



KÖLN-LEIPZIG-LÜBECK-MÜNCHEN-RIED(A)-STUTTGART

EINZELHANDELS- UND NAHVERSORGUNGSKONZEPT FÜR DIE STADT TROISDORF

Fortschreibung unter Berücksichtigung der Vorgaben des § 24a LEPro NRW und des Einzelhandelserlasses NRW (2008)



CIMA Beratung + Management GmbH
Eupener Str. 150
50933 Köln

Tel.: 0221-937 296 20
Fax: 0221-937 296 21
E-Mail: cima.koeln@cima.de
Internet: www.cima.de

Bearbeiter:
Dipl.-Geogr. Michael Karutz



ENDFASSUNG

Köln, im Oktober 2010

Stadt- und Regionalmarketing
City-Management
Stadtentwicklung
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Immobilienentwicklung
Tourismus
Personalberatung

© CIMA Beratung + Management 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. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH.

INHALT

1	VORBEMERKUNGEN	6		
2	LAGE IM RAUM, WIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN, MARKTGEBIET DES EINZEL-HANDELS UND NACHFRAGEVOLUMINA	7		
2.1	Lage im Raum, Siedlungsstruktur	7		
2.2	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	9		
2.3	Abgrenzung des Marktgebietes für den Troisdorfer Einzelhandel	10		
2.4	Nachfragevolumen im Marktgebiet des Troisdorfer Einzelhandels	13		
3	EINZELHANDELSSTRUKTUREN IM STADTGEBIET VON TROISDORF	15		
3.1	Stadtgebiet insgesamt	15		
3.2	Einzelhandelsstrukturen in der Troisdorfer City	18		
3.3	Einzelhandelsstrukturen in den Stadtteilen im Überblick	20		
4	HANDELSZENTRALITÄTEN UND KAUFKRAFT-STRÖME	28		
4.1	Vorbemerkungen	28		
4.2	Handelszentralität des Troisdorfer Einzelhandels im Stadtgebiet	28		
4.3	Handelszentralitäten in den Stadtteilen der Stadt Troisdorf	30		
4.3.1	Einzelhandel insgesamt	30		
4.3.2	Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘	31		
4.4	Kaufkraftstrombilanz, Kaufkraftzu- und -abflüsse	33		
5	ZUR ABGRENZUNG ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICHE IN TROISDORF	36		
5.1	Zur Definition und Funktion von Zentralen Versorgungsbereichen	36		
5.1.1	Zur Notwendigkeit der Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche nach § 34 Abs. 3 BauGB	36		
5.1.2	Zur Abgrenzung von Zentralen Versorgungsbereichen	37		
5.1.3	‚Auswirkungen‘ und ‚Schädliche Auswirkungen‘	39		
5.2	Empfehlungen zur Abgrenzung ‚Zentraler Versorgungsbereiche‘ und ergänzender Nahversorgungsstandorte in der Stadt Troisdorf	41		
5.2.1	Zentraler Versorgungsbereich ‚Troisdorf Innenstadt‘ (Hauptzentrum)	42		
5.2.2	Zentraler Versorgungsbereich ‚Spich‘ (Nebenzentrum)	46		
5.2.3	Zentraler Versorgungsbereich ‚Sieglar‘ (Nebenzentrum)	50		
5.2.4	Zentraler Versorgungsbereich ‚Oberlar‘ (Nahversorgungszentrum)	54		
5.2.5	Zentraler Versorgungsbereich ‚Friedrich-Wilhelms-Hütte‘ (Nahversorgungszentrum)	58		
5.3	Strukturen und Verflechtungsbereiche der Zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Troisdorf im Überblick	62		
6	TROISDORFER LISTE	65		
6.1	Vorbemerkung	65		
6.2	Ableitung der ‚Troisdorfer Liste‘	65		
7	ANHANG	71		
7.1	Bestimmung des Marktgebietes und des Nachfragepotenzials	71		
7.2	Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation	72		
7.3	Abgrenzung von Betriebstypen	73		
7.4	Glossar	74		

ABBILDUNGEN

Abb. 1: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern in der Region	10	Abb. 18: Einzelhandelsstrukturen im Stadtteil Kriegsdorf	27
Abb. 2: Marktgebiet des Troisdorfer Einzelhandels	12	Abb. 19: Einzelhandelsstrukturen im Stadtteil Altenrath	27
Abb. 3: Verteilung des einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumens im Stadtgebiet von Troisdorf	13	Abb. 20: Warengruppenspezifische Handelszentralitäten des Einzelhandels in der Stadt Troisdorf	29
Abb. 4: Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in den Stadtteilen der Stadt Troisdorf	14	Abb. 21: Handelszentralitäten in den Stadtteilen der Stadt Troisdorf: Einzelhandel insgesamt	30
Abb. 5: Einzelhandelsstrukturen in der Stadt Troisdorf	16	Abb. 22: Umsätze, Nachfragevolumina, Handelszentralitäten, Kaufkraftflüsse im Segment ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ in den Troisdorfer Stadtteilen	33
Abb. 6: Verteilung des Einzelhandelsbesatzes im Stadtgebiet von Troisdorf	17	Abb. 23: Kaufkraftstrombilanz des Einzelhandels in der Stadt Troisdorf	33
Abb. 7: Abgrenzung der Troisdorfer City (= Zentraler Versorgungsbereich ‚Troisdorf Innenstadt‘)	18	Abb. 24: Kaufkraftzuflüsse nach Troisdorf (in Mio. €)	34
Abb. 8: Einzelhandelsstrukturen in der Innenstadt von Troisdorf	19	Abb. 25: Kaufkraftabflüsse aus Troisdorf (in Mio. €)	35
Abb. 9: Einzelhandelsstrukturen in der Stadt Troisdorf im Überblick	21	Abb. 26: Zur Hierarchie Zentraler Versorgungsbereiche und ihrer planungsrechtlichen Verankerung	37
Abb. 10: Einzelhandelsstrukturen in den zusammengefassten Stadtteilen Troisdorf und Troisdorf-West	22	Abb. 27: Abgrenzung und Kartierung des Zentralen Versorgungsbereichs ‚Troisdorf Innenstadt‘ (Einzelhandelsnutzungen)	43
Abb. 11: Einzelhandelsstrukturen im Stadtteil Spich	23	Abb. 28: Abgrenzung und Kartierung des Zentralen Versorgungsbereich ‚Troisdorf Innenstadt‘ (Gastronomie / Dienstleistungen)	44
Abb. 12: Einzelhandelsstrukturen im Stadtteil Sieglar (ohne Fachmarkttagglomeration ‚Spicher Straße / Im Zehntfeld‘)	24	Abb. 29: Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich ‚Troisdorf Innenstadt‘	45
Abb. 13: Einzelhandelsstrukturen im Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte	25	Abb. 30: Abgrenzung und Kartierung des Zentralen Versorgungsbereichs ‚Spich‘ (Einzelhandel)	47
Abb. 14: Einzelhandelsstrukturen im Stadtteil Oberlar	25	Abb. 31: Abgrenzung und Kartierung des Zentralenversorgungsbereichs ‚Spich‘ (Gastronomie / Dienstleistungen)	48
Abb. 15: Einzelhandelsstrukturen in den zusammengefassten Stadtteilen Bergheim und Müllekoven	26	Abb. 33: Abgrenzung und Kartierung des Zentralen Versorgungsbereichs ‚Sieglar‘ (Einzelhandel)	51
Abb. 16: Einzelhandelsstrukturen im Stadtteil Rotter See (einschließlich Fachmarkttagglomeration ‚Spicher Straße / Im Zehntfeld‘)	26	Abb. 34: Abgrenzung und Kartierung Zentraler Versorgungsbereich ‚Sieglar‘ (Gastronomie / Dienstleistungen)	52
Abb. 17: Einzelhandelsstrukturen im Stadtteil Eschmar	27		

Abb. 35: Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich ‚Sieglar‘	53
Abb. 36: Abgrenzung und Kartierung des Zentralen Versorgungsbereichs Oberlar (Einzelhandel)	55
Abb. 37: Abgrenzung und Kartierung des Zentralen Versorgungsbereichs ‚Oberlar‘ (Gastronomie / Dienstleistungen)	56
Abb. 38: Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich ‚Oberlar‘	57
Abb. 39: Abgrenzung und Kartierung des Zentralen Versorgungsbereichs ‚Friedrich-Wilhelms-Hütte‘ (Einzelhandel)	59
Abb. 40: Abgrenzung und Kartierung des Zentralen Versorgungsbereichs Friedrich-Wilhelmshütte (Gastronomie / Dienstleistungen)	60
Abb. 41: Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich ‚Friedrich-Wilhelms-Hütte‘	61
Abb. 42: Strukturdaten zu den abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereichen in der Stadt Troisdorf	62
Abb. 43: Handelszentralitäten und Marktabschöpfungsquoten der abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Troisdorf in der Warengruppe ‚Lebensmittel / Reformwaren‘	62
Abb. 44: Verflechtungsbereiche der abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Troisdorf	64
Abb. 45: Liste zentrenrelevanter Sortimente in der Stadt Troisdorf (abschließend)	69
Abb. 46 CIMA-Warengruppen	72

1 VORBEMERKUNGEN

Die CIMA Beratung + Management GmbH hat unter ihrer ehemaligen Firmierung CIMA Stadtmarketing GmbH im Juni 2006 das Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept für die Stadt Troisdorf erarbeitet. Aktuelle Rechtsprechung zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels sowie neue landesplanerische Rahmenbedingungen mit Einführung des § 24a LEPro in das Landesentwicklungsprogramm des Landes Nordrhein-Westfalen vom 19.06.2007 und das Inkrafttreten des ‚neuen‘ Einzelhandelserlasses am 22.09.2008 erfordern eine teilweise Aktualisierung und Konkretisierung des vorliegenden Konzeptes. Der Aktualisierungsbedarf besteht insbesondere in

- einer parzellenscharfen Abgrenzung der ‚Zentralen Versorgungsbereiche‘ unter Berücksichtigung der strikten Vorgaben des § 24a LEPro,
- der Festlegung einer Hierarchie der Zentralen Versorgungsbereiche nach ihrer Versorgungsfunktion (Hauptzentrum – Nebenzentrum – Nahversorgungsbereich),
- der weiteren, abschließenden Konkretisierung der ‚Troisdorfer Liste‘ zentrenrelevanter Sortimente mittels Sortimentsbeschreibung entlang der WZ-Nummern 2008,
- der Dokumentation der realisierten Einzelhandelsumsätze in den abgegrenzten ‚Zentralen Versorgungsbereichen‘.

Die Abgrenzung der ‚Zentralen Versorgungsbereiche‘ erfolgte seinerzeit auf den Vorgaben des BauGB im Kontext der Regelungen zu § 34,3 BauGB. Das

Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept für die Stadt Troisdorf grenzte die Zentralen Versorgungsbereiche auf Basis der DTK 5 ab. Die Darstellung war konkreter als eine ‚schematische‘ Darstellung, jedoch nicht hinreichend konkret auf Parzellenschärfe. Verschiedene Oberverwaltungsgerichte haben sich in den letzten drei Jahren zur Rechtskraft von Zentralen Versorgungsbereichen geäußert. Sie fordern unisono eine detaillierte an den ‚städtebaulichen Gegebenheiten‘ her leitbare Abgrenzung. Das heißt jede Grenzlinie muss umfassend städtebaulich argumentiert werden. Diese nunmehr erforderliche Genauigkeit ist in der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes nachzuholen.

Die hier vorliegende Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes erfolgt vor dem Hintergrund aktueller planungsrechtlicher Anforderungen. Die Handlungsempfehlungen aus dem im Juni 2006 vorgelegten ‚Einzelhandelskonzept für die Stadt Troisdorf‘ bleiben unberührt. Mit der Etablierung eines zusätzlichen Verbrauchermarktes in Bergheim sowie den eingeleiteten Planungsschritten zur Realisierung eines innenstädtischen Einkaufszentrums im Standortbereich des derzeitigen Bürgerhauses sind maßgebliche Empfehlungen umgesetzt worden bzw. befinden sich in der Umsetzung.

Die vorliegende Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Troisdorf dokumentiert die Aktualisierung der Einzelhandelsbestandsdaten sowie einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumina für das Marktgebiet des Troisdorfer Einzelhandels, leitet die Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche aus den städtebaulichen Gegebenheiten ‚vor Ort‘ in den Stadtteilen der Stadt Troisdorf ab, weist die relevanten Einzelhandelsstrukturdaten für die Zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Troisdorf aus und aktualisiert die Troisdorfer Liste nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente.

Die Bestandserhebungen im Einzelhandel und ergänzender Dienstleistungen (letztere nur für die zentralen Versorgungsbereiche fanden im Januar und Februar 2010 statt. Erste Abgrenzungsvorschläge wurden im März 2010 mit der Verwaltung diskutiert; im April 2010 erfolgte eine Diskussion der Abgrenzungsvorschläge auch mit Vertretern der Bezirksregierung Köln.

2 LAGE IM RAUM, WIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN, MARKTGEBIET DES EINZELHANDELS UND NACHFRAGEVOLUMINA

2.1 Lage im Raum, Siedlungsstruktur

Die Stadt Troisdorf (76.846 Einwohner) liegt im rechtsrheinischen Teil des Rhein-Sieg-Kreises zwischen dem Oberzentrum Köln und der Kreisstadt Siegburg. Die Stadt übernimmt mittelzentrale Versorgungsfunktion, wobei sich der Einzugsbereich aufgrund der intensiven Verflechtungen im siedlungsräumlichen Ballungsraum der Rheinschiene überwiegend auf das eigene Stadtgebiet beschränkt. Von der Troisdorfer Innenstadt beträgt die Distanz zur nordwestlich gelegenen Kölner City rd. 24 km sowie zur südlich gelegenen Innenstadt von Siegburg ca. 6 km. Die südwestlich von Troisdorf gelegene Bonner City wird in 18 km erreicht.

Die Stadt Troisdorf ist durch eine polyzentrische Siedlungsstruktur mit unterschiedlichen siedlungsräumlichen Gesichtern gekennzeichnet:

- Der **Stadtteile Troisdorf und Troisdorf-West** sind verdichtete Siedlungsbereiche und neben ihrem ‚städtischen Charakter‘ auch stark gewerblich, industriell geprägt. Nordwestlich der Troisdorfer City erstreckt sich das Areal des Industriepark Troisdorf auf dem Areal der ehemaligen Firma Dynamit Nobel. Im Süden zwischen Sieg und Willy-Brandt-Ring erstreckt sich das Areal der ehemaligen Kloeckner-Mannstaedt-Werke (heute Corus). Die Stadtteile Troisdorf und Troisdorf-West beherbergen 21.677 Einwohner. Die Troisdorfer City erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Kölner Straße zwischen Stationsweg und Ursulaplatz sowie der südlich angrenzenden Einzelhandelslagen an der Alten Poststraße, der Hippolytusstraße und den Standortarealen rund um das Bürgerhaus (Wilhelm-Hamacher-Platz, Am Bürgerhaus).

- Der Stadtteil **Spich** liegt nordwestlich der Troisdorfer City und erstreckt sich vom Industriepark Troisdorf bis zur Kölner Stadtgrenze. Er entstand als Straßensiedlung entlang der Hauptverkehrsachse ‚Hauptstraße‘ und ist heute auch durch attraktive Wohnsiedlungsbereiche entlang dieser Entwicklungsachse gekennzeichnet. An der Stadtgrenze zu Köln entwickelt sich auf dem Areal der ehemaligen Kasernen der belgischen Streitkräfte der Logistik- und Dienstleistungspark AIR*LOG. Zwischen der BAB 59 und den Spicher Wohnsiedlungsbereichen hat sich ein attraktiver Gewerbebestand mit zahlreichen mittelständischen Betrieben entwickelt. Im Stadtteil Spich leben derzeit 12.856 Einwohner.
- Der Stadtteil **Oberlar** liegt südlich der Eisenbahntrasse Köln – Troisdorf – Siegburg und ist durch ruhige Wohnsiedlungsbereiche gekennzeichnet. Geschosswohnungsbau, Reihen- und Einfamilienhäuser vermitteln eine attraktive Vielfalt. Die Sieglarer Straße war bis zum Bau des Willy-Brandt-Ringes die einzige Haupterschließungsachse nach Troisdorf aus Richtung Süden und beherbergt heute noch die Nahversorgungsangebote für den Stadtteil Oberlar mit insgesamt 6.075 Einwohnern.
- **Friedrich-Wilhelms-Hütte** erstreckt sich zwischen der BAB 59 und der Eisenbahntrasse Troisdorf – Bonn-Beuel – Koblenz. Der Stadtteil zeigt heute noch die Spuren der frühen Industrialisierung in Form der restaurierten ehemaligen Arbeiterkolonien. Der Stadtteil ist stärker gewerblich geprägt entlang der Bahntrasse und Mendener Straße. Die Wohnsiedlungsbereiche erstrecken sich westlich davon entlang der Roncallistraße. In Friedrich-Wilhelms-Hütte leben 7.358 Einwohner. Die Nahversorgung wird einerseits über das Nahversorgungszentrum an der Roncallistraße und andererseits durch etablierte Lebensmitteldiscounter, vornehmlich an der Mendener Straße, gesichert.

- Der Stadtteil **Sieglar**, bis 1969 Hauptort der gleichnamigen Gemeinde erstreckt sich in südwestlicher Richtung, parallel nördlich zur Siegaue. Das Zentrum von Sieglar mit mittelständischem Einzelhandelsbesatz konzentriert sich auf den Bereich Kerpstraße und Larstraße im östlichen Siedlungsbereich. Sieglar beherbergt als attraktiver Wohnstandort 8.878 Einwohner.
- Der Stadtteil **Rotter See** liegt zwischen dem Rotter See und der BAB 59. Das attraktive Wohngebiet beherbergt eine gelungene Mischung von Geschosswohnungsbau, Reihenhäusern und Einfamilienhäusern. Rotter See beherbergt 3.939 Einwohner. Im Osten grenzt der Siedlungsbereich an das Gewerbegebiet ‚Spicher Straße‘. Dieses ist heute der für die Stadt Troisdorf nach der City bedeutsamste Einzelhandelsstandort mit seiner Agglomeration von großflächigen Fachmärkten. Der Standortbereich übernimmt heute zum großen Teil die Nahversorgungsfunktion für die angrenzenden Stadtteile Rotter See, Oberlar und Sieglar.
- **Kriegsdorf** liegt westlich von Rotter See. Das ehemalige Dorf ist ein attraktiver Wohnstandort für heute 2.766 Einwohner.
- Die Stadtteile **Eschmar** (3.186 Einwohner), **Müllekoven** (1.866 Einwohner) und **Bergheim** (5.789 Einwohner) erstrecken sich südwestlich von Sieglar östlich des Rheins und nördlich der Siegaue. Die ehemaligen Dörfer Müllekoven und Bergheim sind zu einem attraktiven Wohnsiedlungsraum zusammen gewachsen. Am nördlichen Siedlungsrand ist die städtebauliche Entwicklungsmaßnahme „Am Krausacker“ realisiert worden. Hier wurde mittlerweile auf Empfehlung des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes ein zusätzlicher ‚Nahversorger (REWE-Markt) etabliert. Eschmar ist

mit Sieglar zusammengewachsen. Alle drei Stadtteile verfügen heute nur noch über eine ergänzende Nahversorgung.

- Der Stadtteil **Altenrath**, 6km nördlich von Troisdorf gelegen, hat sich nach dem zweiten Weltkrieg neu als Wohnsiedlungsbereich entwickeln können, nachdem er 1938 einem Truppenübungsplatz hat weichen müssen. Altenrath gehört seit 1969 zu Troisdorf ist jedoch aufgrund der solitären Lage in seinen Versorgungsbeziehungen jeher auf Lohmar hin orientiert gewesen. In Altenrath leben 2.447 Einwohner.

Der Einzelhandelsstandort Troisdorf ist intensivstem Standortwettbewerb ausgesetzt. Alle Entwicklungschancen und Entwicklungshemmnisse sind vor diesem entscheidenden Hintergrund zu bewerten. Eine maßgebliche Rolle spielen die hervorragenden Verkehrsverbindungen, die einerseits Standortvorteil für Troisdorf sind, zugleich aber auch Kaufkraftabflüsse erleichtern.

Troisdorf wird erschlossen durch die BAB 59 (Köln – Königswinter) mit zwei Anschlussstellen auf dem Stadtgebiet und die BAB 565 (Dreieck Beuel – Bonn – Ahrweiler; Anschlussstelle Bonn-Beuel-Nord) sowie der Anschlussstelle St. Augustin (B 560). Von der BAB 3 (Köln – Frankfurt) besteht einerseits Anschluss über die BAB 560 (Autobahnspange zwischen der BAB 3 und der BAB 59) sowie andererseits über die Anschlussstelle Lohmar und die Nordumgehung um die Stadt Siegburg.

In Bezug auf den ÖPNV zeichnet sich Troisdorf als DB-Haltepunkt von mehreren Regionalexpress- und Regionalbahnlinien aus und verfügt mit ‚Troisdorf‘ und ‚Spich‘ über zwei Haltepunkte zweier S-Bahnlinien. Der Haltepunkt ‚Friedrich-Wilhelms-Hütte‘ wird von der Regionalbahnlinie Köln – Bonn-Beuel – Koblenz bedient. Das örtliche und regionale Busnetz ist dicht und attraktiv. Um-

steigeknoten sind der Busbahnhof am Troisdorfer Bahnhof und der Haltepunkt ‚Sieglar RVSG‘.

Der Flughafen ‚Konrad-Adenauer‘ Köln / Bonn erstreckt sich nördlich des Stadtgebietes und wird von der Troisdorfer Innenstadt in 13 km Distanz erreicht.

2.2 Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Der Rhein-Sieg-Kreis ist in der Region Rhein-Sieg / Bonn / Ahrweiler ein maßgeblicher Wachstumsmotor. Er gehört in Deutschland zu den ganz wenigen Kreisen mit Bevölkerungs- und Beschäftigungswachstum. Verantwortlich für diese positiven Rahmenbedingungen sind

- eine gesunde Basis innovativer, technologieorientierter mittelständischer Industrie- und Gewerbeunternehmen,
- ein durch die im Bonn-Berlin-Ausgleich erfolgte konsequente Förderung technologieorientierter Dienstleistungs- und Beratungsunternehmen einschließlich des Ausbaus der Forschungsinfrastruktur in der Region (u.a. Fachhochschule Rhein-Sieg),
- die Realisierung der ICE Hochgeschwindigkeitsstrecke Köln – Frankfurt mit dem Haltepunkt Siegburg / Bonn. Die Vernetzung der Region mit dem Hochgeschwindigkeitsnetz der DB hat nicht nur Unternehmensansiedlungen gefördert, sondern auch die Region als Wohnstandort attraktiv gemacht.

- ein überdurchschnittlich erfolgreiches Abschneiden des Flughafens Köln / Bonn als internationaler Logistikstandort. Als wichtigster Standort für ‚Low Cost-Carrier‘ im Personenflugverkehr hat Köln / Bonn darüber hinaus an Image gewonnen.

Die Stadt Troisdorf fügt sich hier als attraktiver Industrie- und Gewerbeort ein. Die Kompetenzschwerpunkte liegen in den Segmenten Chemie, Kunststoff, Maschinenbau und Logistik. Auch wenn teilweise im Stadtgebiet die Folgen der Strukturkrise der Grundstoffindustrien Chemie und Metallerzeugung in Form von heute mindergenutzten Arealen abzulesen sind, ist Troisdorf heute vornehmlich ein technologieorientierter Standort mit zukunftsfähigen Arbeitsplätzen. Die klar unter dem Landesdurchschnitt liegende Arbeitslosenquote von 6,3 % (Berichtskreis: Agentur Siegburg; April 2010) spricht hier eine deutliche Sprache.

Insgesamt liegt das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau in der Stadt Troisdorf mit einer Kaufkraftkennziffer 100,6 eindeutig über dem Durchschnitt. Dabei sind jedoch im Stadtgebiet deutliche Unterschiede auszumachen. In Ableitung von den auf Postleitzahlen bezogenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern resultieren folgende Kennziffern, die auch Grundlage für die teilräumlich ermittelten Nachfragevolumen sind:

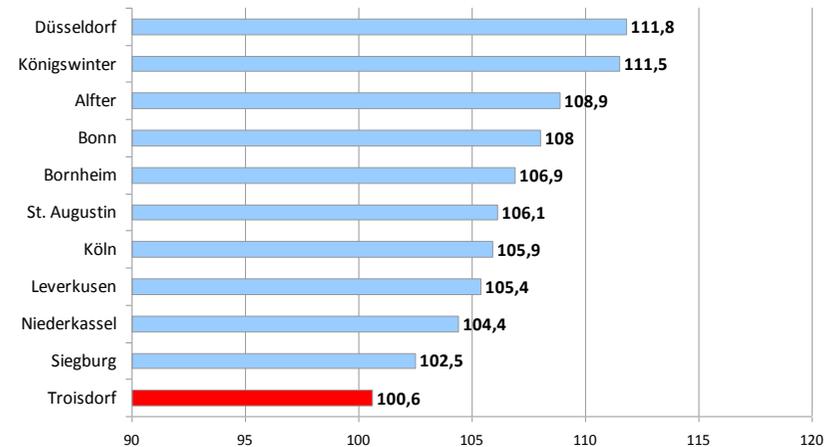
- Troisdorf, Troisdorf-West, Friedrich-Wilhelms-Hütte realisieren eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 98,7. Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau liegt hier unter dem Durchschnitt des Stadtgebietes.

- Altenrath, Spich, Oberlar realisieren eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 99,4. Das örtliche Kaufkraftniveau liegt hier in etwa im Durchschnitt der Stadt.
- Für Sieglar, Rotter See, Kriegsdorf, Eschmar, Bergheim und Müllekoven wird eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 103,5 ausgewiesen. Das Kaufkraftniveau liegt hier über dem Stadtdurchschnitt.

Die rechts stehende Abb. 2 zeigt den regionalen Vergleich der Kaufkraftkennziffern. Troisdorf liegt zwar deutlich über dem Bundesdurchschnitt, weist jedoch in der Region den niedrigsten Wert auf.

Alles in allem sind die wirtschaftlichen und demographischen Rahmenbedingungen der Stadt Troisdorf mit Blick auf die Einzelhandelspotenziale als günstig zu beschreiben. Es gibt keinen Anlass, pessimistische Haltungen in den Vordergrund zu stellen. Die vorhandenen Entwicklungshemmnisse resultieren aus dem sehr scharfen regionalen Standortwettbewerb um Kaufkraft und Konsumenten.

Abb. 1: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern in der Region



2.3 Abgrenzung des Marktgebietes für den Troisdorfer Einzelhandel

Das Marktgebiet des Troisdorfer Einzelhandels wird durch verschiedene Faktoren beeinflusst:

- Struktur und Verteilung des Einzelhandels in der Stadt Troisdorf insgesamt unter besondere Berücksichtigung der polyzentrischen Siedlungsstruktur und der Bindung der Bevölkerung an ihre Stadtteile,
- Branchenmix, Filialisierungsgrad und Angebotsqualität in der Innenstadt von Troisdorf,

- Sogwirkung der Standorte des großflächigen Einzelhandels und der Fachmarktstandorte außerhalb des Stadtgebietes. Besondere Bedeutung haben neben den Fachmarktstandorten in Siegburg und St. Augustin (HUMA-Park) vor allem die Standorte des Möbeleinzelhandels und die Baufachmärkte in den nördlich an den Stadtteil Spich angrenzenden Kölner Stadtteile Gremberghoven, Poll und Lind. Nicht zu vernachlässigen ist in diesem Kontext auch das regionale Shopping-Center KÖLN ARKADEN in Köln-Kalk.
- Überdurchschnittliche Sogwirkung der umfassenden Einzelhandelsangebote in den Oberzentren Köln und Bonn und der Innenstadt im benachbarten Mittelzentrum Siegburg,
- Verteilung der Bevölkerung im Raum,
- Örtliche und regionale Verkehrsinfrastruktur. Die hervorragende Verkehrsinfrastruktur der Region beschleunigt Austauschbeziehungen zwischen benachbarten Städten und Gemeinden.
- Mobilität der Bevölkerung im Raum. Es ist von einer überdurchschnittlichen Mobilität der Bevölkerung auszugehen. Sie bezieht sich nicht nur auf den hohen Pkw-Besatz in der Region, sondern auch auf das in Bezug auf Troisdorf hervorragend ausgebaute ÖPNV-Netz.
- Pendlerverflechtungen (arbeits- und ausbildungsbedingt): Die intensiven Pendlerverflechtungen in der Region Bonn / Rhein-Sieg und die unmittelbare Nachbarschaft zu Köln generieren sowohl Kaufkraftzu- als auch -abflüsse.

Vor dem Hintergrund der vorliegenden räumlichen Strukturen und regionalen Wettbewerbssituation lässt sich das Marktgebiet für den Einzelhandel in Troisdorf in folgende zwei Zonen gliedern:

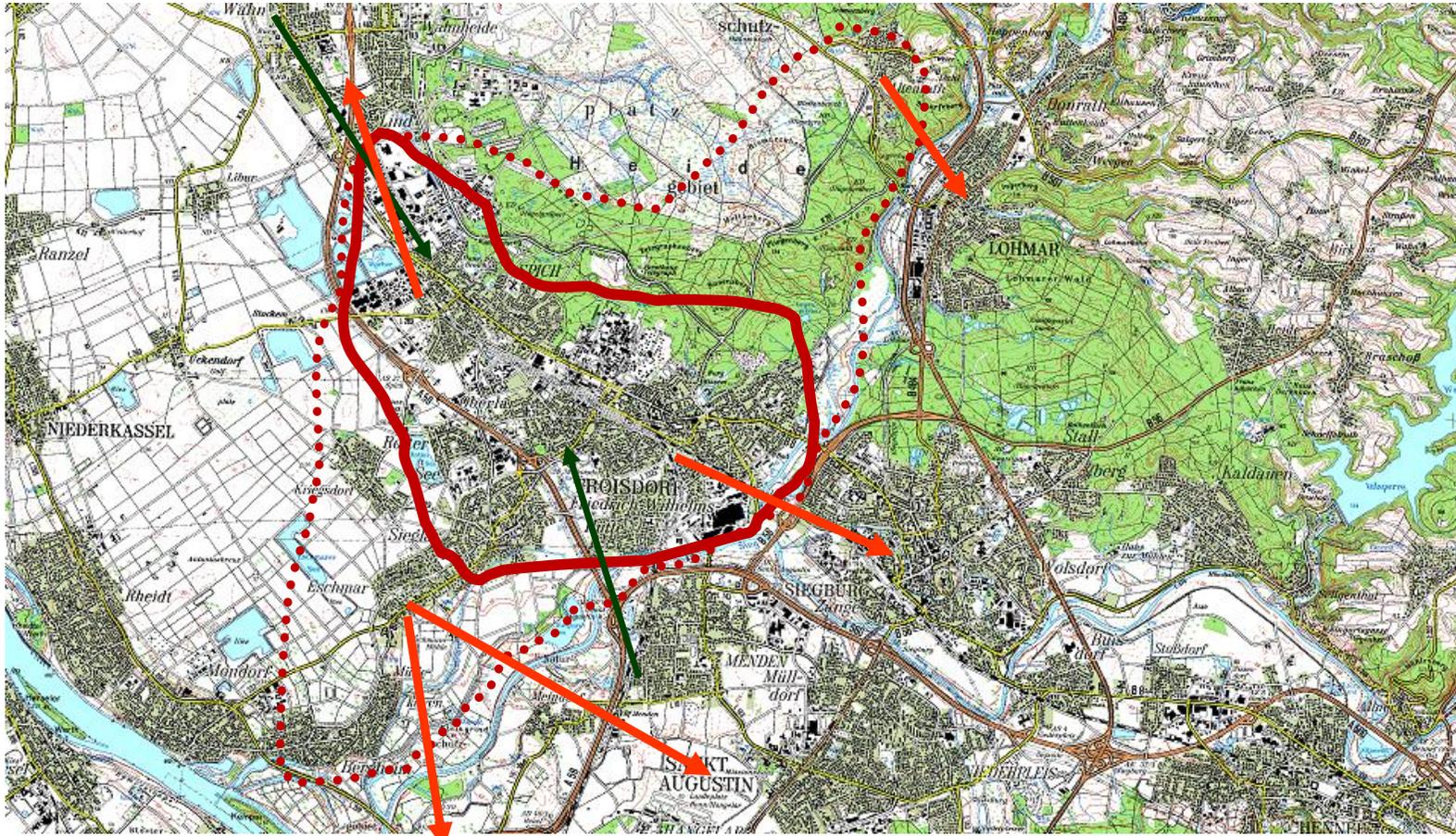
Die Troisdorfer City bindet Kaufkraft in erster Linie in einem engeren Einzugsbereich, der die Stadtteile Troisdorf, Troisdorf-West, Spich, Sieglar, Oberlar, Rotter See und Friedrich-Wilhelms-Hütte umfasst. Hier leben 60.783 Einwohner.

Zum weiteren Einzugsbereich zählen die übrigen Stadtteile von Altenrath im Norden und Kriegsdorf, Eschmar, Bergheim und Müllekoven im Südwesten. Hier leben 16.063 Einwohner.

Der Troisdorfer Einzelhandel realisiert in begrenztem Umfang Kaufkraftzuflüsse aus den angrenzenden Kölner Stadtteilen (insbesondere Stadtbezirk Porz) sowie aus Richtung St. Augustin und Niederkassel (grüne Pfeile, Abb. 2).

Die Kaufkraftzuflüsse liegen jedoch unter den Kaufkraftabflüssen, die in erster Linie in Richtung Köln, Siegburg, St. Augustin und Bonn orientiert sind. Vom Stadtteil Altenrath besteht ein deutlicher Kaufkraftabfluss nach Lohmar (orange Pfeile, Abb. 2).

Abb. 2: Marktgebiet des Troisdorfer Einzelhandels



— Engerer Einzugsbereich (60.783 Einwohner)

..... Weiterer Einzugsbereich (16.063 Einwohner)

2.4 Nachfragevolumen im Marktgebiet des Troisdorfer Einzelhandels

Das Nachfragevolumen im Einzugsbereich des Troisdorfer Einzelhandels beläuft sich insgesamt auf

408,6 Mio.€

Die warengruppenspezifische Differenzierung des Nachfragevolumens und seine räumliche Verteilung über die Troisdorfer Stadtteile ist der Abb. 4 auf der nächsten Seite zu entnehmen.

Aufgrund der großzügigen Marktgebietsabgrenzung und der offensichtlichen, intensiven Kaufkraftverflechtungen zu benachbarten Einzelhandelsstandorten wird eine zusätzliche Potenzialreserve für das Nachfragevolumen, auf das der Troisdorfer Einzelhandel zugreifen kann, nicht ausgewiesen.

Aufgrund der polyzentrischen Siedlungsstruktur der Stadt Troisdorf mit Stadtteilen unterschiedlicher Bevölkerungsdichte ist das Nachfragevolumen im Stadtgebiet ungleich verteilt. Zwei Drittel des Nachfragevolumens entfällt auf die fünf Stadtteile Troisdorf, Troisdorf-West, Spich, Sieglar und Friedrich-Wilhelms-Hütte.

Abb. 3: Verteilung des einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumens im Stadtgebiet von Troisdorf

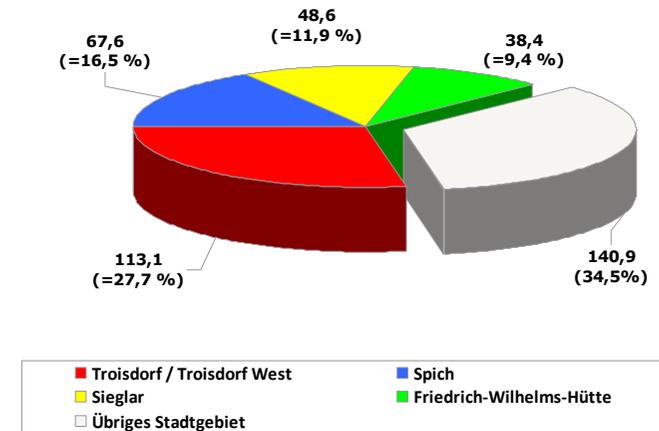


Abb. 4: Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in den Stadtteilen der Stadt Troisdorf

CIMA Warengruppen	Troisdorf	Spich	Sieglar	TR-FWH	Oberlar	TR-West	Bergheim	Rotter See	Eschmar	Kriegsdorf	Altenrath	Müllekoven	Stadt Troisdorf
Täglicher Bedarf	46,4	37,2	26,7	21,1	17,6	15,8	17,5	11,9	9,6	8,3	7,1	5,6	224,8
Lebensmittel und Reformwaren	32,2	25,8	18,5	14,6	12,2	10,9	12,1	8,2	6,6	5,8	4,9	3,9	155,8
Gesundheits- und Körperpflege	13,0	10,4	7,5	5,9	4,9	4,4	4,9	3,3	2,7	2,3	2,0	1,6	63,0
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	1,2	1,0	0,7	0,6	0,5	0,4	0,5	0,3	0,3	0,2	0,2	0,1	5,9
Persönlicher Bedarf insgesamt	11,6	9,3	6,7	5,3	4,4	3,9	4,4	3,0	2,4	2,1	1,8	1,4	56,2
Bekleidung, Wäsche	7,6	6,1	4,4	3,5	2,9	2,6	2,9	2,0	1,6	1,4	1,2	0,9	37,0
Schuhe, Lederwaren	2,1	1,7	1,2	1,0	0,8	0,7	0,8	0,5	0,4	0,4	0,3	0,3	10,3
Uhren, Schmuck, Optik	1,8	1,5	1,1	0,8	0,7	0,6	0,7	0,5	0,4	0,3	0,3	0,2	8,9
Medien und Technik insgesamt	8,7	6,9	5,0	3,9	3,3	2,9	3,3	2,2	1,8	1,6	1,3	1,0	41,9
Bücher, Schreibwaren	2,1	1,7	1,2	1,0	0,8	0,7	0,8	0,5	0,4	0,4	0,3	0,3	10,3
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik													
Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	6,5	5,2	3,8	3,0	2,5	2,2	2,5	1,7	1,3	1,2	1,0	0,8	31,6
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	2,9	2,3	1,6	1,3	1,1	1,0	1,1	0,7	0,6	0,5	0,4	0,3	13,8
Sportartikel	1,1	0,9	0,7	0,5	0,4	0,4	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1	5,6
Spielwaren	0,8	0,6	0,5	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	3,8
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	0,9	0,7	0,5	0,4	0,4	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	4,5
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik (gehobener Haushaltsbedarf)	1,3	1,1	0,8	0,6	0,5	0,5	0,5	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	6,5
Einrichtungsbedarf	6,0	4,8	3,5	2,7	2,3	2,0	2,3	1,5	1,2	1,1	0,9	0,7	29,1
Möbel, Antiquitäten	4,7	3,8	2,7	2,1	1,8	1,6	1,8	1,2	1,0	0,8	0,7	0,6	22,7
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	1,3	1,0	0,8	0,6	0,5	0,4	0,5	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	6,3
Baumarktspezifische Sortimente (inklusive gartencenterrelevante Sortimente)	7,5	6,0	4,3	3,4	2,8	2,6	2,8	1,9	1,6	1,3	1,1	0,9	36,4
SUMME	84,4	67,6	48,6	38,4	31,9	28,7	31,7	21,6	17,4	15,1	12,9	10,2	408,6
EINWOHNER	16.177	12.856	8.878	7.358	6.075	5.500	5.798	3.939	3.186	2.766	2.447	1.866	76.846

Quelle: CIMA Kaufkraftanalysen 2010; Rundungsdifferenzen möglich

3 EINZELHANDELSSTRUKTUREN IM STADTGEBIET VON TROISDORF

3.1 Stadtgebiet insgesamt

Die CIMA Beratung + Management GmbH hat im Januar und Februar 2010 eine Aktualisierung der Bestandsdaten im Einzelhandel durchgeführt.

Im Rahmen der Bestandserhebung wurden in der Stadt Troisdorf **437 Einzelhandelsbetriebe** aufgenommen, die auf einer **Verkaufsfläche von 84.515 m²** einen **Einzelhandelsumsatz von 318,2 Mio. €** realisieren.¹ Die warengruppenspezifische Differenzierung der Bestandsdaten ist in Abb. 5 auf der nächsten Seite dargestellt. Im Vergleich zu 2006 reduzierte sich die Anzahl der Betriebe um 3,3 %, die Verkaufsfläche nahm um 2,2 % zu und der Einzelhandelsumsatz reduzierte sich um 1,4 %. Der Rückgang des Einzelhandelsumsatzes fußt insbesondere auf einem Rückgang der Flächenproduktivitäten im Segment der innenstädtischen Kernsortimente des ‚Persönlichen Bedarfs‘.

In der warengruppenspezifischen Betrachtung sind folgende Befunde herauszuheben:

- Der höchste Verkaufsflächen- und Umsatzanteil entfällt mit 31,0 % der Verkaufsflächen und 41,6 % des realisierten Umsatzvolumens auf die Warengruppe ‚Lebensmittel und Reformwaren‘. Damit tritt deutlich die Bedeutung der Nahversorgung in den Stadtteilen zu Tage. Die Dominanz der täglichen Bedarfsdeckung in der warengruppenspezifischen Umsatzverteilung spiegelt auch die polyzentrische Siedlungsstruktur im Stadtgebiet wider. Mit der Realisierung des REWE Verbrauchermarktes in Bergheim und der Standortverlagerung mit Verkaufsflächenerweiterung des EDEKA-Marktes in Troisdorf konnte der Lebensmitteleinzelhandel seine Position noch ausbauen.
- Das innerstädtische Leitsortiment ‚Bekleidung / Wäsche‘ erreicht einen Verkaufsflächenanteil von 13,6 % und einen Umsatzanteil von 12,2 %. Diese Anteile sind vor dem Hintergrund der polyzentrischen Siedlungsstruktur als noch akzeptabel einzuordnen und weisen auf eine gewisse Angebotskompetenz der Troisdorfer City hin.
- Baumarktspezifische Sortimente erzielen einen Verkaufsflächenanteil von 18,6 % und binden 8,0 % des in der Stadt Troisdorf realisierten Umsatzvolumens. Besondere Bedeutung mit auch überörtlicher Kaufkraftbindung hat der KNAUBER – Markt im Gewerbegebiet ‚Spicher Straße‘

¹ In die Umsatzermittlung fließen aktuelle Informationen zur Branchenberichterstattung ein. Außerdem wurden der CIMA GmbH vorliegende Echtumsätze einzelner Filialunternehmen mitberücksichtigt. Im Übrigen erfolgte die Abschätzung über warengruppenspezifische Flächenproduktivitäten und die Bewertung des Angebotes ‚vor Ort‘.

Abb. 5: Einzelhandelsstrukturen in der Stadt Troisdorf

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	in %	Verkaufsfläche in m ²	VKF in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzverteilung in %
Periodischer Bedarf	222	50,8%	34.320	40,6%	191,2	60,1%
Lebensmittel und Reformwaren	135	30,9%	26.160	31,0%	132,5	41,6%
Gesundheits- und Körperpflege	60	13,7%	7.095	8,4%	53,8	16,9%
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	27	6,2%	1.065	1,3%	4,9	1,5%
Persönlicher Bedarf insgesamt	98	22,4%	14.840	17,6%	52,2	16,4%
Bekleidung, Wäsche	58	13,3%	11.510	13,6%	38,9	12,2%
Schuhe, Lederwaren	12	2,7%	2.215	2,6%	7,3	2,3%
Uhren, Schmuck, Optik	28	6,4%	1.115	1,3%	6,0	1,9%
Medien und Technik insgesamt	39	8,9%	6.565	7,8%	23,2	7,3%
Bücher, Schreibwaren	9	2,1%	1.850	2,2%	6,9	2,2%
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	30	6,9%	4.715	5,6%	16,3	5,1%
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	19	4,3%	2.915	3,4%	7,7	2,4%
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik Hausrat	15	3,4%	3.065	3,6%	5,6	1,8%
Einrichtungsbedarf	26	5,9%	7.075	8,4%	13,0	4,1%
Möbel, Antiquitäten	12	2,7%	4.580	5,4%	7,7	2,4%
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	14	3,2%	2.495	3,0%	5,3	1,7%
Baumarktspezifische Sortimente	18	4,1%	15.735	18,6%	25,3	8,0%
Einzelhandel insgesamt	437	100,0%	84.515	100,0%	318,2	100,0%

Quelle: CIMA Bestandserhebungen 2010; Rundungsdifferenzen möglich

Bezüglich der Verkaufsflächenausstattung je Einwohner liegt Troisdorf mit einer Kennziffer von 1,10 deutlich unter dem Bundesdurchschnitt. Hier dokumentiert sich neben der spezifischen städtischen Siedlungsstruktur auch der außerordentlich hohe Standortwettbewerb mit den Umlandgemeinden. Gerade vor dem Hintergrund der räumlichen Lage ist der Abstand zum Bundesdurchschnitt nicht zu dramatisieren.

In Bezug auf die Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ liegt die Verkaufsflächendichte in der Stadt Troisdorf mit 0,34 m² je Ew. annähernd im Bundesdurchschnitt. Dieser Wert signalisiert eher begrenzte zusätzliche Gestaltungsspielräume.

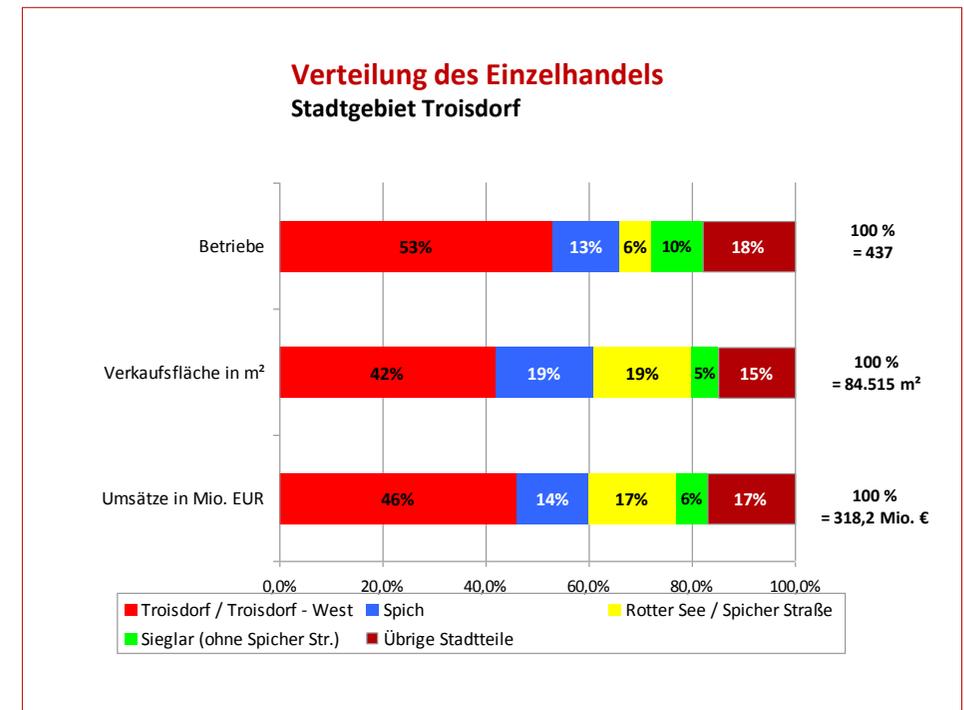
Die Abb. 6 dokumentiert die Verteilung des Einzelhandelsbesatzes im Stadtgebiet. 53 % der Betriebe, 42 % der Verkaufsflächen und 46 % des in der Stadt Troisdorf realisierten Umsatzvolumens entfällt auf die Stadtteile Troisdorf und Troisdorf-West. 13 % der Betriebe, 19 % der Verkaufsflächen und 14 % des städtischen Umsatzvolumens entfallen auf den Stadtteil Spich.

Nur 6 % der Betriebe, jedoch 19 % der Verkaufsflächen und 17 % des realisierten Umsatzvolumens entfallen auf die Fachmarkttagglomeration im Standortbereich Spicher Straße / Im Zehntfeld. Deutlich wird die hohe Versorgungsbedeutung dieses Standortbereichs für die Bevölkerung in allen angrenzenden Stadtteilen. Das große Einzelhandelsangebot an diesem Standort schränkt die Entwicklungsmöglichkeiten zur Absicherung der Nahversorgung in den zentralen Lagen von Oberlar und Sieglar ein.

Auf den Stadtteil Sieglar (ohne Standort Spicher Straße / Im Zehntfeld) entfallen 10 % der Betriebe, 5 % der Verkaufsflächen und 6 % des Umsatzvolumens.

Auf alle übrigen Stadtteile entfallen noch 18 % der Betriebe, jedoch nur 15 % der Verkaufsflächen und 17 % des in der Stadt Troisdorf realisierten Umsatzvolumens.

Abb. 6: Verteilung des Einzelhandelsbesatzes im Stadtgebiet von Troisdorf



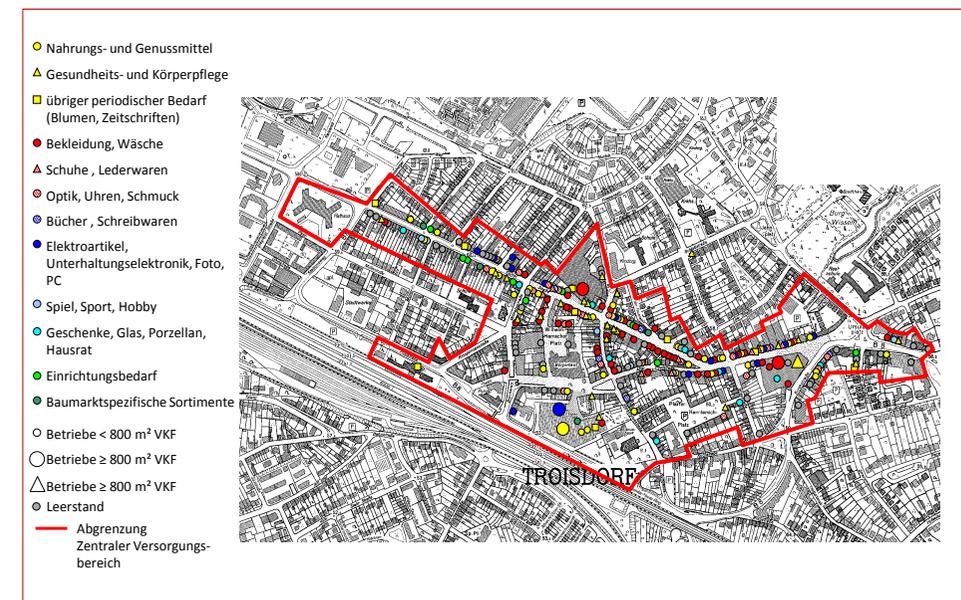
3.2 Einzelhandelsstrukturen in der Troisdorfer City

Die Abgrenzung der Troisdorfer City ist gleichzusetzen mit dem Zentralen Versorgungsbereich ‚Troisdorf Innenstadt‘. Die Abgrenzung erfolgt im Wesentlichen entlang folgender Straßenzüge:

- Kölner Straße zwischen Stationsweg / Ravensberger Weg im Westen und Ursulaplatz im Osten. Westlich des Stationsweges wird noch das Rathaus als relevante öffentliche Einrichtung mit einbezogen.
- Einzelhandelsbesatz an Wilhelmstraße und Kronprinzenstraße einschließlich des Bahnhofs als südwestliche Grenze.
- Standortbereiche zwischen der Eisenbahntrasse Köln – Siegburg (südliche Abgrenzung) und der Kölner Straße mit Wilhelm-Hamacher-Platz und Pfarrer-Kenttemich-Platz sowie dem Standortbereich des KAUF LAND SB-Warenhauses.
- Kirchstraße als östliche Abgrenzung sowie die Frankfurter Straße bis zum neu etablierten EDEKA-Markt im Kreuzungsbereich Frankfurter Straße.
- Nördlich der Kölner Straße werden die angrenzenden Lageabschnitte Schloßstraße und Hospitalstraße sowie ‚An der Feuerwache‘ mit einbezogen.

In der so abgegrenzten Innenstadt wurden 195 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 31.155 m² erhoben. Das dort realisierte Umsatzvolumen liegt bei 127,2 Mio. €.

Abb. 7: Abgrenzung der Troisdorfer City (= Zentraler Versorgungsbereich ‚Troisdorf Innenstadt‘)



Die warengruppenspezifische Differenzierung des innenstädtischen Einzelhandelsbesatzes ist in nachfolgender Abb. 8 dokumentiert.

Abb. 8: Einzelhandelsstrukturen in der Innenstadt von Troisdorf

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	in %	Verkaufsfläche in m ²	VKF in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzverteilung in %
Periodischer Bedarf	67	34,4%	10.235	32,9%	59,4	46,7%
Lebensmittel und Reformwaren	34	17,4%	6.095	19,6%	31,2	24,5%
Gesundheits- und Körperpflege	24	12,3%	3.820	12,3%	26,5	20,8%
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	9	4,6%	320	1,0%	1,7	1,3%
Persönlicher Bedarf insgesamt	77	39,5%	11.450	36,8%	42,2	33,2%
Bekleidung, Wäsche	47	24,1%	9.205	29,5%	33,2	26,1%
Schuhe, Lederwaren	9	4,6%	1.405	4,5%	4,6	3,6%
Uhren, Schmuck, Optik	21	10,8%	840	2,7%	4,4	3,5%
Medien und Technik insgesamt	21	10,8%	4.100	13,2%	14,4	11,3%
Bücher, Schreibwaren	5	2,6%	1.410	4,5%	5,3	4,2%
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	16	8,2%	2.690	8,6%	9,1	7,2%
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	6	3,1%	1.190	3,8%	3,2	2,5%
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik Hausrat	10	5,1%	1.995	6,4%	3,2	2,5%
Einrichtungsbedarf	9	4,6%	1.825	5,9%	3,8	3,0%
Baumarktspezifische Sortimente	5	2,6%	360	1,2%	1,0	0,8%
Einzelhandel insgesamt	195	100,0%	31.155	100,0%	127,2	100,0%

Quelle: CIMA Bestandserhebungen 2010; Rundungsdifferenzen möglich

In der warengruppenspezifischen Bewertung sind folgende Befunde relevant:

- Die Strukturdaten vermitteln deutlich die Angebotskompetenz im Segment ‚Bekleidung / Wäsche‘ und im Bereich der periodischen Bedarfsdeckung. 26,1 % des realisierten Umsatzvolumens entfallen auf das Sortiment ‚Bekleidung / Wäsche‘ und 24,5 % auf das Segment ‚Lebensmittel, Reformwaren‘. Auf ‚Gesundheits- und Körperpflegeartikel‘ entfallen weitere 20,8 %.
- In der Warengruppe ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ konnte die Betriebsaufgabe des HIT-Verbrauchermarktes zum Teil durch Standortverlagerung und Verkaufsflächenerweiterung des EDEKA-Marktes aufgefangen werden.
- Die Hauptwarengruppe ‚Medien und Technik‘ erreicht einen Verkaufsflächenanteil von 13,2 % und einen Umsatzanteil von 11,3 %. Das Sortiment könnte hier insbesondere im Bereich ‚Unterhaltungselektronik‘ eine größere Rolle spielen. Seit 2006 ist eine dynamische Entwicklung im Teilsegment ‚Bücher‘ zu verzeichnen. Dem Rückzug von THALIA (ehemals POTT-HOFF) folgte die Etablierung der MAYERSCHEN BUCHHANDLUNG.
- Die Bereiche Spiel, Sport, Hobby sind mit einem Umsatzanteil von 2,5 % ebenfalls unterrepräsentiert, obwohl hier durchaus leistungsstarke, sich profilierende Anbieter vertreten sind.

Alles in allem kennzeichnet die Troisdorfer City einen ‚konsumigen‘, marktorientierten Branchenmix mit einer guten Mischung von ortsansässigem Facheinzelhandel und leistungsstarken Filialisten.

Der sehr kompetente Einzelhandelsbesatz im TROISDORF FORUM mit einer Zielgruppenkompetenz im Segment ‚Young Fashion‘ (H&M, NEWYORKER, MADONNA) und als ergänzenden Baustein das konsumige Kaufhaus MÜLLER sowie die Präsenz von PEEK&CLOPPENBURG sprechen für das Angebotsniveau der Troisdorfer City. Der Standort wird in der fachöffentlichen Diskussion immer noch deutlich unterschätzt.

Dennoch zeichnet sich seit 2006 auch eine verstärkte Konzentration auf die A-Lage Kölner Straße zwischen Wilhelmstraße und Ursulaplatz ab. Die ergänzenden Einkaufslagen ‚Alte Poststraße‘ und ‚Hippolytusstraße‘ sind durch einen Rückzug von Einzelhandelsnutzungen gekennzeichnet.

3.3 Einzelhandelsstrukturen in den Stadtteilen im Überblick

Die nachfolgende Abb. 9 dokumentiert die Basisdaten zur Einzelhandelsstruktur in den Stadtteilen im Vergleich. Eine detaillierte Beschreibung der Einzelhandelsstrukturen in den Stadtteilen erfolgt in Abschnitt 6 in einer zusammenfassenden Betrachtung von Angebots- und Nachfragestrukturen.

Folgende Daten werden nachfolgend im Stadtteilvergleich mit Ausnahme der Stadtteile Kriegsdorf und Altenrath ausgewiesen werden.

- Anzahl der Einzelhandelsbetriebe insgesamt
- Einzelhandelsverkaufsfläche insgesamt
- Einzelhandelsumsatz insgesamt
- Einzelhandelsverkaufsfläche ‚Lebensmittel, Reformwaren‘
- Einzelhandelsumsatz in der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘
- %-Anteil der Verkaufsfläche ‚Lebensmittel, Reformwaren‘
- %-Anteil des Einzelhandelsumsatzes der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘

- Verkaufsfläche je Ew. insgesamt
- Verkaufsfläche je Ew. ‚Lebensmittel, Reformwaren‘

Abb. 9 dokumentiert deutlich die Konzentration des Einzelhandelsbesatzes auf

- die Troisdorfer City,
- die Fachmarkt- und Nahversorgungsagglomeration Spicher Straße / Im Zehntfeld,
- die Stadtteile Spich und Sieglar,

Abb. 9: Einzelhandelsstrukturen in der Stadt Troisdorf im Überblick

CIMA Warengruppen	Troisdorf TR-West	Spich	Sieglar (ohne Spicher Straße)	TR-FWH	Oberlar	Bergheim Müllekoven	Rotter See Spicher Straße	Eschmar	Kriegsdorf	Altenrath
Anzahl Einzelhandelsbetriebe insgesamt	232	55	45	18	24	28	24	7	2	2
Verkaufsfläche insgesamt (in m ²)	35.440	16.485	4.235	5.660	1.695	4.245	16.030	450	k.Ang.	k.Ang.
Einzelhandelsumsatz insgesamt (in Mio. €)	145,6	45,3	19,4	21,2	10,7	18,1	54,1	2,1	k.Ang.	k.Ang.
Verkaufsfläche 'Lebensmittel, Reformwaren' (in m ²)	8.100	3.375	1.635	3.990	1.035	2.505	5.120	k.Ang.	k.Ang.	k.Ang.
Umsatz 'Lebensmittel, Reformwaren' (in Mio. €)	43,8	17,1	8,1	17,3	5,6	12,0	26,0	k.Ang.	k.Ang.	k.Ang.
Verkaufsflächenanteil 'Lebensmittel, Reformwaren' (%)	22,9%	20,5%	38,6%	70,5%	61,1%	59,0%	31,9%			
Umsatzanteil 'Lebensmittel, Reformwaren' (%)	30,1%	37,7%	41,8%	81,6%	52,3%	66,3%	48,1%			
Verkaufsfläche je Ew. insgesamt	1,63	1,28	0,48	0,77	0,28	0,55	4,07	0,14		
Verkaufsfläche 'Lebensmittel, Reformwaren' je Ew.	0,37	0,26	0,18	0,54	0,17	0,33	1,30			
EINWOHNER	21.677	12.856	8.878	7.358	6.075	7.664	3.939	3.186	2.766	2.447

Unter Berücksichtigung der Datenschutzbelange mit der Notwendigkeit Warengruppen zusammenzufassen, werden im nachfolgenden die Einzelhandelsstrukturdaten für die einzelnen Stadtteile dokumentiert:

Abb. 10: Einzelhandelsstrukturen in den zusammengefassten Stadtteilen Troisdorf und Troisdorf-West

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	in %	Verkaufsfläche in m ²	VKF in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzverteilung in %
Periodischer Bedarf	85	36,6%	12.320	34,8%	72,7	49,9%
Lebensmittel und Reformwaren	47	20,3%	8.100	22,9%	43,8	30,1%
Gesundheits- und Körperpflege	26	11,2%	3.845	10,8%	26,7	18,3%
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	12	5,2%	375	1,1%	2,2	1,5%
Persönlicher Bedarf insgesamt	80	34,5%	11.925	33,6%	43,5	29,9%
Bekleidung, Wäsche	50	21,6%	9.680	27,3%	34,5	23,7%
Schuhe, Lederwaren	9	3,9%	1.405	4,0%	4,6	3,2%
Uhren, Schmuck, Optik	21	9,1%	840	2,4%	4,4	3,0%
Medien und Technik insgesamt	25	10,8%	4.320	12,2%	15,2	10,4%
Bücher, Schreibwaren	6	2,6%	1.440	4,1%	5,4	3,7%
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik	19	8,2%	2.880	8,1%	9,8	6,7%
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	11	4,7%	1.445	4,1%	4,0	2,7%
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik Hausrat	10	4,3%	1.995	5,6%	3,3	2,3%
Einrichtungsbedarf	13	5,6%	2.405	6,8%	5,0	3,4%
Möbel, Antiquitäten	4	1,7%	620	1,7%	1,2	0,8%
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	9	3,9%	1.785	5,0%	3,8	2,6%
Baumarktspezifische Sortimente (inklusive gartencenterrelevante Sortimente)	8	3,4%	1.030	2,9%	1,9	1,3%
Einzelhandel insgesamt	232	100,0%	35.440	100,0%	145,6	100,0%

Quelle: CIMA Bestandserhebungen 2010; Rundungsdifferenzen möglich.

Abb. 11: Einzelhandelsstrukturen im Stadtteil Spich

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	in %	Verkaufsfläche in m ²	VKF in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzverteilung in %
Periodischer Bedarf	27	49,1%	4.360	26,4%	23,8	52,5%
Lebensmittel und Reformwaren	16	29,1%	3.375	20,5%	17,1	37,7%
Gesundheits- und Körperpflege						
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	11	20,0%	985	6,0%	6,7	14,7%
Persönlicher Bedarf insgesamt						
Medien und Technik insgesamt	9	16,4%	1.410	8,5%	4,5	9,9%
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	5	9,1%	690	4,2%	1,6	3,5%
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik						
Einrichtungsbedarf	10	18,2%	3.555	21,6%	6,4	14,1%
Baumarktspezifische Sortimente (inklusive gartencenterrelevante Sortimente)	4	7,3%	6.470	39,2%	9,0	19,9%
Einzelhandel insgesamt	55	100,0%	16.485	100,0%	45,3	100,0%

Quelle: CIMA Bestandserhebungen 2010; Rundungsdifferenzen möglich.

Abb. 12: Einzelhandelsstrukturen im Stadtteil Sieglar (ohne Fachmarkttagglomeration ‚Spicher Straße / Im Zehntfeld‘)

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	in %	Verkaufsfläche in m ²	VKF in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzverteilung in %
Periodischer Bedarf	27	60,0%	2.310	54,5%	13,8	71,1%
Lebensmittel und Reformwaren	17	37,8%	1.635	38,6%	8,1	41,8%
Gesundheits- und Körperpflege übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	10	22,3%	675	15,9%	5,7	29,4%
Persönlicher Bedarf insgesamt	10	22,2%	635	15,0%	2,3	11,9%
Übriger Einzelhandel	8	17,7%	1.290	30,5%	3,3	16,9%
Einzelhandel insgesamt	45	100,0%	4.235	100,0%	19,4	100,0%

Quelle: CIMA Bestandserhebungen 2010; Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 13: Einzelhandelsstrukturen im Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	in %	Verkaufsfläche in m ²	VKF in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzverteilung in %
Periodischer Bedarf	15	83,3%	4.370	77,2%	19,6	92,5%
Lebensmittel und Reformwaren	11	61,1%	3.990	70,5%	17,3	81,6%
Gesundheits- und Körperpflege übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	4	22,2%	380	6,7%	2,3	10,8%
Übriger Einzelhandel	3	16,7%	1.290	22,8%	1,6	7,5%
Einzelhandel insgesamt	18	100,0%	5.660	100,0%	21,2	100,0%

Quelle: CIMA Bestandserhebungen 2010; Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 14: Einzelhandelsstrukturen im Stadtteil Oberlar

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	in %	Verkaufsfläche in m ²	VKF in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzverteilung in %
Periodischer Bedarf	19	79,2%	1.285	75,8%	9,0	84,1%
Lebensmittel und Reformwaren	11	45,8%	1.035	61,1%	5,6	52,3%
Gesundheits- und Körperpflege übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	8	33,3%	250	14,8%	3,4	31,8%
Übriger Einzelhandel	5	20,8%	410	24,2%	1,7	5,9%
Einzelhandel insgesamt	24	100,0%	1.695	100,0%	10,7	100,0%

Quelle: CIMA Bestandserhebungen 2010; Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 15: Einzelhandelsstrukturen in den zusammengefassten Stadtteilen Bergheim und Mülleken

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	in %	Verkaufsfläche in m ²	VKF in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzverteilung in %
Periodischer Bedarf	24	85,7%	2.955	69,6%	15,7	86,7%
Lebensmittel und Reformwaren	16	57,1%	2.505	59,0%	12,0	66,3%
Gesundheits- und Körperpflege übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	8	28,5%	450	10,6%	3,7	20,5%
Übriger Einzelhandel	4	14,3%	1.290	30,4%	2,4	13,3%
Einzelhandel insgesamt	28	100,0%	4.245	100,0%	18,1	100,0%

Quelle: CIMA Bestandserhebungen 2010; Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 16: Einzelhandelsstrukturen im Stadtteil Rotter See (einschließlich Fachmarkttagglomeration ‚Spicher Straße / Im Zehntfeld‘)

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	in %	Verkaufsfläche in m ²	VKF in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzverteilung in %
Periodischer Bedarf	15	62,5%	6.315	39,4%	33,9	62,7%
Lebensmittel und Reformwaren	8	33,3%	5.120	31,9%	26,0	48,1%
Gesundheits- und Körperpflege übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	7	29,2%	1.195	7,4%	7,9	14,6%
Persönlicher Bedarf insgesamt	4	16,7%	1.230	7,7%	3,5	6,5%
Übriger Einzelhandel	5	20,9%	8.485	53,0%	16,7	30,8%
Einzelhandel insgesamt	24	100,0%	16.030	100,0%	54,1	100,0%

Abb. 17: Einzelhandelsstrukturen im Stadtteil Eschmar

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	in %	Verkaufsfläche in m ²	VKF in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzverteilung in %
Einzelhandel insgesamt	7	100,0%	450	100,0%	2,1	100,0%

Quelle: CIMA Bestandserhebungen 2010; Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 18: Einzelhandelsstrukturen im Stadtteil Kriegsdorf

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	in %	Verkaufsfläche in m ²	VKF in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzverteilung in %
Einzelhandel insgesamt	2	100,0%	45	100,0%	0,7	100,0%

Quelle: CIMA Bestandserhebungen 2010; Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 19: Einzelhandelsstrukturen im Stadtteil Altenrath

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	in %	Verkaufsfläche in m ²	VKF in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzverteilung in %
Einzelhandel insgesamt	2	100,0%	230	100,0%	1,0	100,0%

Quelle: CIMA Bestandserhebungen 2010; Rundungsdifferenzen möglich

4 HANDELSZENTRALITÄTEN UND KAUFKRAFTSTRÖME

4.1 Vorbemerkungen

Die **Handelszentralität** beschreibt die Relation zwischen realisiertem Einzelhandelsumsatz und Nachfragevolumen der gleichen Raumeinheit. Sie wird als Messzahl ausgewiesen, wobei der Einzelhandelsumsatz durch das Nachfragevolumen dividiert und mit dem Faktor 100 multipliziert wird. Handelszentralitäten können für einzelne Stadtteile und das Stadtgebiet insgesamt ausgewiesen werden. Handelszentralitäten von deutlich über 100 signalisieren Kaufkraftzuflüsse; Handelszentralitäten von unter 100 Kaufkraftabflüsse aus der betreffenden Raumeinheit.

Die gesamtstädtischen Handelszentralitäten stellen dem warengruppenspezifischen Umsatz im Stadtgebiet das Nachfragevolumen im Stadtgebiet gegenüber. In kompakten Städten mit mittelzentraler Versorgungsfunktion, möglicherweise noch in solitärer Lage, wären für eine gute Marktposition Handelszentralitäten von über 100 zu erwarten. Dieser Maßstab wäre für Troisdorf ein zu strenger Maßstab. Die ermittelten Handelszentralitäten sind spezifisch der Troisdorfer Siedlungsstrukturen zu bewerten.

Zur Dokumentation der Versorgungsqualität in den Stadtteilen werden außerdem die Handelszentralitäten des Einzelhandels in den Stadtteilen ausgewiesen.

4.2 Handelszentralität des Troisdorfer Einzelhandels im Stadtgebiet

Bei einem im Stadtgebiet von Troisdorf ermittelten Einzelhandelsumsatz von 318,2 Mio. € und einem im Stadtgebiet vorhandenen Nachfragevolumen von 408,6 Mio. € resultiert eine Handelszentralität von 78. Damit fließt per Saldo ein Nachfragevolumen von 90,4 Mio. € aus Troisdorf zu verschiedenen Wettbewerbsstandorten ab. Seit 2006 hat der Einzelhandelsstandort Troisdorf an Boden verloren. Die Handelszentralität reduzierte sich um 3 Punkte. Weitere Verluste können die mittelzentrale Versorgungsfunktion der Stadt Troisdorf durchaus gefährden. Die Gestaltungspotenziale zur Absicherung eines leistungsstarken innenstädtischen Einzelhandels sind zu nutzen.

Die warengruppenspezifischen Handelszentralitäten sind in Abb. 20 auf der nachfolgenden Seite dokumentiert. Folgende Befunde sind im Einzelnen abzuleiten:

- Das innenstädtische Leitsortiment ‚Bekleidung Wäsche‘ erreicht mit einer Handelszentralität von 105 eine noch akzeptable Marktposition. Seit 2006 hat sich jedoch die Handelszentralität in diesem Segment um 15 Punkte reduziert. Die sich dramatisch verringernden Flächenproduktivitäten des Einzelhandels in diesem Segment schlagen sich deutlich nieder.
- Die Handelszentralitäten in den weiteren Sortimenten des persönlichen Bedarfs (Schuhe, Lederwaren, Uhren, Schmuck, Optik) sowie das Sortiment ‚Bücher, Schreibwaren‘ erreichen mit Werten von 67 bis 71 vor dem Hintergrund der Wettbewerbskonstellation zu den Oberzentren Köln und Bonn akzeptable Werte. Hervorragend ist die Position des Einzelhandels im Segment ‚Geschenkartikel, Glas, Porzellan, Keramik‘ mit einer Handelszentralität von 86. Diese Position fußt sowohl auf den Angeboten in der City, in den Stadtteilen Spich und Sieglar sowie den Angeboten in den Verbraucher- und Baumärkten.

Abb. 20: Warengruppenspezifische Handelszentralitäten des Einzelhandels in der Stadt Troisdorf

	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. € Stadt Troisdorf	Handelszentralität Stadt Troisdorf	Kaufkraftzufluss per Saldo (in Mio. €)
CIMA Warengruppe				
Periodischer Bedarf	191,2	224,8	85	-33,6
Lebensmittel, Reformwaren	132,5	155,8	85	-23,3
Gesundheits- und Körperpflege	53,8	63,0	85	-9,2
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	4,9	5,9	82	-1,0
Persönlicher Bedarf insgesamt	52,2	56,2	93	-4,0
Bekleidung/Wäsche	38,9	37,0	105	1,9
Schuhe, Lederwaren	7,3	10,3	71	-3,0
Uhren, Schmuck, Optik	6,0	8,9	68	-2,9
Medien und Technik insgesamt	23,2	41,9	55	-18,7
Bücher, Schreibwaren	6,9	10,3	67	-3,4
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik	16,3	31,6	52	-15,3
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	7,7	13,8	56	-6,1
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik Hausrat	5,6	6,5	86	-0,9
Einrichtungsbedarf	13,0	29,1	45	-16,1
Möbel, Antiquitäten	7,7	22,7	34	-15,0
Gardinen, Heimtextilien	5,3	6,3	84	-1,0
Baumarktspezifische Sortimente (inklusive gartencentrerrelevante Sortimente)	25,3	36,4	70	-11,1
Einzelhandel insgesamt	318,2	408,6	78	-90,4

Quelle: CIMA Bestandserhebungen und Kaufkraftanalysen 2010; Rundungsdifferenzen möglich.

- In der Hauptwarengruppe ‚Elektrogeräte, Unterhaltungselektronik, Foto, PC‘ wird nur die Hälfte der im Stadtgebiet vorhandenen Kaufkraft gebunden. Die Zentralitätskennziffer liegt bei 52 und signalisiert trotz der Marktbesetzung der MEDIA / SATURN-Gruppe im Umland Entwicklungspotenzial für den Standort Troisdorf.
- Im Segment der Baumarktspezifischen Sortimente wird eine Handelszentralität von 70 realisiert. Diese hohe Zentralität fußt auf der Kompetenz der ansässigen Baumärkte. Sie ist beachtlich vor dem Hintergrund der Wettbewerbskulisse mit leistungsstarken Betreibern in Siegburg (OBI) und Köln-Gremberghoven / Poll (BAHR, PRAKTIKER, BAUHAUS).²
- Im Segment Einrichtungsbedarf realisiert der Troisdorfer Einzelhandel im Wettbewerb zum Möbelstandort Köln-Lind (PORTA, BOSS) eine Handelszentralität von 45. Dabei schneidet das Segment Heimtextilien mit einer Handelszentralität von 84 durchaus positiv ab. Das Möbelkernsortiment erreicht nur 34. Der Entwicklungsspielraum ist vor dem Hintergrund der regionalen Wettbewerbssituation für den klassischen Möbeleinzelhandel eher gering.

² Insbesondere der KNAUBER-Markt realisiert eine überörtliche Anziehung. Im Rahmen einer Haushaltsbefragung für den Standort Bonn-Beuel konnte eine deutliche Orientierung aus Niederkassel und St. Augustin zur ‚Spicher Straße‘ ermittelt werden. Die Abnahme der Handelszentralität von 86 auf 70 hat überwiegend statistische Gründe aufgrund von Verschiebungen von Sortimenten bei den Verbrauchsausgaben in den Warengruppen ‚Baumarktspezifische Sortimente‘ sowie Geschenkartikel, Glas, Keramik, Porzellan, Hausrat. Für diese beiden Warengruppen ist ein Vergleich der Handelszentralitäten 2006 und 2010 nicht möglich.

- In der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ realisiert der Troisdorfer Einzelhandel nunmehr eine Handelszentralität von 85. Damit verzeichnet dieses Segment eine Zunahme der Handelszentralität seit 2006 um 5 Punkte. Der Kaufkraftabfluss per Saldo hat sich um gut 10,0 Mio. € verringert. Unseres Erachtens bestehen vor dem Hintergrund der aktuellen Wettbewerbssituation und Pendlerverflechtungen kaum weitere relevante Gestaltungsspielräume ohne sofort Verdrängungswettbewerb auszulösen.
- Die Warengruppe ‚Gesundheits- und Körperpflegeartikel‘ erreicht ebenfalls eine akzeptable Handelszentralität von 85.

4.3 Handelszentralitäten in den Stadtteilen der Stadt Troisdorf

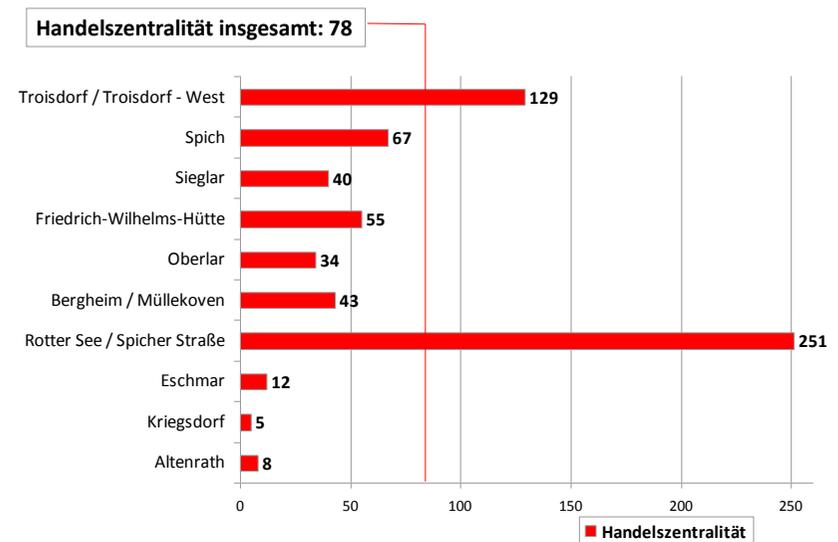
4.3.1 Einzelhandel insgesamt

Die rechts stehende Abb. 21 dokumentiert die Handelszentralitäten des Einzelhandels in den Stadtteilen. Die dargestellte Kennziffer beschreibt die Relation des im jeweiligen Stadtteil realisierten Einzelhandelsumsatzes zum dort vorhandenen Nachfragevolumen. Liegen die Kennziffern über 100, resultieren Kaufkraftzuflüsse, liegen diese unter 100 bestehen Kaufkraftabflüsse aus dem betroffenen Stadtteil.

Um deutlich die Potenziale des Stadtteilzentrums in Sieglar erkennen zu können, wurde die Einzelhandelsagglomeration Spicher Straße / Im Zehntfeld dem Stadtteil Rotter See zugeordnet, dessen Wohnsiedlungsbereiche unmittelbar an die Fachmarkttagglomeration angrenzen.

Nur die Stadtteile Troisdorf / Troisdorf-West sowie Rotter See / Spicher Straße realisieren Handelszentralitäten von deutlich über 100. Es spiegeln sich hier die überörtlichen Reichweiten der Troisdorfer City und der Einzelhandelsagglomeration Spicher Straße / Im Zehntfeld mit HIT Verbrauchermarkt, KNAUBER, ALDI, LIDL und ergänzenden Spezialfachmärkten wider.

Abb. 21: Handelszentralitäten in den Stadtteilen der Stadt Troisdorf: Einzelhandel insgesamt



Spich erreicht eine Handelszentralität von 67. Dieser sehr gute Wert resultiert sowohl aus einem ansprechenden Nahversorgungsangebot als auch dem ergänzenden vielseitigen Angebot des ortsansässigen Einzelhandels.

Friedrich-Wilhelms-Hütte erreicht eine Handelszentralität von 55. Dieser ebenfalls für eine Stadtteillage noch gute Wert wird jedoch ausschließlich über eine exzellente Position im Segment der Nahversorgung realisiert.

Oberlar und Sieglar stehen im unmittelbaren Wettbewerbsdruck zur Fachmarkttagglomeration Spicher Straße / Im Zehntfeld und realisieren lediglich Handelszentralitäten von 34 bzw. 40.

Die zusammengewachsenen Stadtteile Bergheim und Mülleken realisieren bei insgesamt sehr geringer Verkaufsflächenausstattung eine Handelszentralität nunmehr von 43. Der deutliche Sprung seit 2006 von 29 auf 43 ist vor allem auf die Ansiedlung eines zusätzlichen Nahversorgungsangebotes (REWE-Markt im Standortbereich ‚Im Krausacker‘ zurückzuführen.

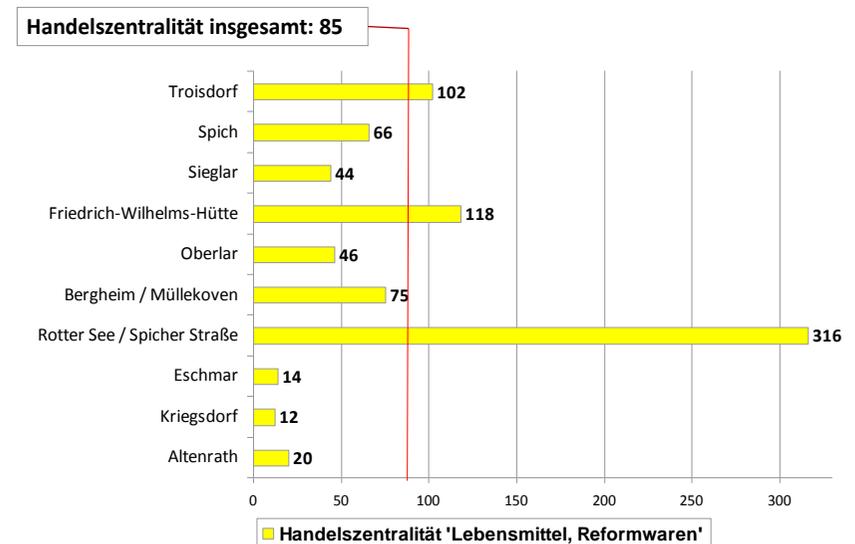
Eschmar, Kriegsdorf und Altenrath erreichen mit dem dort nur jeweils vorhandenen rudimentären Einzelhandelsangebot Handelszentralitäten zwischen 5 bzw. 12.

4.3.2 Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘

Die Handelszentralitäten in der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ in der stadtteilspezifischen Betrachtung sind neben der konkreten Bewertung der Angebotsstruktur³ maßgebliche Indikatoren zur Ableitung konkreter Handlungsempfehlungen. In der Regel liegt in Stadtteilen ein akzeptables Nahversorgungsniveau vor, wenn in der Warengruppe ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ eine Handelszentralität von 65 bis 70 erreicht wird.

³ Leistungsstärke der Betreiber; Attraktivität des Betriebstypenmixes zwischen Vollsortimentern und Lebensmitteldiscountern

Die nachfolgende Abb. 22 verdeutlicht folgende aktuelle Nahversorgungssituation in den Stadtteilen:



■ Mit einer Handelszentralität von 102 realisieren Stadtteile Troisdorf und Troisdorf-West noch leichte Kaufkraftzuflüsse. Im Vergleich zu 2006 reduzierte sich die Handelszentralität in der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ um 8 Punkte. Die Schließung des HIT Verbrauchermarktes konnte nicht vollständig von der Standortverlagerung und Verkaufsflächenerweiterung des EDEKA-Marktes kompensiert werden. Maßgeblichen Anteil haben bestehenden guten Nahversorgungsniveau hat das KAUF-LAND SB-Warenhaus in der City. Das Angebot wird ergänzt durch LIDL und EDEKA an der Frankfurter Straße und den ALDI-Markt an der Siebengebirgsallee.

■ Spich erreicht in Bezug auf die Warengruppe ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ eine Handelszentralität von 66. Dieser Wert muss vor dem Hinter-

grund der guten Erreichbarkeit des Standortbereichs Spicher Straße / Im Zehntfeld als ausgezeichnet bewertet werden. Akuter Handlungsbedarf zu einer Weiterentwicklung des Nahversorgungsangebotes in Spich besteht nicht. Mit EDEKA, NORMA, LIDL, PLUS liegt ein diversifiziertes Angebot vor.

- Sieglar erreicht im Segment der Nahversorgung lediglich eine Handelszentralität von 44. Vor dem Hintergrund der engen Verflechtungen zum Standort ‚Spicher Straße / Im Zehntfeld‘ sind die Entwicklungsperspektiven zur Weiterentwicklung des Besatzes im Ortskern sehr beschränkt. Nach wie vor wäre es wünschenswert, wenn in integrierter Lage ein zusätzliches Angebot in Sieglar realisiert werden könnte.
- Friedrich-Wilhelms-Hütte verzeichnet in der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ eine Handelszentralität von 118. Dieser Wert muss als hervorragend bewertet werden. Die Schließung des ‚alten‘ PENNY-Marktes an der Roncallistraße wurde kompensiert durch einen Spezialanbieter mit russischen Lebensmitteln kompensiert. Das Nahversorgungsangebot wird vor allem durch den Besatz mit Lebensmitteldiscountern und Getränkemärkten im Bereich der Mendener Straße realisiert. Handlungsbedarf in Friedrich-Wilhelms-Hütte besteht vor allem in der Absicherung des Lebensmittelvollsortiments. Der etablierte EDEKA-Markt an der Roncallistraße entspricht nicht mehr heute typischen betrieblichen Anforderungen. Die derzeit hervorragende Handelszentralität ist vor dem Hintergrund dieses Entwicklungsszenarios zu relativieren. IN integrierter oder integrierbarer Standortlage ist für den EDEKA-Markt eine Ersatzlösung zu suchen.
- Oberlar, in der ‚Sandwich‘-Lage zwischen der Troisdorfer City und der Fachmarkttagglomeration Spicher Straße / Im Zehntfeld, erreicht dennoch in der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ eine Handelszentralität von 46. Strategische Bedeutung für die Nahversorgung vor Ort hat der

PLUS Lebensmitteldiscounter. Die Entwicklungsspielräume sind vor dem Hintergrund der örtlichen Wettbewerbsstrukturen gering.

- Die zusammengewachsenen Stadtteile Bergheim / Mülleken verzeichnen im Segment ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ nunmehr eine hervorragende Handelszentralität von 75. Mit Etablierung des REWE-Marktes im Standortbereich ‚Im Krausacker‘ konnte eine maßgebliche Versorgungslücke geschlossen werden.
- Der Stadtteil Rotter See hier im Kontext mit der Fachmarkttagglomeration ‚Spicher Straße / Im Zehntfeld‘ erreicht in der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ eine Handelszentralität von 316. Diese Kennziffer dokumentiert die Reichweite in das gesamte Stadtgebiet. Für Oberlar und Sieglar werden durch die ‚kritische Masse‘ der Standorttagglomeration von HIT, ALDI und LIDL, die Entwicklungsspielräume drastisch eingeschränkt.
- Altenrath erreicht in der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ eine Handelszentralität von 20. Ein Ausbau der Nahversorgung ist aufgrund der geringen Nachfrageplattform (unter 3.000 Einwohner) kaum möglich. Zudem ist die enge Versorgungsverflechtung nach Lohmar zu berücksichtigen.
- Für Eschmar und Kriegsdorf liegen die Handelszentralitäten im Segment ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ bei 14 bzw. 12. Auch hier ist vor dem Hintergrund der niedrigen Nachfrageplattform ‚vor Ort‘ kein Entwicklungspotenzial gegeben.

Abb. 22: Umsätze, Nachfragevolumina, Handelszentralitäten, Kaufkraftflüsse im Segment ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ in den Troisdorfer Stadtteilen

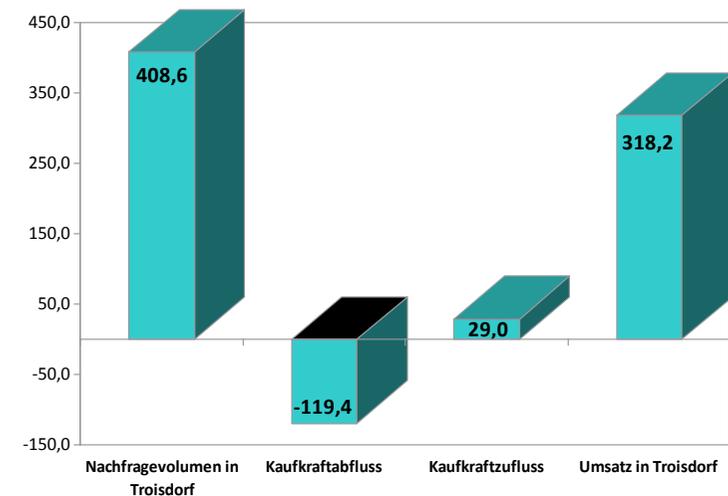
Stadtteil	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität	Saldo Kaufkraftfluss (in Mio. €)
Troisdorf / Troisdorf-West	43,8	43,1	102	0,7
Spich	17,1	25,8	66	-8,7
Friedrich-Wilhelms-Hütte	17,3	14,6	118	2,7
Sieglar	8,1	18,5	44	-10,4
Oberlar	5,6	12,2	46	-6,6
Rotter See / Spicher Straße	26,0	8,2	316	17,8
Eschmar	0,9	6,6	14	-5,7
Bergheim / Mülleken	12,0	16,0	75	-4,0
Stadt Troisdorf	132,5	155,8	85	-23,3

Quelle: CIMA Bestandserhebungen und Kaufkraftanalysen 2010; Rundungsdifferenzen möglich

4.4 Kaufkraftstrombilanz, Kaufkraftzu- und -abflüsse

Die nachfolgende Abb. 23 dokumentiert die Kaufkraftstrombilanz für den Einzelhandel in Troisdorf.

Abb. 23: Kaufkraftstrombilanz des Einzelhandels in der Stadt Troisdorf

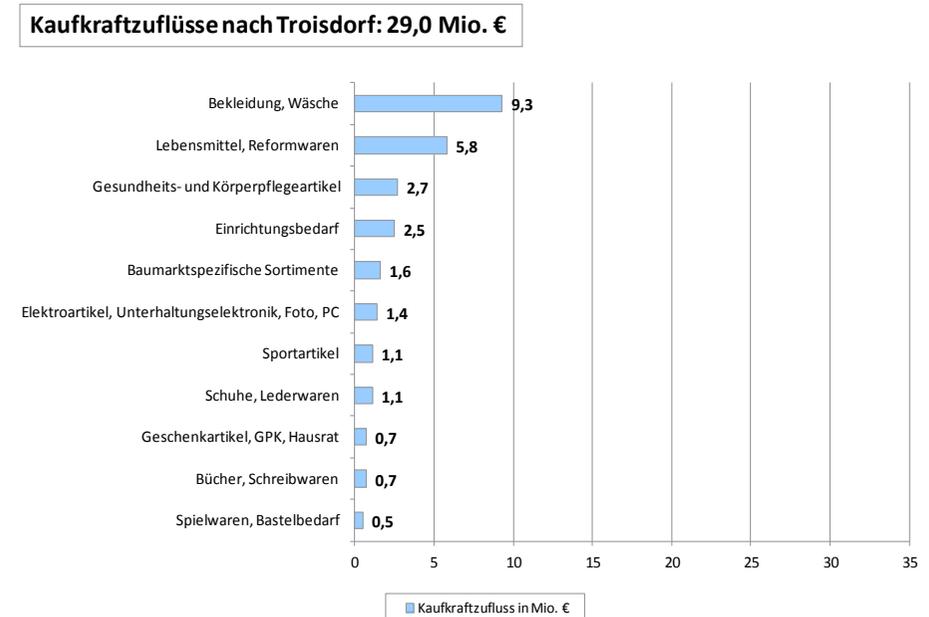


Einem Kaufkraftzufluss von 29,0 Mio. € steht ein Kaufkraftabfluss von 119,4 Mio. € gegenüber. Der Kaufkraftabfluss beläuft sich somit auf rd. 29 % des im Stadtgebiet vorhandenen Nachfragevolumens.

Der Kaufkraftabfluss ist gemessen am vorhandenen Nachfragevolumen überdurchschnittlich hoch. Er erklärt sich jedoch weitestgehend aus dem ausgedehnten Stadtgebiet mit vielschichtigen räumlichen Einkaufsorientierungen jenseits der eigenen Stadtgrenzen:

- Aus Troisdorf, Troisdorf-West, Friedrich-Wilhelms-Hütte und Sieglar sind erhebliche Kaufkraftabflüsse nach Siegburg und St. Augustin anzunehmen. Dies betrifft vor allem baumarktspezifische Sortimente und Unterhaltungselektronik. Darüber hinaus sind auch alle innerstädtischen Kernsortimente betroffen. Die Kaufkraftabflüsse nach St. Augustin und Siegburg dürften sich dramatisch verschärfen, wenn die derzeit projektierten Centeranlagen (Errichtung eines ECE-Shopping Centers in Siegburg, Umbau des HUMA Fachmarktzentrums in St. Augustin zu einem Shopping-Center mit deutlicher Erweiterung der Verkaufsflächen).
- Die engen Verflechtungen zwischen dem Stadtteil Altenrath und Lohmar sind bereits mehrfach erwähnt worden. Die Standortverlagerung des ALDI-Marktes in Lohmar mit Orientierung an der Hauptverkehrsachse in Richtung Altenrath hat in der ergänzenden Nahversorgung des Stadtteils deutliche Spuren hinterlassen.
- Aus dem gesamten Stadtgebiet bestehen im Segment des Möbeleinzelhandels Kaufkraftabflüsse in Richtung Köln und Rösrath sowie nach Niederkassel.
- Für Spich dürften auch in anderen Warengruppen Einkaufsverflechtungen in den Kölner Süden bestehen.
- Für die südwestlich gelegenen Stadtteile Eschmar, Bergheim, Müllekoven und ggf. in geringerem Umfang auch Kriegsdorf besteht aufgrund des mäßigen Nahversorgungsangebotes ein nicht unerheblicher Kaufkraftabfluss nach Niederkassel und St. Augustin. Darüber ist für Bergheim / Müllekoven und Eschmar auch in Bezug auf innerstädtische Kernsortimente eine bevorzugte Orientierung nach Bonn festzuhalten.

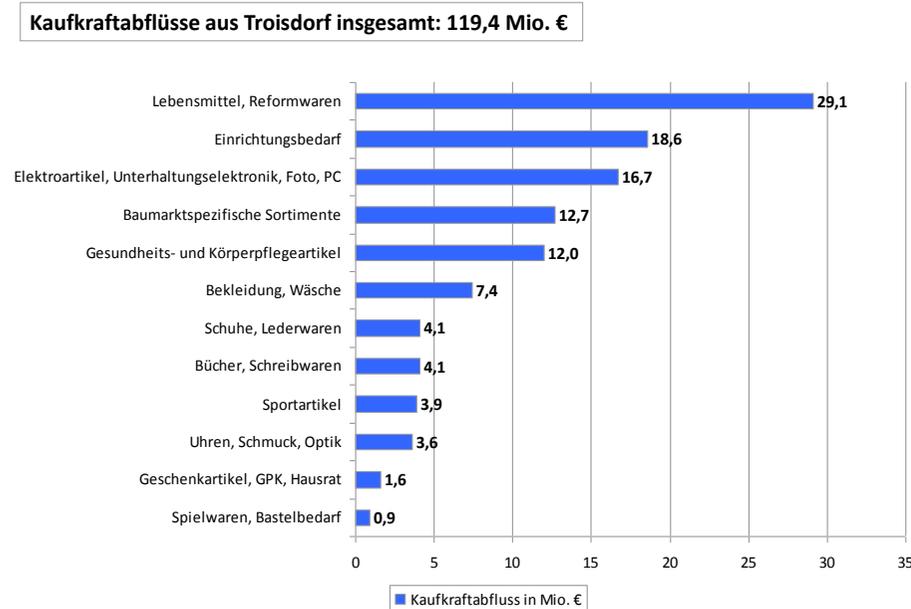
Abb. 24: Kaufkraftzuflüsse nach Troisdorf (in Mio. €)



Die höchsten Kaufkraftzuflüsse realisiert die Warengruppe ‚Bekleidung / Wäsche‘ mit rd. 9,3 Mio. €. Das sind ca. 32 % aller Kaufkraftzuflüsse. Weitere 5,8 Mio. € entfallen auf die Warengruppe ‚Lebensmittel / Reformwaren‘. Dieser Kaufkraftzufluss wird in erster Linie durch die Fachmarkttagglomeration an der Spicher Straße realisiert. In der Warengruppe ‚Gesundheits- und Körperpflegeartikel‘ liegt der Kaufkraftzufluss bei 2,7 Mio. €.

In allen weiteren Warengruppen liegt der Kaufkraftzufluss um und weniger als 2,5 Mio. €.

Abb. 25: Kaufkraftabflüsse aus Troisdorf (in Mio. €)



Die höchsten Kaufkraftabflüsse entfallen auch im Jahr 2010 auf die Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ mit rd. 29,1 Mio. €. Seit 2006 haben sie sich jedoch deutlich um rd. 11 Mio. € verringert. Vor dem Hintergrund der siedlungsräumlichen Strukturen und der hohen Versorgungsbedeutung der Fachmarkttagglomeration ‚Spicher Straße / Im Zehntfeld‘, die nur wenig Gestaltungspotenziale für einen Ausbau der Nahversorgung in den Haupteinkaufsbereichen von Oberlar und Sieglar lässt, muss davon ausgegangen werden, dass sich das bestehende Kaufkraftabflussniveau hier kaum weiter reduziert werden kann.

In den Sortimenten ‚Einrichtungsbedarf‘ sowie ‚Elektrogeräte / Unterhaltungselektronik‘ bestehen mit 18,6 Mio. € bzw. 16,7 Mio. € ebenfalls sehr hohe Kaufkraftabflüsse. Sie sind Resultat des in Troisdorf begrenzten Angebotes und der verschärften Wettbewerbssituation. Im Möbelsegment besteht hauptsächlich ein Kaufkraftabfluss nach Köln, im Segment ‚Elektrogeräte / Unterhaltungselektronik‘ dürfte sich der Kaufkraftabfluss auf Köln, Siegburg und St. Augustin aufteilen.

Im Baumarktsegment führen trotz der hohen Akzeptanz des KNAUBER-Marktes in Troisdorf die Baumarktstandorte in Siegburg und Köln-Gremberghoven zu einem Kaufkraftabfluss in Höhe von 12,7 Mio. €. Diese Wettbewerbskulisse ist auch maßgeblich dafür verantwortlich, dass sich der ermittelte Kaufkraftabfluss kaum deutlich reduzieren lässt. In der Warengruppe ‚Gesundheits- und Körperpflegeartikel‘ beläuft sich der Kaufkraftabfluss auf 12,0 Mio. €.

In der Warengruppe ‚Bekleidung / Wäsche‘ liegt der Kaufkraftabfluss bei 7,4 Mio. €. Davon dürfte der überwiegende Teil in Bonn und Köln gebunden werden. Dies gilt auch für ‚Bücher / Schreibwaren‘ und die Warengruppe ‚Schuhe, Lederwaren‘ mit einem Kaufkraftabfluss von jeweils 4,1 Mio. €.

In der Warengruppe ‚Sportartikel‘ liegt der Kaufkraftabfluss bei 3,9 Mio. €, während er im Segment ‚Uhren, Schmuck, Lederwaren‘ bei 3,6 Mio. € liegt.

In allen übrigen Sortimenten liegt der Kaufkraftabfluss jeweils unter 3,0 Mio. €

5 ZUR ABGRENZUNG ZENTRALER VERSOR- GUNGsbEREICHE IN TROISDORF

5.1 Zur Definition und Funktion von Zentralen Versor- gungsbereichen

5.1.1 Zur Notwendigkeit der Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche nach § 34 Abs. 3 BauGB

Bislang galt für Einzelhandelsansiedlungen innerhalb der im Zusammenhang bebauten Stadtteile, dass sich ein Vorhaben lediglich „nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche [...] in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und die Erschließung gesichert ist“ (§ 34 Abs.1 BauGB). Demnach war es innerhalb der im Zusammenhang bebauten Stadtteile nicht relevant, ob ein Einzelhandelsvorhaben zentrenrelevante Sortimente angeboten hat oder nicht. Einziger Bewertungsmaßstab war, dass es sich in der näheren Umgebung einfügte. Dies erschwerte jedoch für viele Städte und Gemeinden die nachhaltige Steuerung einer wohnortnahen Einzelhandelsversorgung. Hatte z.B. ein großflächiger Lebensmittelmarkt (über 800 m² Verkaufsfläche) in der Nähe eines Autohauses oder Baumarktes im unbeplanten Innenbereich (§ 34-Gebiet) einen Bauantrag gestellt, bestand in der Regel aus bauplanungsrechtlicher Sicht keine Verhinderungsmöglichkeit.⁴ Die Mutation von Gewerbegebieten zu Einzelhandelsagglomerationen wurde oftmals durch die baurechtlichen Rahmenbedingungen entgegen der stadtentwicklungspolitischen Zielsetzungen gefördert.

⁴ Vgl. Geyer: Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn Heft 3, 2005.

Um Vorhaben dieser Art nun entgegen treten zu können, trifft die Neuregelung nach § 34,3 BauGB die Festsetzung, dass von entsprechenden Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf **Zentrale Versorgungsbereiche** in der Standortgemeinde oder anderen benachbarten Gemeinden zu erwarten sein dürfen“.

Schutzobjekt sind demnach ein oder mehrere Zentrale Versorgungsbereiche. Der Begriff des Zentralen Versorgungsbereichs ist von der Bundesgesetzgebung im Rahmen der Regelungen des § 34 Abs.3 BauGB nachhaltig eingeführt worden⁵. Was Zentrale Versorgungsbereiche konkret sind, wie sie abzugrenzen sind und worin sie sich konkret inhaltlich manifestieren, wurde vom Gesetzgeber nicht vorgegeben. Verwiesen wird auf die Planungspraxis und die Kommentierungen durch die Rechtsprechung.

Gesetzgebungsinitiativen einzelner Bundesländer haben zu einer neuen planungsrechtlichen Qualität des Begriffs Zentraler Versorgungsbereich geführt. In Nordrhein-Westfalen sind Zentrale Versorgungsbereiche mit der Novellierung des Landesentwicklungsprogramms vom 19.07.2007 (§ 24a LEPro NRW) als planungsrechtliches Steuerungsinstrument etabliert worden. Nordrhein-Westfalen hat mit den Regelungen des § 24a LEPro NRW als erstes Bundesland die vagen Vorgaben aus der Bundesgesetzgebung deutlicher konkretisiert.

Grundsätzlich sind folgende Fragen zu diskutieren und abzuklären:

- Wie definiert man einen Zentralen Versorgungsbereich?
- Was ist unter ‚schädlichen Auswirkungen‘ zu verstehen?

⁵ Der Begriff des Zentralen Versorgungsbereichs hat bereits eine längere Tradition ohne jedoch konkretisiert worden zu sein. Er wurde bereits in die 1977er Fassung zum § 11, Abs. 3 BauNVO aufgenommen.

5.1.2 Zur Abgrenzung von Zentralen Versorgungsbereichen

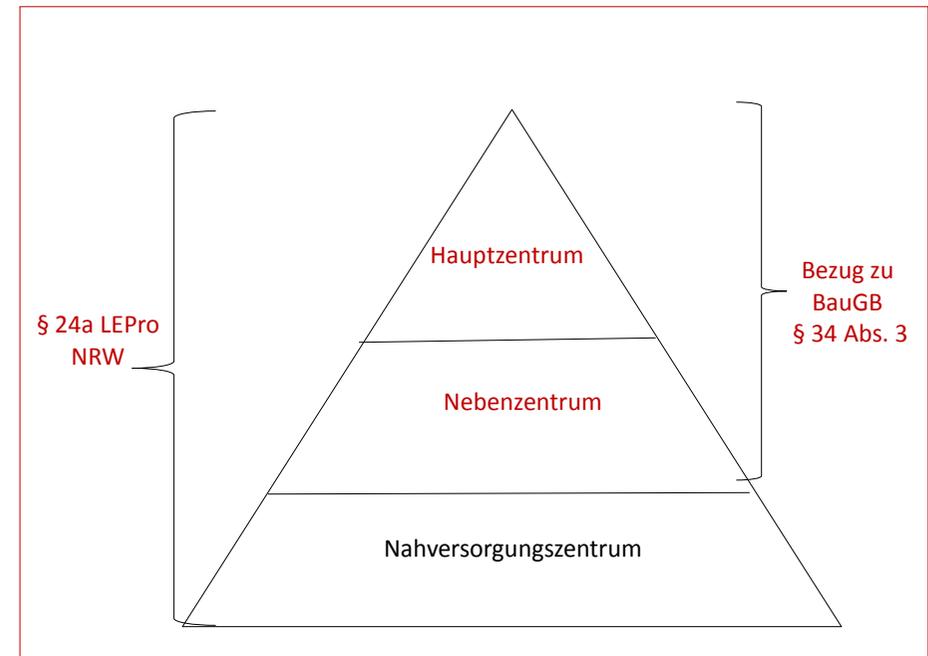
Zunächst ist es offensichtlich, wo zentrale Einkaufslagen zu finden sind. Die Innenstadt wird in der Regel als Zentraler Versorgungsbereich eingestuft werden müssen, ebenso eindeutig abgrenzbare Stadtteilzentren. Schwieriger wird es indes bei der Einordnung von Nahversorgungsstandorten. Dies gilt umso mehr, wenn in gewachsenen städtischen oder dörflichen Siedlungskernen kaum Spielräume zur Etablierung von modernen Nahversorgungseinrichtungen gegeben sind und sich diese am Rande der Siedlungsbereiche oder außerhalb der historischen Ortszentren etabliert haben. **Grundsätzlich sollen eindeutig nicht integrierte Standortlagen nicht nachträglich als Zentrale Versorgungsbereiche positiv sanktioniert werden.**

Eine Stadt oder Gemeinde kann mehrere Zentrale Versorgungsbereiche' ausweisen. § 24a LEPro NRW weist deutlich auf eine Hierarchie von ‚Zentralen Versorgungsbereichen‘ (Hauptzentrum – Nebenzentrum – Nahversorgungszentrum) hin. Die Zentralen Versorgungsbereiche sind an die örtlichen Siedlungsgefüge anzupassen.

Für die Abgrenzung ‚Zentraler Versorgungsbereiche‘ definiert der § 24a LEPro NRW folgende Kriterien und Rahmenbedingungen:

- Vielfältiges und dichtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen der Verwaltung, der Bildung, der Kultur, der Gesundheit, der Freizeit und des Einzelhandels,
- Städtebaulich integrierte Lage innerhalb eines im Regionalplan dargestellten ‚Allgemeinen Siedlungsbereichs‘,
- eine gute Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz.

Abb. 26: Zur Hierarchie Zentraler Versorgungsbereiche und ihrer planungsrechtlichen Verankerung



© CIMA GmbH 2010

Zentrale Versorgungsbereiche können und sollen zukünftige Entwicklungsplanungen mit berücksichtigen. Diese Planungen müssen jedoch hinreichend konkret sein, z.B. durch absehbare Anpassungen in der Flächennutzungs- und Bauleitplanung oder eindeutige Standortentwicklungsempfehlungen innerhalb eines Einzelhandelskonzeptes.

Bei der Beurteilung ‚vor Ort‘, ob ein Einzelhandelsstandort als Zentraler Versorgungsbereich einzustufen ist, orientiert sich die CIMA GmbH an den Vorga-

ben des § 24a LEPro NRW und berücksichtigt grundsätzliche gutachterliche Bewertungsmaßstäbe:

- Umfang des vorhandenen Einzelhandelsbestandes und Bedeutung der bestehenden Versorgungsfunktion,
- Umfang des vorhandenen Dienstleistungsbestandes und zu berücksichtigender öffentlicher Einrichtungen,
- Städtebaulich integrierte Lage (fußläufige Erreichbarkeit),
- Einheitlichkeit der funktionalen, städtebaulichen und räumlichen Struktur,
- Optimale Einbindung des ‚Zentralen Versorgungsbereichs‘ in das städtische oder regionale ÖPNV-Netz.

Bei der Bestimmung der Zentralen Versorgungsbereiche sind unterschiedliche Versorgungsfunktionen zu berücksichtigen. Während in Stadtteilen und dörflichen Kernlagen Zentrale Versorgungsbereiche die schützenswerten Lagen in Bezug auf nahversorgungsrelevante Sortimente definieren, wird in Stadtteilzentren und Citylagen auch der Schutz in Bezug auf zentrenrelevante Sortimente begründet.

§ 24a LEPro NRW definiert eindeutig, dass großflächiger Einzelhandel mit ‚zentrenrelevanten Sortimenten‘ im Sinne der Vermutungsregel nach § 11, Abs.3 BauNVO nur in ‚Zentralen Versorgungsbereichen‘ etabliert werden darf, die als Hauptzentrum (Innenstädte, Ortsmitten der Gemeinden) und

Nebenzentren (Stadtteilzentren) abgegrenzt werden. Kerngebiete und Sondergebiete für großflächigen Einzelhandel mit zentrenrelevantem Kernsortiment dürfen künftig nur noch innerhalb von abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereichen ausgewiesen werden.

Über die Landesgesetzgebung hinausgehend resultiert aus der bisherigen Rechtsprechung eine deutliche Vorgabe zur konkreten Abgrenzung von Zentralen Versorgungsbereichen.

Zentrale Versorgungsbereiche müssen eindeutig bestimmt sein. Es reicht nicht aus, sie vage, z.B. als kreisförmige Markierungen zu definieren. Es hat eine weitestgehend parzellenscharfe Abgrenzung zu erfolgen, um eindeutig zu definieren, welche Betriebe oder Grundstücke im Zentralen Versorgungsbereich liegen und somit schützenswert und entwicklungsfähig sind.⁶ Erste verwaltungsgerichtliche Urteile fordern darüber hinaus, dass Zentrale Versorgungsbereiche Einzelhandelsunternehmen mit maßgeblich relevanter Versorgungsfunktion enthalten müssen. Es reicht nicht, einen Standortbereich mit nur noch rudimentärer Versorgungsfunktion (Kiosk, Trinkhalle, kleinflächiger Nahversorger, etc.) als Zentralen Versorgungsbereich auszuweisen.

Zentrale Versorgungsbereiche sind letztendlich auch als Entwicklungsangebot aufzufassen. Sie definieren, wo sich zukünftig die Entwicklung von großflächigem Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten etablieren kann. Mit dem Entwicklungsangebot verknüpft ist die Überprüfung nach schädlichen Auswirkungen auch auf benachbarte Zentrale Versorgungsbereiche.

Die Abgrenzung von Zentralen Versorgungsbereichen hat sich jedoch nicht ausschließlich an den Einzelhandelsnutzungen zu orientieren. Insbesondere bei

⁶ Vgl. Geyer: Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn, Heft 3. 2005

Zentralen Versorgungsbereichen in der Funktion des Haupt- oder Nebenzentrums kommt es auf eine Funktionsvielfalt an. Die Standorte von kundenorientierten Dienstleistungen, Schulen und weiteren Bildungseinrichtungen, Kirchen und kirchlichen Einrichtungen, Dienststellen der öffentlichen Verwaltung sowie Seniorenwohnheime sollten bei der Abgrenzung berücksichtigt werden. In der aktuellen Rechtsprechung zeichnet sich ein Trend ab, dass ‚multifunktional abgegrenzte‘ und ‚dezidiert‘ in ihrer Abgrenzung begründete Zentrale Versorgungsbereiche nachhaltig rechtlichen Überprüfungen stand halten.

5.1.3 ‚Auswirkungen‘ und ‚Schädliche Auswirkungen‘

Bisherige Urteile und Gutachten gehen bei der Bewertung von ‚schädlichen Auswirkungen‘ auf die Regelungen nach § 11, Abs. 3 BauNVO zurück. Hierunter sind Auswirkungen zu verstehen, die sich auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken. „Auswirkungen [...] sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich [...] auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt“ (vgl. § 11,3 BauNVO).

Die Rechtsprechung ging bei der Frage, was unter negativen Auswirkungen im Sinne des § 11,3 BauNVO zu verstehen ist, davon aus, dass bei einer relativen Umsatzverlagerung von 10 % ‚Auswirkungen‘ anzunehmen sind.

In der richterlichen Rechtsprechung zeichnet sich ab, dass die Schwelle zu ‚schädlichen Auswirkungen‘ bei deutlich über 10 % liegt. Einzelne Urteile gehen erst bei 20 % Umsatzverlagerung von schädlichen Auswirkungen aus. In der Erstkommentierung zum BauGB 2004 heben BERKEMANN und HALAMA hervor, dass bei der Feststellung schädlicher Auswirkungen auf die Versor-

gungsfunktion von Zentralen Versorgungsbereichen hohe Hürden zu berücksichtigen sind, die anders zu bewerten sind als die Beurteilung von Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO. ‚Schädliche Auswirkungen‘ dürften dann vorliegen, wenn ein potenzielles Ansiedlungsvorhaben außerhalb eines Zentralen Versorgungsbereichs zu deutlichen negativen immobilienwirtschaftlichen Effekten in einem Zentralen Versorgungsbereich führt (z.B. Leerziehen ganzer Immobilien durch sicher zu prognostizierende Betriebsaufgaben). Die Rechtsprechung verlangt hier eine exakte gutachterliche Beweisführung mit Dokumentation der örtlichen Standortverhältnisse.

Dies bedeutet, dass § 34 Abs.3 BauGB ein verhältnismäßig ‚stumpfes Schwert‘ ist. Verkaufsflächenerweiterungen von Lebensmitteldiscountern oder selbst die zusätzliche Ansiedlung von Lebensmitteldiscountern werden nur in den seltensten Fällen ‚schädliche Auswirkungen‘ auf benachbarte ‚Zentrale Versorgungsbereiche‘ im Sinne des § 34 Abs.3 BauGB verursachen.

Aus gutachterlicher Sicht ist es durchaus legitim, strengere Beurteilungen zu diskutieren. In der relevanten Fachliteratur werden z.T. bereits ab einer relativen Umsatzverlagerung von 7 % Auswirkungen auf die Angebotsqualität von Versorgungsstandorten oder Zentralen Versorgungsbereiche gesehen. Für Nordrhein-Westfalen sind aus der Rechtsprechung ‚abwägungsrelevante Auswirkungen‘ in einem Korridor zwischen 7 % und 11 % abgeleitet worden.⁷ Abwägungsrelevante Auswirkungen definieren jedoch nicht automatisch ‚schädliche‘ Auswirkungen. ‚Abwägungsrelevante Auswirkungen‘ erfordern jedoch eine Würdigung im Abwägungsverfahren der kommunalen Bauleitplanung.

⁷ Vgl. Berkemann, Halama: Erstkommentierung zum BauGB 2004, S.363; OVG Münster Urteil zum ‚PREUSSEN-Park‘ vom 07.12.2000.

Grundsätzlich hat die Abwägung, ab wann schädliche Auswirkungen eintreten können, anhand der örtlichen Standortrahmenbedingungen zu erfolgen. Umsatzverlagerungseffekte stellen hinsichtlich schädlicher Auswirkungen nur einen Anfangsverdacht dar. Gesunde Einzelhandelsstrukturen sind z.B. bezüglich der Verträglichkeit anders zu bewerten als Zentren, die bereits durch ‚Trading Down-Effekte‘ gekennzeichnet sind.

§ 24a LEPro NRW definiert zusätzlich für Standortentwicklungen innerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche, dass die Verträglichkeit für ein Vorhaben vorliegt, wenn der erwartete Umsatz des Projektvorhabens insgesamt und in Teilsortimenten unterhalb der Kaufkraft des zugeordneten Verflechtungsbereichs des Zentralen Versorgungsbereichs liegt. Bei Hauptzentren gilt als ‚Messlatte‘ die Kaufkraft im Stadt- bzw. Gemeindegebiet insgesamt.

Die Gutachter legen an die Stadt- und Standortverträglichkeit eines Vorhabens außerhalb von ‚Zentralen Versorgungsbereichen‘ eher strengere Maßstäbe an. In zahlreichen Fällen können bereits Umsatzverlagerungseffekte zwischen 7 % und 10 % beim Einzelhandel innerhalb des ‚Zentralen Versorgungsbereichs‘ Funktionsverluste auslösen, die zu ‚Trading Down-Effekten‘ und somit zu einer deutlichen Schwächung des betreffenden ‚Zentralen Versorgungsbereichs‘ führen.⁸ Entscheidend für die Bewertung ist nicht, ob einzelne Betriebe gefährdet werden, sondern ob durch die Realisierung eines Planvorhabens die Versorgungsfunktion des Zentralen Versorgungsbereichs insgesamt gefährdet wird. Schädliche Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche dürfen nicht im Kontext wettbewerblicher Gesichtspunkte argumentiert werden.

⁸ Diese gutachterlichen Bewertungen, denen auch die CIMA GmbH eher zugeneigt ist, reichen jedoch wie oben ausgeführt, häufig nicht aus, ‚schädliche Auswirkungen‘ nachhaltig zu begründen.

Auch erhebliche Veränderungen von Verkehrsströmen oder ein unerwünschtes Verkehrsaufkommen können ‚schädliche Auswirkungen‘ auf Zentrale Versorgungsbereiche sein.⁹

Die Beurteilung von versorgungsstrukturellen Auswirkungen einzelner Projektvorhaben in ‚§ 34er Gebieten‘ bezieht sich nicht nur auf Projektvorhaben im eigenen Gemeinde- bzw. Stadtgebiet, sondern ist auch ein klarer Orientierungsrahmen für benachbarte Kommunen.

Geplante Projektvorhaben in Nachbarkommunen müssen dementsprechend auch geprüft werden, hinsichtlich der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen auf die nachfolgend abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Troisdorf.

Die hier seitens der CIMA GmbH vorgeschlagenen Abgrenzungen der Zentralen Versorgungsbereiche können seitens der Stadt Troisdorf hinsichtlich der konkreten Parzellenabgrenzung ggf. angepasst werden. Das vorgelegte Abgrenzungskonzept orientiert sich jedoch an den ‚vor Ort‘ aufgenommenen Strukturen und stützt ein nachhaltiges Zentren- und Nahversorgungskonzept für die Stadt Troisdorf. Mit der Dokumentation der Dienstleistungsbetriebe innerhalb der abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereiche wird die Multifunktionalität der städtebaulichen Strukturen ergänzend dokumentiert.

⁹ Vgl. Berkemann, Halama: Erstkommentierung zum BauGB 2004; S.363.

5.2 Empfehlungen zur Abgrenzung ‚Zentraler Versorgungsbereiche‘ und ergänzender Nahversorgungsstandorte in der Stadt Troisdorf

Die CIMA Beratung + Management GmbH empfiehlt für die Stadt Troisdorf die Abgrenzung folgender fünf Zentraler Versorgungsbereiche:

- Zentraler Versorgungsbereich ‚Troisdorf Innenstadt‘ in der Versorgungsfunktion eines Hauptzentrums (Verflechtungsbereich Stadt Troisdorf insgesamt)
- Zentraler Versorgungsbereich ‚Spich‘ in der Versorgungsfunktion eines Nebenzentrums (Verflechtungsbereich Stadtteil Spich)
- Zentraler Versorgungsbereich ‚Sieglar‘ in der Versorgungsfunktion eines Nebenzentrums (Verflechtungsbereich über die Stadtteile ‚Rotter See, Kriegsdorf, Sieglar, Eschmar, Bergheim und Müllekoven)
- Zentraler Versorgungsbereich ‚Friedrich-Wilhelms-Hütte‘ in der Versorgungsfunktion eines Nahversorgungszentrums (Verflechtungsbereich Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte)
- Zentraler Versorgungsbereich ‚Oberlar‘ in der Versorgungsfunktion eines Nahversorgungszentrums (Verflechtungsbereich Stadtteil Oberlar)

Als Standortagglomeration mit stadtteilübergreifender und überörtlicher Versorgungsfunktion gem. § 24a (5) LEPro NRW festzusetzen ist folgende Standortlage:

- Fachmarkttagglomeration ‚Spicher Straße / Im Zehntfeld‘ (u.a. mit den Betreibern HIT, KNAUBER, LIDL, ALDI, FRESSNAPF)

Für den Standortbereich gilt Bestandsschutz. Perspektiven für eine Weiterentwicklung sind nicht gegeben.

Zusätzliche Nahversorgungsstandorte mit stadtteilbezogener Nahversorgungsfunktion außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche sind:

- NETTO, Sieglar (ca. 700 m² Verkaufsfläche),
- REWE, Bergheim, Kalkofen (ca. 1.500 m² Verkaufsfläche),
- EDEKA, Bergheim, Zur Kleinbahn (ca. 600 m² Verkaufsfläche),
- ALDI, Troisdorf, Siebengebirgsallee (ca. 750 m² Verkaufsfläche)
- LIDL, Troisdorf, Frankfurter Straße (ca. 850 m² Verkaufsfläche)

Als ergänzende Nahversorgungslagen mit kleinflächigen Einzelhandel und rudimentärer, ergänzender Versorgungsfunktion einzuordnen sind folgende Standorte:

- Ortskernlage Bergheim,
- Nahversorgungslage Rotter See (Europaplatz),
- Nahversorgungslage Brunnenstraße
- Nahversorgungslage Altenrath

5.2.1 Zentraler Versorgungsbereich ‚Troisdorf Innenstadt‘ (Hauptzentrum)

Der Zentrale Versorgungsbereich ‚Troisdorf Innenstadt‘ übernimmt die Versorgungsfunktion eines Hauptzentrums. Verflechtungsbereich ist das gesamte Stadtgebiet von Troisdorf mit 76.846 Einwohnern.

Der Zentrale Versorgungsbereich ‚Troisdorf Innenstadt‘ wird in westliche Richtung begrenzt durch das Rathaus und die Verkehrsachse ‚Stationsweg / Ravensberger Weg. Diese Verkehrsachse stellt eine deutliche städtebauliche Zäsur dar; das Rathaus wird aufgrund seiner unmittelbar angrenzenden Lage und seiner Bedeutung für Publikumsverkehre dennoch mit in den Zentralen Versorgungsbereich einbezogen.

In östliche Richtung beherbergt der Zentrale Versorgungsbereich ‚Troisdorf Innenstadt‘ zunächst den Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsbesatz entlang der Kölner Straße. Alle anliegenden Grundstücksareale liegen innerhalb des Zentralen Versorgungsbereichs.

Die nördliche Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereichs ‚Troisdorf Innenstadt‘ folgt den an die Kölner Straße anliegenden Grundstücksarealen bis zum Ursulaplatz. Einbezogen werden noch die andockenden Straßenabschnitte der Hospitalstraße und ‚An der Feuerwache‘. Das Citycenter wird vom Zentralen Versorgungsbereich eingeschlossen. Dieser Grenzverlauf dokumentiert die Zäsur zwischen Geschäfts- und Wohnlagen.

Vor den Kirchgrundstücken an der Wilhelmstraße schwenkt die südliche Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereichs ‚Troisdorf Innenstadt‘ an der Kölner Straße entlang der Wilhelmstraße und der Kronprinzenstraße nach Süden zum Bahnhof Troisdorf ab. Die südliche Abgrenzung folgt dann in östliche Richtung der Bahntrasse Köln-Siegburg, die eine deutliche Zäsur zwischen Innenstadt und übrigen Stadtgebiet darstellt.

Über Steinhof und Kirchstraße schwenkt die südliche Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereichs von der Bahntrasse nach Nordosten in Richtung Ursu-

laplatz ab. Die Grenzziehung folgt hier der östlichen Verkehrserschließungsachse der Innenstadt. Mit diesem Verlauf der südlichen Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereichs werden die Standortareale KAUF LAND, Bürgerhaus (Wilhelm-Hamacher-Platz) und Pfarrer-Kenntemich-Platz in den Zentralen Versorgungsbereich integriert. Die südlich der Kölner Straße liegenden Standortlagen sind neben Einzelhandel durch einen diversifizierten Dienstleistungs- und Gastronomiebesatz gekennzeichnet.

Östlich des Ursulaplatzes zählen noch die an die Frankfurter Straße anliegenden Grundstücksareale bis zur Kreuzung mit der Siebengebirgsallee zum Zentralen Versorgungsbereich ‚Troisdorf Innenstadt‘. Dieser Lageabschnitt ist als Zugangslage zur Innenstadt zu bewerten und beherbergt mit dem EDEKA Verbrauchermarkt an der Kreuzung Frankfurter Straße / Siebengebirgsallee einen maßgeblich relevanten Nahversorger.

Der Zentrale Versorgungsbereich ‚Troisdorf Innenstadt‘ beherbergt 195 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 31.155 m². Es wird dort ein Umsatzvolumen von 127,2 Mio. € realisiert. Die warengruppenspezifische Struktur des Einzelhandelsbesatzes ist Abb. 29 zu entnehmen.

**Abb. 27: Abgrenzung und Kartierung des Zentralen Versorgungsbereichs
,Troisdorf Innenstadt' (Einzelhandelsnutzungen)**

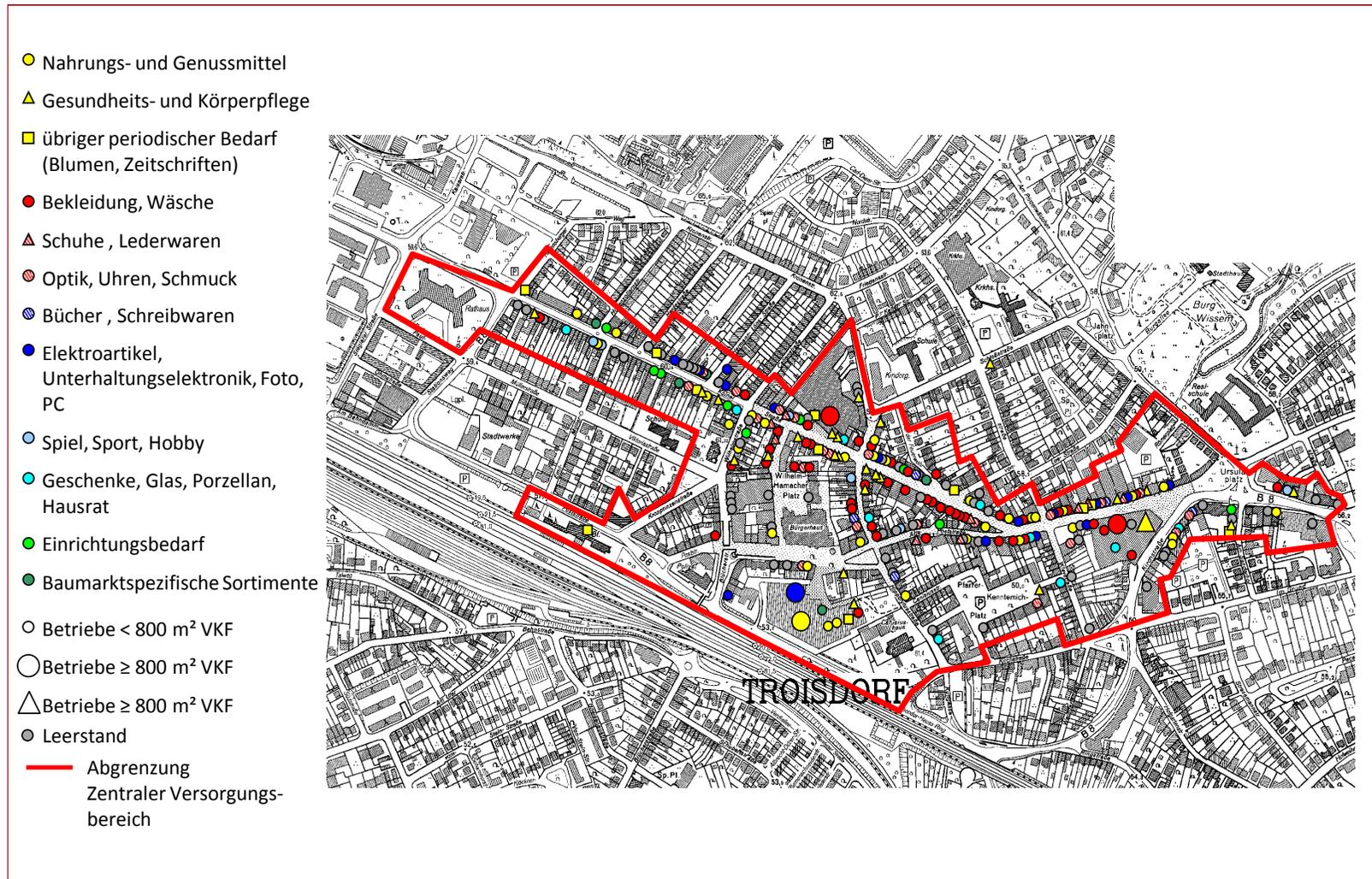


Abb. 28: Abgrenzung und Kartierung des Zentralen Versorgungsbereich
,Troisdorf Innenstadt' (Gastronomie / Dienstleistungen)

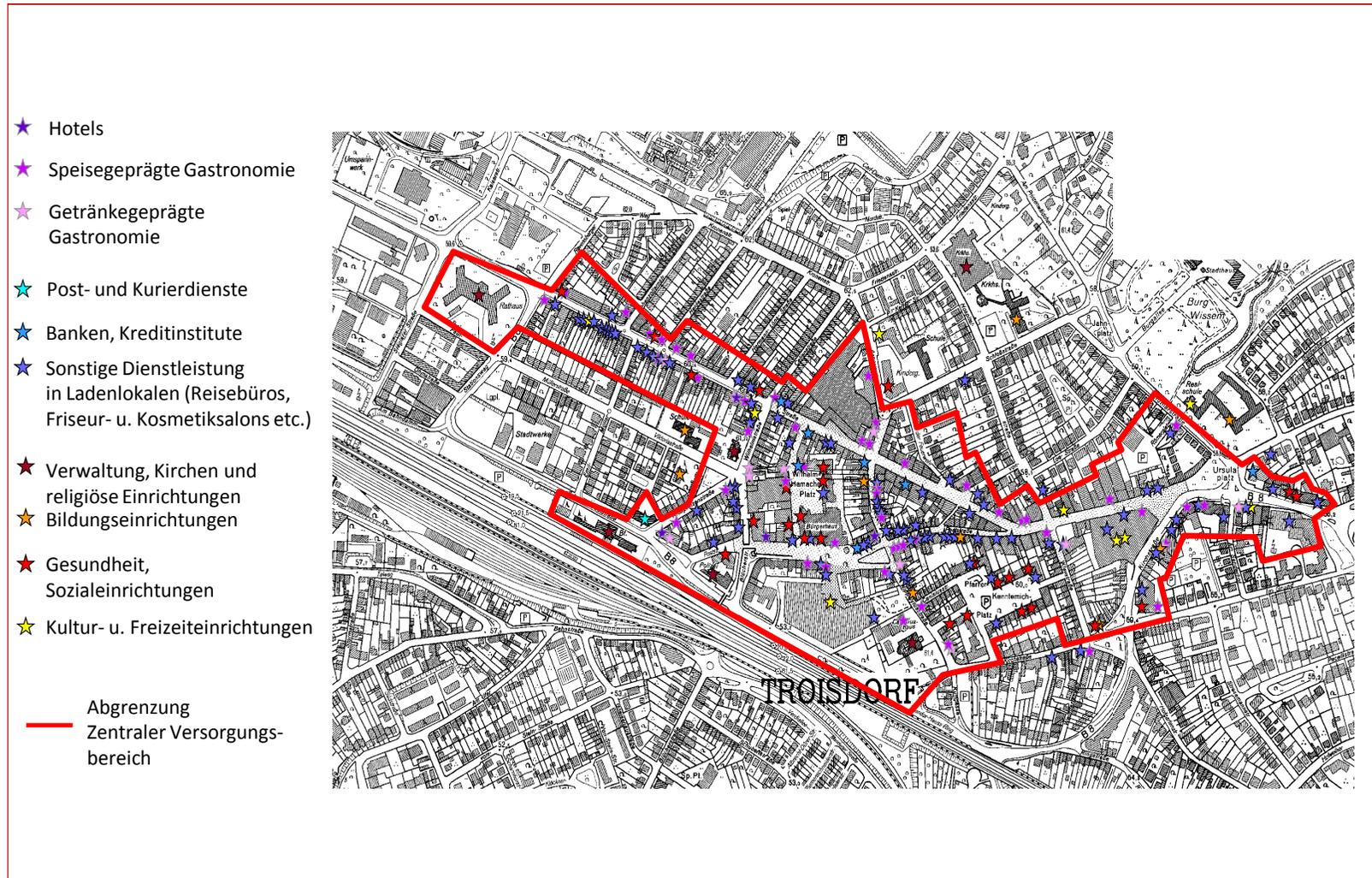


Abb. 29: Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich
,Troisdorf Innenstadt‘

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	in %	Verkaufsfläche in m ²	VKF in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzverteilung in %
Periodischer Bedarf	67	34,4%	10.235	32,9%	59,4	46,7%
Lebensmittel und Reformwaren	34	17,4%	6.095	19,6%	31,2	24,5%
Gesundheits- und Körperpflege	24	12,3%	3.820	12,3%	26,5	20,8%
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	9	4,6%	320	1,0%	1,7	1,3%
Persönlicher Bedarf insgesamt	77	39,5%	11.450	36,8%	42,2	33,2%
Bekleidung, Wäsche	47	24,1%	9.205	29,5%	33,2	26,1%
Schuhe, Lederwaren	9	4,6%	1.405	4,5%	4,6	3,6%
Uhren, Schmuck, Optik	21	10,8%	840	2,7%	4,4	3,5%
Medien und Technik insgesamt	21	10,8%	4.100	13,2%	14,4	11,3%
Bücher, Schreibwaren	5	2,6%	1.410	4,5%	5,3	4,2%
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	16	8,2%	2.690	8,6%	9,1	7,2%
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	6	3,1%	1.190	3,8%	3,2	2,5%
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik Hausrat	10	5,1%	1.995	6,4%	3,2	2,5%
Einrichtungsbedarf	9	4,6%	1.825	5,9%	3,8	3,0%
Baumarktspezifische Sortimente	5	2,6%	360	1,2%	1,0	0,8%
Einzelhandel insgesamt	195	100,0%	31.155	100,0%	127,2	100,0%

5.2.2 Zentraler Versorgungsbereich ‚Spich‘ (Nebenzentrum)

Der Zentrale Versorgungsbereich ‚Spich‘ übernimmt die Versorgungsfunktion eines Nebenzentrums. Der Verflechtungsbereich erstreckt sich über den Stadtteil Spich mit 12.856 Einwohnern.

Der Zentrale Versorgungsbereich ‚Spich‘ erstreckt sich im Bereich des verdichteten Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatzes entlang der Hauptstraße zwischen der Einmündung ‚Zur Hardt‘ im Nordwesten und der Standortagglomeration LIDL / NETTO im Südosten. Alle in diesem Bereich an die Hauptstraße anliegenden Liegenschaften sind in den Zentralen Versorgungsbereich einbezogen.

Zusätzlich werden berücksichtigt das Nahversorgungszentrum mit dem EDEKA – Markt an der Freiheitsstraße und den dort integrierten Stellplatzflächen sowie die Ortskernlage zwischen Hauptstraße und Kochenholzstraße zwischen Einmündungen Niederkasseler Straße und Adenauerstraße.

Der Zentrale Versorgungsbereich ‚Spich‘ beherbergt 27 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 4.405 m². Sie realisieren einen Einzelhandelsumsatz von 21,8 Mio. €.

Der diversifizierte Branchenmix mit auch qualifizierten Angeboten im Segment zentrenrelevanter Sortimente rechtfertigt die Abgrenzung in der Funktion eines Nebenzentrums.

Abb. 30: Abgrenzung und Kartierung des Zentralen Versorgungsbereichs ‚Spich‘ (Einzelhandel)

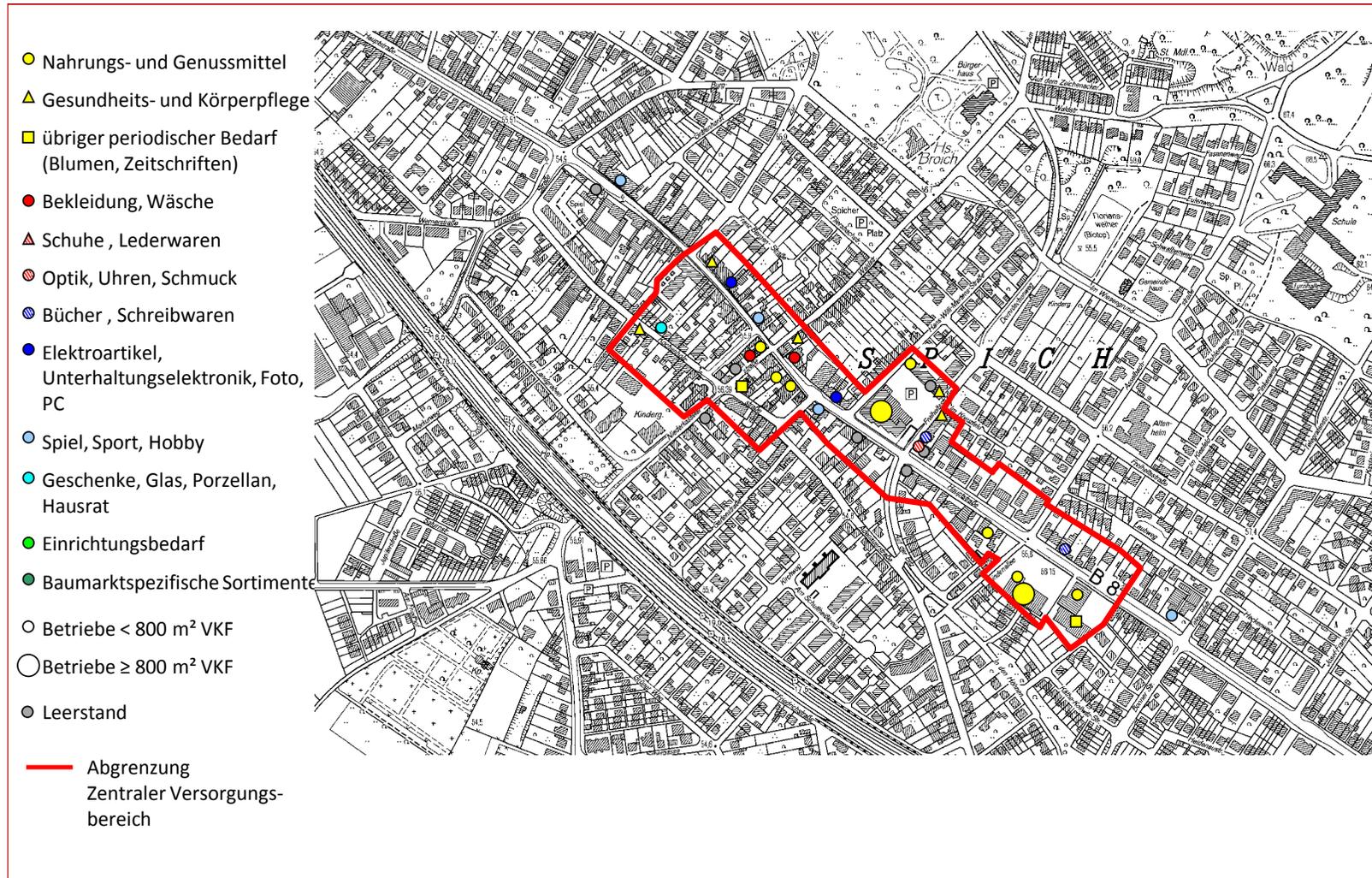


Abb. 31: Abgrenzung und Kartierung des Zentralen Versorgungsbereichs
,Spich' (Gastronomie / Dienstleistungen)

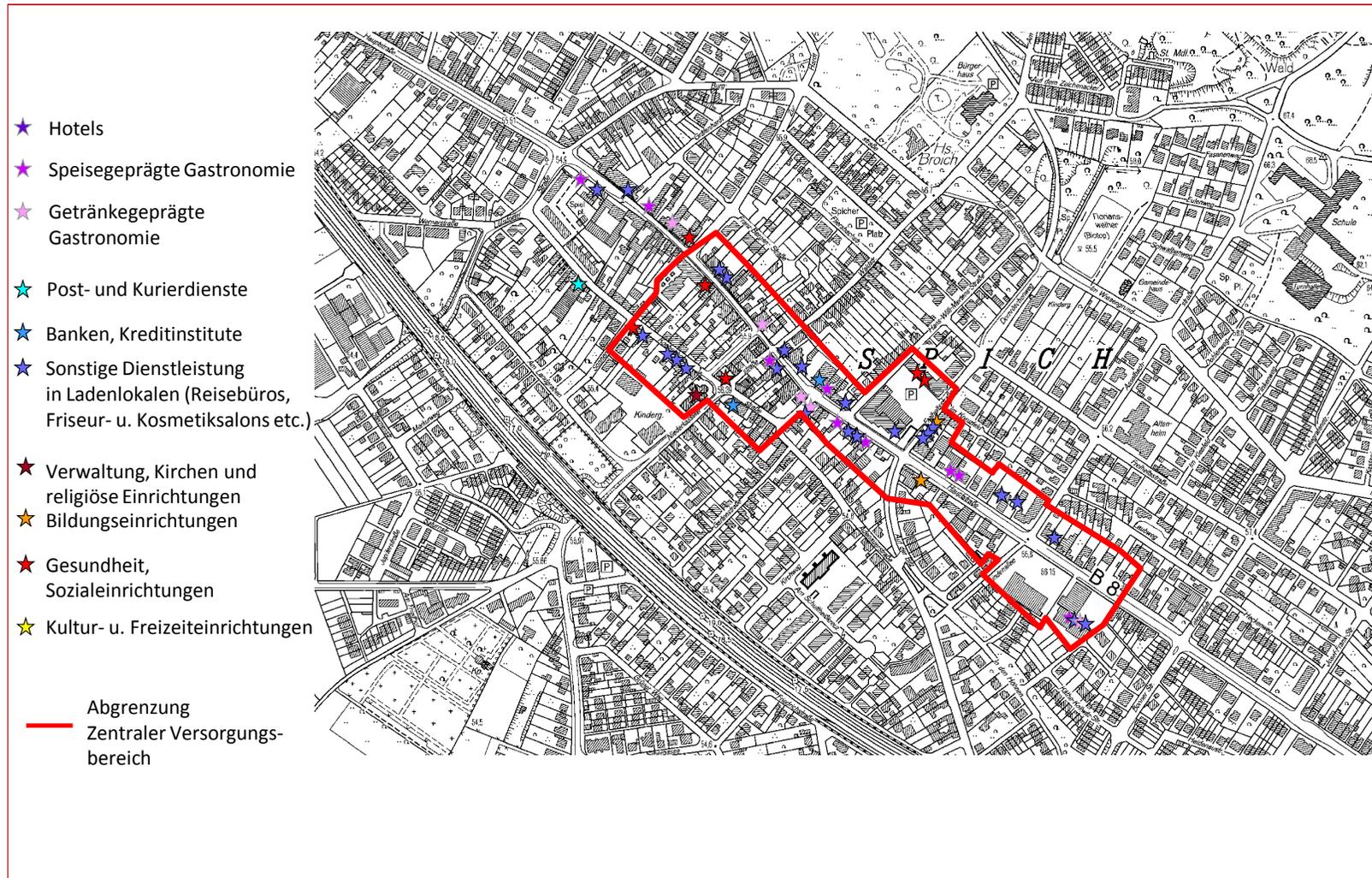


Abb. 32: Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich
,Spich'

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	in %	Verkaufsfläche in m ²	VKF in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzverteilung in %
Periodischer Bedarf	15	55,6%	3.245	73,7%	18,4	84,4%
Lebensmittel und Reformwaren	9	33,3%	2.590	58,8%	13,6	62,4%
Gesundheits- und Körperpflege übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	6	22,2%	655	14,9%	4,8	22,0%
Persönlicher Bedarf insgesamt						
Medien und Technik insgesamt	7	25,9%	690	15,7%	2,3	10,5%
Übriger Einzelhandel	5	14,8%	470	10,7%	1,1	5,2%
Einzelhandel insgesamt	27	100,0%	4.405	100,0%	21,8	100,0%

Quelle: CIMA Bestandserhebungen 2010; Rundungsdifferenzen möglich

5.2.3 Zentraler Versorgungsbereich ‚Sieglar‘ (Nebenzentrum)

Der Zentrale Versorgungsbereich übernimmt die Versorgungsfunktion eines Nebenzentrums. Seine Versorgungsfunktion erstreckt sich über die Stadtteile Sieglar, Rotter See, Eschmar, Bergheim und Müllekoven. In diesem Verflechtungsbereich leben 26.433 Einwohner.

Der Zentrale Versorgungsbereich wird im Südwesten durch die Kreuzung Grabenstraße / Pastor-Böhm-Straße begrenzt. Dabei gehören zunächst nur die Liegenschaften südlich der Pastor-Böhm-Straße zum Zentralen Versorgungsbereich ‚Sieglar‘. Nach Norden stellt das RSVG-Busdepot eine deutliche Zäsur dar.

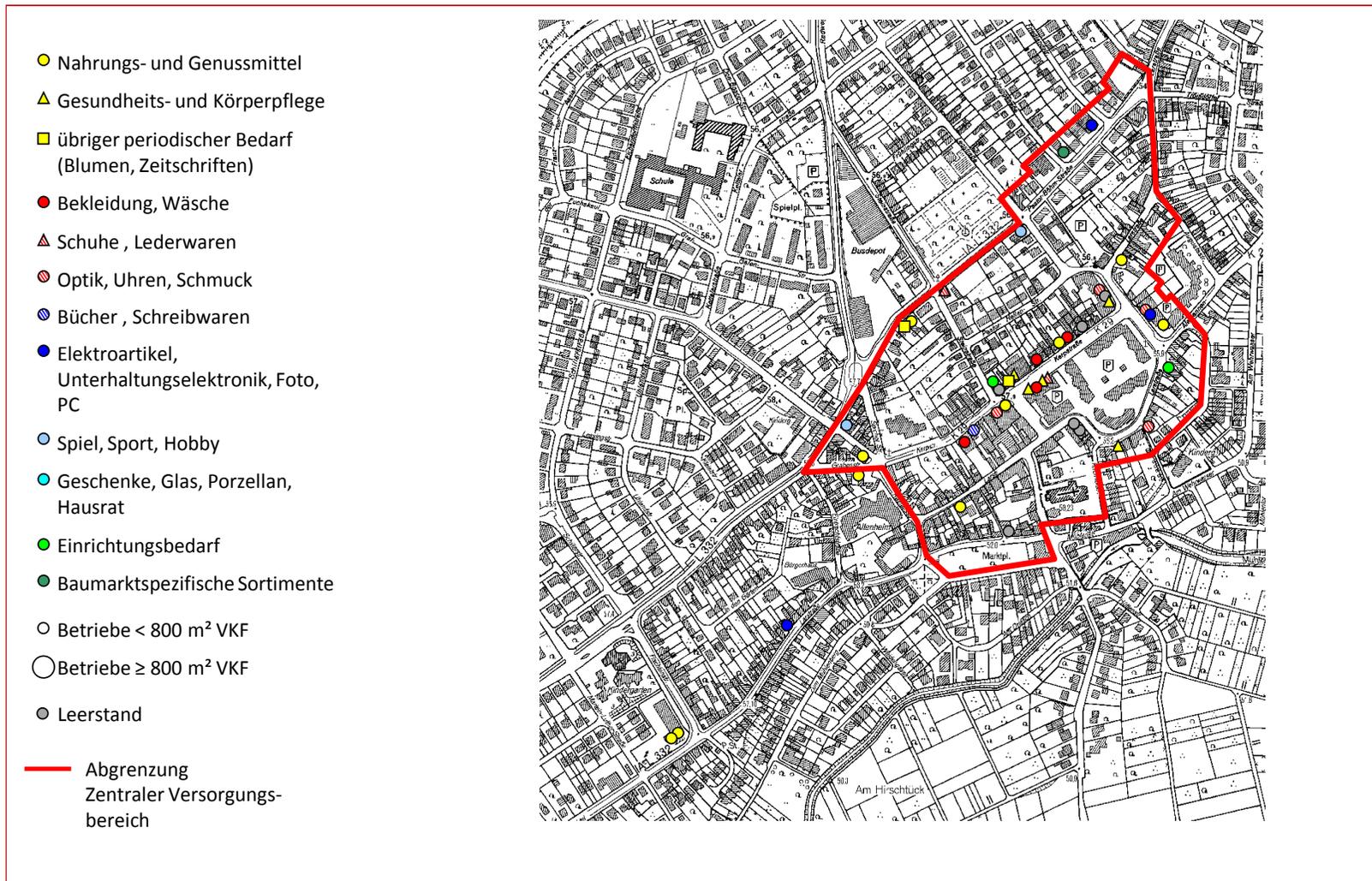
Östlich der Leostraße zählen dann auch die nördlich der Pastor-Böhm-Straße andockenden Liegenschaften zum Zentralen Versorgungsbereich ‚Sieglar‘. Die nordöstliche Grenze des Zentralen Versorgungsbereichs Sieglar markiert die Kreuzung zur Larstraße. Hierbei zählen zunächst nur die westlich anliegenden Grundstücke zum Zentralen Versorgungsbereich. Erst mit der Kreuzung zur Augustastraße sind beide Straßenseiten der Larstraße mit ihren anliegenden Grundstücken Teil des Zentralen Versorgungsbereichs.

Der Zentrale Versorgungsbereich folgt in westliche Richtung der Larstraße und schließt nach Süden noch den Marktplatz und die Kirchhofstraße mit ein. Mit dieser Abgrenzung sind die Haupteinkaufslagen Larstraße und Kerpstraße in den Zentralen Versorgungsbereich integriert. Die gezogene Abgrenzung orientiert sich am eher gestreuten Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz in der Ortsmitte von Sieglar. Außerhalb der gezogenen Abgrenzung dominieren reine Wohnlagen. Auf die zusätzliche Zäsur des RSVG-Busdepots wurde bereits hingewiesen.

Im Zentralen Versorgungsbereich ‚Sieglar‘ sind 34 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 2.480 m² ansässig. Sie realisieren einen Einzelhandelsumsatz von 11,7 Mio. €.

Der diversifizierte Branchenbesatz, insbesondere mit einer relevanten Anzahl von Einzelhandelsbetrieben im Segment des ‚Persönlichen Bedarfs‘ rechtfertigt eine Einordnung des Zentralen Versorgungsbereichs als Nebenzentrum.

**Abb. 33: Abgrenzung und Kartierung des Zentralen Versorgungsbereichs
„Sieglar“ (Einzelhandel)**



(Gastronomie / Dienstleistungen)

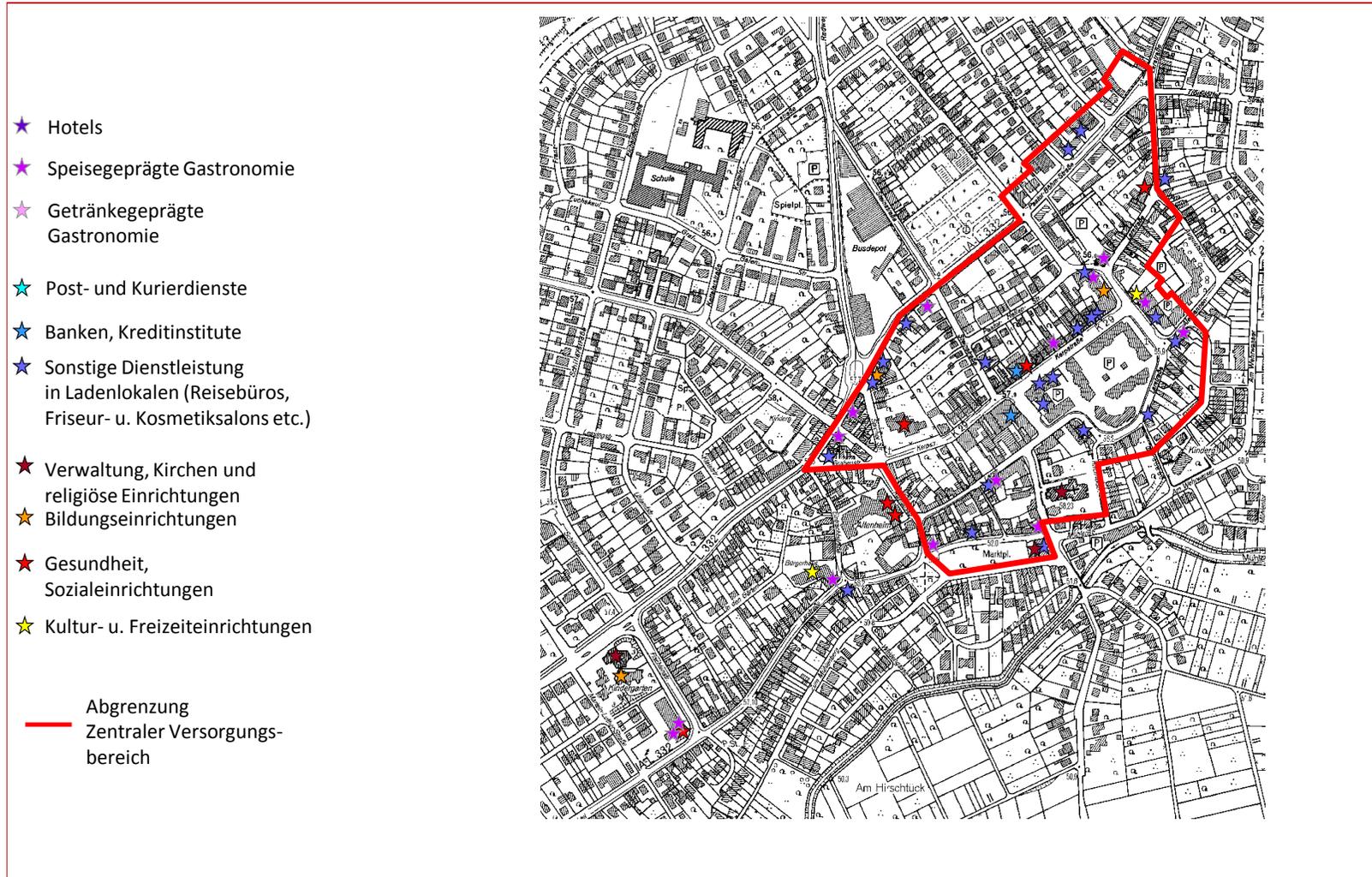


Abb. 34: Abgrenzung und Kartierung Zentraler Versorgungsbereich ‚Sieglar‘

Abb. 35: Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich
,Sieglar‘

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	in %	Verkaufsfläche in m ²	VKF in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzverteilung in %
Periodischer Bedarf	16	47,1%	1.370	55,2%	7,9	67,5%
Lebensmittel und Reformwaren	9	26,5%	945	38,1%	5,3	45,3%
Gesundheits- und Körperpflege übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	7	20,6%	425	17,1%	2,6	22,2%
Persönlicher Bedarf insgesamt	10	29,4%	635	25,6%	2,3	19,7%
Übriger Einzelhandel	8	23,5%	475	19,1%	1,5	13,0%
Einzelhandel insgesamt	34	100,0%	2.480	100,0%	11,7	100,0%

Quelle: CIMA Bestandserhebungen 2010; Rundungsdifferenzen möglich

5.2.4 Zentraler Versorgungsbereich ‚Oberlar‘ (Nahversorgungszentrum)

Der Zentrale Versorgungsbereich ‚Oberlar‘ übernimmt die Versorgungsfunktion eines Nahversorgungszentrums. Sein Verflechtungsbereich erstreckt sich über den Stadtteil Oberlar mit 6.075 Einwohnern.

Der Zentrale Versorgungsbereich umfasst den verdichteten Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz an der Sieglarer Straße zwischen der Bahntrasse Köln-Siegburg im Norden und dem Kreuzungsbereich zur Landgrafenstraße im Süden. Alle an die Sieglarer Straße andockenden Liegenschaften sind in den Zentralen Versorgungsbereich einbezogen.

Der Zentrale Versorgungsbereich ‚Oberlar‘ beherbergt 17 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 985 m². Sie realisieren einen Einzelhandelsumsatz von 6,7 Mio. €.

Abb. 36: Abgrenzung und Kartierung des Zentralen Versorgungsbereichs Oberlar (Einzelhandel)

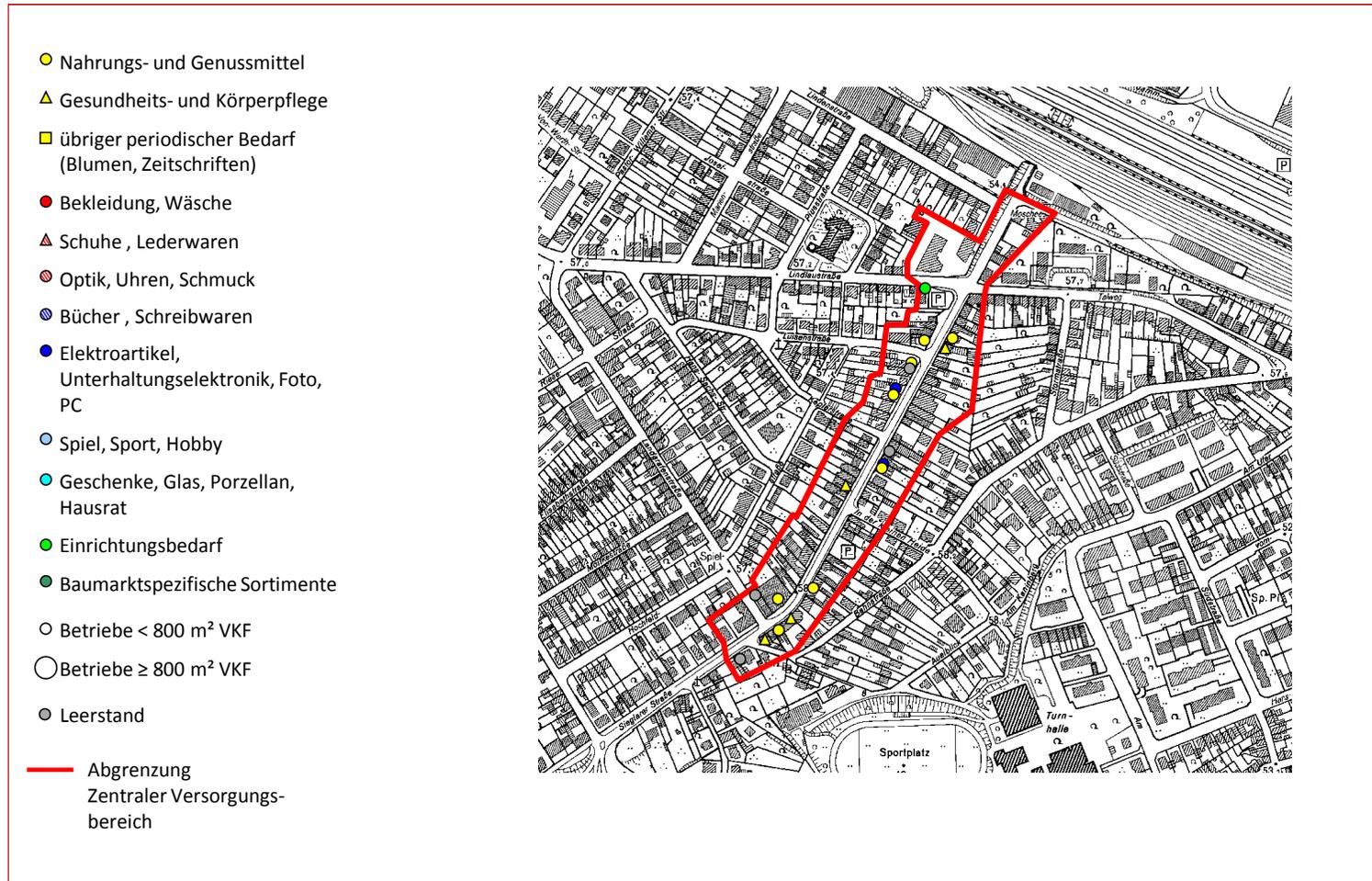


Abb. 37: Abgrenzung und Kartierung des Zentralen Versorgungsbereichs
,Oberlar' (Gastronomie / Dienstleistungen)

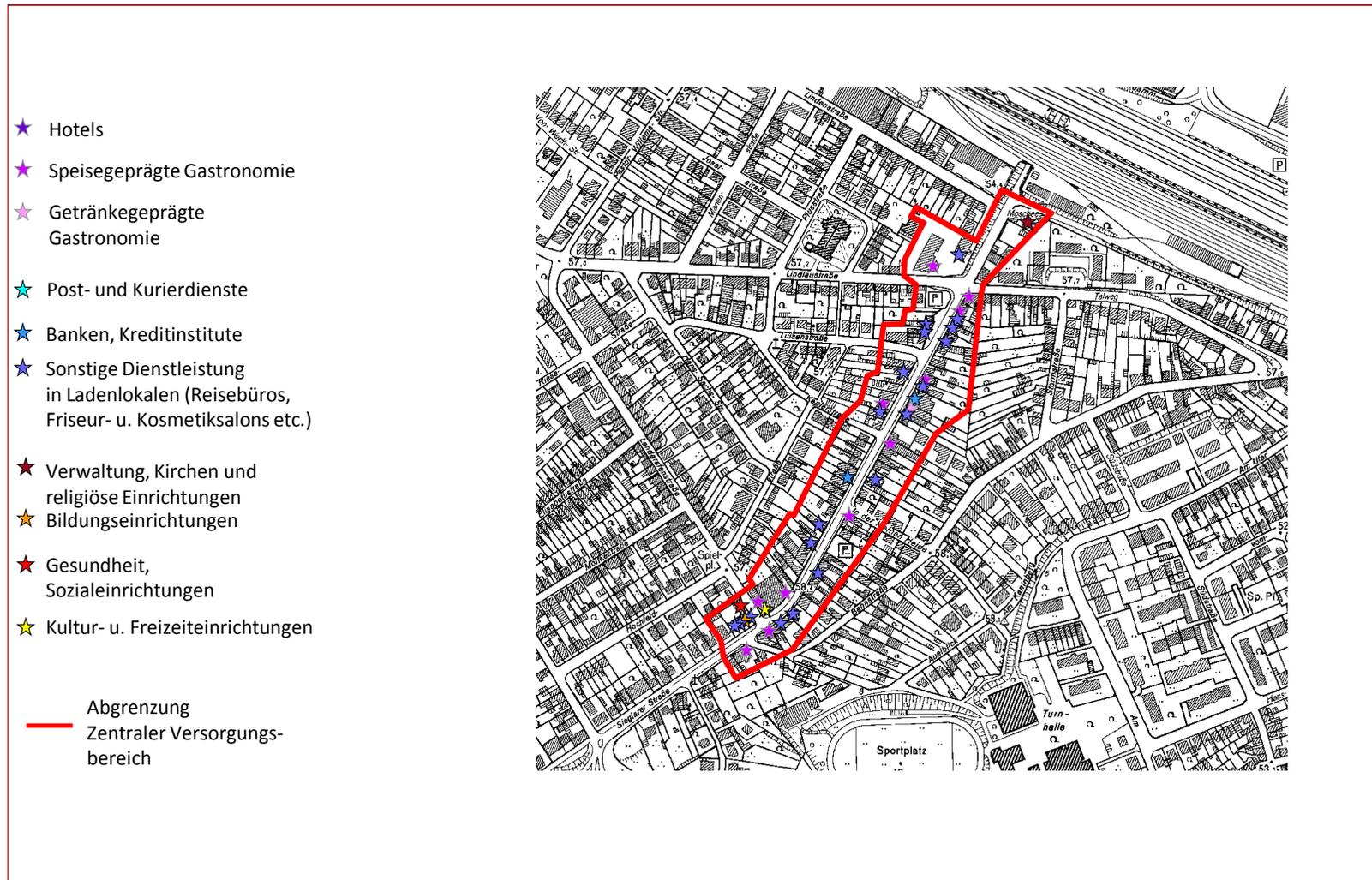


Abb. 38: Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich ‚Oberlar‘

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	in %	Verkaufsfläche in m ²	VKF in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzverteilung in %
Periodischer Bedarf	14	82,4%	720	73,1%	5,4	80,6%
Übriger Einzelhandel	3	17,6%	265	26,9%	1,3	19,4%
Einzelhandel insgesamt	17	100,0%	985	100,0%	6,7	100,0%

Quelle: CIMA Bestandserhebungen 2010; Rundungsdifferenzen möglich

5.2.5 Zentraler Versorgungsbereich ‚Friedrich-Wilhelms-Hütte‘ (Nahversorgungszentrum)

Der Zentrale Versorgungsbereich ‚Friedrich-Wilhelmshütte‘ übernimmt die Versorgungsfunktion eines Nahversorgungszentrums. Sein Verflechtungsbereich erstreckt sich ausschließlich über den Stadtteil ‚Friedrich-Wilhelms-Hütte‘ mit 7.358 Einwohnern.

Der Zentrale Versorgungsbereich ‚Friedrich-Wilhelms-Hütte‘ umfasst die Nahversorgungslagen an der Roncallistraße und der Mendener Straße. Alle anliegenden Standortareale an beiden Straßenzügen sind in den Zentralen Versorgungsbereich einzubeziehen. Als östliche Zäsur wirkt die Eisenbahntrasse Troisdorf – Menden – Bonn-Beuel. Am nördlichen Kopf des Zentralen Versorgungsbereich gehört der baurechtlich als Gewerbenutzung abgesicherte Standortbereich zwischen Mendener Straße und Bahntrasse nicht zum Zentralen Versorgungsbereich. Die Gestaltungspotenziale konzentrieren sich auf die unmittelbar an der Mendener Straße anliegenden Standortareale.

Nach Norden wird der Zentrale Versorgungsbereich Friedrich-Wilhelms-Hütte durch die Kreuzung Lahnstraße / Mendener Straße begrenzt. In südliche Richtung sind die Standortareale zwischen Mendener Straße und Bahntrasse rund um den DB-Haltepunkt ‚Friedrich-Wilhelms-Hütte‘ mit einbezogen.

In westliche Richtung findet der Zentrale Versorgungsbereich an der Roncallistraße seinen Abschluss mit dem bestehenden Nahversorgungszentrum um den EDEKA-Markt. An der Roncallistraße sind mehrere öffentliche Einrichtungen in den Zentralen Versorgungsbereich mit einbezogen. Unseres Erachtens rechtfertigt der Wechsel von öffentlichen Einrichtungen und Einzelhandelsnutzungen die entsprechende Ausdehnung nach Westen.

Anzuerkennen bleibt jedoch, dass das Gros des Einzelhandelsumsatzes mittlerweile an den Discounterstandorten, Getränkemärkten und ergänzenden Nahversorgungsangeboten an der Mendener Straße realisiert wird.

Die Fa. EDEKA hat die Aufgabe des Standortes an der Roncallistraße angekündigt. Mittelfristig sollte ein Ersatzstandort innerhalb des abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereichs gefunden werden.

Auch wenn der EDEKA-Standort aufgegeben werden sollte, plädiert die CIMA Beratung + Management GmbH dafür sowohl die Roncallistraße als auch die Mendener Straße als Zentralen Versorgungsbereich ‚Friedrich-Wilhelms-Hütte‘ zu definieren. Die Abgrenzung wird der siedlungsräumlichen Entwicklung des Stadtteils gerecht.

Der Zentrale Versorgungsbereich ‚Friedrich-Wilhelms-Hütte‘ beherbergt 16 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 5.590 m². Sie realisieren einen Einzelhandelsumsatz von 19,9 Mio. €.

Abb. 39: Abgrenzung und Kartierung des Zentralen Versorgungsbereichs
,Friedrich-Wilhelms-Hütte' (Einzelhandel)

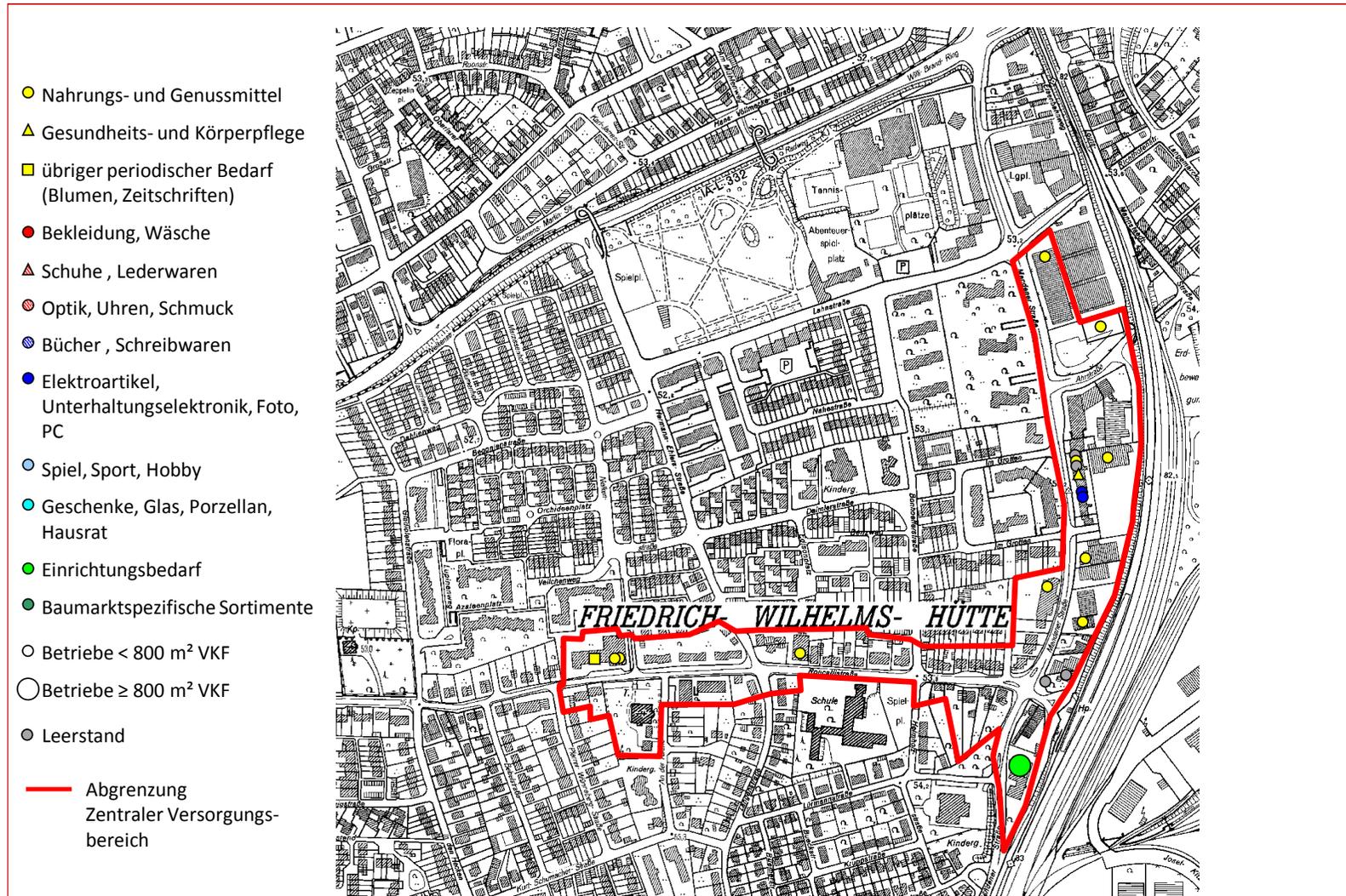


Abb. 40: Abgrenzung und Kartierung des Zentralen Versorgungsbereichs Friedrich-Wilhelmshütte (Gastronomie / Dienstleistungen)

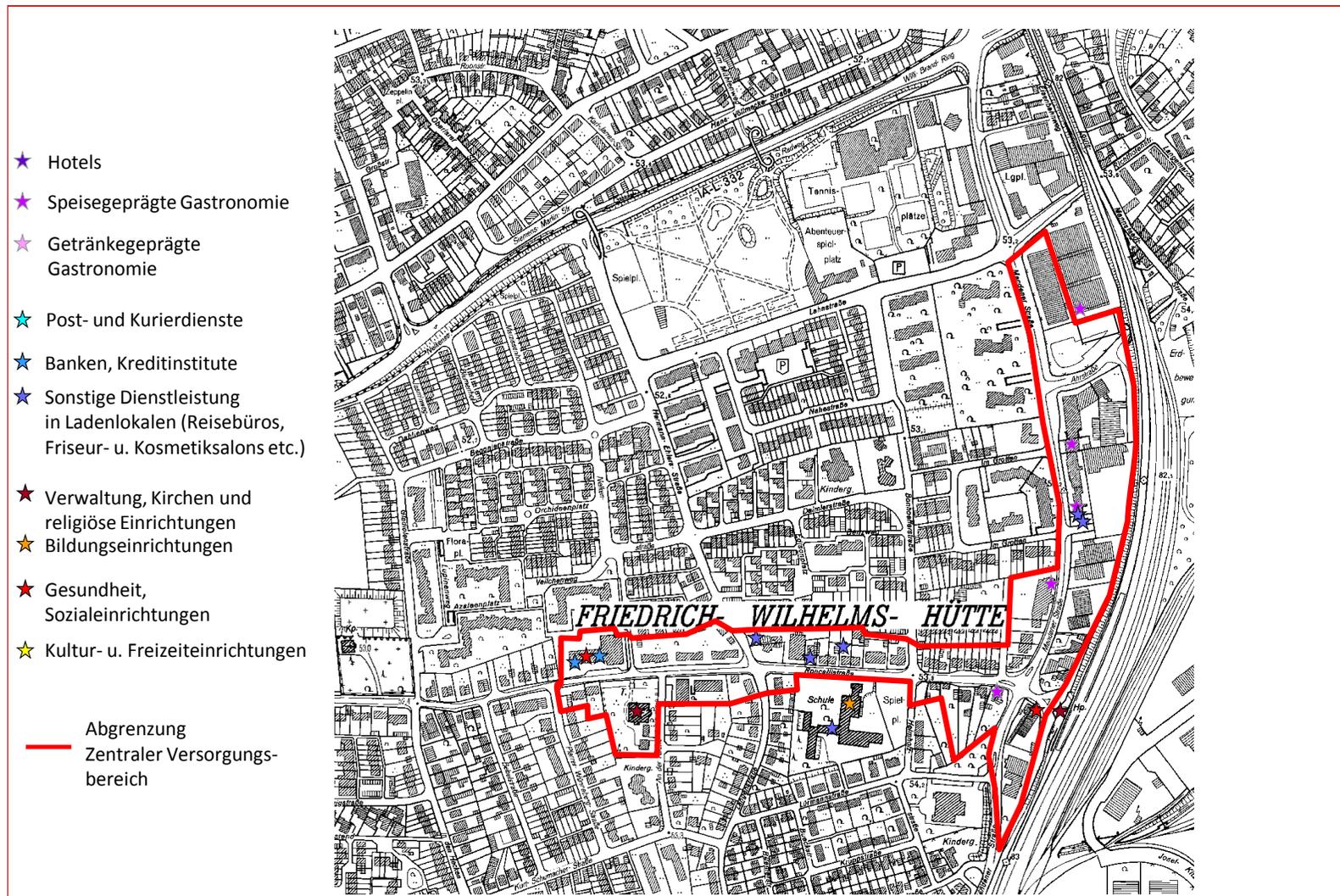


Abb. 41: Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich
,Friedrich-Wilhelms-Hütte'

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	in %	Verkaufsfläche in m ²	VKF in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzverteilung in %
Periodischer Bedarf	13	81,3%	4.300	76,9%	18,3	92,0%
Übriger Einzelhandel	3	18,7%	1.290	23,1%	1,6	8,0%
Einzelhandel insgesamt	16	100,0%	5.590	100,0%	19,9	100,0%

Quelle: CIMA Bestandserhebungen 2010; Rundungsdifferenzen möglich

5.3 Strukturen und Verflechtungsbereiche der Zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Troisdorf im Überblick

Die nachfolgende Abb. 42 dokumentiert die maßgeblich relevanten Strukturdaten für die abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Troisdorf.

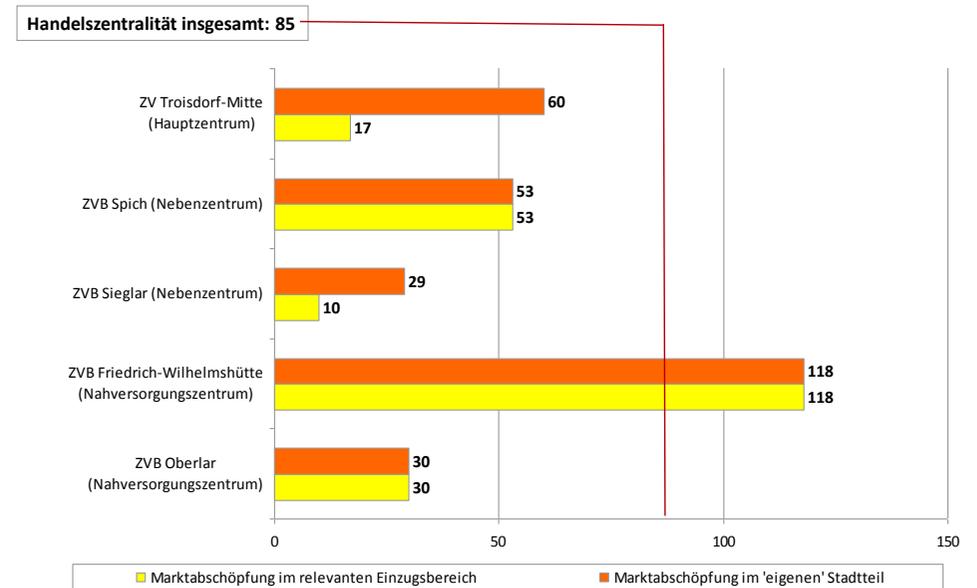
Abb. 42: Strukturdaten zu den abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereichen in der Stadt Troisdorf

Zentraler Versorgungsbereich	Funktion	Einwohner im relevanten Einzugsbereich	Nachfragevolumen im relevanten Einzugsbereich (in Mio. €)	Einzelhandelsumsatz im Zentralen Versorgungsbereich	Verkausfläche (m ²) im Zentralen Versorgungsbereich
Troisdorf - Mitte	Hauptzentrum	76.846	408,6	127,2	31.155
Spich	Nebenzentrum	12.856	67,6	22,0	4.405
Sieglar	Nebenzentrum	26.433	85,3	11,4	2.480
Oberlar	Nahversorgungszentrum	6.075	31,9	6,7	985
Friedrich-Wilhels-Hütte	Nahversorgungszentrum	7.358	38,4	19,9	5.590

Quelle: CIMA Bestandserhebungen und Kaufkraftanalysen 2010; Rundungsdifferenzen möglich

Die vorgenommene Abstufung zwischen Hauptzentrum – Nebenzentren – Nahversorgungszentren rechtfertigt sich mit Blick auf die jeweils abgegrenzten Verflechtungsbereiche mit ihren Einwohnerpotenzialen.

Abb. 43: Handelszentralitäten und Marktabschöpfungsquoten der abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Troisdorf in der Warengruppe ‚Lebensmittel / Reformwaren‘



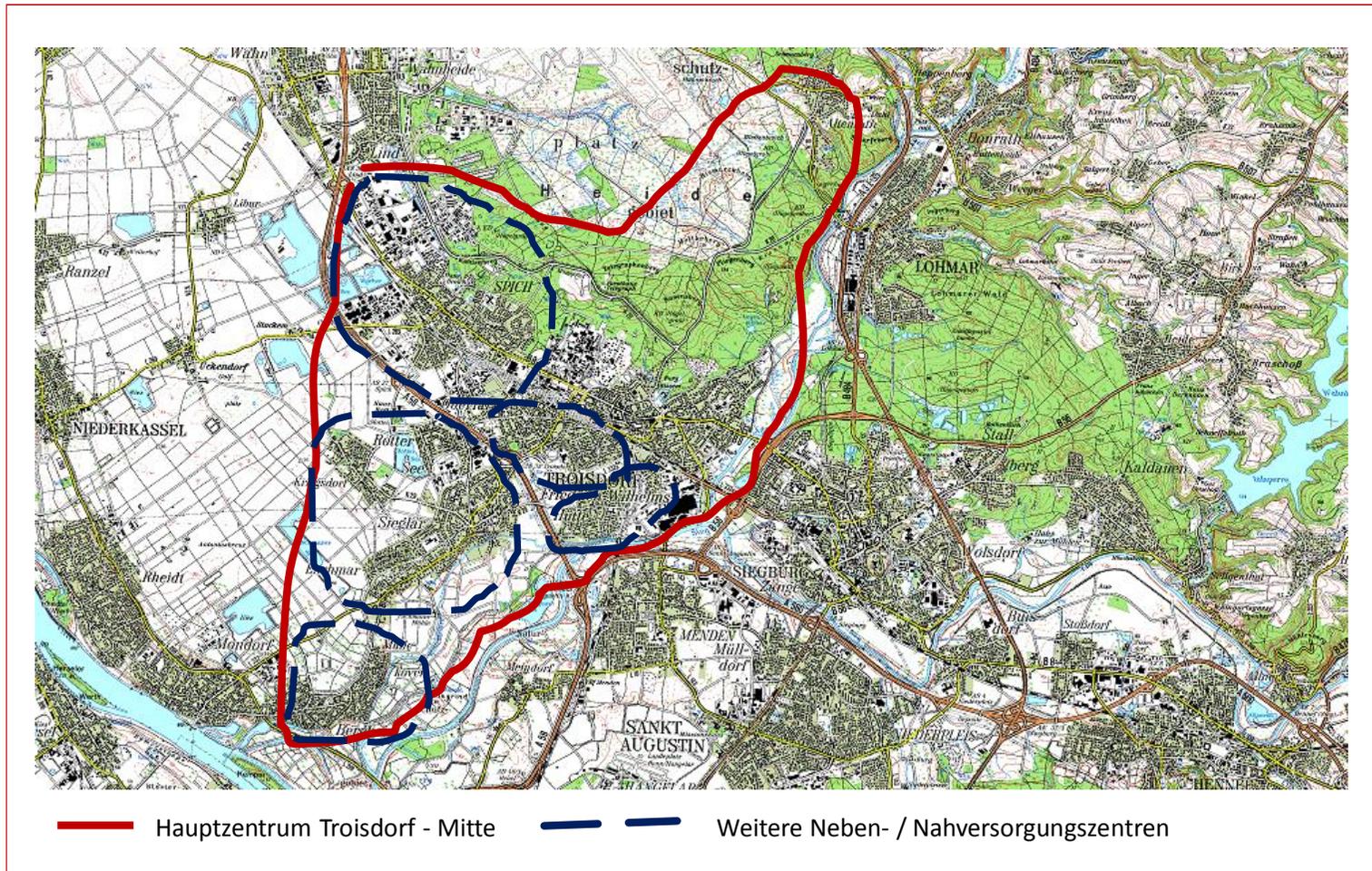
Bezogen auf den jeweiligen Stadtteil binden die ausgewiesenen Zentralen Versorgungsbereiche mindestens knapp ein Drittel des Nachfragevolumens in der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘. Die schwache ‚Performance‘ der Zentralen Versorgungsbereich ‚Sieglar‘ und ‚Oberlar‘ resultiert aus deren Nähe zur Fachmarkttagglomeration ‚Spicher Straße / Im Zehntfeld‘. Dementspre-

chend beläuft sich die Marktaberschöpfung des Zentralen Versorgungsbereichs ‚Sieglar‘ im zugeordneten Verflechtungsbereich in der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ nur auf 10.

Die Zentralen Versorgungsbereiche ‚Troisdorf Innenstadt‘, ‚Spich‘, und ‚Friedrich-Wilhelms-Hütte sind durch deutlich höhere Handelszentralitäten bzw. Marktaberschöpfungsquoten gekennzeichnet.

Die nachfolgende Abb. 44 dokumentiert die Verflechtungsbereiche der abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereiche.

Abb. 44: Verflechtungsbereiche der abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Troisdorf



6 TROISDORFER LISTE

6.1 Vorbemerkung

Ein pauschaler Hinweis auf die Auflistung der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente in Anlage 1 des NRW Einzelhandelserlasses vom Mai 1996 oder auch der Rückgriff auf andere Listen (z.B. sogenannte ‚Kölner Liste‘) im Rahmen der baurechtlichen Steuerung reicht nicht aus und ist rechtsfehlerhaft.¹⁰

Das OVG Münster hat mit seinen Urteilen vom 09.10.2003 und 22.04.2004 deutlich gemacht, dass baurechtliche Festsetzungen in Bezug auf Sortimentsfestsetzungen ‚nicht unbestimmt‘ bleiben dürfen und baurechtliche Festsetzungen sich auf aus der Örtlichkeit abgeleitete Sortimentslisten beziehen müssen. Gleichmaßen sind Ausschlüsse von Einzelhandelsnutzungen in Teilen des Stadtgebietes nur fundiert zu begründen, wenn sie auf nachvollziehbare Kommunale Einzelhandelskonzepte bzw. städtebaulichen Entwicklungskonzepten beruhen.¹¹

¹⁰ Dies gilt auch für eine bloße Übernahme der Anlage 1 des § 24a LEPro NRW.

¹¹ OVG Münster vom 09.10.2003 AZ 10a D 76/01.NE. Nichtigkeit eines Bebauungsplanes aufgrund nicht konkreter Sortimentsfestsetzungen in der Gemeinde Rhede; OVG Münster vom 22.04.2004 AZ: 7a D 142/02.NE: Bestätigung der baurechtlichen Festsetzungen in der Stadt Sundern auf Basis eines nachvollziehbaren Einzelhandelskonzeptes.

Die nachfolgend ausgeführte Sortimentsliste definiert die nahversorgungs-, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimente für die Stadt Troisdorf. Sie ist aus den örtlichen Standortstrukturen abgeleitet und somit eine maßgebliche Entscheidungsgrundlage zur örtlichen Einzelhandelssteuerung. Sie erfüllt damit die Bedingungen der aktuellen Rechtsprechung der Oberverwaltungsgerichte.

Zum Nachweis der Zentrenrelevanz einzelner Sortimente werden exemplarisch Unternehmen mit ihren Angeboten zitiert. Es ist keine Wiedergabe des vollständigen Angebotes.

6.2 Ableitung der ‚Troisdorfer Liste‘

Mit Blick auf die Einzelhandelsstrukturen in der Stadt Troisdorf sind folgende Sortimente als **nahversorgungsrelevant** zu bezeichnen:

- Lebensmittel (WZ 47.11, WZ 47.2)
- Getränke (WZ 47.11, WZ 47.25)
- Reformwaren (WZ 47.2; WZ 47.29)
- Tabakwaren (WZ 47.11, WZ 47.26)
- Drogerieartikel (WZ 47.75)¹²
- Hygieneartikel einschließlich haushaltsüblicher Putz- und Reinigungsmittel (WZ 47.75 und WZ 47.74)¹³

¹² auch Randsortiment in Verbrauchermärkten, Frischemärkten, Lebensmitteldiscountern (WZ 47.11, WZ 47.2)

- Apotheken (WZ 47.73)
- Schnittblumen (Teilsegment aus WZ 47.76.1)
- Zeitschriften, Zeitungen (WZ 47.62.1)¹⁴
- Tierfutter (innerhalb von WZ 47.11 und WZ 47.2)¹⁵

Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sollten bei Verkaufsflächendimensionierungen ab 800 m² zukünftig nur innerhalb der abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereiche etabliert werden. Bestandsschutz genießen bereits etablierte Märkte.

Die hier abgegrenzten nahversorgungsrelevanten Sortimente sind den zentrenrelevanten Sortimenten zu zuordnen.

Nach Anlage 1 des § 24a LEPro NRW sind folgende Leitsortimente grundsätzlich als **zentrenrelevant** einzuordnen:

- Bücher, Zeitschriften, Papier- und Schreibwaren
- Bekleidung, Schuhe, Lederwaren
- Unterhaltungs- / Kommunikationselektronik / Computer, Elektrohauswaren (Kleingeräte),
- Foto / Optik

- Haus- und Heimtextilien, Haushaltswaren und Einrichtungszubehör (ohne Möbel)
- Uhren / Schmuck
- Spielwaren / Sportartikel

In allen hier im Kontext des § 24a LEPro NRW ausgewiesenen Sortimenten in Stadt Troisdorf liegt entweder ein signifikantes, teilweise auch vielfältiges Angebotsniveau durch ortsansässigen Facheinzelhandel und Filialisten vor oder dieses Sortiment wird als strategisch bedeutsam für die weitere Entwicklung der Troisdorfer City erachtet.

Nachfolgend wird die Zentrenrelevanz von Sortimenten durch Nennung einzelner Betreiber in der Troisdorfer City nachgewiesen. Die Leistung der Betreiber erfolgt exemplarisch und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Bücher, Zeitschriften und Papier- und Schreibwaren sind in Troisdorf zentrenrelevant. Mehrere Anbieter (u.a. Buchhandlungen MAYERSCHNEIDER, KIRSCHNER) bieten diese Sortimente in der Troisdorfer Innenstadt an. Das Segment Papier- und Schreibwaren wird auch durch das Kaufhaus MÜLLER sowie das SB-Warenhaus KAUF LAND bedient.

Für das innerstädtische Kernsortiment **Bekleidung** seien stellvertretend die Firmen P&C, H&M, COCCINELLE FASHION, MADONNA, NEWYORKER, IMPEKOVEN genannt. Im Bereich der Kinderkonfektion decken mehrere Unternehmen auch das Segment des Babybedarfs ab.

¹³ auch Randsortiment in Verbrauchermärkten, Frischemärkten, Lebensmitteldiscountern (WZ 47.11, WZ 47.2)

¹⁴ auch Randsortiment in Verbrauchermärkten, Frischemärkten, Lebensmitteldiscountern (WZ 47.11, WZ 47.2)

¹⁵ Als Randsortiment von Frischemärkten und Lebensmitteldiscountern

Für das Segment **Schuhe** seien als Anbieter in der Troisdorfer City stellvertretend die Unternehmen DEICHMANN, RITTER und SCHUH MANN genannt. Im Segment **Lederwaren** ist das Unternehmen WEGENER ansässig.

Elektrogeräte, Elektrogroßgeräte (Weiße Ware) sind in Troisdorf zentrenrelevant, da u.a. mit der Fa. MEDIALAND ein maßgeblicher Anbieter in der Innenstadt von Troisdorf platziert ist. Darüber hinaus sind mehrere mittelständische Facheinzelhändler etabliert, die jeweils Teilsegmente des Sortiments anbieten. **„Unterhaltungselektronik, Tonträger, PC und Zubehör“** sind bisher in der Troisdorfer City neben dem Elektrofachmarkt MEDIALAND nur rudimentär als Randsortiment vertreten. Dieses Sortimentsbündel wird dennoch als zentrenrelevant eingestuft, weil es in der Zukunft für die Troisdorfer Innenstadt ein wichtiges Entwicklungspotenzial darstellen kann. **„Fotobedarf“** ist Randsortiment des KAUFLAND SB-Warenhauses. Darüber hinaus sind mehrere mittelständische Facheinzelhändler vertreten.

Für die Warengruppe **„Optik“** seien stellvertretend die Unternehmen ECKERT, FIELMANN, BRILLEN MELLER, APOLLO OPTIK und HEERHORST genannt.

In der Warengruppe **„Uhren, Schmuck“** sind als relevante Unternehmen in der Troisdorfer Innenstadt die Firmen HF GOLDSCHMIEDE, GOLDEN DREAM, FRANK HOFFMANN und ZIMMERMANN zu nennen.

„Heimtextilien“ sind in Troisdorf zentrenrelevant, da sich einzelne Betriebe auf diese Sortimente spezialisiert haben. Mit dem Fachhändler KRÜGER existiert ein spezialisierter Anbieter, der sich des Themas **„Haushaltsbedarf und Einrichten“** mit hoher Angebotsqualität annimmt. Mehrere Fachhändler im Bekleidungsbereich haben ergänzende Angebote im Bereich textiler Stoffe.

„Spielwaren“ sind in der Troisdorfer Innenstadt sowohl als Kernsortiment des Facheinzelhandels, aber auch durch das Kaufhaus MÜLLER und das KAUFLAND SB-Warenhaus vertreten und dementsprechend zentrenrelevant.

Sportartikel sind mit dem Sportfachhandelsgeschäft POLSTER in der Innenstadt von Troisdorf ein maßgebliches Sortiment. Sportbekleidung ist darüber hinaus auch als Randsortiment im breit gefächerten Bekleidungsfacheinzelhandel vertreten.

Über die empfohlenen zentrenrelevanten Leitsortimente nach Anlage 1 zum § 24a LEPro NRW hinausgehend sind folgende Sortimente in Troisdorf zentrenrelevant:

- Bastelbedarf
- Parfümerieartikel, Kosmetikartikel
- Sanitätshausartikel
- Fahrräder
- Sammlerbriefmarken und Numismatikartikel

Bastelbedarf ist Ergänzungssortiment in allen Betrieben mit dem Sortiment Spielwaren. Das Sortiment ist somit zentrenrelevant.

Parfümerie- und Kosmetikartikel werden in der Innenstadt von Troisdorf durch folgende Unternehmen angeboten: DM, ROSSMANN, KAUFLAND (Randsortiment). Das Sortiment ist somit zentrenrelevant.

Fahrräder sind zentrenrelevant, da das Sortiment in verschiedenen Stadtteilen in den **„Zentralen Versorgungsbereichen“** präsent ist. Dabei dominiert in Troisdorf kleinflächiger, mittelständischer Einzelhandel. Bei zukünftigen Ansiedlungen sollte das Sortiment nur in zentralen, integrierten Versorgungslagen angesiedelt werden. Auszuschließen ist u.a. die Realisierung eines Fachmarktes im Standortbereich **„Spicher Straße“**.

Sammlerbriefmarken und Numismatikartikel sind als Randsortiment des Buchhandels auch in Troisdorf als zentrenrelevant einzustufen.

Musikalien sind in Troisdorf bisher nur in der Funktion als Randsortiment des Buchhandels (Noten) sowie eines MUSIC SECOND HAND STORES in der Innenstadt vertreten. Eine Zentren prägende Funktion kann diesem Sortiment vor dem Hintergrund des mäßigen Angebots zurzeit nicht unterstellt werden. Dennoch ist dieses Segment als zentrenrelevant einzuordnen, da es als sehr zielgruppenspezifisches Segment neue Kundengruppen für die Troisdorfer Innenstadt erschließen könnte.¹⁶

Sanitätshausartikel / Medizintechnische Geräte sind zentrenrelevant da sie in Zentralen Versorgungsbereichen in der Stadt Troisdorf innerhalb von Apotheken angeboten werden.

Die abschließende Liste zentrenrelevanter Sortimente für die Stadt Troisdorf ist in der nachfolgenden Abb. 45 dokumentiert.

¹⁶ Mit dieser Einschätzung wird aktueller Rechtsprechung zur Bewertung zentrenrelevanter Sortimente gefolgt.

Abb. 45: Liste zentrenrelevanter Sortimente in der Stadt Troisdorf (abschließend)

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Herrenbekleidung (entsprechend aus WZ 47.71.0) ▪ Damenbekleidung (entsprechend aus WZ 47.71.0) ▪ Kinder- und Babybekleidung (entsprechend aus WZ 47.71.0) ▪ Wäsche (entsprechend aus WZ 47.71) ▪ Heimtextilien, Bettwaren (entsprechend aus WZ 47.51.0 und 47.53.0) ▪ Meterware für Bekleidung oder Bekleidungszubehör (aus WZ 47.51.0) ▪ Kurzwaren / Handarbeitswaren (entsprechend aus WZ 47.51.0) ▪ Schuhe (WZ 47.72.1) ▪ Lederwaren und Reisegepäck (WZ 47.72.2) ▪ Uhren (entsprechend aus WZ 47.77.0) ▪ Schmuck (entsprechend aus WZ 47.77.0) ▪ Modeschmuck (entsprechend aus WZ 47.77.0) ▪ Schul- und Büroartikel (WZ 47,62,2) ▪ Bücher (WZ 47.61.1; 47.79.2) ▪ Hausrat (WZ 47.59.2; WZ 47.59.9) ▪ Porzellan (entsprechend aus WZ 47.59.2) ▪ Schneidwaren / Bestecke (entsprechend aus WZ 47.59.9) ▪ Feinkeramik / Glaswaren (entsprechend aus WZ 47.59.2) ▪ Geschenkartikel (entsprechend aus WZ 47.59.2; WZ 47.59.9) ▪ Rundfunkgeräte (entsprechend aus WZ 47.43.0) ▪ Fernseh- und Phonotechnische Geräte (entsprechend aus 47.43.0) ▪ Video- und DVD-Geräte (entsprechend aus WZ 47.43.0) ▪ Digitalcameras (entsprechend aus WZ 47.78.2) | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Optische Geräte (Sehhilfen, Ferngläser, Fotoapparate), (WZ.47.78.2) ▪ Augenoptiker (WZ 47.78.1) ▪ Fotoartikel (entsprechend aus WZ 47.78.2) ▪ Tonträger (entsprechend aus 47.63.0) ▪ Speichermedien (Disketten, CDs, DVDs); entsprechend aus WZ 47.63.0) ▪ Telefone (entsprechend aus 47.42.0) ▪ PC und Zubehör (Hard- und Software); (WZ 47.41) ▪ Elektrische Haushaltsgeräte; (WZ 47.54.0) ▪ Musikinstrumente und Musikalien (WZ 47.59.3) ▪ Sammlerbriefmarken und Numismatikartikel (entsprechend aus WZ 47.78.3) ▪ Spielwaren, Bastelbedarf, Modellbau (WZ 47.65.0) ▪ Sportartikel und Sportkleingeräte (entsprechend aus WZ 47.62.2) ▪ Fahrräder und Zubehör ((WZ 47.64.1) ▪ Sanitätshausartikel / Medizintechnische Geräte (WZ 47.74.0) ▪ Parfümerie und Kosmetikartikel (entsprechend aus WZ 47.75.0) |
|---|--|

Unter Berücksichtigung der analysierten Angebotsstrukturen in der Stadt Troisdorf und ihrer Standort- bzw. Entwicklungspotenziale sind folgende Sortimente als **nicht zentrenrelevant** einzuordnen:

- Möbel, Antiquitäten
- Tapeten
- Bodenbeläge, Teppiche
- Farben, Lacke
- Lampen, Leuchten
- Baustoffe, Baumarktartikel
- Sanitärwaren
- Werkzeuge, Eisenwaren
- Autozubehör, Reifen
- Büromöbel
- Gartenartikel, Pflanzen, Blumen, Sämereien
- Campingartikel
- Sportgroßgeräte (z.B. Hometrainer, Krafttrainingsgeräte, Boote, etc.)
- Sperrige Artikel im Segment Babybedarf (Kinderwägen, Bobbycars, etc.; Baby- und Kinderbetten, Wickelkommoden)
- Zoobedarf (Zubehör und Lebewesen)

Für den großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Sortiment sollte nach Bedarf Baurecht geschaffen werden. In der Regel sind hier negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche nicht zu erwarten. Dennoch bleiben Auswirkungen auf den Verkehr und die Umwelt zu überprüfen.

Standortpotenziale für großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten sind vor allem an verkehrsorientierten Standorten in Gewerbege-

bieten gegeben. Grundsätzlich zu diskutieren wären Ansiedlungen in folgenden Standortbereichen:

- Gewerbegebiet Biberweg / Langbaugh-Straße
- Gewerbegebiet Belgische Allee
- Standortbereich Spicher Straße
- Standortbereich Mendener Straße

Zu beachten sind die Rahmenseetzungen des § 24a LEPro NRW, dass großflächiger Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten nur in solchen Standortarealen ausgewiesen werden kann, die im Regionalplan als Allgemeiner Siedlungsbereich (ASB) dargestellt sind.

Einzelhandelsansiedlungen sollten grundsätzlich keine Engpässe in Bezug auf potenzialstarke Gewerbegebiete verursachen. Die Standortattraktivität Troisdorfs resultiert gerade aus der weitgehenden Authentizität der Gewerbe- und Industriegebiete, die bisher nur an wenigen Standorten durch Einzelhandelsnutzungen durchbrochen ist. Diese restriktive, qualitätsorientierte Stadtplanung sollte auch grundsätzlich beibehalten werden.

In Bezug auf den Standortbereich Spicher Straße bleibt anzumerken, dass, alles in allem kaum zusätzliche Entwicklungsreserven vorhanden sind. Hingewiesen sei auch auf die grundsätzliche Empfehlung, diesen Einzelhandelsstandort nicht mehr deutlich gegenüber der City und den Ortskernlagen aufzuwerten.

7 ANHANG

7.1 Bestimmung des Marktgebietes und des Nachfragepotenzials

Das Marktgebiet wird auf Basis einer intensiven Wettbewerbsanalyse vor Ort abgegrenzt. Ergänzend werden auch ökonometrische Modellrechnungen nach HUFF (siehe nähere Erläuterung im Glossar) berücksichtigt. In der Regel erfolgen Anpassungen gegenüber dem Rechenmodell. Ggf. liefern Haushaltsbefragungen und Expertengespräche ergänzende Informationen.

Einflussgrößen für die Berechnung des Marktgebietes sind:

- Geographische, örtliche und verkehrsbedingte Faktoren,
- Zeitdistanzen (Messungen der Wegezeiten) zwischen den Wohnorten der Konsumenten und den zentralen Einkaufsorten im Einzugsbereich,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an der Kaufkraft,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an Zentralitätsindices der verschiedenen Bedarfsbereiche.

Das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial leitet sich ab aus:

- der Attraktivität der Konkurrenzorte,
- der geographischen Lage der Konkurrenzorte,
- der Einwohnerzahl im Einzugsbereich,
- den Kaufkraftverhältnissen im Einzugsbereich und
- den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben pro Kopf und Jahr.

Die Kaufkraftkennziffer berücksichtigen unterschiedliche Kaufkraftniveaus der Bevölkerung in Deutschland.

Die verwendeten Kaufkraftkennziffern wurden von mb research, Nürnberg ermittelt. In die Datengrundlagen sind Informationen der CIMA GmbH mit eingeflossen.

Grundlage für die Potenzialberechnung im Einzelhandel sind die jährlichen Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung. Hierzu liegen Daten vor, die aus umfangreichem, sekundärstatistischem Material, Eigenerhebungen im Rahmen von Standortanalysen und Betriebsberatungen resultieren. Keine Berücksichtigung finden dabei die Verbrauchsausgaben für Kraftfahrzeuge, Landmaschinen, Brennstoffe und Mineralölerzeugnisse. In Abzug gebracht ist der Anteil des Versandhandels an den Verbrauchsausgaben, sodass nur der Pro-Kopf-Verbrauch, der im stationären Einzelhandel realisiert wird, in die Berechnungen eingeht. Jeder Person, vom Baby bis zum Greis, steht entsprechend dieser Verbrauchsausgaben-Ermittlung pro Jahr ein Betrag in Höhe von

5.288 €

für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung (Vorausberechnung für das Jahr 2010).

Die Nachfragepotenziale in den einzelnen Warengruppen ergeben sich aus dem Produkt der (rein rechnerisch) gebundenen Einwohner und den Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben. Diese werden mit den jeweiligen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern gewichtet.

Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation

Im Rahmen der Untersuchung wurde eine Bestandsaufnahme aller existierenden Einzelhandelsbetriebe durchgeführt. Entscheidendes Kriterium für die Erfassung eines Betriebes ist dabei die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Erhebung von einer branchentypischen Geschäftstätigkeit ausgegangen werden kann. Die Klassifizierung aller erfassten Betriebe erfolgte nach folgenden Merkmalen:

- Lage des Betriebes (Zentrum, integrierte Lage sowie Peripherie),
- Branche,
- Betriebstyp,
- Verkaufsfläche,
- Sortimentsniveau,
- allgemeiner Zustand des Betriebes.

Die Zuordnung eines Betriebes zu einer Branche orientiert sich grundsätzlich am Schwerpunkt des angebotenen Sortiments. Handelt es sich um Betriebe mit mehreren Sortimentsbereichen (z.B. Warenhäuser, Verbrauchermärkte), so wird für die Bestimmung der gesamten Verkaufsfläche je Branche im betreffenden Untersuchungsort eine Aufspaltung in alle wesentlichen Warengruppen vorgenommen. Die Klassifizierung der Betriebstypen orientiert sich an folgenden Kriterien:

- Bedienungsform,
- Preisniveau,
- Sortimentstiefe und -breite,
- Verkaufsfläche.

Bei der Bestandserhebung erfolgt eine Differenzierung nach 33 Warengruppen, die in folgender Abb. 46 dokumentiert sind.

Abb. 46 CIMA-Warengruppen

Periodischer Bedarf	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lebensmittel ▪ Reformwaren ▪ Apotheken ▪ Drogerie- und Parfümerieartikel 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sanitätshäuser ▪ Schnittblumen ▪ Zeitschriften (Kiosk-Sortiment)
Persönlicher Bedarf	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bekleidung ▪ Wäsche ▪ Schuhe 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Akustik, Optik ▪ Schmuck, Uhren ▪ Koffer, Lederwaren
Medien, Technik	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bücher ▪ Bürobedarf, Schreibwaren ▪ Elektrogeräte, Leuchten 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Unterhaltungselektronik ▪ Foto ▪ Bürokommunikation, PC
Spiel, Sport, Hobby	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sportartikel ▪ Spielwaren ▪ Fahrräder 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Musikinstrumente, Sammelhobbies, Waffen, etc.
Geschenke, Glas, Keramik, Porzellan, Hausrat	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Geschenkartikel, GPK, Hausrat, Haushaltswaren 	
Einrichtungsbedarf	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Heimtextilien, Teppiche ▪ Möbel 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Antiquitäten, Galerien, weiterer Einrichtungsbedarf
Baumarktspezifisches Sortiment	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Blumen, Pflanzen (außer Schnittblumen) ▪ Zooartikel ▪ Baumarktspezifisches Sortiment 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten ▪ Kfz-Zubehör

Quelle: CIMA GmbH. 2009.

7.2 Abgrenzung von Betriebstypen

Wir unterscheiden zwischen den folgenden Betriebstypen:

▪ **Fachgeschäft**

Sehr unterschiedliche Verkaufsflächengrößen, branchenspezialisiert, tiefes Sortiment, in der Regel umfangreiche Beratung und Kundenservice.

▪ **Fachmarkt**

Großflächiges Fachgeschäft mit breitem und tiefem Sortimentsangebot, in der Regel viel Selbstbedienung und Vorwahl, häufig knappe Personalbesetzung.

▪ **Supermarkt**

Ca. 400 m² bis 1.500 m² Verkaufsfläche, Lebensmittelvollsortiment inklusive Frischfleisch, in der Regel ab 800 m² Verkaufsfläche bereits zunehmender Non-Food-Anteil.

▪ **Lebensmittel-Discounter**

Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 300 m² und 800 m² Verkaufsfläche, ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit geringer Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen.

▪ **Fachmarktzentrum**

Großflächige Konzentration mehrerer Fachmärkte verschiedener Branchen, i.d.R. kombiniert mit einem Verbrauchermarkt und/oder einem Lebensmittel-

Discounter, meist zusammen über 8.000 m² VKF, periphere Lage, viele Parkplätze.

▪ **Verbrauchermarkt**

Verkaufsfläche ca. 1.500 m² bis 5.000 m², Lebensmittelvollsortiment und mit zunehmender Fläche ansteigender Anteil an Non-Food-Abteilungen (Gebrauchsgüter).

▪ **SB-Warenhaus**

Verkaufsfläche über 5.000 m², neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Standort häufig peripher, großes Angebot an eigenen Kundenparkplätzen.

▪ **Warenhaus**

In der Regel Verkaufsflächengröße über 3.000 m², Lebensmittelabteilung, breites und tiefes Sortiment bei den Non-Food-Abteilungen, in der Regel zentrale Standorte.

▪ **Kaufhaus**

In der Regel Verkaufsflächen über 1.000 m², breites, tiefes Sortiment, im Gegensatz zum Warenhaus meist mit bestimmtem Branchenschwerpunkt.

▪ **Shopping-Center**

Großflächige Konzentration vieler Einzelhandelsfachgeschäfte diverser Branchen, Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe i.d.R. unter einem Dach, oft

ergänzt durch Fachmärkte, Kaufhäuser, Warenhäuser und Verbrauchermärkte; großes Angebot an Kundenparkplätzen; i.d.R. zentrale Verwaltung und Gemeinschaftswerbung.

- **Mall in einem Shopping-Center**

Zentraler, oft hallenartiger, überdachter Raum im Shopping-Center, von dem aus die einzelnen Betriebe zugänglich sind. Hier finden Aktionen und Veranstaltungen statt, Einzelhändler präsentieren ihre Waren in der Mall oft vor dem Geschäft.

7.3 Glossar

Handelszentralität: Relation von Einzelhandelsumsatz zu Nachfragevolumen bezogen auf eine definierte räumliche Einheit. Die Handelszentralität wird in Prozent als Messzahl ausgewiesen. Handelszentralitäten von über 100 signalisieren Kaufkraftzuflüsse. Der Umsatz liegt dann über dem Nachfragevolumen. Handelszentralitäten von unter 100 zeigen per Saldo Kaufkraftabflüsse auf. Der realisierte Einzelhandelsumsatz liegt unter dem Nachfragevolumen. Handelszentralitäten werden für Stadtgebiete insgesamt, aber auch für Stadtteile und einzelne Nahversorgungsbereiche ausgewiesen.

Marktdurchdringung Innenstadt: Relation von Einzelhandelsumsatz in der Innenstadt zum Nachfragevolumen im Stadtgebiet. Die Marktdurchdringung beschreibt die Stärke des innerstädtischen Einzelhandels in der Kaufkraftbindung im Stadtgebiet. In den innerstädtischen Kernsortimenten sollten die Marktdurchdringungskennziffern im Bereich von 100 oder darüber liegen.

Marktabschöpfung: Relation des Einzelhandelsumsatzes einer Stadt zum Nachfragevolumen im gesamten Einzugsbereich. Die Marktabschöpfung beschreibt somit den Marktanteil des städtischen Einzelhandels im Einzugsbereich.

Nachfragevolumen: Verfügbares Einkommen für Ausgaben im Einzelhandel. Das Nachfragevolumen berechnet sich aus dem Produkt der warengruppenspezifischen Verbrauchsausgaben je Einwohner und der Einwohnerzahl. Das Ergebnis wird gewichtet mit der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer der CIMA / BBE in Kooperation mit mb research, Nürnberg. Hierdurch werden regionale Einkommensunterschiede nachgezeichnet. Die Verbrauchsausgaben im Einzelhandel je Einwohner belaufen sich für 2009 auf 5.297 € je Einwohner.

Potenzialreserve: beschreibt Kaufkraft, die zusätzlich von außerhalb des Einzugsbereichs oder durch zusätzliche Bevölkerungspotenziale im Einzelhandel einer Stadt gebunden werden kann. Dies sind Ausgaben von Gästen, Geschäftsreisenden und Touristen sowie seltene Einkäufe von Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes. Ebenso fallen Ausgaben von Einwohnern mit Zweitwohnsitz in diese Kategorie. Dies betrifft z.B. im Besonderen Studenten. Die Potenzialreserve wird je nach den städtischen Strukturen, ihrem Aufkommen an Studenten und ihrer Bedeutung als Tourismusdestination mit 2 % bis 8 % des Nachfragevolumens im Einzugsgebiet angesetzt.

HUFF-Modell: Das HUFF-Modell ist ein ökonometrisches Rechenmodell zur Ermittlung von Kaufkraftströmen. Es berücksichtigt die Attraktivitäten von Einkaufsorten und Zeitdistanzen zwischen Wohn- und Einkaufsorten. Der Wettbewerb zwischen verschiedenen Zentren und die Distanzen zwischen Wohn- und Einkaufsorten bestimmen die Sogwirkung (Gravitation) einzelner Einkaufsorte. Im Modell können auch besondere Barrieren wie Grenzen, topo-

graphische Hindernisse (Bergrücken, Flüsse) oder landsmannschaftlich geprägte Verhaltensmuster berücksichtigt werden. Eine rein mathematische Betrachtung führt immer nur zu einer Annäherung an die Wirklichkeit. Anpassungen sind aufgrund von Befragungen, Expertengesprächen und Standortbewertungen vor Ort vorzunehmen. Entscheidend für das jeweilige Ergebnis sind die Prämissen in Bezug auf das örtliche Konsumentenverhalten und die jeweilige Attraktivität der Einkaufsorte.

Das HUFF-Modell dient nicht nur der Abgrenzung von Einzugsbereichen, sondern ist als ‚Denkmodell‘ auch Ansatz zur Ermittlung von Umsatzverlagerungseffekten bei neu in den Markt eintretenden Mitbewerbern.

Grundsätzlich sind folgende Prämissen bei der Ermittlung von Umsatzverlagerungseffekten von Bedeutung:

- Gleichartige Betriebskonzepte und Absatzformen stehen intensiver im Wettbewerb als unterschiedliche Absatzformenkonzepte. Somit konkurriert ein SB-Warenhaus zunächst unmittelbar mit benachbarten SB-Warenhausstandorten; ein Lebensmitteldiscounter unmittelbar mit benachbarten Lebensmitteldiscountern.
- Große Unterschiede in den Angebotsqualitäten zwischen den geplanten Vorhaben und dem vorhandenen Einzelhandelsangebot führen schneller zu einem ‚Rutschbahneffekt‘ und somit zu höheren Umsatzverlagerungen. Sie sind geringer, wenn der Abstand in den Angebotsqualitäten deutlich geringer ausgeprägt ist.

- Je besser die regionale Verkehrsanbindung des Projektstandortes, umso größer ist die Reichweite in die Region. Es bestehen optimale Akquisitionspotenziale.
- Erfolgt eine Projektentwicklung an einem Standort und in einem Segment mit bereits deutlichen Kaufkraftzuflüssen aus dem Umfeld, werden deutlich höhere Umsatzverlagerungen vor Ort generiert, als wenn noch von einem Angebotsdefizit auszugehen wäre.
- Die prognostizierten Umsatzerwartungen der zu diskutierenden Projektvorhaben fußen auf warengruppen-, betriebstypen- und firmenspezifischen Flächenproduktivitäten. Neben der CIMA GmbH vorliegenden Umsatzdaten wird der aktuelle Stand der Branchenberichterstattung berücksichtigt. In die Ausweisung konkreter Planumsätze fließen die konkreten Standortbedingungen und die Attraktivität der Projektentwicklung aus der Kopplung mit anderen Absatzformen mit ein.