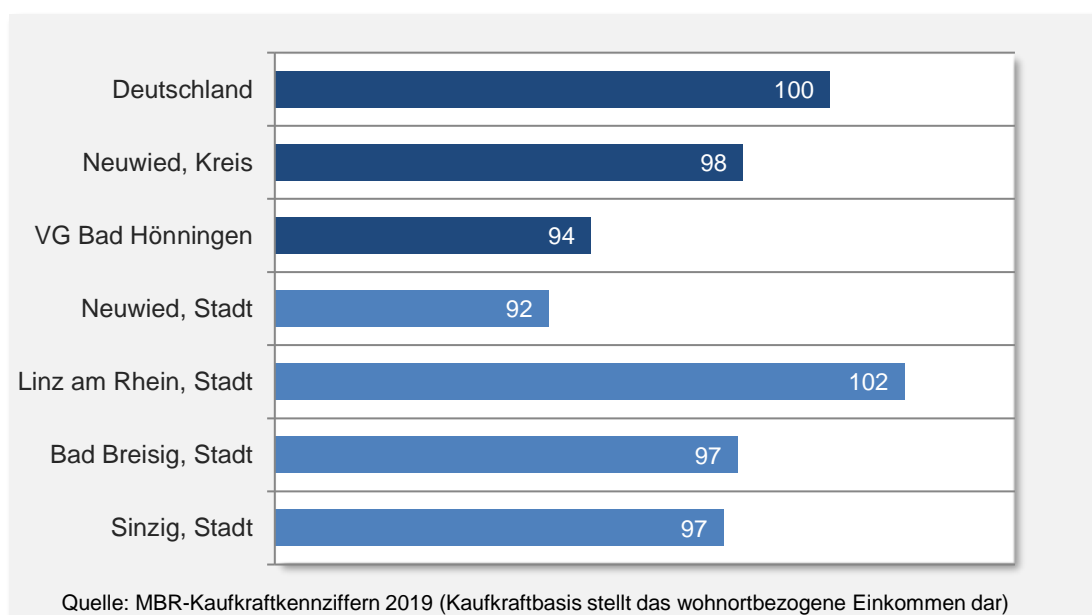
2.6 Einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen im Verbandsgemeindegebiet

Zur Berechnung des einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumens werden die privaten Verbrauchsausgaben zugrunde gelegt, die wiederum aus dem verfügbaren Einkommen abzüglich der Sparquote resultieren. Von den privaten Verbrauchsausgaben im gesamten Bundesgebiet sind demnach aktuell pro Jahr und Kopf insgesamt 6.368 € einzelhandelsrelevant.⁹

Die MB-Kaufkraftkennziffern weisen für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen aktuell ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau von durchschnittlich rd. 94 % aus, das damit rd. 6 Prozentpunkte unter dem Bundesdurchschnitt liegt.

Während sich das Kaufkraftniveau der Stadt Neuwied unter dem Niveau der Verbandsgemeinde Bad Hönningen bewegt, weisen die Städte Sinzig und Bad Breisig mit jeweils rd. 97 % höhere Kaufkraftwerte auf. Spitzenreiter im regionalen Umfeld ist mit einem Kaufkraftniveau von rd. 102 % die Stadt Linz.

Abbildung 10: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Verbandsgemeinde Bad Hönningen und in Nachbarkommunen



Für das Verbandsgemeindegebiet ergeben sich unter Beachtung des lokalen Kaufkraftniveaus jährliche Pro-Kopf-Ausgaben in Höhe von 5.957 €. Multipliziert mit der Einwohnerzahl von rd. 11.910 Personen lässt sich aktuell ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Höhe von aktuell rd. 71 Mio. € errechnen (vgl. nachfolgende Abbildung).

⁹ Institut für Handelsforschung, Ergänzungen und Berechnungen der BBE (Marktvolumina 2018); unberücksichtigt bleiben u. a. die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Motorräder, Brennstoffe und Reparaturen.

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen
Abbildung 11: Einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben in der Verbandsgemeinde Bad Hönningen p.a.

Sortiment	Deutschland	VG Bad Hönningen	
	Pro-Kopf-Ausgaben	Pro-Kopf-Ausgaben	Kaufkraft-potenzial
	in €	in €	in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	2.418	2.260	26,9
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	352	319	3,8
Apothekenwaren	571	564	6,7
Sanitätsbedarf, mediz., orthop. Artikel, Hörgeräte	104	103	1,2
Blumen	63	60	0,7
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	56	53	0,6
Bekleidung, Wäsche	526	488	5,8
Schuhe, Lederwaren	118	109	1,3
Sport-, Campingartikel	109	100	1,2
Bücher, Zeitschriften	99	93	1,1
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	90	84	1,0
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	96	87	1,0
Möbel, Küchen	353	325	3,9
GPK*, Haushaltswaren, Geschenkartikel	59	56	0,7
Haus-, Tisch-, Bettwäsche	22	20	0,2
Heimtextilien, Gardinen	23	21	0,2
Bettwaren	39	36	0,4
Lampen und Leuchten	33	30	0,4
Elektrogroßgeräte	51	49	0,6
Elektrokleingeräte	54	50	0,6
Unterhaltungselektronik, Ton-/Bildträger	134	121	1,4
Computer, Telekommunikation	210	189	2,3
Foto	41	37	0,4
Optik	52	52	0,6
Uhren, Schmuck	72	67	0,8
Bau- und Heimwerkerbedarf	229	217	2,6
Farben, Bodenbeläge, Teppiche	79	75	0,9
Pflanzen, Gartenbedarf	136	129	1,5
Fahrräder, Fahrradzubehör	67	59	0,7
Autozubehör	55	54	0,6
Sonstiger Einzelhandel***	57	53	0,6
Gesamt	6.368	5.957	71,0

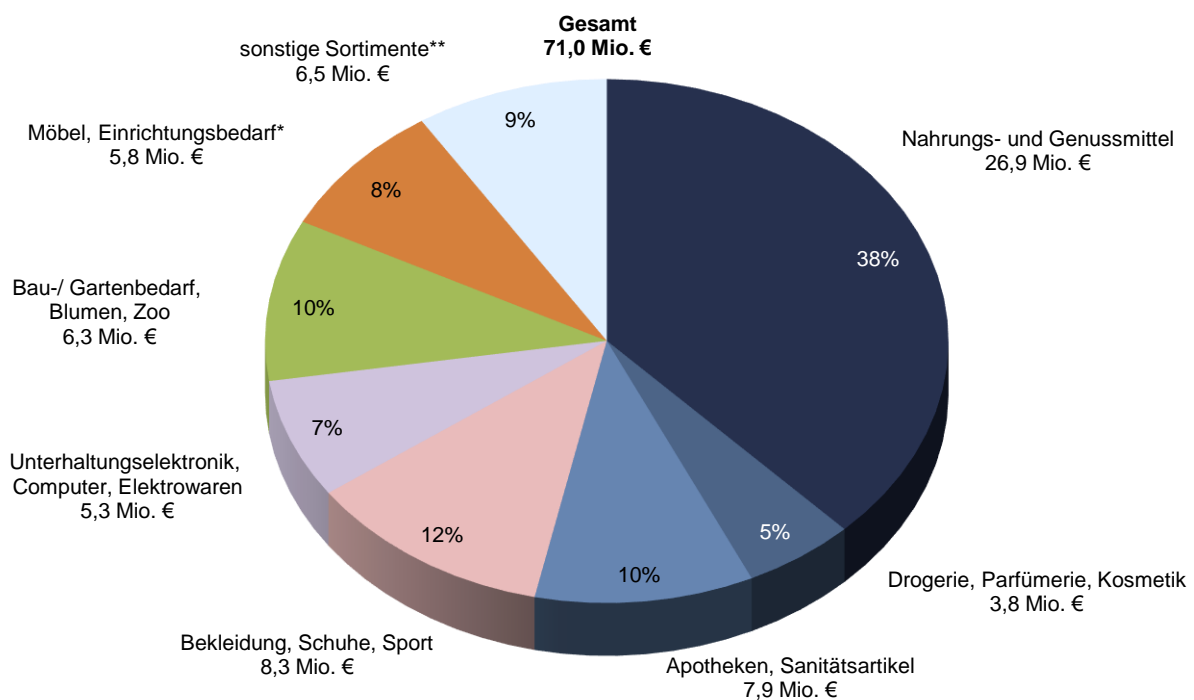
* Glas, Porzellan, Keramik
 ** u. a. Antiquitäten, Kunstgegenstände, Briefmarken/ Münzen, Kinderwagen
 Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IfH-Daten und unter Verwendung der sortimentsbezogenen MBR-Kaufkraftkennziffern (Datenstand: 2019); Rundungsdifferenzen möglich

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Mit rund 38 % entfällt ein großer Teil des Kaufkraftpotenzials auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Addiert man die Sortimente Drogerie-, Parfümeriewaren sowie Apotheken und Sanitätsartikel hinzu, entfallen rd. 53 % des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente.

Für die Leitbranchen Bekleidung/Schuhe und Sport sowie Unterhaltungselektronik/Elektrowaren stehen im Verbandsgemeindegebiet insgesamt rd. 13,6 Mio. € (rd. 19 %) zur Verfügung.

Abbildung 12: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten



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

** Bücher, Zeitschriften, Schreib- und Spielwaren, Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst

Quelle: BBE-Marktforschung unter Verwendung der MBR-Kaufkraftkennziffern

Die jährlichen Ausgaben für Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel und Einrichtungszubehör summieren sich auf rd. 12,1 Mio. € (rd. 18 %), die sonstigen Warengruppen umfassen rd. 6,5 Mio. € Kaufkraft bzw. rd. 9 % des Gesamtvolumens (vgl. Abbildung 12). Bei letzterem verfügen die Warengruppen Bücher/ Zeitschriften, Papier-/Büro-/Schreibwaren, Spielwaren sowie Uhren/Schmuck mit jeweils 0,5 – 0,6 Mio. € über die höchsten Nachfragevolumina.

3 Einzelhandelssituation in der Verbandsgemeinde Bad Hönningen

3.1 Überblick

Im Rahmen der Betriebsstättenerhebung wurden die Verkaufsflächen (VKF) aller in der Verbandsgemeinde Bad Hönningen ansässigen Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe¹⁰ einschließlich der Apotheken und Tankstellen-Convenience-Shops¹¹, differenziert nach Warengruppen, erfasst.

Demnach gibt es im Verbandsgemeindegebiet derzeit insgesamt

- 53 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe, die zusammen über eine
- Verkaufsfläche von knapp 8.000 m² verfügen und einen
- Gesamtumsatz von rd. 39 Mio. € erwirtschaften.

Zusätzlich waren zum Erhebungszeitpunkt 17 leerstehende Ladenlokale¹² vorhanden. Diese konzentrieren sich im Wesentlichen auf die Stadt Bad Hönningen und die Ortsgemeinde Rheinbrohl, wobei die Stadt Bad Hönningen deutlich mehr Leerstände aufweist. Bei der mit Abstand größten Leerstandsfläche handelt es sich um das in der Bad Hönninger Innenstadt gelegene ehemalige Hotel Rüssel. Nach vorliegenden Informationen soll dieses marode Gebäude allerdings zeitnah abgerissen werden. An dieser Stelle soll ein Wohngebäude mit 18 Wohneinheiten entstehen, so dass dieser Bereich dadurch deutlich an Attraktivität gewinnen wird.

Weitere Leerstände sind entlang der „Schmiedgasse“ vorzufinden. Dabei handelt es sich im Wesentlichen um die ursprünglich als „Kneipen“ genutzten Lokale, die nach dem Rückgang des „Party - & Kegeltourismus“ in Bad Hönningen nicht mehr rentabel betrieben werden konnten.

In der Gemeinde Rheinbrohl stellt nach der Schließung des Edeka-Marktes das in der Ortsmitte gelegene Ladenlokal die größte leerstehende Leerstandsfläche dar.

Eine erste (grobe) Bewertung der Angebotsstruktur ist u. a. durch die Relation zwischen der Einzelhandelsverkaufsfläche und der Einwohnerzahl möglich. Hierbei ergibt sich für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen ein Dichtewert (Arealitätsziffer) von 0,7 m² je Einwohner.

¹⁰ Als Einzelhandelsbetriebe werden hier und im Folgenden diejenigen Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Der Gruppe der Ladenhandwerksbetriebe sind die Betriebe des Bäckerei- und Konditorenhandwerks sowie die Metzgereien zuzuordnen. Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handwerks, des Handels mit Mineralölerzeugnissen (außer größeren Verkaufsräumen in Tankstellen) und ähnlichen Waren.

¹¹ Als Tankstellen-Convenience-Shops werden diejenigen Verkaufsstellen der Tankstellenbetriebe erfasst, die Einzelhandelswaren in Verkaufsräumen anbieten.

¹² Als Leerstand erhoben wurde jedes leerstehende Ladenlokal, das grundsätzlich durch einen Einzelhandelsbetrieb genutzt werden könnte, unabhängig von der ehemaligen Nutzungsart.

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Damit liegt die Flächenausstattung im Verbandsgemeindegebiet deutlich unterhalb des deutschen Durchschnittswerts von ca. 1,5 m² je Einwohner.¹³

Dies deutet grundsätzlich darauf hin, dass Versorgungslücken in einzelnen Bereichen der Einzelhandelsausstattung bestehen bzw. der Einzelhandel in der Gesamtschau keine übergemeindliche Ausstrahlungskraft entfalten kann.

3.2 Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten

Wie bereits im Kapitel 1.2 dargestellt, wurden die Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Branchen erhoben. Somit besteht die Möglichkeit, die in der Verbandsgemeinde Bad Hönningen vorgefundenen Angebote sortimentsscharf zu bewerten.

Wie aus der Abbildung 13 zu entnehmen ist, ergeben sich unter quantitativen Gesichtspunkten zum Teil deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Warengruppen.

Sowohl hinsichtlich der Verkaufsfläche als auch des erwirtschafteten Umsatzes ist der sortimentsbezogene Angebotsschwerpunkt eindeutig im **Lebensmitteleinzelhandel** auszumachen, der mit rd. 3.450 m² rd. 44 % des gesamtstädtisch vorhandenen Verkaufsflächenbestandes auf sich vereinen kann. Auch hinsichtlich des erwirtschafteten Umsatzes ist die Sortimentsgruppe mit rd. 21 Mio. € bzw. etwa 55 % die mit deutlichem Abstand umsatzstärkste Warengruppe.

Angebotsprägend sind hier die Lebensmittelmärkte Rewe und Aldi in Bad Hönningen sowie Lidl und Edeka (bis Ende 2019) in Rheinbrohl, die von mehreren Ladenhandwerksbetrieben ergänzt werden.

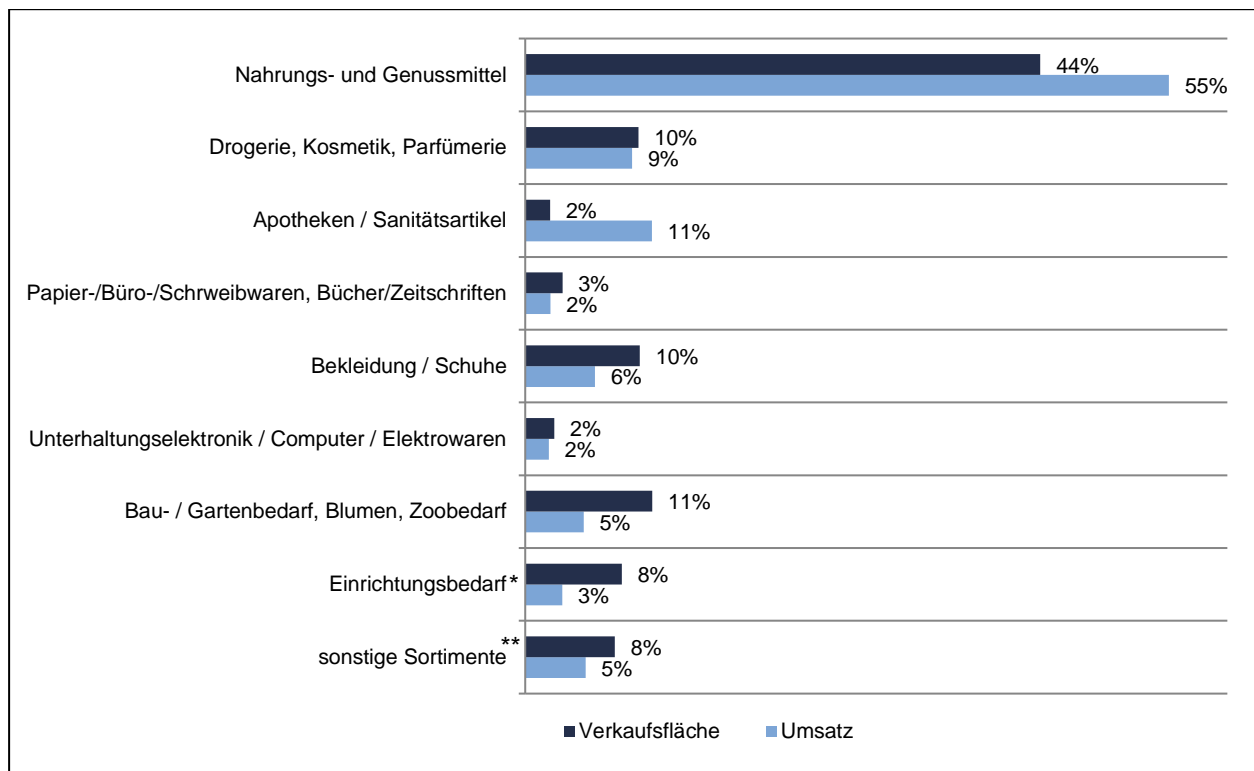
Auch das **Drogeriewarenssegment** erreicht mit rd. 9 % vergleichsweise hohe Umsatzanteile. Der Verkaufsflächenanteil beträgt rd. 10 %. Wichtigster Anbieter ist der in Rheinbrohl ansässige dm Drogeriemarkt. Drogeriewaren werden darüber hinaus in den Randsortimenten der Lebensmittelmärkte (Rewe und Aldi (Bad Hönningen) und Lidl und Edeka (Rheinbrohl)) angeboten.

Die **sonstigen Sortimente** nehmen einen Verkaufsflächenanteil von rd. 44 % ein, auf dem ein Umsatzanteil von 36 % generiert wird. Der Großteil der Verkaufsfläche entfällt dabei mit jeweils 11 % bzw. 10 % auf die Warengruppen Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoobedarf sowie Bekleidung/Schuhe. Das Angebot in den Branchen Bekleidung und Schuhe konzentriert sich neben dem Textilfachmarkt Kik ausschließlich auf inhabergeführte Anbieter (Schuhhaus Adenau, Karina's Wäschestube, Team Sport Bonn und Via Nova Bekleidung in Bad Hönningen; Mode Querida in Rheinbrohl). Im Bau- und Gartensegment ist das Bauzentrum Hans Saal in Rheinbrohl hervorzuheben.

In den vorgenannten Warengruppen wird ein Umsatzanteil von rd. 6% (Bekleidung/Schuhe) und rd. 5 % Bau- und Gartenbedarf erzielt.

¹³ Der Handelsverband Deutschland (HDE) weist für das Jahr 2017 eine bundesweite Verkaufsfläche (VKF) von rd. 124 Mio. m² aus. Bezogen auf die Bevölkerung (2017: rd. 82,8 Mio. Einwohner) ergibt sich ein Dichtewert von rd. 1,5 m² VKF je Einwohner).

Abbildung 13: Verkaufsflächen und Umsätze in der VG Bad Hönningen nach Sortimenten



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

** Bücher, Zeitschriften, Schreib- und Spielwaren, Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst
Quelle: Eigene Erhebungen; Rundungsdifferenzen möglich

Das Sortiment Einrichtungsbedarf erreicht einen Verkaufsflächenanteil von rd. 8 %. Dieser verteilt sich im Wesentlichen auf die beiden Raumausstattungsanbieter Ronken und Theisen.

Darüber hinaus gibt es in der Verbandsgemeinde hinsichtlich der Verkaufsflächenausstattung keine weiteren nennenswerten Angebotsschwerpunkte. Neben den drei Apotheken sowie einzelnen Fachgeschäften reduziert sich das Angebot in den sonstigen Sortimenten oftmals auf die Randsortimente des ortsansässigen Lebensmitteleinzelhandels und hier im Wesentlichen auf die wöchentlich wechselnden Aktionswaren.¹⁴

¹⁴ Grundsätzlich ist festzustellen, dass das Aktionswarenprogramm der Lebensmitteldiscounter sämtliche Warengruppen des Einzelhandels umfasst, wobei insbesondere folgende Sortimentsbereiche regelmäßig im Angebot zu finden sind: Bekleidung / Textilien, Schuhe / Lederwaren, Papier / Schreibwaren / Bücher, Haushaltswaren, Spielwaren und Sportartikel, Elektrogeräte und Unterhaltungselektronik, Heimwerker- / Gartenbedarf.

Nach gutachterlichen Berechnungen auf Basis von Branchenveröffentlichungen und Ergebnissen der BBE-Marktforschung stellt das Textilsortiment unter den Nonfood-Artikeln von Lebensmittel-Discountmärkten das umsatzstärkste Teilsortiment dar. Im Durchschnitt über alle Discountmärkte entfallen demnach ca. 6,0 % des Gesamtumsatzes auf das Textilsortiment. An zweiter Stelle folgt mit ca. 3,5 % des Umsatzes das Segment (Unterhaltungs-) Elektronik. Für die sonstigen Nonfood-Sortimente liegen die durchschnittlichen Umsatzanteile bei ca. 0,5 - 1,0 %. Eine tiefer gehende Flächen- bzw. Sortimentsdifferenzierung ist darüber hinaus nicht möglich.

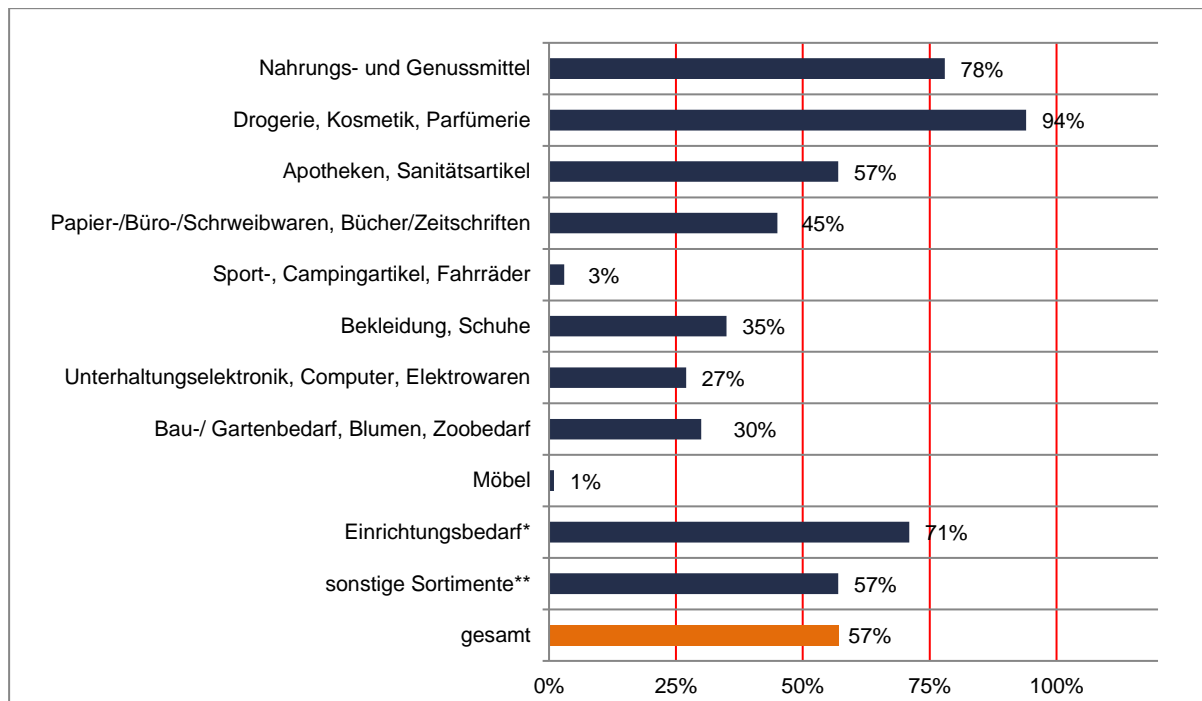
Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

3.3 Einzelhandelszentralität

Ausgehend von den Ergebnissen der Angebots- und Nachfrageanalyse lässt sich die funktionale Bedeutung des Einzelhandels mit Hilfe der Umsatz-Kaufkraft-Relation (Einzelhandelszentralität) bewerten. Um diesen Index zu berechnen, wird der vom ansässigen Einzelhandel erwirtschaftete Umsatz dem örtlichen Kaufkraftpotenzial gegenübergestellt. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist wie das lokal vorhandene Kaufkraftpotenzial, während Abweichungen über den Basiswert auf Kaufkraftzuflüsse bzw. Abweichungen unterhalb des Basiswertes auf Kaufkraftabflüsse hinweisen.

Für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen liegt die **Umsatz-Kaufkraft-Relation (UKR)** nach den vorliegenden Zahlen bei rd. 57 %, so dass das vorhandene Kaufkraftpotenzial den lokal erwirtschafteten Gesamtumsatz deutlich übersteigt und per Saldo rd. 30 Mio. € Kaufkraft aus dem Verbandsgemeindegebiet an Angebotsstandorte in den Umlandkommunen abfließen.

Abbildung 14: Umsatz-Kaufkraft-Relation im Überblick – VG Bad Hönningen



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

** Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst

Quelle: Eigene Erhebungen, Rundungsdifferenzen möglich

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Sortimentsbezogen variieren die (prozentualen) Bindungsquoten dabei zum Teil recht deutlich (vgl. vorstehende Abbildung).

Die mit Abstand höchsten Umsatz-Kaufkraft-Relationen sind im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel mit rd. 78 % und Drogeriewaren mit rd. 94 % festzustellen, was vor allem auf die Anbieter Rewe und Aldi in Bad Hönningen sowie Lidl und dm in Rheinbrohl zurückzuführen ist. Diese Märkte schaffen es demnach per Saldo, weite Teile der vorhandenen Kaufkraft lokal zu binden. Allerdings soll der in der Ortsmitte von Rheinbrohl ansässige Edeka-Markt zum Jahresende 2019 geschlossen werden, was zu einer teilweisen Umorientierung im Einkaufsverhalten der lokalen Bevölkerung führen wird. Davon wird neben den im Verbandsgemeindegebiet ansässigen Lebensmitteldiscountern Aldi und Lidl insbesondere der Rewe-Markt in Bad Hönningen als zukünftig einziger Vollsortimenter profitieren. Diese Anbieter werden allerdings nicht in der Lage sein, die durch die Schließung des Edeka-Marktes entstandene Versorgungslücke vollständig zu schließen.

Vergleichsweise hohe Umsatz-Kaufkraft-Relationen von rd. 71 % ergeben sich darüber hinaus im Einrichtungsbedarf. Dies ist im Wesentlichen auf die beiden Raumausstatter Theisen und Ronken sowie die Randsortimente von Kik und die der Lebensmitteldiscountmärkte zurückzuführen.

Auch im Bereich Apotheken und Sanitätswaren ist eine Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 57 % zu verzeichnen, so dass auch in diesem Bereich eine Basisversorgung gewährleistet wird.

Vergleichsweise hohe Kaufkraftabflüsse sind dagegen in den mittel- und langfristigen Warengruppen zu verzeichnen. Absolut betrachtet bestehen die höchsten Kaufkraftabflüsse mit knapp 5 Mio. € bei Bekleidung und Schuhen und mit rd. 4,4 Mio. € im Bau-/Gartenbedarf/ Zoobedarf, gefolgt von der Warengruppe Möbel mit rd. 4 Mio. € und dem Bereich Elektro/Unterhaltungselektronik mit rd. 2 Mio. €.

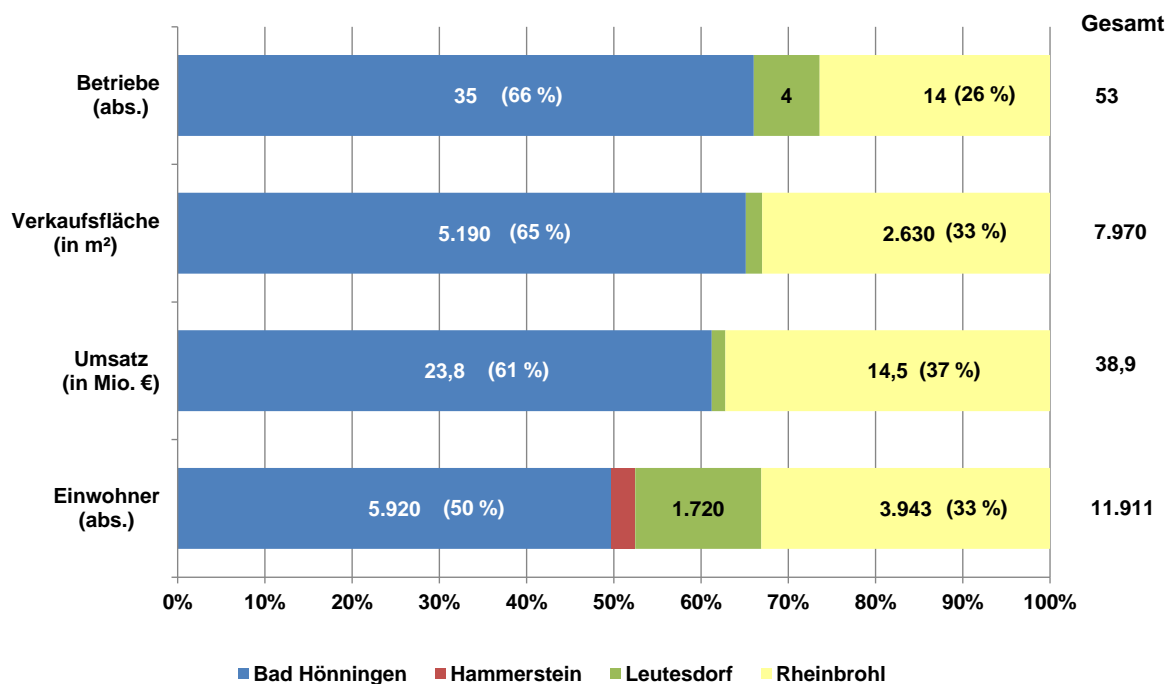
Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

3.4 Einzelhandelsstrukturen in den Ortsgemeinden

Wie den nachfolgenden Abbildungen zu entnehmen ist, konzentriert sich der Einzelhandelsbesatz vor allem auf die beiden Grundzentren¹⁵ Bad Hönningen und Rheinbrohl, wo 49 der insgesamt 53 Betriebe ansässig sind.

In den sonstigen Ortsgemeinden sind dagegen keine bzw. nur wenige, ausschließlich kleinteilige Einzelhandelsbetriebe vorzufinden.

Abbildung 15: Angebotsstrukturen in den Ortsgemeinden



Quelle: Eigene Erhebungen; Rundungsdifferenzen möglich

3.4.1 Stadt Bad Hönningen

In der Stadt Bad Hönningen wurden insgesamt 35 Einzelhandelsbetriebe erhoben, die über eine Verkaufsfläche von rd. 5.190 m² verfügen. Die dort ansässigen Einzelhandelsbetriebe erwirtschaften nach eigener Prognose einen Jahresumsatz in Höhe von rd. 23 Mio. €.

Nutzungsstrukturen in der Innenstadt von Bad Hönningen

Eine wichtige Aufgabe des vorliegenden Gutachtens besteht darin, die Hauptfunktionsbereiche des innerstädtischen Einzelhandels räumlich zu bestimmen. Dazu wurden in der Innenstadt von Bad Hönningen Kartierungen der Erdgeschossnutzungen vorgenommen.

Unterschieden wurden dabei folgende Nutzungskategorien:

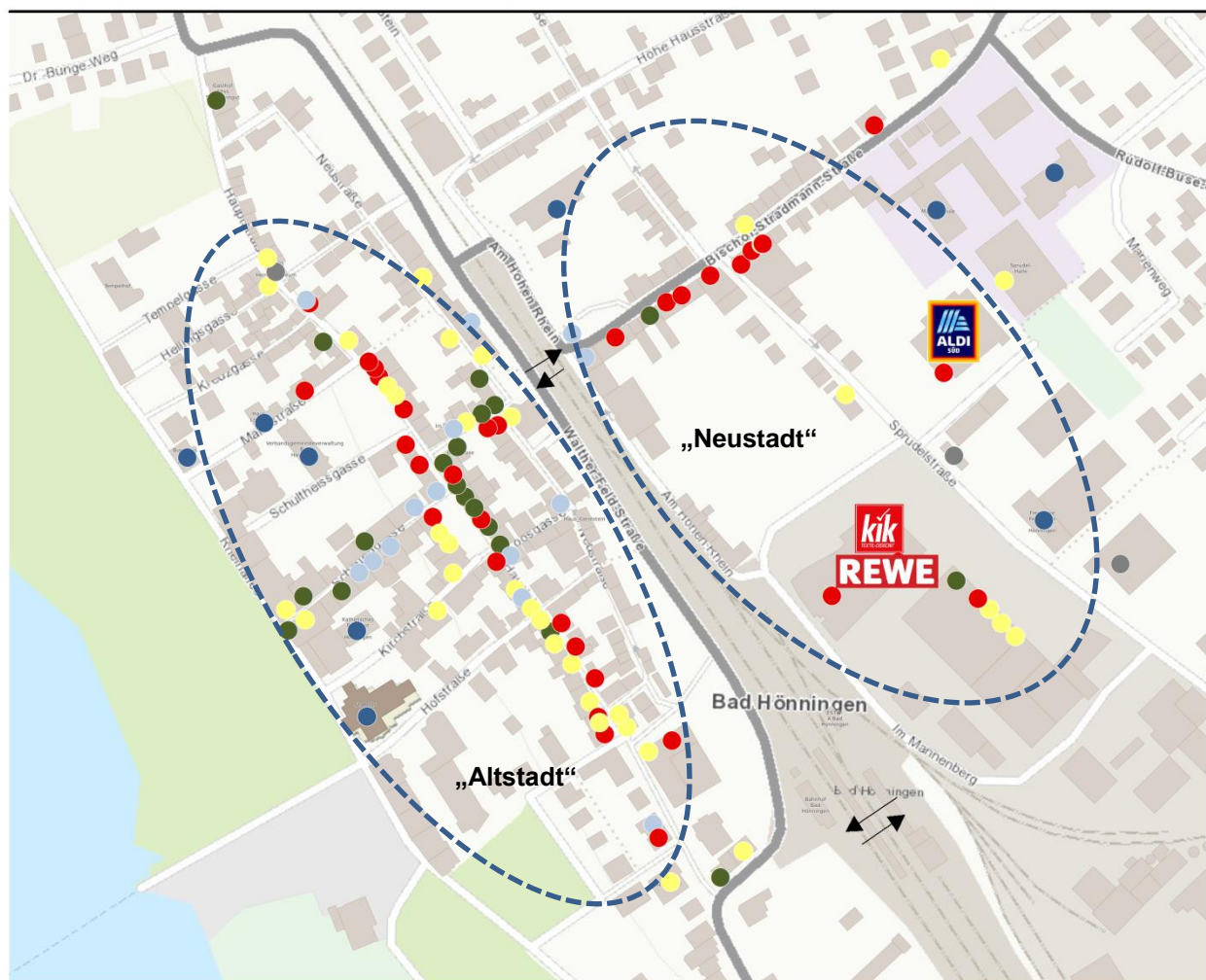
¹⁵ Verpflichtend kooperierende Grundzentren im grundzentralen Verbund

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

- Einzelhandel
- Gastronomie
- Öffentliche Einrichtungen und private Dienstleistungen
- Leerstehende gewerbliche Objekte.

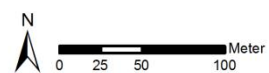
Die Ergebnisse werden nachfolgend zusammengefasst.

Abbildung 16: Nutzungsstruktur der Innenstadt von Bad Hönningen



Nutzungsstruktur

- | | |
|------------------|-----------------------------|
| ● Einzelhandel | ● Gastronomie |
| ● Leerstand | ● Öffentliche Einrichtungen |
| ● Dienstleistung | ● Gewerbe/ Industrie |



Service-Layer-Nachweise: Sources: Esri, DeLorme, NAVTEQ, TomTom, Intermap, increment P Corp., GEBCO, USGS, FAO, NPS, NRCAN, GeoBase, IGN, Kadaster NL, Ordnance Survey, Esri Japan, METI, Esri China (Hong Kong), swisstopo, and the GIS User Community

Quelle: Eigene Darstellung

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Wie aus der vorstehenden Abbildung zu entnehmen ist, lassen sich innerhalb der Innenstadt von Bad Hönningen zwei Funktionsbereiche unterscheiden:

Der Bereich der am Rhein gelegenen **Innenstadt** erstreckt sich zwischen der Marktstraße im Norden und der Bahnhofstraße im Süden und umfasst dabei weite Teile der historischen Altstadt. Die Altstadt ist noch heute durch eine historisch gewachsene, kleinteilige Gebäudestruktur geprägt. Zusammen mit zahlreichen gastronomischen Betrieben und kulturellen Sehenswürdigkeiten, ergänzt um ein Wellness- und Gesundheitsangebot wie z.B. das Heimatmuseum Hohes Haus, die Kristall Rheinpark-Therme, stellt sie ein herausragendes touristisches Ziel dar.

Darüber hinaus sind in der Innenstadt Wohnnutzungen, Dienstleistung und Gastronomiebetriebe ansässig. Der Einzelhandel ist ausschließlich in Form von überwiegend inhabergeführten, kleinteiligen Betriebseinheiten vertreten.

Abbildung 17: Innenstadt von Bad Hönningen (Fotos)



Quelle: Eigene Fotos

Der Großteil der dort ansässigen Anbieter konzentriert sich entlang der als Fußgängerzone ausgebauten Hauptstraße. Hervorzuheben sind die Einzelhandelsbetriebe Schuhhaus Adenau, das Bekleidungsfachgeschäft Via Nova, Karina´s Wäschestudio, das Sportfachgeschäft Team Sport Bonn sowie die Brunnen Apotheke.

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

In der westlich von der Hauptstraße abgehenden „Schmidgasse“ sind überwiegend Leerstände (ehem. Gastronomiebetriebe vorzufinden. Dies ist auf den Wandel in der Tourismusbranche und den damit verbundenen Rückgang des „Party- & Kegeltourismus“ zurückzuführen.

Weitere Nutzungen (v.a. Dienstleistungs-, Gastronomiebetriebe) sind entlang der östlich von der Hauptstraße abgehenden Bischof-Stradmann-Straße bzw. der Neustraße vorzufinden. Die Bischof-Stradmann-Straße bildet die Hauptwegeverbindung zwischen der Innenstadt und den östlich der Bahntrasse gelegenen Nutzungen.

Abbildung 18: Versorgungsstandort östlich der Bahntrasse (Fotos)



Quelle: Eigene Fotos

Da die baulichen Strukturen der „Altstadt“ keine Flächenoptionen für größere bzw. großflächige Einheiten zulassen, ist östlich der Bahntrasse ein Versorgungsstandort („**Neustadt**“) entwickelt worden. Neben einem großflächigen Rewe-Markt mit einem in der Vorkassenzone integrierten Textil-Filialisten Kik und einem Backshop der Filialkette „Die Lohner´s“ ist dort auch ein Aldi-Lebensmittelmarkt ansässig. Das Angebot wird durch einen Imbiss, eine Arztpraxis und ein Med-Fit-Therapiezentrum ergänzt. Zudem befinden sich dort mit einer Grundschule sowie einem Kindergarten auch wichtige Gemeindebedarfseinrichtungen.

Insgesamt summiert sich die in diesem Standortbereich vorhandene Verkaufsfläche auf etwa 2.800 m², so dass mehr als die Hälfte des in der Stadt Bad Hönningen insgesamt vorhandenen Verkaufsflächenbe-

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

standes auf diesen Standortbereich entfällt und hier knapp zwei Drittel des Bad Hönninger Einzelhandelsumsatzes erwirtschaftet wird.

Aufgrund seiner Lage im Bahnhofsumfeld verfügt der Standortbereich über eine sehr gute Anbindung an den öffentlichen Verkehr. Die nächste Bushaltestelle „Bärenplatz“, die von der Buslinie 137 angefahren wird, ist dem Standort unmittelbar zugeordnet. Zudem ist der Bahnhof Bad Hönningen nur rd. 100 Meter vom Rewe-Markt entfernt.

Die barrierefrei ausgebaute Unterführung an der Bischof-Stradmann-Straße verbindet den Standort östlich der Bahntrasse fußläufig mit der Altstadt. Eine zweite Fußgängerquerung findet sich mit der Unterführung am Bahnhof. Eine wichtige Maßnahme der Altstadtsanierung sieht vor, diese Querung ebenfalls barrierefrei auszubauen und wesentlich zu attraktivieren.

3.4.2 Ortsgemeinde Rheinbrohl

Unmittelbar südlich an die Stadt Bad Hönningen schließt sich die Ortsgemeinde Rheinbrohl an. Dort lassen sich grundsätzlich zwei Angebotsstandorte differenzieren. Im Einzelnen handelt es sich hierbei um den Ortskern sowie einen nördlich des Siedlungskörpers, im Kreuzungsbereich der L 87 und der Hauptstraße, gelegenen Verbundstandort.

Der Ortskern wird in weiten Teilen durch Wohnnutzungen geprägt. Das lokale Einzelhandelsangebot ist mit insgesamt 11 Einzelhandelsbetrieben und einer Verkaufsfläche von knapp 500 m² vergleichsweise gering ausgeprägt.

Abbildung 19: Ortskern von Rheinbrohl (Fotos)



Quelle: Eigene Fotos

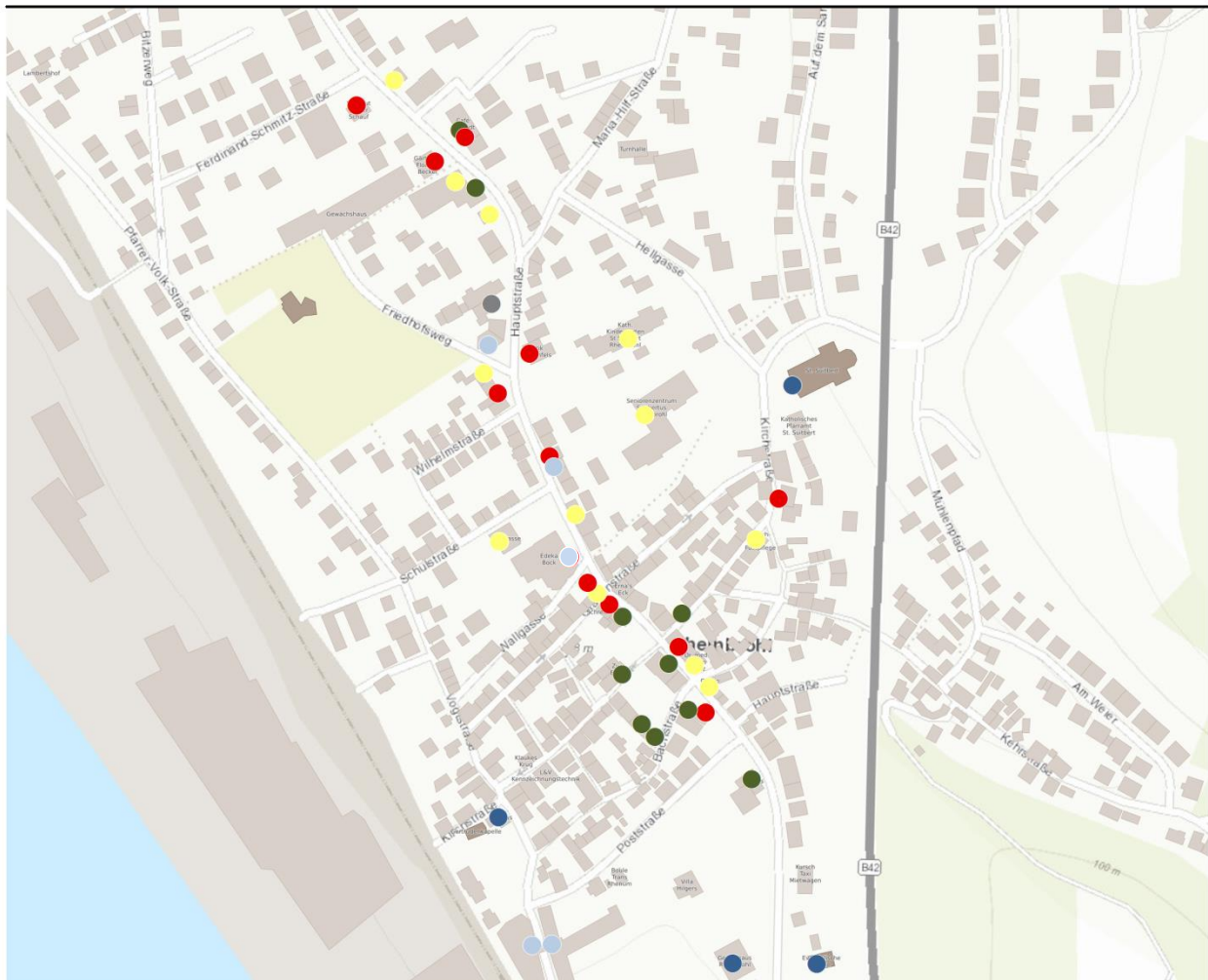
Bis Dezember 2019 stellte ein rd. 580 m² großer Edeka-Markt an der Hauptstraße den mit deutlichem Abstand größten Einzelhandelsbetrieb in der Ortsmitte Rheinbrohl dar. Damit hat die Ortsmitte Rheinbrohl den wichtigsten Träger der wohnungsnahen Versorgung verloren.

Das darüber hinausgehende Angebot ist ausschließlich kleinteilig strukturiert und vornehmlich auf die Versorgung der lokalen Bevölkerung ausgerichtet (u.a. eine Apotheke, ein Schreibwarengeschäft, ein Optiker, eine Bäckerei). Gleiches gilt für die ergänzenden Dienstleistungen. Exemplarisch anzuführen

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

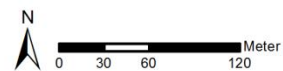
sind diesbezüglich eine Filiale der Sparkasse Neuwied, eine SB-Stelle der VR-Bank Neuwied-Linz eG, ein Frisör und mehrere Arztpraxen. Darüber hinaus befinden sich im Bereich der Kirchstraße mehreren Gasthäuser/Restaurants.

Abbildung 20: Nutzungsstruktur im Ortskern von Rheinbrohl



Nutzungsstruktur

- Einzelhandel
- Gastronomie
- Leerstand
- Öffentliche Einrichtungen
- Dienstleistung
- Gewerbe/ Industrie



Service-Layer-Nachweise: Sources: Esri, DeLorme, NAVTEQ, TomTom, Intermap, increment P Corp., GEBCO, USGS, FAO, NPS, NRCAN, GeoBase, IGN, Kadaster NL, Ordnance Survey, Esri Japan, METI, Esri China (Hong

Quelle: Eigene Darstellung

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

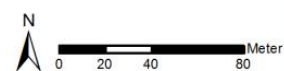
Da der Edeka-Markt die wohnortnahe Versorgung der in Rheinbrohl lebenden Bevölkerung nur eingeschränkt gewährleisten kann, wurde im Kreuzungsbereich der L 87 und der Hauptstraße ein **Verbundstandort von Lidl und dm** realisiert. In räumlicher Nähe befindet sich zudem das „Bauen + Leben Baucenter Hans Saal“. Diese drei Einzelhandelsbetriebe vereinen den Großteil der in Rheinbrohl vorgehaltenen Verkaufsflächen bzw. des erwirtschafteten Umsatzes auf sich. Östlich der Hauptstraße sind zudem eine Realschule, die Maximilian-Kolbe-Schule, die Grundschule Astrid-Lindgren, das Berufsbildungszentrum Rheinbrohl sowie die Kindertagesstätten Villa Kunterbunt, Casa Feliz und Casa Viva vorzufinden.

Abbildung 21: Schulen und Einzelhandel in Rheinbrohl-Nord



Nutzungsstruktur

- Einzelhandel
- Leerstand
- Dienstleistung
- Gastronomie
- Öffentliche Einrichtungen
- Gewerbe/ Industrie



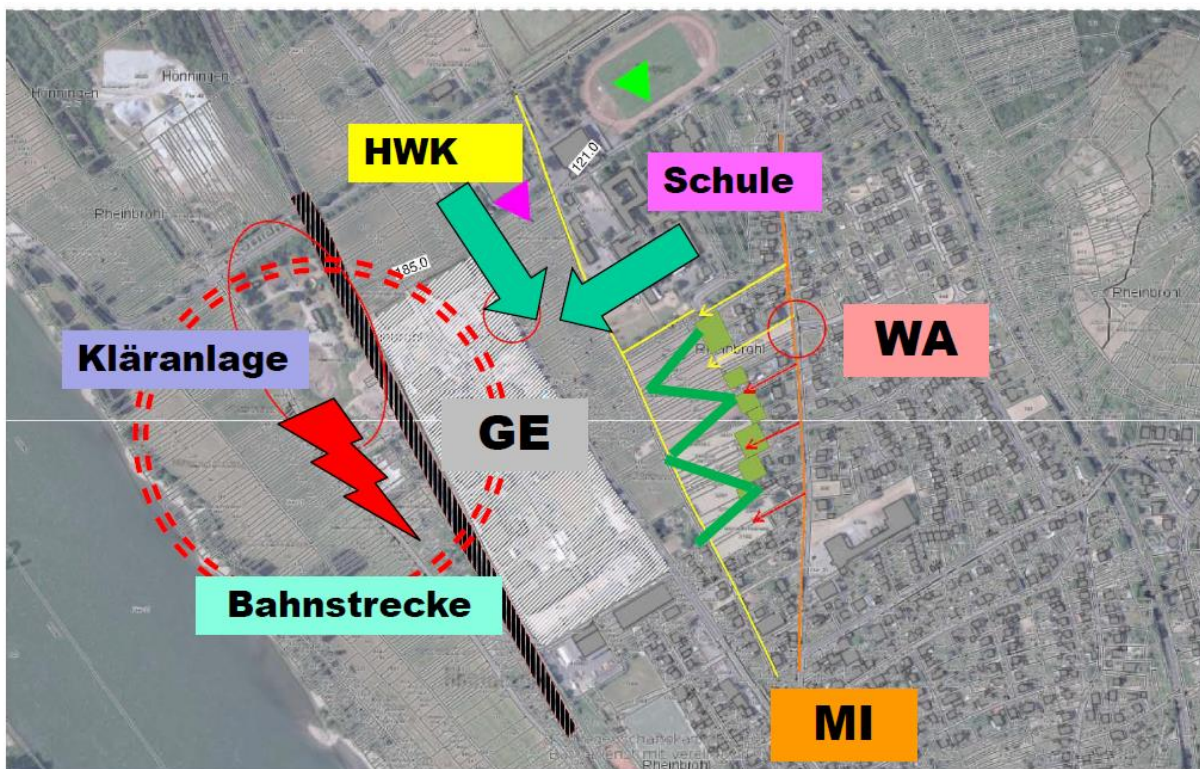
Service-Layer-Nachweise: Source: Esri, DigitalGlobe, GeoEye, i-cubed, USDA, USGS, AEX, Getmapping, Aerogrid, IGN, IGP, swisstopo, and the GIS User Community

Quelle: Eigene Darstellung

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Wie aus der nachfolgenden Abbildung zu entnehmen ist, soll die östlich der Hauptstraße gelegene Freifläche langfristig überplant werden. Während der nördliche Teil der Fläche als Reserveflächen für schulische Einrichtungen und das Berufsbildungszentrum der Handwerkskammer (HWK) Koblenz vorgehalten wird, sollen im südlichen Bereich Wohnnutzungen entstehen. Mit den geplanten Wohnbauentwicklungen in den Bereichen u.a. an der Arienheller Straße und im Quartier „Im Römer“ ist zukünftig eine weitere Verdichtung der Wohnnutzungen im Umfeld zu erwarten. Auch wird der Standortbereich zukünftig in seiner Funktion als Schul- und Bildungsstandort weiter gestärkt werden.

Abbildung 22: Planungsziele zur Entwicklung von Rheinbrohl-Nord



Quelle: Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Abkürzungen: HWK – Berufsbildungszentrum der Handwerkskammer; GE – Gewerbegebiet; MI – Mischgebiet; WA – Allgemeines Wohngebiet

3.5 Ortsgemeinden Hammerstein und Leutesdorf

Außerhalb der beiden Grundzentren Rheinbrohl und Bad Hönningen ist lediglich in der Ortsgemeinde Leutesdorf, im südöstlichen Verbandsgemeindegebiet, noch ein ergänzendes Einzelhandelsangebot – bestehend aus einem Metzger, einem Blumenfachgeschäft, einem Tankstellenshop und einer Töpferei – vorzufinden, während in der Ortsgemeinde Hammerstein keine Einzelhandelsbetriebe vorhanden sind.

4 Wohnortnahe Versorgung in der Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Die Qualität der Nahversorgung wird wesentlich vom Lebensmitteleinzelhandel bestimmt. Der Schwerpunkt liegt bei den Lebensmittel- Supermärkten, Discountern und Getränkemärkten sowie den Drogeriemärkten. Ergänzt wird das Versorgungsnetz in der Regel durch kleinere Anbieter von Obst/Gemüse, Süßwaren und Getränken sowie von Bäckern, Fleischern, Kiosks und Tankstellenshops.

Wie aus der nachfolgenden Abbildung zu entnehmen ist, wird die wohnortnahe Versorgung im Verbandsgemeindegebiet durch die Standorte in Bad Hönningen und Rheinbrohl gewährleistet.

Abbildung 23: Umsatz-Kaufkraft-Relation in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel

Stadt/Ortsgemeinde	Ein- wohner		Kaufkraft		Umsatz		UKR*
	abs.	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in %	
Bad Hönningen	5.920	13,4	50	13,7	64	102	
Rheinbrohl	3.943	8,9	33	7,1	34	80	
Leutesdorf	1.720	3,9	14	0,5	2	13	
Hammerstein	328	0,7	3	--	--	--	
Gesamt	11.911	26,9	100	21,2	100	78	

* UKR: Umsatz-Kaufkraft-Relation
Quelle: Eigene Prognosen, Rundungsdifferenzen möglich

Die bevölkerungsreichste Stadt Bad Hönningen erreicht mit einem Index von 102 % auch die höchste Umsatz-Kaufkraft-Relation in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Damit wird in Bad Hönningen in dieser Warengruppe per Saldo ein leichter Zufluss von 0,3 Mio. € generiert.

In der Ortsgemeinde Rheinbrohl erreicht die Umsatz-Kaufkraft-Relation in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel eine Größenordnung von lediglich rd. 80 %. Dies ist v.a. auf den dort ansässigen Lebensmitteldiscountmarkt Lidl zurückzuführen¹⁶.

Die beiden Ortsgemeinden Leutesdorf und Hammerstein nehmen Solitärlagen im Verbandsgemeindegebiet ein und verfügen über vergleichsweise geringe Einwohnerzahlen. Größere Lebensmittelmärkte sind dort nicht vorhanden. Das Angebot im Nahrungs- und Genussmittelsegment beschränkt sich lediglich auf

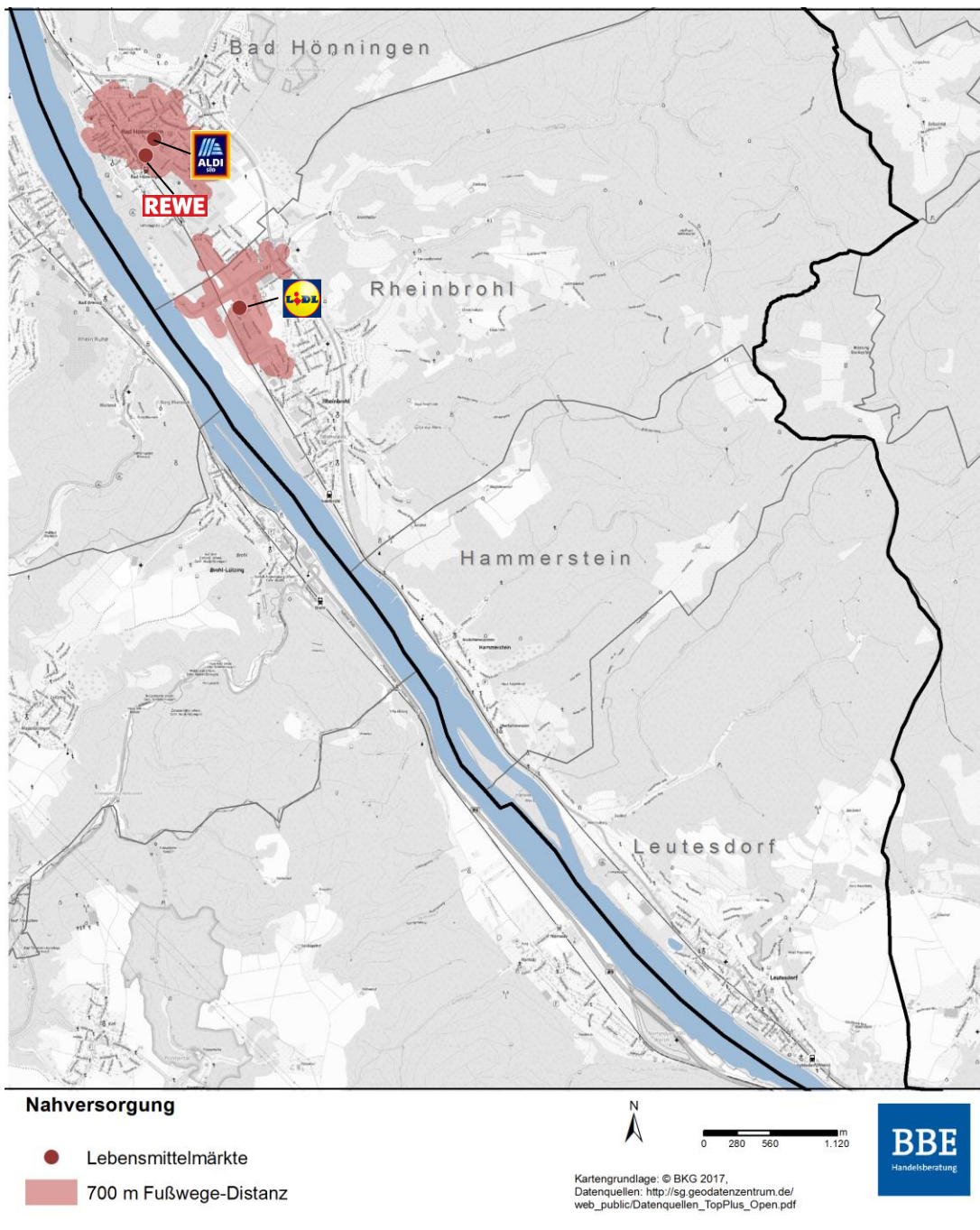
¹⁶ Vor Schließung des Edeka-Supermarktes prognostizierte die BBE Handelsberatung für die Ortsgemeinde Rheinbrohl in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel eine Umsatz-Kaufkraftrelation von 93 %. Die bisher von Edeka getätigten Umsätze werden zurzeit insbesondere dem Rewe-Supermarkt in Bad Hönningen zufließen. Die höhere Rewe-Umsatzleistung führt nach BBE-Prognose zu einer Anhebung der Umsatz-Kaufkraftrelation von 98 auf 102 %.

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

die in Leutesdorf ansässige Fleischerei Schumacher sowie einen Tankstellenshop. Dementsprechend fällt die Umsatz-Kaufkraft-Relation in Leutesdorf mit lediglich rd. 13 % gering aus - ein Hinweis auf eine deutlich defizitäre Versorgungssituation. Die dort lebende Bevölkerung ist somit darauf angewiesen, ihren täglichen Bedarf in den umliegenden Städten bzw. Gemeinden zu decken.

Wichtiges Qualitätsmerkmal für die wohnungsnaher Versorgung ist neben der Umsatz-Kaufkraft-Relation bei Nahrungs- und Genussmitteln zudem die fußläufige Erreichbarkeit des Lebensmitteleinzelhandels.

Abbildung 24: Wohnortnahe Versorgung im Verbandsgemeindegebiet Bad Hönningen



Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Wie die vorstehende Abbildung illustriert, kann ein Großteil der in Bad Hönningen sowie die im Norden von Rheinbrohl lebende Wohnbevölkerung einen Lebensmittelmarkt fußläufig innerhalb von rd. 10 Minuten bei einer Fußwegedistanz von max. 700 Metern erreichen, während die Bewohner der Rheinbrohler Ortsmitte nach Schließung des Edeka-Marktes nicht mehr fußläufig versorgt sind.

Auch in den Ortsgemeinden Leutesdorf und Hammerstein sind keine größeren Nahversorgungsbetriebe ansässig, so dass dort deutliche Defizite festzustellen sind. Vor diesem Hintergrund ist insbesondere für die in Leutesdorf lebende Bevölkerung – maßgeblich aufgrund der räumlichen Nähe und der guten verkehrlichen Erreichbarkeit – eine deutliche Kundenorientierung nach Neuwied zu unterstellen. Die in der Ortsgemeinde Hammerstein lebende Bevölkerung erreicht dagegen auf dem schnelleren Weg die Lebensmittelmärkte in Rheinbrohl.

Hinsichtlich der wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung sind im Einzelnen folgende Zuordnungen gegeben:

- Die in Bad Hönningen ansässigen Lebensmittelmärkte Rewe und Aldi übernehmen eine Versorgungsfunktion für die Bevölkerung von Bad Hönningen (rd. 5.900 Einwohner).
- Nach Schließung des bis Dezember 2019 in der Ortsmitte ansässigen Edeka-Marktes steht mit dem Lidl-Markt an der Hauptstraße lediglich der in den nördlichen Wohngebieten von Rheinbrohl lebenden Bevölkerung eine Nahversorgung in einer fußläufigen Entfernung zur Verfügung. Der Wegfall des einzigen Vollsortimenters in Rheinbrohl hat dazu geführt, dass sich zum einen die im südlichen Bereich von Rheinbrohl lebende Bevölkerung nur unzureichend fußläufig versorgen kann, zum anderen Defizite im Vollsortimentsbereich entstehen werden. Der Lidl-Markt wird zukünftig den einzigen Lebensmittelmarkt in Rheinbrohl darstellen und neben der Versorgungsfunktion für die Bevölkerung von Rheinbrohl auch eine ergänzende Funktionen für die in den Ortsgemeinden Hammerstein und ggf. Leutesdorf lebende Bevölkerung übernehmen.

Im Fazit zeigt sich, dass sich die Lebensmittelmärkte in starkem Maße auf Bad Hönningen und Rheinbrohl konzentrieren. Mit der Schließung des Edeka-Marktes in Rheinbrohl ist allerdings ein angebotsbezogenes Defizit im Bereich der Lebensmittelvollversorgung (Supermarkt) entstanden.

Die im südlichen Verbandsgemeindegebiet gelegenen Ortsgemeinden verfügen über keine wohnungsnaher Versorgung. Für die dort lebende Bevölkerung stellen neben den in Rheinbrohl vorhandenen Lebensmittelmärkten auch die in der nahegelegenen Stadt Neuwied vorhandenen Versorgungsangebote eine Einkaufsalternative dar.

5 Zwischenfazit der Angebots- und Nachfrageanalyse

Innerhalb des Verbandsgemeindegebietes stellen die Stadt Bad Hönningen und die Ortsgemeinde Rheinbrohl als „(verpflichtend) kooperierende Grundzentren im grundzentralen Verbund“ die einzigen zentralen Orte dar. Als solche sollen diese aus landes- bzw. regionalplanerischer Sicht in erster Linie die Grundversorgung der eigenen Bevölkerung gewährleisten.

Dabei verfügen die rd. 11.900 Einwohner der Verbandsgemeinde mit rd. 94 % über ein sowohl im bundesweiten als auch im regionalen Vergleich vergleichsweise geringes einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau. Das entsprechende Kaufkraftpotenzial summiert sich auf rd. 71 Mio. €, wovon mit rd. 27 Mio. € der Großteil auf Nahrungs- und Genussmittel entfällt. Sortimentsbezogen fallen die örtlichen Kaufkraftpotenziale in den sonstigen Warengruppen deutlich geringer aus und bewegen sich zwischen rd. 0,2 Mio. €¹⁷ und rd. 8 Mio. €¹⁸. Durch die topographischen Gegebenheiten sowie die siedlungsstrukturell abhängige Lage der einzelnen Ortsgemeinden werden die lokalen Nachfrageplattformen nochmals reduziert.

Darüber hinaus befindet sich die Verbandsgemeinde Bad Hönningen in einer ausgeprägten regionalen Wettbewerbssituation, die zusätzlich als limitierender Faktor der Entwicklungspotenziale im Einzelhandel anzusehen ist.

Nach den Ergebnissen der Bestandsanalyse gibt es im Verbandsgemeindegebiet derzeit 53 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe, die zusammen über eine Verkaufsfläche von rd. 7.970 m² verfügen und einen Gesamtumsatz von etwa 39 Mio. € erwirtschaften.

Das Einzelhandelsangebot der Verbandsgemeinde Bad Hönningen zeichnet sich durch eine starke Konzentration auf die beiden zentralen Orte Bad Hönningen und Rheinbrohl aus. Neben der Innenstadt von Bad Hönningen fällt vor allem dem zwischen den beiden Ortschaften, im Kreuzungsbereich der Hauptstraße und der L 87 gelegenen Verbundstandort von Lidl und dm in Rheinbrohl eine wichtige Versorgungsbedeutung insbesondere für die in Rheinbrohl, Bad Hönningen und Hammerstein lebende Bevölkerung zu. Nach Schließung des Edeka-Marktes Ende Dezember 2019 ist im Ortskern von Rheinbrohl ein deutliches Angebotsdefizit auf der Ebene des täglichen Bedarfs zu verzeichnen.

Während in der Ortsgemeinde Leutesdorf mit einer Metzgerei und einem Tankstellenshop zumindest eine Basisversorgung vorhanden ist, sind in der Ortsgemeinde Hammerstein keine Einzelhandelsbetriebe vorzufinden.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass der örtliche Einzelhandel vor allem auf die Grundversorgung der in der Verbandsgemeinde Bad Hönningen lebenden Bevölkerung ausgerichtet ist. Eine über das Gemeindegebiet hinausgehende Kundenansprache ist aus den festgestellten Umsatz-Kaufkraft-Relationen nicht abzuleiten. Vielmehr werden Kaufkraftabflüsse an außerhalb des Verbandsgemeindegebietes gelegene Angebotsstandorte bestehen.

Sowohl hinsichtlich der Verkaufsfläche als auch des erwirtschafteten Umsatzes ist der Angebotsschwerpunkt innerhalb der Verbandsgemeinde Bad Hönningen zwar eindeutig im Lebensmittelsegment auszu-

¹⁷ Haus-/ Tisch-/ Bettwäsche bzw. Heimtextilien

¹⁸ Apotheken

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

machen, allerdings sind auch hier per Saldo Kaufkraftabflüsse festzustellen. Nach der Schließung des einzigen Vollsortimenters in Rheinbrohl ist eine Versorgungslücke im Vollsortimentsbereich entstanden, die eine Verschlechterung der wohnortnahen Versorgung zur Folge hat.

Insgesamt betrachtet, ermöglicht die lokale Einzelhandelsstruktur zwar grundsätzlich eine wohnortnahe Basisversorgung, lässt jedoch auch umfangreiche Lücken im Angebot erkennen, die mit entsprechend hohen Kaufkraftabflüssen korrespondieren.

Wenngleich die Ansiedlung von Anbietern mittel- und langfristiger Warengruppen in marktgerechten Dimensionen somit versorgungsstrukturell wünschenswert ist, sind gleichzeitig die Ansiedlungspotenziale vor allem aufgrund der vergleichsweise geringen sortimentsbezogenen Kaufkraftpotenziale, der siedlungsstrukturellen Gegebenheiten sowie der hohen Wettbewerbsdichte im Umland als limitiert anzusehen.

Zudem ist darauf hinzuweisen, dass insbesondere in den mittel- und langfristigen Warengruppen entsprechende Angebote zwar nicht am Wohnort selbst vorgehalten werden, diese aber in relativ geringen Distanzen in der Kreisstadt Neuwied zu erreichen sind. Untergeordnet gilt dies bereits für die in der benachbarten Stadt Linz am Rhein vorhandenen Einzelhandelsstrukturen.

Darüber hinaus kann in der gegebenen Siedlungs- und Angebotsstruktur davon ausgegangen werden, dass dem Onlinehandel mit seinen ohnehin stetig wachsenden Marktanteilen ebenfalls eine vergleichsweise hohe Versorgungsbedeutung insbesondere im Bereich der Nonfood-Sortimente zukommt.

6 Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen sowie Handlungsempfehlungen

6.1 Relevante Vorgaben der regionalen Raumordnung und der Landesplanung

Das Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept der Verbandsgemeinde Bad Hönningen verfolgt insbesondere das Ziel, unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Besonderheiten und Problemlagen des Planungsraumes, zielgerichtete Vorschläge für eine Ausgestaltung der landes- und regionalplanerischen Steuerungsansätze zu entwickeln.

Dabei bildet das Landesentwicklungsprogramm für das Land Rheinland-Pfalz (LEP IV) die Grundlage.

Für das vorliegende Konzept sind insbesondere folgende **Zielvorgaben** von Relevanz:

- Das LEP IV sieht als Regelfall vor, dass großflächige Einzelhandelsvorhaben (= Vorhaben mit mehr als 800 m² Verkaufsfläche) grundsätzlich nur in zentralen Orten zulässig sind, ab einer Verkaufsfläche von 2.000 m² nur in Mittel- und Oberzentren (**Zentralitätsgebot**)¹⁹.

Demnach sind die beiden Grundzentren²⁰ Bad Hönningen und Rheinbrohl als einzige zentrale Orte der Verbandsgemeinde grundsätzlich als Standort für großflächige Einzelhandelsvorhaben vorgesehen, sofern diese über eine Verkaufsfläche von weniger als 2.000 m² verfügen.

Für die Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion wird im LEP IV eine Ausnahmeregel definiert. Demnach sind in den Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion allerdings mit mehr als 3.000 Einwohnern großflächige Einzelhandelsbetriebe bis max. 1.600 m² Verkaufsfläche zulässig, wenn diese zur Sicherung der Grundversorgung dienen. Diese Ausnahmeregelung kann weder für Leutesdorf noch für Hammerstein in Anspruch genommen werden.

- Das städtebauliche Integrationsgebot²¹ fordert für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten eine standortgerechte Ansiedlung innerhalb von städtebaulich integrierten Bereichen, das heißt in Innenstädten, Stadt- sowie Stadtteilzentren.

Diese zentralen Versorgungsbereiche sind von den Gemeinden in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen.

Neben der räumlichen Abgrenzung dieser städtebaulich integrierten Bereiche ist gleichzeitig eine ortsspezifische Sortimentsliste zur Definition innenstadt- bzw. nicht-innenstadtrelevanter Sortimente festzulegen.

¹⁹ Ministerium des Innern und für Sport Rheinland-Pfalz: Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz (LEP IV), Z 57.

²⁰ „(verpflichtend) kooperierende Grundzentren im grundzentralen Verbund“

²¹ Ebd., Z 58.

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

- Ausnahmen von der Zuordnung zu zentralen Versorgungsbereichen werden nur für großflächige Betriebe mit nicht-innenstadtrelevanten Kernsortimenten, wie z.B. Bau- und Möbelmärkte zugelassen, für die spezielle Standortanforderungen gelten: Hoher Flächenbedarf bei gleichzeitig niedrigen Flächenproduktivitäten macht innenstadtintegrierte Standorte für diese Betriebsformen in der Regel betriebswirtschaftlich unrentabel. Weiterhin sind die starken Belastungen des Standortumfelds dieser Betriebe durch den Ziel- und Querverkehr zu berücksichtigen.
- Vor diesem Hintergrund ist die Einbindung dieser Betriebe in die Siedlungsschwerpunkte mit intensiver Wohnnutzung im Umfeld der Zentren oftmals problematisch, weshalb beispielsweise Baumarkt- und Gartenmarktsortimente nicht zu den innenstadtrelevanten Sortimenten gezählt werden. Die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten ist deshalb auch an Ergänzungsstandorten innerhalb der zentralen Orte zulässig²².

Die Festlegung von Ergänzungsstandorten erfolgt durch die Kommune in Abstimmung mit der Regionalplanung. Um die Zentrenverträglichkeit eines Vorhabens sicherzustellen, sind innenstadtrelevante Sortimente regelmäßig nur als begrenzte Randsortimente zulässig.

- Darüber hinaus ist bei allen Ansiedlungsfällen das Nichtbeeinträchtigungsgebot zu beachten, welches besagt, dass die Funktion benachbarter zentraler Orte und ihrer Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden darf.²³

²² Ebd., Z 59.

²³ Ebd., Z 60.

6.2 Handlungsempfehlungen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung und Standortkonzept

Unter Berücksichtigung der Ergebnisse der Angebots- und Nachfragesituation sowie den einzelhandelsrelevanten Ziele der Landes-/Regionalplanung (vgl. vorstehendes Kapitel), die den Orientierungsrahmen für das kommunale Einzelhandels- und Zentrenkonzept bilden, sind folgende **Entwicklungsleitlinien** zu definieren, die als Richtschnur für die künftige Einzelhandelsentwicklung dienen sollen:

- Oberstes Ziel der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung ist es, die Versorgungsfunktion der Grundzentren zu erhalten bzw. funktionsgerecht weiterzuentwickeln.
Neben einem umfassenden Nahversorgungsangebot gilt es daher, einen vitalen Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz vor Ort vorzuhalten, der der lokalen Bevölkerung eine wohnortnahe (Basis-) Versorgung ermöglicht.
- Hierbei ist besonderes Augenmerk auf die Angebote der Grundversorgung zu legen, die bereits derzeit von wesentlicher Versorgungsbedeutung für die örtliche Bevölkerung sind. Diese gilt es auszubauen bzw. marktgerecht aufzustellen, um auch perspektivisch eine der Versorgungsfunktion eines Grundzentrums adäquate (Basis-) Versorgung gewährleisten zu können.
- Unter städtebaulichen Gesichtspunkten wäre dabei ein Ausbau des Einzelhandelsangebotes in der Innenstadt von Bad Hönningen, östlich der Bahntrasse anzustreben. Denn die dort ansässigen Lebensmittelmärkte sind nicht nur Nahversorger, sondern auch wichtige Frequenzbringer für die Ansiedlung von ergänzenden Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten.
- In der Ortsmitte von Rheinbrohl sollte nach Schließung des Edeka-Marktes eine Neuansiedlung eines Lebensmittelmarktes im Bebauungsplangebiet „Quartier Zentraler Versorgungsbereich“²⁴ erfolgen. Sollten die markt- und standortseitigen Rahmenbedingungen dies hier nicht zulassen, ist ein geeigneter Ersatzstandort in möglichst siedlungsintegrierter Lage zu identifizieren und zu entwickeln.
- Sowohl die Innenstadt von Bad Hönningen als auch die Ortsmitte von Rheinbrohl sind mit ihrem jeweils vorhandenen Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gemeinbedarfsbesatz ein wichtiger Bestandteil der lokalen Versorgungsstruktur und als solche in ihrem Fortbestand zu sichern. Vor diesem Hintergrund werden diese im Rahmen des Zentrenkonzeptes als zentrale Versorgungsbereiche im planungsrechtlichen Sinne definiert. Darüber hinaus wird mit dem Konzept zusätzlich ein „eingeschränkter zentraler Versorgungsbereich“ an der nördlichen Hauptstraße von Rheinbrohl vorgeschlagen, der Flächenpotenziale für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel bereitstellen kann.

²⁴ Dieses Gebiet erstreckt sich im Wesentlichen um den Standortbereich des ehemaligen Edeka-Marktes.

6.3 Begriff des zentralen Versorgungsbereiches

Bei einem stadtplanerischen Konzept zur Steuerung des Einzelhandels handelt es sich - nach entsprechender Beschlussfassung durch den Verbandsgemeinderat - um ein städtebauliches Entwicklungskonzept, das nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB bei der Aufstellung der Bebauungspläne zu berücksichtigen ist.

Bei der Erarbeitung derartiger informeller Planungen liegt der Schwerpunkt darin, städtebauliche Belange zu konkretisieren, die in die Abwägung einzustellen sind. Insbesondere die in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB genannten Belange der Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche spielen dabei eine wichtige Rolle. Dieser Begriff findet im Übrigen Erwähnung in den Vorschriften der §§ 2 Abs. 2, 9 Abs. 2a, 34 Abs. 3, 34 Abs. 3a BauGB, 11 Abs. 3 BauNVO. Es handelt sich um einen Begriff des durch den Bundesgesetzgeber geregelten Bauplanungsrechts.

Ziel eines Einzelhandelskonzeptes ist es, auf Gemeindeebene die konkreten **Abgrenzungen und Funktionen** der zentralen Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte zu bestimmen.

Für den einfachen Bebauungsplan nach § 9 Abs. 2a BauGB hat der Bundesgesetzgeber die Bedeutung von Einzelhandelskonzepten im Satz 2 ausdrücklich betont. Diese Regelung lautet wie folgt:

„Dabei ist insbesondere ein hierauf bezogenes städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 zu berücksichtigen, das Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält“.

Zentrale Versorgungsbereiche sind nach der hierzu mittlerweile vorliegenden Rechtsprechung, insbesondere des OVG NRW sowie des Bundesverwaltungsgerichts, räumlich abgrenzbare Bereiche, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.

Diese Kernaussage seiner früheren Rechtsprechung hat das Bundesverwaltungsgericht in einem Urteil vom 17.12.2009 (4C 2.08) weitergehend konkretisiert: Entscheidend ist danach, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat. Der Begriff „zentral“ ist nicht geographisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen.

Betont hat das Bundesverwaltungsgericht in der genannten Entscheidung auch, dass ein zentraler Versorgungsbereich eine „integrierte Lage“ voraussetzt. Dies hatte das OVG NRW in seinem Urteil vom 19.06.2008 (7 A 1392/07) dahingehend beschrieben, dass der Standort für die zu versorgende Bevölkerung nicht nur mit dem Pkw günstig zu erreichen sein muss. Das Bundesverwaltungsgericht hat dies dahingehend ergänzt, dass isolierte Standorte mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben keinen zentralen Versorgungsbereich bilden können, auch wenn sie über einen weiten Einzugsbereich verfügen und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllen mögen.

Ein zentraler Versorgungsbereich setzt auch keinen übergemeindlichen Einzugsbereich voraus. Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherstellung einer wohnortnahen Grundversorgung der im Einzugsbereich lebenden Bevölkerung. In dem OVG NRW-Urteil vom 15.02.2012 (10

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

D 32/11.NE bzw. 10 A 1770/09) wurden die Kriterien konkretisiert. Demgemäß muss die ansässige Einzelhandelsausstattung geeignet sein, „den allgemeinen Anforderungen an ein Nahversorgungszentrum“ zu entsprechen.²⁵ Als Grundvoraussetzung sollte im Allgemeinen mindestens ein moderner und zukunftsfähiger Anbieter aus dem Nahrungs- und Genussmittelsektor ansässig sein. Bei einem zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereich muss die städtebauliche Begründung auch belegen, dass die Entwicklung in einem überschaubaren Zeitraum wahrscheinlich ist bzw. durch den Einsatz des planungsrechtlichen Instrumentariums realisierbar erscheint.

6.3.1 Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches in der Stadt Bad Hönningen

Die Analyse der Einzelhandelssituation zeigte auf, dass sich die Innenstadt von Bad Hönningen in zwei Bereiche unterteilen lässt.

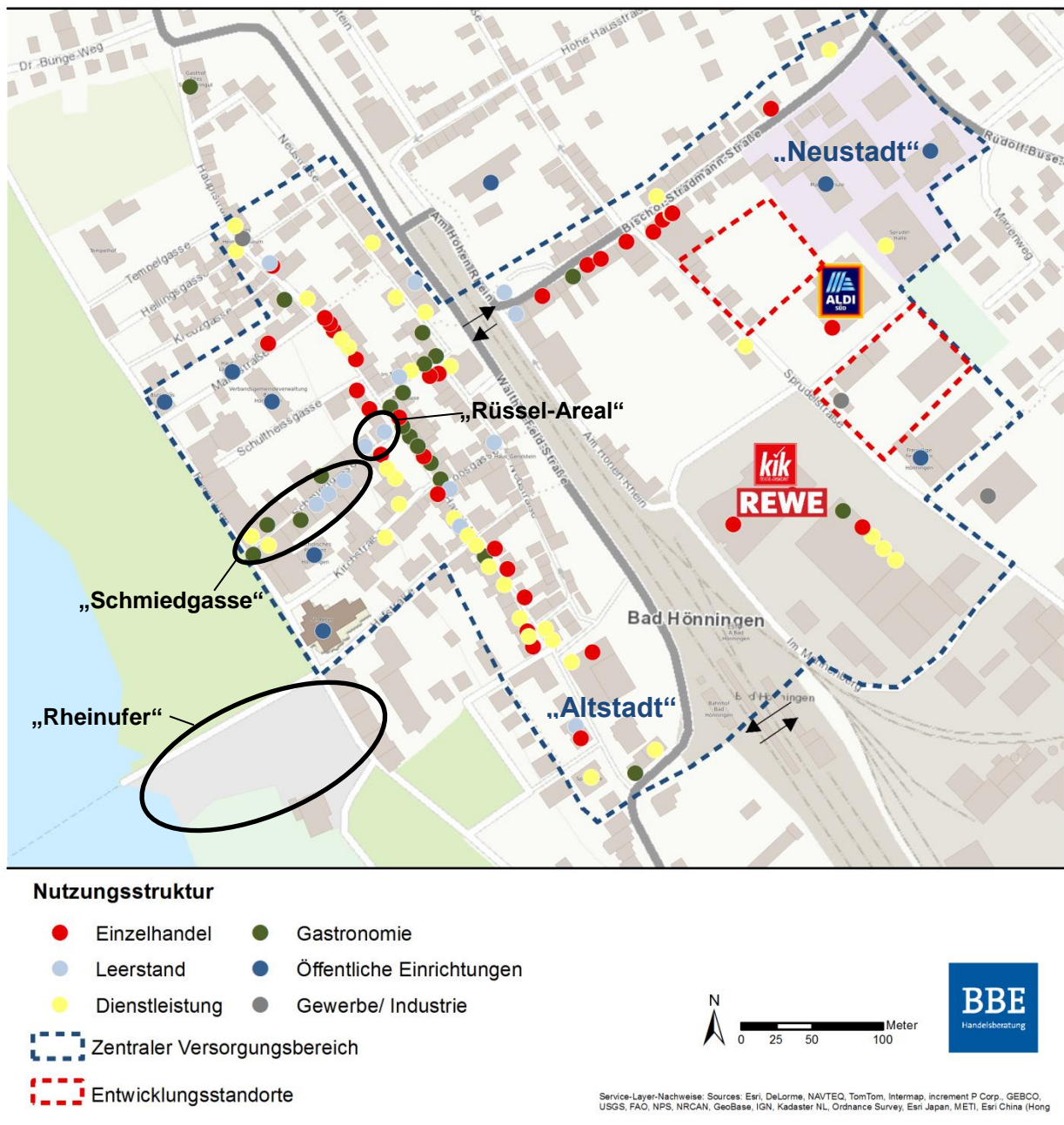
- **Die „Altstadt“** ist überwiegend durch eine mittelalterliche, kleinteilige Gebäudestruktur geprägt. Zusammen mit zahlreichen gastronomischen Betrieben und kulturellen Sehenswürdigkeiten (u.a. das Heimatmuseum Hohes Haus), ergänzt um ein Wellness- und Gesundheitsangebot (die Kristall Rheinpark-Therme), stellt sie ein herausragendes touristisches Ziel dar. Im Vordergrund stehen dort Wohnnutzungen, Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe. Der Einzelhandel wird ausschließlich von inhabergeführten, kleinteiligen Betriebseinheiten geprägt.
- **Die „Neustadt“** erstreckt sich östlich der Bahntrasse. Dort sind die großflächigen, filialisierten Einzelhandelsbetriebe ansässig, die in die baulichen Strukturen der Altstadt nicht integriert werden können.

Die Gutachter schlagen folgende räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches der Stadt Bad Hönningen vor:

²⁵ Mit seinem Urteil vom 15.02.2012 - 10 A 1770/09 hat das OVG NRW einem Standortbereich mit einem kleineren Lebensmitteldiscounter (rd. 440 m²), sechs weiteren Einzelhandelsbetrieben (Bäckerei, Metzgerei, Schreibwarenladen, Blumenladen, Schnäppchenladen und Kiosk), einer Kirche, einer Kindertagesstätte sowie elf Komplementärnutzungen (Café, Postagentur, Reisebüro, Schnellimbiss, Spielhalle, Gaststätte, Sonnenstudio, Pizzeria, Fotostudio, Friseurgeschäft und Zahnarzt) mit der Begründung, es sei „nicht ersichtlich, dass die vorhandenen Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 620 qm unter den hier gegebenen Umständen Bedeutung über den unmittelbaren Nahbereich hinaus haben könnten“, die Versorgungsqualität eines zentralen Versorgungsbereiches versagt.

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Abbildung 25: Zentraler Versorgungsbereich Bad Hönningen



Quelle: Eigene Darstellung

Aufgrund der vorhandenen baulichen Strukturen in der „Altstadt“ von Bad Hönningen sind die Standortvoraussetzungen für die Ansiedlung moderner Einzelhandelsbetriebe gering. Daher sind die Potenziale der „Altstadt“ insbesondere im Tourismus-Bereich zu sehen. Einen wichtigen Ansatzpunkt stellen in diesem Zusammenhang die im ISEK vorgeschlagenen Maßnahmen dar. Dabei stehen insbesondere die Entwicklung des „Rüssels-Areals“, die Neubelebung der Schmiedgasse sowie die Umgestaltung und die Aufwertung der Rheinanlagen im Vordergrund.

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Abbildung 26: Entwicklungsareale in der „Altstadt“ (Entwürfe)



Quelle: Tag der Städtebauförderung 2017; Stadtumbau Innenstadt Bad Hönningen

Das „**Rüssel-Areal**“ befindet sich zwischen Rathausplatz und Schmiedgasse. Das dort gelegene Areal ist durch leerstehende Gebäudekörper (ehem. Rüssel Hotel) geprägt. Laut aktuellen Planungen sollen auf einem Teil des Geländes seniorengerechte Eigentumswohnungen entwickelt werden. Für die sich in exponierter Lage zwischen dem alten Schulplatz und dem Eingang der Schmiedgasse befindenden Gebäude sollen im Rahmen des Städtebaulichen Entwicklungskonzeptes Nachnutzungsoptionen erarbeitet werden.

Mit der „Kristall Rheinpark-Therme“ mit angeschlossenem Campingplatz befindet sich am Rheinufer ein wichtiger touristischer Frequenzbringer. Dennoch präsentieren sich die Rheinanlagen an vielen Stellen „unter Wert“. Statt Aufenthaltsqualität mit Flanier- und Freiräumen dominiert der Großparkplatz. Vor diesem Hintergrund soll das Rheinufer durch die Neugestaltung aufgewertet und gleichzeitig besser mit der Innenstadt verbunden werden.

Die **Schmiedgasse** steht symbolisch für den Wandel von Bad Hönningen. In der eins belebten „Party-meile“ sind nun fast alle Kneipen und Clubs geschlossen, die Gebäude fast ausnahmslos sanierungsbedürftig. Mit der geplanten Umnutzung der Gebäude und der umfassenden Sanierung soll die Schmiedgasse zukünftig wieder als wichtige Verbindungsachse zwischen der Innenstadt und dem Rheinufer fungieren. Aufgrund der hohen Wohnqualität der „Altstadt“ stellen Wohnnutzungen dort eine mögliche Nachnutzungsoption dar.

Die „Neustadt“, die durch großflächige, filialisierte Einzelhandelsnutzungen geprägt ist, ergänzt die „Altstadt“ um eine leistungsfähige Nahversorgung, die aufgrund des Flächenbedarfs in der Form dort nicht integrierbar ist. Darüber hinaus bietet die „Neustadt“ im Gegenzug zu der „Altstadt“ sandortseitige Potenziale für die Entwicklung ergänzender Einzelhandelsnutzungen. Denn die dort ansässigen Lebensmittelmärkte (Aldi, Rewe) sichern hohe Kundenfrequenzen.

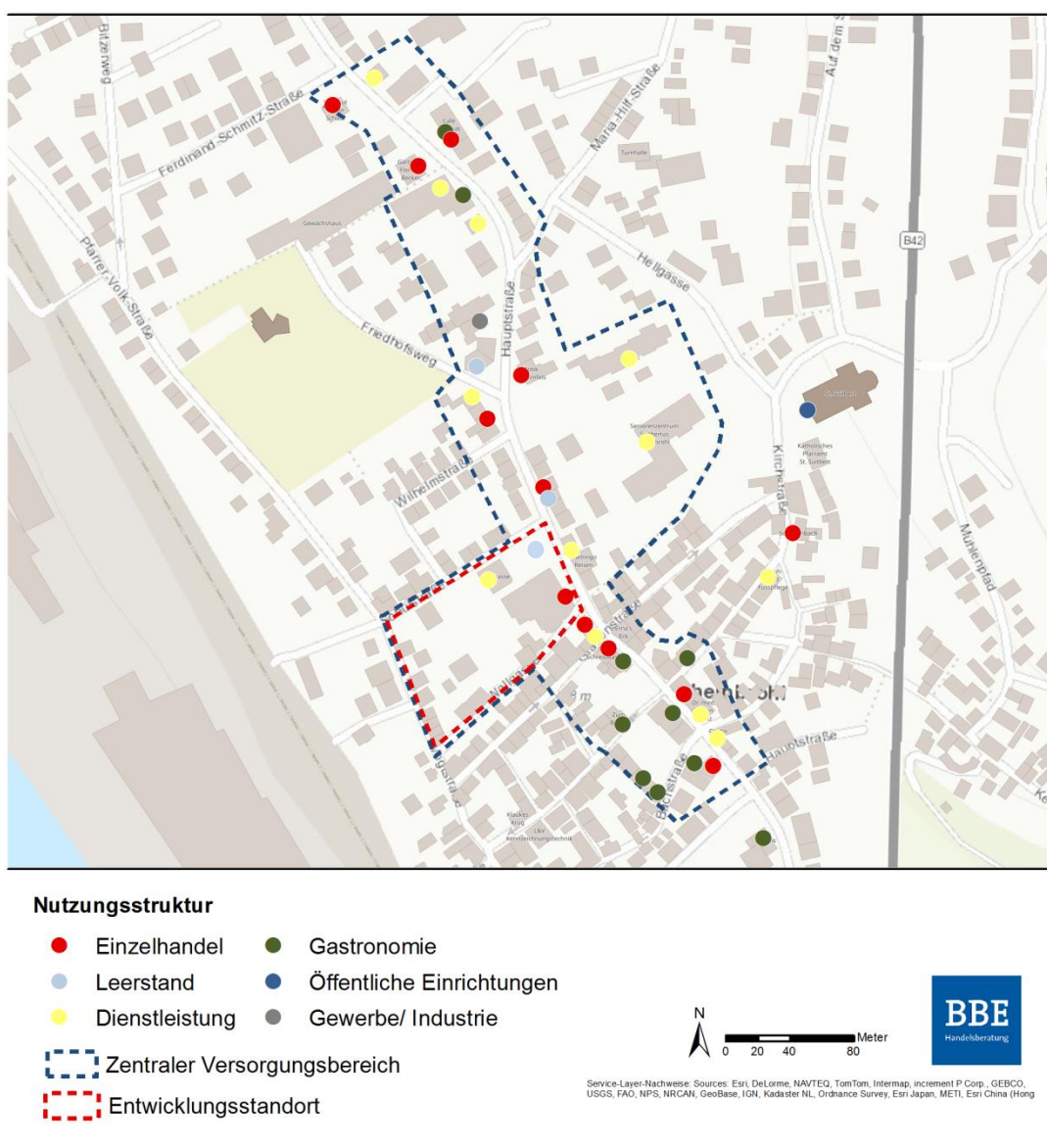
Flächen mit Standorteignung auch für größere Einzelhandelsbetriebe finden sich nordwestlich und südöstlich des Aldi-Marktes. Als ergänzende Einzelhandelsbetriebe kommen größere filialisierte Fachmarktkonzepte der Branchen v.a. Bekleidung und Schuhe infrage. Für die westlich des Aldi-Marktes gelegenen Parzellen hat die Stadt Bad Hönningen daher vorbereitend bereits den Bebauungsplan Nr. 2/50 „Am Roten Kreuz“ geändert und ein Mischgebiet festgesetzt.

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

6.3.2 Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche in der Ortsgemeinde Rheinbrohl

Die Analyse der Einzelhandelsstrukturen in der Ortsmitte von Rheinbrohl zeigt auf, dass dort neben den Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben nach der Schließung des Edeka-Marktes Ende 2019 nur wenige kleinflächige Einzelhandelsbetriebe lokalisiert sind. Diese bilden entlang der Hauptstraße einen allenfalls leicht verdichteten Streubesatz. Unter Berücksichtigung der gegebenen Nutzungsstrukturen und der städtebaulichen Situation ist der vorab umschriebene Teil der Ortsmitte dem zentralen Versorgungsbereich zuzurechnen, der wie folgt abgegrenzt werden kann:

Abbildung 27: Zentraler Versorgungsbereich – Ortsmitte von Rheinbrohl



Quelle: Eigene Darstellung

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Hinsichtlich der Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches sind folgende Aspekte zu berücksichtigen:

- Der Ortsgemeinde Rheinbrohl ist wie auch der Stadt Bad Hönningen die Funktion eines Grundzentrums zugewiesen. Aus Sicht der Landesplanung sollte die Kommune im Bereich des Einzelhandels somit insbesondere ein umfassendes Angebot zur Sicherung des täglichen Bedarfs der Wohnbevölkerung im Gemeindegebiet und auch in den angrenzenden Ortsgemeinden sicherstellen.
- Über die Ziele der Landesplanung ist weiterhin vorgegeben, dass Neuansiedlungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten in städtebaulich integrierten Bereichen erfolgen müssen (städtebauliches Integrationsgebot gemäß Ziel 58, LEP IV), wobei den Kommunen die Aufgabe zufällt, diese zentralen Versorgungsbereiche in Abstimmung mit der Landes- und Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen.
- In Rheinbrohl dürfen Einzelhandelsvorhaben eine Verkaufsfläche von bis zu 2.000 m² aufweisen, da die Verkaufsfläche von Einzelhandelsbetrieben nach dem Zentralitätsgebot (Ziel 57, LEP IV) außerhalb von Mittel- und Oberzentren auf diesen Schwellenwert limitiert ist. Mit Blick auf die angestrebte zentralörtliche Funktion sind großflächige Einzelhandelsbetriebe in Rheinbrohl dann als standortgerecht zu betrachten, wenn sie Angebotsschwerpunkte im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente und insbesondere im Lebensmittelbereich aufweisen.
- Die Qualität der wohnungsnahen Grundversorgung wurde in der zentralen Ortsmitte von Rheinbrohl bis Ende 2019 im Wesentlichen durch den an der Hauptstraße ansässigen Edeka Lebensmittelmarkt bestimmt. Weitere Träger der Nahversorgung sind der Lidl Discountmarkt und der Drogeriemarkt dm an der Industriestraße.
- Mit der Schließung des Edeka-Marktes besteht das kurzfristige Handlungserfordernis, die in Rheinbrohl im Lebensmittelangebot entstandenen Defizite durch die Neuansiedlung eines Lebensmittelmarktes auszugleichen.

Prioritär soll eine Neuansiedlung eines Lebensmittelmarktes am Altstandort verfolgt werden, der sich im Geltungsbereich des Bebauungsplangebietes „Quartier Zentraler Versorgungsbereich“ befindet.

Zu beachten ist dabei allerdings, dass in das Bestandsobjekt auch im Falle umfangreicher Umbaumaßnahmen kein moderner Lebensmittelmarktes mit einer rd. 800 m² -1.000 m² großen Verkaufsfläche integriert werden kann. Um die baulichen Voraussetzungen zu schaffen, wird deshalb eine weitgehende Neustrukturierung der Bebauung unter Einbeziehung von Nachbargrundstücken erforderlich.

Darüber hinaus wird es einem Betreiber schwerfallen, einen vergrößerten und modernisierten Lebensmittelmarkt an diesem Standort tragfähig zu betreiben. Denn nach Einschätzung der Gutachter kann ein Lebensmittelmarkt in der Ortsmitte von Rheinbrohl aufgrund des geringen Bevölkerungspotenzials von lediglich 2.300 Einwohnern im Nahbereich (rd. 700 Meter) nur dann die wirtschaftliche Tragfähigkeitsschwelle überschreiten, wenn dieser mindestens 70 % seines Umsatzes mit Kunden von außerhalb des Nahbereiches, die überwiegend das eigene Kfz nutzen würden, generieren kann.

Aufgrund der fehlenden Anbindung des Standorts an überörtlich bedeutsame Hauptverkehrsstraßen ist dieser hohe Umsatzanteil in der Ortsmitte von Rheinbrohl allerdings nur sehr schwer zu realisieren.

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Für den (theoretischen) Fall, dass ein Lebensmittelmarkt auswärtige Kunden in diesem hohen Maße in die Ortsmitte leiten würde, lassen die dann zu erwartenden Kfz-Kundenverkehre aufgrund der Gemengelage des Standorts mit einer hohen Wohndichte im baulichen Umfeld schwerwiegende immissionsschutzrechtliche Konflikte erwarten.

Auch ist der Aufwand zur baulichen Neuordnung des Areals sehr hoch. Um eine wirtschaftlich erfolgreiche Projektentwicklung zu erreichen, wird eine hohe Nutzungsdichte erforderlich. Dies steht allerdings im Widerspruch zu der Anforderung, eine ausreichende Zahl ebenerdiger Stellplätze vorhalten zu müssen.

Vor diesem Hintergrund unterliegt die Wiederbelegung des Entwicklungsbereichs Ortsmitte Rheinbrohl mit einem Lebensmittelmarkt starken Restriktionen.

Scheitert die Realisierung eines Lebensmittelmarktes in der Ortsmitte, stellt der Standort am bestehenden Lidl-Markt an der Industriestraße eine denkbare Alternative für die Ansiedlung eines modernen Lebensmittelmarktes dar. Die Eignung dieses Standortes begründet sich wie folgt:

- Der Standort befindet sich in einer Verbundlage zu wichtigen, auch interkommunal bedeutsamen Schul- und Bildungseinrichtungen. Die südlich des Berufsbildungszentrums gelegenen Freiflächen sollen für mögliche Erweiterungen vorgehalten werden, so dass von einer weiteren Verdichtung der schulischen Infrastrukturen ausgegangen werden kann.
- Die vorab skizzierten Lagebeziehungen des Standorts sichern auch langfristig eine hohe Bedienstungsqualität im ÖPNV, da die Einbindung der Schulen in das überörtliche Busliniennetz gesichert ist.
- Im nördlich angrenzenden Entwicklungsgebiet Römerring befinden sich größere Wohngebiete in der Umsetzung. Auch südlich der Schulen im Bereich des Ruth-Dany-Weges ist eine Verdichtung der Wohnnutzung geplant. Perspektivisch wird die Bevölkerungsdichte im fußläufigen Nahbereich des Standortes Industriestraße deutlich zunehmen.
- Die Lage an der Hauptstraße ermöglicht eine konfliktfreie Erschließung auch für den motorisierten Kundenverkehr. Gleichzeitig sichert die Landesstraße 87 auch die direkte Anbindung an die Ortsumgebung B 42

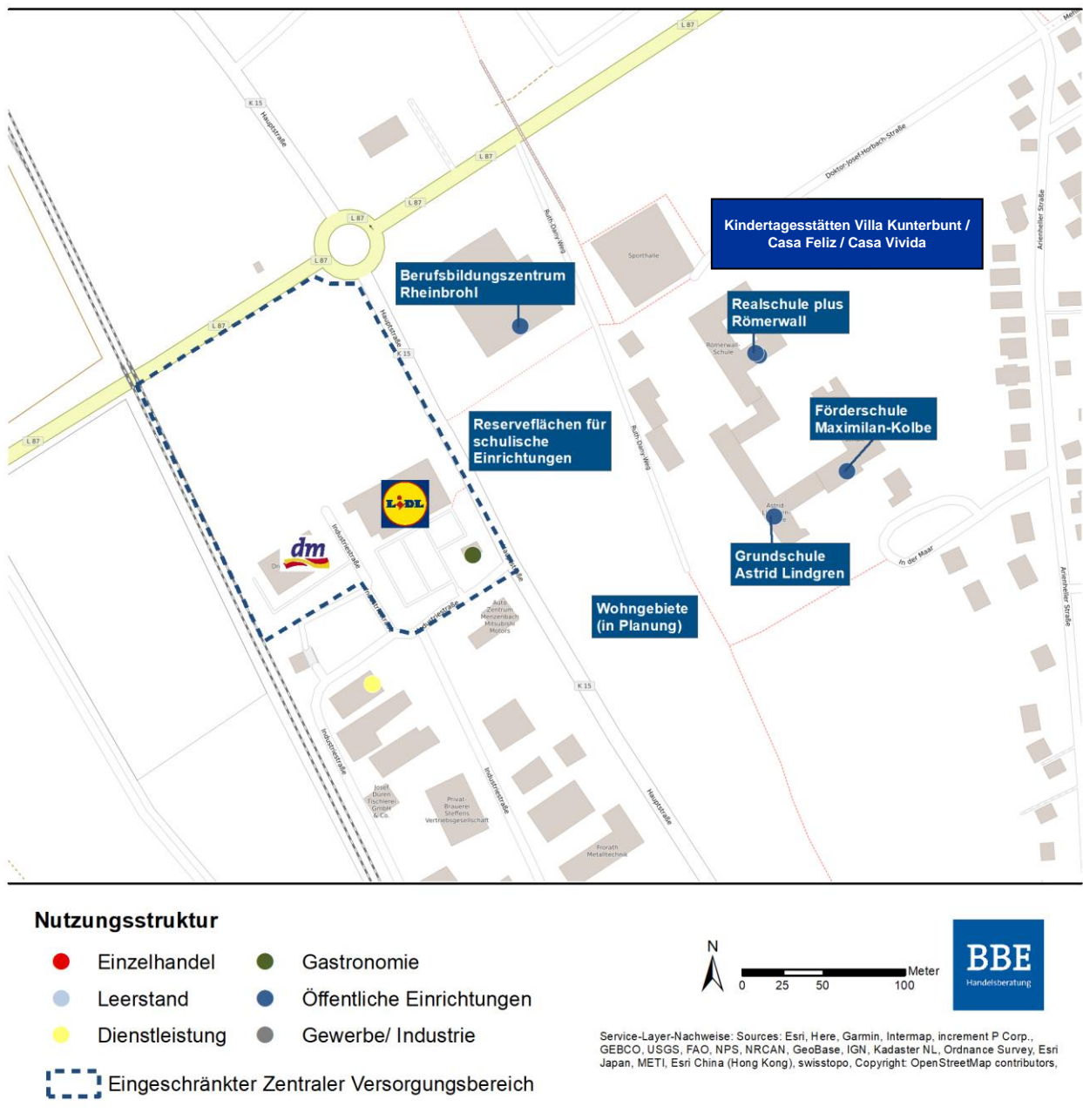
Vor diesem Hintergrund und unter Würdigung der markt- und standortseitigen Rahmenbedingungen wird seitens der Gutachter empfohlen, mit der nördlichen Hauptstraße in Rheinbrohl-Nord neben der Innenstadt von Bad Hönningen und der Ortsmitte Rheinbrohl einen weiteren zentralen Versorgungsbereich (Eingeschränkter Zentraler Versorgungsbereich „Nahversorgung“) in das Standortkonzept aufzunehmen.

Um städtebaulich unverträgliche Entwicklungen zu unterbinden, sollten die an diesem Standort zulässigen Funktionen mit den Mitteln der Bauleitplanung allerdings auf die Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten eng begrenzt werden.

Priorität sollte dabei der Ansiedlung eines großflächigen Supermarktes und damit einer Nutzung eingeräumt werden, die nach Aufgabe des Lebensmittelmarktes in der Ortsmitte die entstandene Versorgungslücke ausgleichen kann. Kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen sollten an diesem Standort auf ein geringes Maß beschränkt werden (z. B. Backshop in der Vorkassenzzone eines neuen Lebensmittelmarktes).

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Abbildung 28: Eingeschränkter Zentraler Versorgungsbereich „Nahversorgung“



Quelle: Eigene Darstellung

Die vorstehende Abbildung zeigt den Abgrenzungsvorschlag der Gutachter, der die nördlich der Bestandsbetriebe Lidl und dm gelegenen Grundstücke als Entwicklungsbereich für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel vorsieht.

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Um die nach der Schließung des Edeka-Marktes in Rheinbrohl entstandene Angebotslücke wieder zu schließen, ist anzustreben, die an diesem Standort zulässige Nutzung durch entsprechende Festsetzungen auf den Lebensmitteleinzelhandel mit Vollsortiment zu beschränken.

Empfehlungen zur städtebaulich verträglichen Größenordnung eines Supermarktes können erst im Kontext konkreter Entwicklungsvorhaben ausgesprochen werden. Limitierend für die am Standort möglichen Verkaufsflächengrößen ist insbesondere der Wettbewerbsbezug des Standorts zur Innenstadt von Bad Hönningen. Denn es muss sichergestellt sein, dass in Rheinbrohl keine Entwicklung in einer Größenordnung stattfinden kann, mit der die Wettbewerbsfähigkeit der im benachbarten Grundzentrum ansässigen Nahversorgungsbetriebe infrage gestellt werden würde.

6.4 Entwicklung des nicht-innenstadtrelevanten großflächigen Einzelhandels

Gemäß Landesentwicklungsprogramm IV sind Ansiedlungen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten ausschließlich den beiden zentralen Orten Rheinbrohl und Bad Hönningen vorbehalten. Gleichzeitig erwartet die Landesplanung konkrete Vorschläge, zumindest die räumliche Festlegung von **Ergänzungsstandorten für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-innenstadtrelevanten Kernsortimenten**.

Aus Sicht der Gutachter wird den folgenden zwei Arealen die Standorteignung für die Aufnahme von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten zugesprochen:

- In der Ortsgemeinde Rheinbrohl handelt es sich um das im Norden von Rheinbrohl gelegene und von der Landesstraße 87 im Norden und von der Hauptstraße im Westen begrenzte Areal.

Die derzeit landwirtschaftlich genutzte Freifläche grenzt im Norden an die Stadtgrenze von Bad Hönningen und im Süden an den „eingeschränkten zentralen Versorgungsbereich Rheinbrohl“. Diese Lagebeziehungen qualifizieren dieses Areal grundsätzlich für zentrenverträgliche Einzelhandelsbetriebe mit überörtlichem Versorgungsbezug auf die Verbandsgemeinde.

- In der Stadt Bad Hönningen wird das im südwestlichen Randbereich des Siedlungskörpers von Bad Hönningen gelegene Areal als Ergänzungsstandort für den zentrenverträglichen Einzelhandel vorgeschlagen. Dieses wird von der B 42 im Osten und von dem Straßenzug „Im Strang“ im Westen begrenzt. Die Innenstadt von Bad Hönningen befindet sich rd. 500 Meter nordwestlich des Standortes.

Aufgrund der räumlichen Nähe zur Innenstadt von Bad Hönningen und der guten verkehrlichen Erreichbarkeit des Standortes ist dieser grundsätzlich für die Aufnahme von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten prädestiniert.

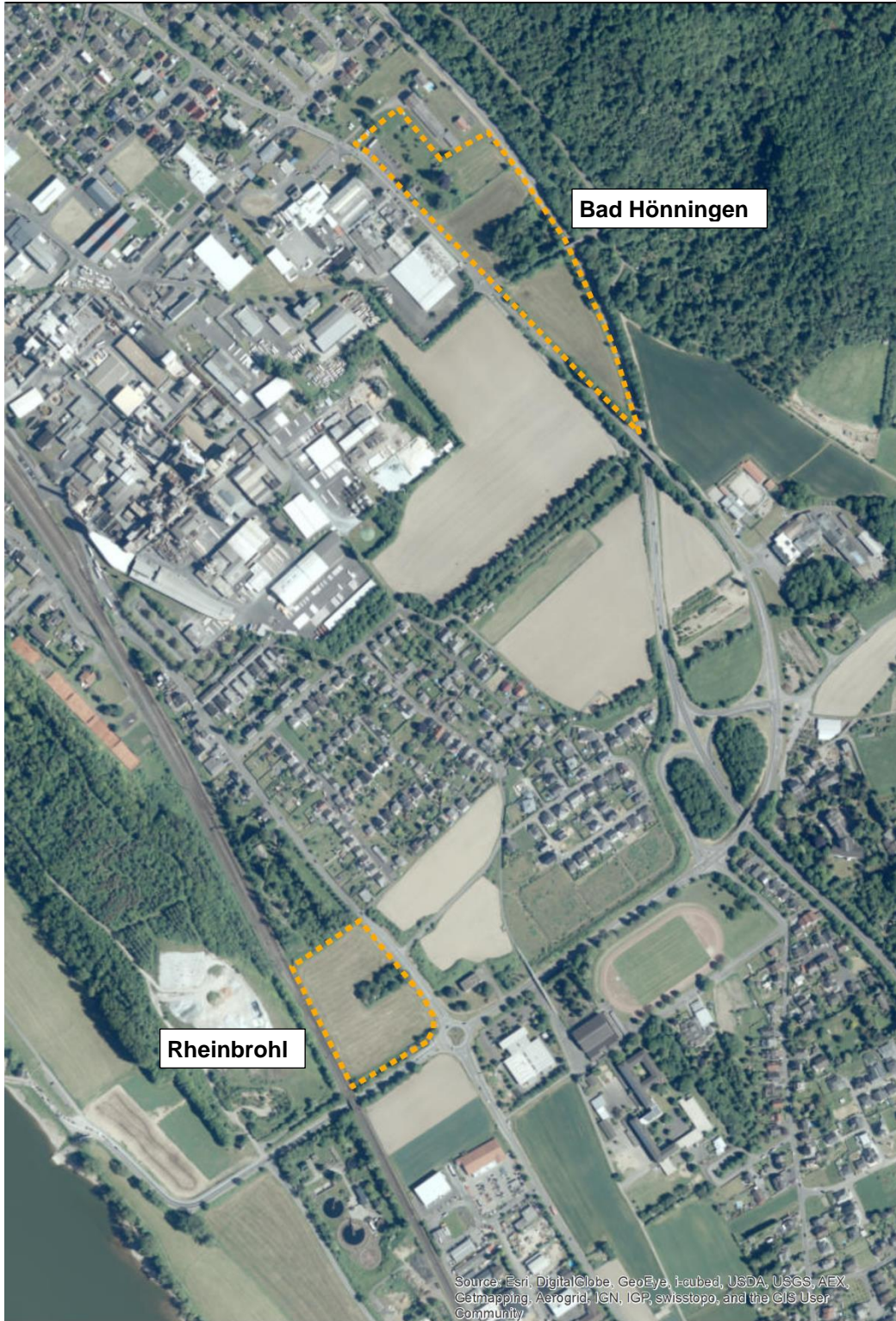
Konkrete Ansiedlungsplanungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-innenstadtrelevanten Kernsortimenten liegen zurzeit weder in Rheinbrohl noch in Bad Hönningen vor. Mit Blick auf die innerhalb des Verbandsgemeindegebietes vergleichsweise eng limitierten Kaufkraftpotenziale und die ausgeprägte regionale Wettbewerbssituation sind zumindest großflächige Ansiedlungen nicht zu erwarten.

Sollten sich dennoch zukünftig konkrete Ansiedlungsplanungen ergeben, erfordert deren Realisierung eine Änderung des Flächennutzungsplanes und die Aufstellung eines Bebauungsplanes; denn der wirksame Flächennutzungsplan stellt für die Grundstücke in Rheinbrohl eine Fläche für die Forstwirtschaft dar und ist nach Einschätzung der Gutachter dem Außenbereich gemäß § 35 Baugesetzbuch zuzuordnen. In Bad Hönningen wird das vorgeschlagene Areal als Gewerbegebiet dargestellt.²⁶

²⁶ Im Falle einer Bauleitplanung für das in Rheinbrohl gelegene Areal ist Ziel 31 des LEP IV zu beachten. Demnach muss im Genehmigungsverfahren zunächst aufgezeigt werden, welche Flächenpotenziale im Innenbereich vorhanden sind und aus welchen Gründen diese nicht genutzt werden können, um erforderliche Bedarfe abzudecken.“ Dabei wären Standortalternativen (Brachflächen, bestehende Gewerbeflächenpotenziale etc.) in den Ortsgemeinden Bad Hönningen und Rheinbrohl zu untersuchen.

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Abbildung 29: Ergänzungsstandorte für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-innenstadtrelevanten Kernsortimenten



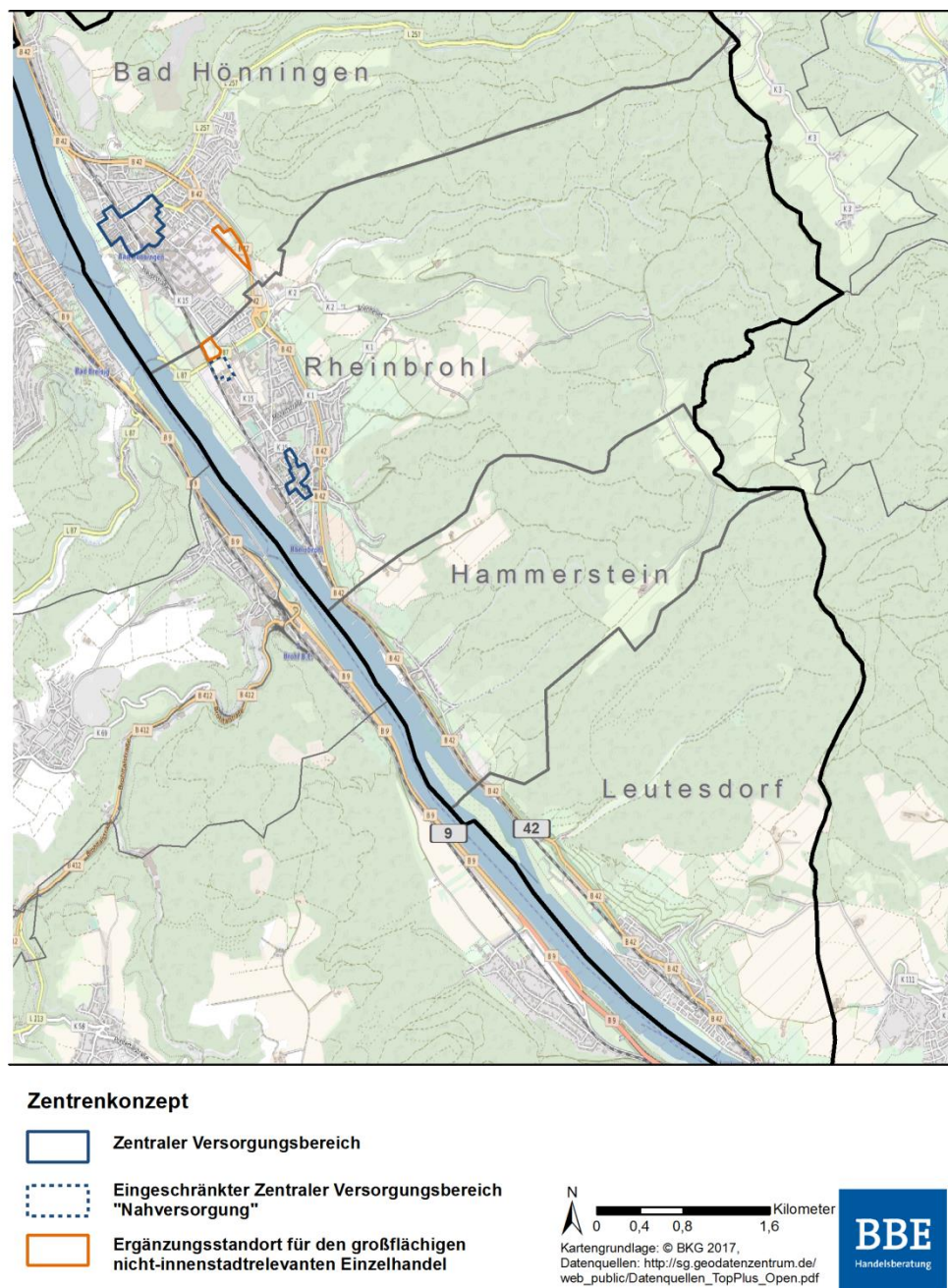
Quelle: ArcGis Online

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

6.5 Standortkonzept für den Einzelhandel im Verbandsgemeindegebiet in der Übersicht

Unter Berücksichtigung der vorab dargelegten Handlungsempfehlungen sowie der vorhandenen Besitzstrukturen empfehlen die Gutachter, die künftige Entwicklung der Versorgungsstrukturen in der Verbandsgemeinde Bad Hönningen an folgendem **räumlichen Versorgungsmodell** auszurichten:

Abbildung 30: Einzelhandels- und Standortkonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen



Quelle: Eigene Darstellung

6.6 Sortimentsliste der Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Zur Steuerung des Einzelhandels soll mit dem vorliegenden Einzelhandelskonzept auch die „Sortimentsliste für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen“ zur Definition der nahversorgungsrelevanten, innenstadtrelevanten und nicht-innenstadtrelevanten Sortimente beschlossen werden.

Grundsätzlich werden dabei folgende Unterscheidungsmerkmale zugrunde gelegt:

- **Innenstadtrelevante Sortimente** zeichnen sich dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot einer Innenstadt, einer Ortsmitte bzw. eines Stadtteilzentrums prägend und daher für starke und intakte Versorgungszentren bedeutsam sind. Als innenstadtrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzzumlenkungen und daraus resultierenden Verdrängungseffekten in zentralen Versorgungsbereichen führen können.
- Dagegen sind als **nicht-innenstadtrelevant Sortimente** einzustufen, die nicht oder nur in geringem Umfang in der Innenstadt bzw. in den Stadtteilzentren vertreten sind und für das innerstädtische Angebotsspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen. Vielfach können diese Sortimente aufgrund ihrer Beschaffenheit und der besonderen Standortanforderungen der auf sie spezialisierten Betriebe (z. B. großer ebenerdiger Flächenbedarf, starke Pkw-Orientierung, Sperrigkeit der Waren) kaum in innerstädtische Bereiche integriert werden.
- Die **Nahversorgungsrelevanz von Sortimenten** ergibt sich aus den in sehr kurzen Abständen wiederkehrenden Versorgungsvorgängen, die insbesondere auch für weniger mobile Verbraucher ohne eigenen Pkw durch ein am Wohnstandort und damit verbrauchernah gelegenes Angebot gewährleistet werden sollen. Nahversorgungsrelevante Sortimente sind grundsätzlich auch innenstadtrelevant.

Im LEP IV wird darauf verzichtet, allgemeine und verbindliche Vorgaben hinsichtlich einer Definition der innenstadtrelevanten Sortimente zu machen. Es wird zwar explizit auf die Innenstadtrelevanz bestimmter Sortimente hingewiesen²⁷, es bleibt aber ausdrücklich den Kommunen durch die Erstellung von kommunalen Einzelhandelskonzepten überlassen, hier im begründeten Einzelfall eine Erweiterung bzw. Reduzierung der Sortimentslisten vorzunehmen.

²⁷ Hierzu zählen: Nahrungsmittel, Drogeriewaren/Kosmetikartikel, Haushaltswaren/Glas/ Porzellan, Bücher/Zeitschriften, Papier/ Schreibwaren, Büroartikel, Kunst/ Antiquitäten, Baby-/Kinderartikel, Bekleidung, Lederwaren, Schuhe, Unterhaltungselektronik/ Computer, HiFi/ Elektroartikel, Foto/Optik, Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Teppiche, Textilien/Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe, Musikalienhandel, Uhren/ Schmuck, Spielwaren, Sportartikel, Blumen, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Mofas, Zooartikel, Tiernahrung und Tiere.

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Unter Berücksichtigung der strukturellen Gegebenheiten und der Marktentwicklung ist die Innenstadt- und Nahversorgungsrelevanz der Sortimente in der Verbandsgemeinde Bad Hönningen wie folgt zu bewerten:

- Die Nahversorgung wird aufgrund der Einkaufshäufigkeit nach wie vor durch die Sortimente **Nahrungs- und Genussmittel, Reformwaren, Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel sowie Apothekenwaren** sichergestellt. Diese Sortimente sind daher als nahversorgungsrelevant und gleichzeitig als innenstadtrelevant einzustufen.
- Wesentliche Anbieter von **Bekleidung und Schuhen** sind die in der Innenstadt von Bad Hönningen ansässigen Anbieter Kik und das Schuhhaus Adenau, die die lokale Angebotsstruktur wesentlich prägen und daher eine entsprechende Innenstadtrelevanz aufweisen.
- Die Warengruppen **Sport, Bücher/ Zeitschriften, Papier- und Büroartikel, Schreibwaren, Elektronik, Foto, Optik, Uhren/ Schmuck, Glas/ Porzellan/ Keramik und Haushaltswaren** sind in der Verbandsgemeinde nur in begrenztem Umfang vertreten. Da die Sortimente aufgrund ihrer Kleinteiligkeit grundsätzlich in die Ortskerne integrierbar sind und wesentlich zu einem attraktiven Branchenmix beitragen, sind die Sortimente wie im LEP IV empfohlen auch in der Verbandsgemeinde Bad Hönningen als innenstadtrelevant einzustufen.
- Dahingegen sind die Teilsegmente **Sportgroßgeräte** und **elektrische Hausgeräte** davon ausgenommen. Diese entfalten kaum Synergieeffekte mit den o.g. Sortimenten und sind daher den nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten zuzuordnen.
- Dies gilt auch für **Fahrräder und Fahrradzubehör**. Zurzeit ist im Verbandsgemeindegebiet nur ein kleines Fahrradgeschäft mit Serviceschwerpunkt im Bereich Wartung und Reparaturen in einer wohngebietsintegrierten Lage in Bad Hönningen ansässig. Innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ist dagegen kein Fachanbieter präsent. Auch ist nicht zu erwarten, dass zukünftig innerhalb der Ortsmitten größere Fahrradgeschäften, die zentrenprägende Funktionen übernehmen könnten, ansiedeln werden.
- Ebenfalls als nicht-innenstadtrelevant ist die Warengruppe **zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Futtermittel für Haustiere)** einzustufen. Heimtierfutter wird im Verbandsgemeindegebiet lediglich vom Lebensmittel- und Drogeriewareneinzelhandel als begrenztes Randsortiment angeboten. Fachmärkte oder andere Warengruppenspezialisten sind weder in den Ortsmitten noch an anderen Standorten im Verbandsgemeindegebiet ansässig. Da dieses Marktsegment in Deutschland heute von Fachmarktkonzepten ab 600 bis 800 m² Verkaufsfläche dominiert werden, die größere Einzugsgebiete abdecken²⁸ und deshalb voraussichtlich nicht in die Ortsmitten von Bad Hönningen und Rheinbrohl integriert werden können.
- Als nicht-innenstadtrelevant sind außerdem auch die Warengruppen **Möbel, Bettwaren, Lampen und Leuchten, Bau-, Gartenbedarf** zu bewerten. Diese Sortimente benötigen aufgrund ihrer flächenintensiven Warenpräsentation entsprechend große Verkaufsflächen, die in den Ortskernen nicht zu realisieren sind. Weiterhin zeichnet diese Sortimente nur ein geringes Kopplungspotenzial mit den sonstigen innenstadtrelevanten Sortimenten aus.

²⁸ Der Betreiber „Das Futterhaus“ erwartet beispielsweise für neue Filialstandorte Einzugsgebiete mit mindestens ca. 30.000 Einwohnern. Quelle: www.futterhaus.de/unternehmen/expansion-immobiliensuche/

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben und der spezifischen Gegebenheiten am Einzelhandelsstandort wird für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen folgende Sortimentsliste vorgeschlagen, die nahversorgungsrelevante, innenstadtrelevante Warengruppen und nicht-innenstadtrelevante Sortimente genau unterscheidet. Die Bezeichnung der Warengruppen stützt sich auf die vom Statistischen Bundesamt herausgegebene Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008).²⁹

Tabelle 1: Sortimentsliste der Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Definition innenstadtrelevanter Sortimente		Definition nicht-innenstadtrelevanter Sortimente*	
WZ	Bezeichnung	WZ	Bezeichnung
Nahversorgung (nahversorgungsrelevante Sortimente**)			
47.1/ 47.2	Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Tabakwaren		
47.73	Apotheken		
47.75	Drogeriewaren, kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel		
aus 47.78.9	Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel		
Bekleidung, Schuhe, Sport			
47.71	Bekleidung		
47.72	Schuhe, Lederwaren und Reisegepäck		
aus 47.64.2	Sportartikel (inkl. Sportbekleidung, -schuhe, -geräte)	aus 47.64.2	Sportgroßgeräte, Campingartikel
Bücher, Schreib- und Spielwaren			
47.61.0	Bücher		
47.62.1	Fachzeitschriften, Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen		
47.62.2	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel		
47.65	Spielwaren und Bastelartikel		
47.59.3	Musikinstrumente und Musikalien		
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektro, Foto			
47.43	Geräte der Unterhaltungselektronik		
47.63	Ton- und Bildträger		
47.41	Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte und Software		
47.42	Telekommunikationsgeräte		
		47.54	elektrische Haushaltsgeräte (Groß- und Klein-geräte)
47.78.2	Foto- und optische Erzeugnisse		

²⁹ Veränderungen gegenüber der vorherigen Sortimentsliste ergeben sich aus der aktuellen Bewertung der Sortimente Baby- und Kinderartikel (u. a. Kinderwagen, Autositze, ohne Spielwaren, Bekleidung, Hygieneartikel) als nicht-innenstadtrelevant.

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Definition innenstadtrelevanter Sortimente		Definition nicht-innenstadtrelevanter Sortimente*	
Bau- und Gartenbedarf, Blumen, Zoobedarf			
		47.52.1	Metall- und Kunststoffwaren (u. a. Eisenwaren, Bauartikel, Installationsbedarf für Gas, Wasser, Heizung und Klimatechnik, Werkzeuge, Spielgeräte für Garten und Spielplatz, Rasenmäher)
		47.52.3	Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf
aus 47.76.1	Blumen	aus 47.76.1	Pflanzen, Sämereien und Düngemittel
		47.76.2	zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Futtermittel für Haustiere)
Möbel, Einrichtungsbedarf			
aus 47.51	Haushaltstextilien (Haus-, Tisch- und Bettwäsche), Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche	47.59.1 aus 47.51	Wohnmöbel, Kücheneinrichtungen, Büromöbel Bettwaren (u. a. Matratzen, Lattenroste, Oberdecken)
		47.53	Vorhänge, Teppiche, Bodenbeläge und Tapeten
47.59.2 aus 47.59.9	keramische Erzeugnisse und Glaswaren Haushaltsgegenstände (u. a. Koch-, Brat- und Tafelgeschirre, Schneidwaren, Bestecke, nicht elektrische Haushaltsgeräte)	aus 47.59.9 aus 47.59.9 aus 47.59.9	Holz-, Flecht- und Korbwaren (u. a. Drechlerwaren, Korbmöbel, Bast- und Strohwaren, Kinderwagen) Lampen, Leuchten und Beleuchtungsartikel sonstige Haushaltsgegenstände (u. a. Bedarfsartikel für dem Garten, Garten- und Campingmöbel, Grillgeräte)
47.78.3	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel	47.79	Antiquitäten und Gebrauchtwaren
Sonstige Sortimente			
47.74	medizinische und orthopädische Artikel		
47.77	Uhren und Schmuck		
47.78.1	Augenoptiker		
		47.64.1	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör
		45.32	Kraftwagenteile und -zubehör
* Aufzählung nicht abschließend ** gleichzeitig innenstadtrelevant Quelle: BBE-Zusammenstellung im Rückgriff auf die Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008), blau unterlegt: innenstadtrelevante Sortimente gemäß LEP IV			

7 Abschließende Empfehlungen

Die vorliegende Untersuchung soll einer geordneten, städtebaulich verträglichen Einzelhandels- und Standortentwicklung der Verbandsgemeinde Bad Hönningen im Rahmen der Bauleitplanung dienen. Um die notwendige Rechtssicherheit für die kommunale Planung herzustellen und zugleich den Investoren und Betreibern des Einzelhandels Planungssicherheit zu geben, ist ein Selbstbindungsbeschluss des Verbandsgemeinderates sowie des Stadtrates Bad Hönningen und der Ortsgemeinderäte von Rheinbrohl, Hammerstein und Leutesdorf über die Grundzüge des Einzelhandelskonzeptes erforderlich.

Dieser Beschluss sollte durch eine breite Beteiligung der Öffentlichkeit vorbereitet werden. Hintergrund ist die Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts, das mit seinen Urteilen vom 27.03.2013 klargestellt hat, dass es ausreicht, wenn in einem Zentrenkonzept die für die Funktionsfähigkeit der jeweiligen Zentren entscheidenden und mithin zentrenbildenden Sortimente festgelegt werden und diese Sortimente darauf aufbauend in einem Bebauungsplan für ein Gebiet außerhalb der Zentren ausgeschlossen werden. Das Gericht sieht es somit als ausreichend an, wenn der konkrete Nachweis der Zentrenrelevanz eines Sortiments bereits mit der Erstellung des gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes und nicht erst getrennt für jeden einzelnen, einen Einzelhandelsausschluss regelnden Bebauungsplan geführt wird. Die grundsätzliche Rechtfertigung eines Bebauungsplans zur Steuerung des Einzelhandels kann somit bereits mit dem gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept geführt werden.

Das Instrument des kommunalen Einzelhandelskonzeptes wurde somit in seinem Gewicht zur Artikulierung gemeindlicher Planungsinteressen deutlich gestärkt. Bezogen auf die Nutzungsmöglichkeiten einzelner privater Grundstücke können bereits mit dem Konzept weitgehende Vorentscheidungen getroffen werden. Deshalb ist anzuraten, die Öffentlichkeit intensiv an der Erstellung des gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes zu beteiligen und im Rahmen des Beteiligungsverfahrens insbesondere deutlich zu machen, welche Bedeutung diese vorbereitende Planung für private Individualinteressen entfalten kann.

In Anlehnung an das Verfahren nach § 3 Baugesetzbuch sollte der Öffentlichkeit die Gelegenheit gegeben werden, Bedenken und Anregungen in die Planung einzubringen. Alle abwägungsrelevanten Eigentümer- und Betreiberbelange sollten intensiv geprüft und abgewogen werden. Besonders zu beachten sind dabei konkret angezeigte Planungsabsichten zur Erweiterung oder Neuerrichtung von Einzelhandelsbetrieben.

Köln, im Juni 2020

BBE Handelsberatung GmbH


i. V. Anna Heynen


i. V. Rainer Schmidt-Illguth

8 Anhang: Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

Das vorliegende Einzelhandelskonzept soll als wichtige Grundlage für die künftige Einzelhandelssteuerung und als Abwägungsgrundlage für die Bauleitplanung dienen. Dazu ist es notwendig, dass der Rat der Verbandsgemeinde Bad Hönningen das Konzept als „sonstige städtebauliche Planung“ gemäß § 1 Abs. 6 Satz 11 BauGB beschließt. Das Konzept kann seine Gestaltungswirkung nur dann entfalten, wenn das planungsrechtliche Instrumentarium sowohl für die Innenentwicklung als auch zur Steuerung der Einzelhandelsstruktur außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angewandt wird.

8.1 Steuerung des Einzelhandels mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten

Um für einzelne, nicht-integrierte Standortbereiche Ausschlussregelungen für bestimmte Warengruppen zu treffen, sind den Gemeinden weitgehende Möglichkeiten gegeben:

Bezüglich der Rechtswirksamkeit kommunaler Einzelhandelskonzepte hat das Bundesverwaltungsgericht mit Urteilen von 27.03.2013³⁰ klargestellt, dass sich eine Kommune bei der Rechtfertigung eines Bebauungsplans, der die Einzelhandelsentwicklung außerhalb eines Zentrums mit dem Ziel steuern soll, den Erhalt und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche zu fördern, allein auf ein beschlossenes Einzelhandelskonzept berufen kann. Es ist somit bei Vorliegen eines Konzepts, das die Kommune als sonstige städtebauliche Planung im Sinne von § 1 Abs. 6 Satz 11 BauGB beschlossen hat, nicht mehr erforderlich, jeden Ausschlussbebauungsplan mit Bezug auf den jeweiligen Einzelfall hinsichtlich seiner städtebaulichen Notwendigkeit zu rechtfertigen.

Die Klarstellung des Bundesverwaltungsgerichts zu den Anforderungen an die städtebauliche Rechtfertigung sortimentsbezogener Einzelhandelsausschlüsse vereinfacht die kommunale Planungspraxis und schafft Rechtssicherheit.

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

Als rechtlicher Hintergrund für die vorgeschlagenen Ausschlussregelungen in bestimmten Standortbereichen ist weiterhin zu beachten, dass die Zulässigkeit von Sortimentsbeschränkungen nicht nur auf groß-

³⁰ Urteile 4 C 13.11, 4 CN 6.11 und 4 C 7.11

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

flächige Einzelhandelsbetriebe³¹ begrenzt ist, die mit einer Geschossfläche von mehr als 1.200 m² der so genannten Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegen. Nach dem zitierten Urteil des OVG NRW vom 22. April 2004 lässt § 1 Abs. 9 BauNVO den Ausschluss aller Arten baulicher Anlagen im Sinne der BauNVO zu, mithin auch den Ausschluss bestimmter Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten nach § 8, Industriegebieten nach § 9 und sogar in Mischgebieten nach § 6 BauNVO.

Allerdings ist zu beachten, dass eine Feindifferenzierung der zulässigen Art der baulichen Nutzung nach § 1 Abs. 9 BauNVO eine städtebauliche Begründung erfordert, die sich aus der jeweiligen konkreten Planungssituation ergeben muss und geeignet ist, die Abweichung vom normativen Regelfall der Baugebietsausweisung zu rechtfertigen. Wie vorab bereits dargelegt, kann sich die Kommune zur städtebaulichen Rechtfertigung einer Planung auf ein beschlossenes Einzelhandelskonzept berufen.

Bei einer Überplanung bestehender Gebiete ermächtigt § 1 Abs. 10 BauNVO die Gemeinde dazu, in den Bebauungsplan Festsetzungen aufzunehmen, mit denen Erweiterungen, Änderungen, Nutzungsänderungen und Erneuerungen im Plangebiet vorhandener baulicher Anlagen ermöglicht werden und damit einen erweiterten Bestandsschutz für Betriebe zu gewähren, die bei typisierender Betrachtungsweise „an sich“ unzulässig sind. In einer Entscheidung des Verwaltungsgerichtshofs Baden-Württemberg vom 08.10.2013 wurde klargestellt, dass es jedoch im planerischen Ermessen der Gemeinde liege, von dieser Ermächtigung Gebrauch zu machen. Voraussetzung für den Ausschluss eines erweiterten Bestandsschutzes sind jedoch eine ausreichende städtebauliche Begründung und eine ordnungsgemäße Abwägung (VGH BW, 3 S 2356/12).

8.2 Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels

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

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

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

³¹ Zur Definition der Großflächigkeit vgl. Ausführungen im folgenden Kapitel 8.2.

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

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

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

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

Demgegenüber hat das Oberverwaltungsgericht Münster in seinem Urteil vom 29. Mai 2013 (10 A 1144/11) die Meinung vertreten, dass die Verkaufsflächen von baulich und funktionell zwar eigenständigen Betrieben allerdings dann zusammenzurechnen sind, wenn die Gesamtfläche durch einen Einzelhandelsbetrieb als Hauptbetrieb (z.B. Lebensmitteldiscounter) geprägt wird und auf den baulich abgetrennten Flächen zu dessen Warenangebot als Nebenleistung ein Warenangebot hinzutritt, das in einem inneren Zusammenhang mit der Hauptleistung steht, diese jedoch nur abrundet und von untergeordneter Bedeutung bleibt (z. B. Backshop, Lotto/Toto/Zeitschriften).

Im entschiedenen Fall hat das OVG Münster demgemäß eine betriebliche Einheit zwischen einem Lebensmitteldiscounter und einem Backshop abgeleitet, die als ein (großflächiger) Einzelhandelsbetrieb zu bewerten sei.

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

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

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

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung ausgehen.

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

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

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

Städtebauliche Besonderheiten können beispielsweise vorliegen,

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

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

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

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

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

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

Festsetzungen zu vorhabenbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen sind jedoch zulässig, da die Gemeinde auf der Grundlage von § 11 Abs. 2 BauNVO die Art der baulichen Nutzung näher konkretisieren und zu diesem Zweck die Merkmale bestimmen kann, die ihr am besten geeignet erscheinen, um das von ihr verfolgte Planungsziel zu erreichen. Insbesondere darf sie in einem von ihr festgesetzten Sondergebiet den vorhabenbezogenen Anlagentyp durch die von ihr bestimmte Begrenzung der Verkaufsflächen selbst festsetzen.³²

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

³² BVerwG, 27.04.1990, 4 C 36.87 und 03.04.2008, 4 CN 4.07

8.4 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten

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

Nach allgemeiner Rechtsauffassung bleibt beispielsweise der Gebietscharakter bei Einschränkung von Einzelhandelsnutzungen in einem Gewerbegebiet gewahrt, wie das Bayerische Verwaltungsgericht bereits 1985 im Rahmen eines Normenkontroll-Verfahrens bestätigte.³³ In dem vorgenannten Urteil wird u. a. ausgeführt, dass der Einzelhandel nur einen schmalen Ausschnitt aus der Fülle der nach § 8 Abs. 2 BauNVO allgemein zulässigen Nutzungen eines Gewerbegebietes darstellt, so dass die Wahrung des Gebietscharakters auch dann gegeben ist, wenn ein Bebauungsplan diese Nutzungsart ausschließt.

Ein Planungserfordernis kann sich zwingend daraus ergeben, dass sich in einem Gewerbegebiet eine Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben entwickeln könnte, die hinsichtlich Sortiment und Verkaufsflächenumfang nachbargemeindliche Belange im Sinne des § 2 Abs. 2 BauGB berühren könnte und somit raumordnungsrechtliche Relevanz erreichen würde (siehe Kap 7.1 zum Thema Agglomerationen). Unter anderem das Oberverwaltungsgericht Lüneburg hat mit einem Urteil vom 10.07.2015 festgestellt, dass bei Gewerbegebietsplanungen unter Beachtung der landesplanerischen Ziele zur Verhinderung zentrenschädlicher Agglomerationen und unter Beachtung nachbargemeindlicher Belange Einzelhandelsausschlüsse erforderlich werden können (OVG Lüneburg 1. Senat, Urteil vom 10.07.2015, 1 KN 121/11).³⁴

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

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

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

- dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet,
- in betrieblichem Zusammenhang errichtet,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig deutlich untergeordnet ist und

³³ Bay VGH, Normenkontroll-Urteil vom 23.05.1985, Nr. 2 N 83 A 1490.

³⁴ Siehe dazu auch Grundsatz 42 des Regionalen Raumordnungsplans Mittelrhein-Westerwald. Demnach soll in Gemeinden mit zentralen Versorgungsbereichen grundsätzlich eine Prüfung und Abwägung erfolgen, ob kleinflächiger Einzelhandel mit innenstadtrelevanten Sortimenten aus städtebaulichen Gründen in gewerblichen Bauflächen eingeschränkt bzw. ausgeschlossen werden soll. Die Empfehlung des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes greift diesen Grundsatz auf.

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten wird.

Mit den vorgeschlagenen Empfehlungen zu den textlichen Festsetzungen werden:

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

Bei allen steuernden Eingriffen in das bestehende Baurecht ist zu beachten, dass bereits bestehenden Einzelhandelsbetrieben individuell auf sie zugeschnittener Bestandsschutz eingeräumt werden muss.

Darüber hinaus ist auch das „Planungsschadenrecht“ gemäß § 42 BauGB zu berücksichtigen. Demnach hat ein Grundstückseigentümer Anspruch auf Entschädigung, wenn die zulässige Nutzung eines Grundstücks innerhalb einer Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit aufgehoben oder geändert wird. Die Entschädigung bemisst sich nach dem Unterschied zwischen dem Wert des Grundstücks auf Grund der bisher zulässigen Nutzung und seinem Wert, der sich infolge der Aufhebung oder Änderung ergibt.

8.5 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten

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

Diese setzen jedoch in der Regel besondere städtebauliche Begründungen voraus, die zum Beispiel auf Zielaussagen des Einzelhandelskonzeptes beruhen können.

Auch der Verbandsgemeinde Bad Hönningen steht der Weg, in Mischgebieten nur bestimmte Einzelhandelsnutzungen zuzulassen, grundsätzlich offen. Generell ist hierbei aber darauf zu achten, dass durch die Regelungen zum Ausschluss von (bestimmten) Einzelhandelsnutzungen der Gebietscharakter gewahrt bleibt.

8.6 Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich

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

Der Erhalt und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ist in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB als bei Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigender Belang ausdrücklich aufgenommen worden. Um dieses

Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Hönningen

Ziel im unbeplanten Innenbereich zu erreichen, ist es nach § 9 Abs. 2a BauGB möglich, in einem Bebauungsplan beschränkende Festsetzungen insbesondere zum Einzelhandel zu treffen, ohne dass ein Baugebiet im Sinne der Baunutzungsverordnung ausgewiesen wird.

Die Anwendung dieses Steuerungsinstruments macht eine genaue Begründung erforderlich. Denn wie bereits in früheren Urteilen von hohen Gerichten klargestellt wurde, „... ist der bauplanerische Ausschluss einzelner Nutzungsarten nur dann städtebaulich gerechtfertigt, wenn er anhand eines schlüssigen Plankonzepts auf Eignung, Erforderlichkeit und Angemessenheit überprüft werden kann“ (VGH Mannheim, Urteil vom 28.01.2005)³⁵.

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

³⁵ zitiert nach Schmitz, H: Die Novellierung des BauGB 2007 unter Berücksichtigung der spezifischen Berliner Planungsbedingungen, Berlin 2007.