



# Gutachten zur Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes für die Stadt

## KOBLENZ

Auftraggeber: Stadt Koblenz

Projektleitung: Monika Kollmar, Niederlassungsleitung  
Beate König, Dipl.-Geogr.  
Dirk Riedel, Dipl.-Kfm. | Wirtschaftsgeogr. M.A.

Köln, Endfassung Februar / November 2015



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH  
Ludwigsburg | Büros in Dresden, Hamburg, Köln, München  
Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl  
50679 Köln, Siegburger Straße 215  
Telefon: 0221 – 989438-0 Telefax: 0221 – 989438-19  
eMail: office.koeln@gma.biz, <http://www.gma.biz>

## **Vorbemerkung**

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept Koblenz hat sich als Instrument zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels in der Stadt Koblenz grundsätzlich bewährt. Seit der Erstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes im Jahr 2008 / 2009 gab es beim örtlichen Einzelhandel wichtige Entwicklungen, z. B. den Bau des Mittelrhein-Forums oder die Ansiedlung eines Globus SB-Warenhauses in der Mailust. Weitere großflächige Einzelhandelsvorhaben sind in Planung oder Umsetzung (z. B. Edeka / Norma / dm in Metternich). Vor diesem Hintergrund wurde die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, mit der Fortschreibung des Gutachtens beauftragt.

Für die Bearbeitung der vorliegenden Untersuchung erfolgten im Herbst 2013 eine Erhebung des Einzelhandelsbestandes im Stadtgebiet sowie die Kartierung der sonstigen zentrenprägenden Nutzungen (z. B. Dienstleistungen, Gastronomie) sowie der Leerstände in den Zentren durch GMA-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter. Des Weiteren wurde 2014 eine telefonische Haushaltsbefragung zum Einkaufsverhalten bei der Nahversorgung durchgeführt. Darüber hinaus konnten zur Bearbeitung Daten der Stadt Koblenz, des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz, des Statistischen Bundesamtes sowie der Bertelsmann-Stiftung herangezogen werden. Während der Bearbeitung des Gutachtens fand im Rahmen von Arbeitskreissitzungen eine intensive Abstimmung mit den verantwortlichen Akteuren der Stadtverwaltung Koblenz (Stadtplanungsamt, Wirtschaftsförderung) statt.

Im Februar 2015 legte die GMA den Entwurf des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes in Berichtsform vor; anschließend wurde der Entwurf im Rahmen einer informellen Beteiligung den Nachbargemeinden sowie der Planungsgemeinschaft Mittelrhein-Westerwald zur Abgabe von Stellungnahmen zur Verfügung gestellt. Im vorliegenden Endbericht wurden die Anregungen und Hinweise - soweit zielführend für die Standortsteuerung im Einzelhandel in Koblenz – eingearbeitet.

Sämtliche Ausgangsdaten wurden von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet und nach neuesten wissenschaftlichen Standards ausgewertet. Die Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der Stadt Koblenz und stellt die Grundlage für eine Beschlussfassung durch den Stadtrat dar.

Vorliegendes Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger Genehmigung durch die Stadt Koblenz oder die GMA und unter Angabe der Quelle erlaubt.

G M A  
Gesellschaft für Markt- und  
Absatzforschung mbH  
2015  
Büro Köln

Köln, Februar / November

KO/RLD-aw

<b>INHALTSVERZEICHNIS</b>	<b>Seite</b>
<b>Vorbemerkung</b>	
<b>I. Rahmenbedingungen und wesentliche Strukturdaten der Stadt Koblenz</b>	<b>1</b>
1. Ausgangslage und Aufgabenstellung	1
2. Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland	2
2.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung und ihre städtebauliche Bedeutung	3
2.2 Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel	6
2.3 Entwicklungstrends im Nonfood-Einzelhandel	9
2.4 Internethandel	13
3. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel	14
3.1 Bauplanungsrecht	14
3.2 Landes- und Regionalplanung	17
4. Standortbeschreibung und wesentliche Strukturdaten der Stadt Koblenz	18
<b>II. Angebots- und Nachfragesituation</b>	<b>24</b>
1. Angebotssituation	24
1.1 Einzelhandelsbestand	24
1.2 Räumliche Verteilung des Einzelhandels im Stadtgebiet	26
1.2.1 Verteilung nach Stadtteilen	26
1.2.2 Verteilung nach Standortlagen	27
1.3 Veränderungen des Einzelhandelsbestandes in Koblenz 2008 bis 2013	29
2. Nachfragesituation	31
2.1 Anmerkungen zum Einzugsgebiet des Koblenzer Einzelhandels	31
2.2 Bevölkerung und Kaufkraft	34
2.3 Kaufkraftprognose bis 2020	36
3. Bewertung der Einzelhandelsausstattung und Empfehlungen zur Weiterentwicklung	37
3.1 Ausstattungskennziffern	37
3.2 Zentralität	39
3.3 Zusammenfassende Bewertung und Empfehlungen	40
4. Nahversorgungssituation in Koblenz	45

4.1	Entwicklung der Nahversorgung	45
4.2	Bedeutung verschiedener Betriebstypen für die Nahversorgung	46
4.3	Bewertung der Nahversorgungssituation und Empfehlungen zur Weiterentwicklung in der Stadt Koblenz	49
<b>III.</b>	<b>Die Nahversorgungssituation in Koblenz aus Sicht der Verbraucher</b>	<b>64</b>
1.	Einkauf von Waren des täglichen Bedarfs	65
1.1	Haupteinkaufsort für Waren des täglichen Bedarfs	65
1.2	Verkehrsmittelwahl zum Haupteinkaufsort für Waren des täglichen Bedarfs	66
2.	Einkauf im eigenen Stadtteil	68
2.1	Einkaufshäufigkeit im eigenen Stadtteil	68
2.2	Eingekaufte Waren im eigenen Stadtteil	69
2.3	Verkehrsmittelwahl für den Einkauf im eigenen Stadtteil	72
2.4	Einkaufshäufigkeit außerhalb des eigenen Stadtteils	73
2.5	Gründe für den Einkauf außerhalb des eigenen Stadtteils	74
2.6	Vermisste Angebote im eigenen Stadtteil	76
3.	Einkauf von sonstigen Waren	79
<b>IV.</b>	<b>Zentrenkonzept für die Stadt Koblenz</b>	<b>82</b>
1.	Standortkonzept	84
1.1	Begriffserklärung zentrale Versorgungsbereiche	84
1.2	Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in Koblenz	90
2.	Sortimentskonzept	94
3.	Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung und Standortsteuerung	102
3.1	Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche	104
3.2	Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche	106
4.	Empfehlungen zur Umsetzung des Zentrenkonzeptes	110
<b>V.</b>	<b>Teilräumliche Handlungsempfehlungen</b>	<b>112</b>
1.	Versorgungsraum 01 Stadtteile Altstadt, Mitte	113
2.	Versorgungsraum 02 Stadtteile Süd, Oberwerth, Stolzenfels	117
3.	Versorgungsraum 03 Stadtteile Karthause Nord, Karthäuserhofgelände, Karthause Flugfeld	120

---

4.	Versorgungsraum 04 Stadtteile Goldgrube, Rauental	122
5.	Versorgungsraum 05 Stadtteile Moselweiß, Lay	128
6.	Versorgungsraum 06 Stadtteile Lützel, Neuendorf, Wallersheim, Kesselheim	129
7.	Versorgungsraum 07 Stadtteile Metternich, Rübenach, Bubenheim	138
8.	Versorgungsraum 08 Stadtteil Güls	148
9.	Versorgungsraum 09 Stadtteile Ehrenbreitstein, Asterstein, Arzheim	150
10.	Versorgungsraum 10 Stadtteile Niederberg, Arenberg, Immendorf	155
11.	Versorgungsraum 11 Stadtteile Pfaffendorf, Pfaffendorfer Höhe, Horchheim, Horchheimer Höhe	161
	Verzeichnisse	166

## **I. Rahmenbedingungen und wesentliche Strukturdaten der Stadt Koblenz**

### **1. Ausgangslage und Aufgabenstellung**

Die Stadt Koblenz mit ca. 110.000 Einwohnern verfügt als Oberzentrum über eine weit-räumige Ausstrahlung und Bedeutung als Einzelhandelsstandort im nördlichen Rheinland-Pfalz. Zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels in der Stadt wird seit vielen Jahren ein kommunales Einzelhandelskonzept genutzt. Zuletzt wurde das kommunale Einzelhandelskonzept im Jahr 2008 / 2009 von Borchert GeoInfo erstellt.<sup>1</sup>

Vor dem Hintergrund der geänderten Rechts- und Planungsgrundlagen sowie der in den vergangenen Jahren fortgeschrittenen Rechtsprechung zur Einzelhandelssteuerung und insbesondere zum Begriff der „zentralen Versorgungsbereiche“, soll das kommunale Einzelhandelskonzept nunmehr fortgeschrieben werden. Mit dem vorliegenden Gutachten soll auch eine Fortschreibung und Erfassung der Angebotsstrukturen im Einzelhandel und der Nachfragesituation sowie nicht zuletzt eine Darstellung und Bewertung der Veränderungen gegenüber 2008 / 2009 vorgenommen werden. Auf dieser Basis werden Steuerungsempfehlungen entwickelt, zentrale Versorgungsbereiche abgegrenzt und Ergänzungsstandorte definiert bzw. überprüft. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf der Nahversorgung im Stadtgebiet Koblenz.

Zur Bewertung und zur Fortschreibung des Gutachtens zum kommunalen Einzelhandelskonzept wurde im August / September 2013 eine Vollerhebung der Bestandsdaten des Einzelhandels in der Stadt Koblenz durchgeführt. Des Weiteren wurde eine telefonische Haushaltsbefragung zur Nahversorgung durchgeführt. Im Ergebnis sollen Entwicklungspotenziale insbesondere in Bezug auf die Nahversorgung in den Stadtteilen abgeleitet werden.

Für die Definition und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche wurden darüber hinaus die Komplementärnutzungen (Dienstleistungen, Gastronomie, Freizeit- / Kultureinrichtungen, öffentliche Einrichtungen etc.) sowie die leerstehenden Ladenlokale in den

---

<sup>1</sup> Borchert Geo Info GmbH, Einzelhandels- und Zentrenkonzept Koblenz, Juni 2009.

Bereichen mit Zentren- bzw. Verdichtungsansätzen erfasst. Diese Daten wurden in ein GIS (Geografisches Informations-System) eingearbeitet und der Stadt Koblenz in digitalisierter und fortschreibungsfähiger Form übergeben. Während der Bearbeitung des Gutachtens erfolgte eine intensive Abstimmung mit den verantwortlichen Akteuren der Stadtverwaltung Koblenz.

Der vorliegende Bericht umfasst folgende Untersuchungsbausteine:

- Darstellung der allgemeinen Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung und der planungsrechtlichen Rahmenbedingungen zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel
- Standortbeschreibung und wesentliche Strukturdaten der Stadt Koblenz
- Analyse und Bewertung der Angebots- und Nachfragesituation des Einzelhandels in Koblenz; Analyse des Einzelhandelsbestandes, Berechnung und Prognose der Kaufkraftpotenziale
- Darstellung und Kommentierung der Einzelhandelsentwicklung seit 2008
- Einschätzung der Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels bis 2020
- Darstellung der Ergebnisse der durchgeführten telefonischen Haushaltsbefragung
- Überprüfung der Zielsetzungen zur Einzelhandelsentwicklung in Koblenz
- Überprüfung und ggf. Anpassung des Zentren- und Standortstruktur inkl. Neuabgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche
- Überprüfung der Sortimentsliste für die Stadt Koblenz
- Empfehlungen zur Sicherung und Stärkung der Nahversorgungsstruktur
- Empfehlungen für die Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels
- Empfehlungen zur planungsrechtlichen Steuerung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung und ihrer Umsetzung.

## **2. Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland**

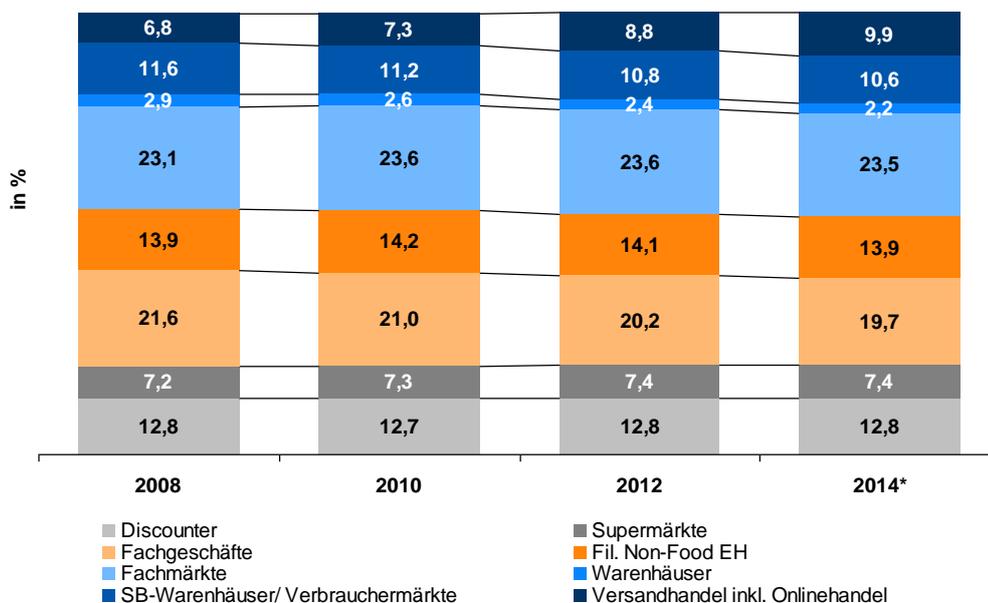
Eine Beurteilung möglicher Entwicklungschancen der Einzelhandelsstandorte in der Stadt Koblenz kann nicht losgelöst von wesentlichen Entwicklungstrends des Einzelhandels in

Deutschland erfolgen. Nachfolgend werden daher die strukturprägenden Aspekte des Wandels auf der Nachfrage- und Angebotsseite dargestellt.

## 2.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung und ihre städtebauliche Bedeutung

Seit Anfang der 1970er Jahre vollzieht sich im deutschen Einzelhandel ein **Strukturwandel**, der v. a. zu Lasten unternehmergeführter Fachgeschäfte geht. In den letzten Jahrzehnten ging der Facheinzelhandel zurück, während neue Betriebsformen wie Discounter, Fachmärkte und bundesweit agierende Filialunternehmen sowie Franchisekonzepte zunahmen, welche ihre größenbedingten, beschaffungsseitigen und logistischen Vorteile nutzen. Entsprechend der Abnahme der Fachgeschäfte verringerte sich auch deren Marktanteil, allein seit 2006 schwächte sich dieser von rd. 25 % auf derzeit 20 % ab. Hingegen konnten der filialisierte Nonfood-Einzelhandel, Fachmärkte und Discounter zulegen (vgl. Abbildung 1).

**Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile ausgewählter Betriebsformen in Deutschland**



\*Prognose / Quelle: EHI – handelsdaten.de

Neben gesellschaftlichen und demografischen Wandlungsprozessen (u. a. Stagnation bzw. Rückgang der Bevölkerung, wachsender Anteil älterer Menschen, Trend zu kleineren Familieneinheiten) hat die **Neubewertung von Standortfaktoren und Standortqualitäten** durch Einzelhandelsunternehmen Veränderungen der Handelslandschaft ausgelöst. Gleichzeitig hat der **Anstieg der Mobilität** die Standortwertigkeit von Einkaufslagen verändert. Die Massenmobilität hatte folgende Effekte:

- Sie löste eine **Stadt-Umland-Wanderung** aus, d. h. es entstanden um die Stadtzentren herum neue Wohnstandorte. Ab einer gewissen Größe dieser Siedlungsbereiche waren die Voraussetzungen für die Entwicklung neuer Versorgungslagen gegeben.
- Sie ermöglichte die **Etablierung autokundenorientierter Standorte** außerhalb geschlossener Siedlungskörper. Als besonders „profitable“ Einzelhandelsstandorte kristallisierten sich v. a. die Schnittstellen von Fern- und Bundesstraßen sowie Durchgangs- und Ausfallstraßen mit hoher Verkehrsfrequenz heraus.
- Sie bedingte einen **stetig wachsenden Stellplatzbedarf** und stellte damit den Handel in den Innenstädten vor schwierig oder nur sehr kostenaufwändig zu lösende Probleme.
- Die **Benutzung des Pkw zum Warentransport** erhöhte sukzessive die Bedeutung des sog. „One-Stop-Shopping“. Von der Entwicklung des „Kofferraumeinkaufs“ profitierten v. a. Großflächenbetriebe mit einem breiten und tiefen Warenangebot, wie z. B. SB-Warenhäuser und Fachmärkte.

Vor allem durch die Zuwächse großflächiger Betriebe verzeichnete der Einzelhandel in Deutschland zwischen 1995 und 2011 einen **Verkaufsflächenzuwachs** von ca. 27 Mio. m<sup>2</sup> (+ 28 %). Das Verkaufsflächenwachstum des Einzelhandels vollzog sich in den vergangenen Jahren im Wesentlichen außerhalb traditioneller Geschäftslagen. In der Folge wuchsen die **Verkaufsflächen an dezentralen und solitären Standorten** stark an, während die Geschäftslagen der Innenstädte, der Stadtteilzentren und der Nahversorgungslagen einen Bedeutungsverlust hinnehmen mussten.

Im Hinblick auf die **Entwicklung des Einzelhandels in den Innenstädten und Ortszentren** waren in den vergangenen Jahren folgende Trends festzustellen:

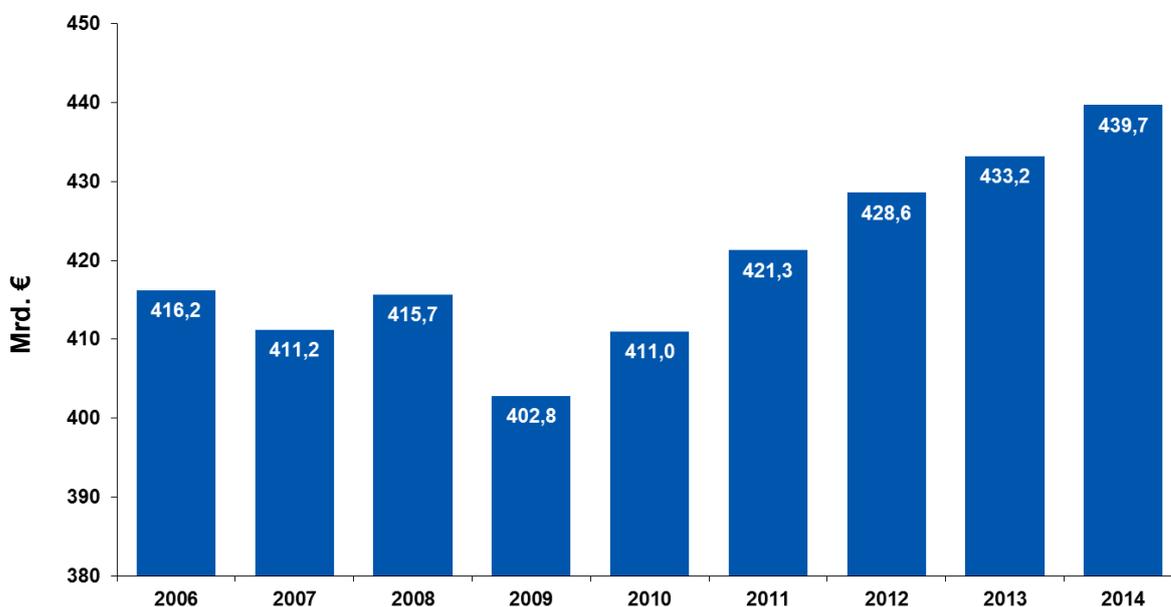
- Die **Konsumzurückhaltung** breiter Bevölkerungsschichten und der Wunsch der Verbraucher v. a. preiswert einzukaufen, hat zu einer Absenkung des Qualitätsniveaus geführt; vielerorts geraten dadurch v. a. Anbieter des mittleren Preissegmentes unter Druck.
- Die 1b- und 1c-Lagen haben mit einem Bedeutungsverlust zu kämpfen. Hier treten verstärkt **Fluktuation, Mindernutzungen und Leerstandsbildung** auf.
- Die **Konzentration** im Einzelhandel führt in Innenstädten und Ortszentren nicht selten zur Uniformität des Betriebs- und Warenangebotes.
- Die Warenhäuser und der Fachhandel haben ihre Funktion als Leitbetriebe der Innenstädte z. T. verloren. An ihre Stelle treten Handelsmarken (sog. „**Retail Brands**“) aus dem Textilbereich, Elektronikmärkte und neuerdings auch Anbieter des täglichen Bedarfs (Drogeriewaren, auch Nahrungs- und Genussmittel). Auch Neuentwicklungen von **Shoppingcentern** finden – nicht zuletzt auch aufgrund des restriktiveren Planungsrechts an Grüne-Wiese-Standorten – zunehmend in Innenstädten statt. Betrug der Anteil innerstädtischer Shoppingcenter bis 1990 ca. 47 %, wuchs ihr Anteil an Shoppingcenter-Neueröffnungen auf ca. 76 % zwischen den Jahren 2011 und 2013.<sup>2</sup>
- Als erfolgreiche Angebotsform kristallisieren sich **Einkaufszentren** heraus. Ihr Markterfolg gründet sich u. a. auf ein stringentes Management und aufwändige Marketingmaßnahmen sowie attraktive bauliche Rahmenbedingungen (Stichworte: Sauberkeit, Sicherheit).

In der Gesamtbetrachtung wurde der beschriebene Strukturwandel des deutschen Einzelhandels durch eine beachtliche Verkaufsflächenexpansion begleitet. Da die Bruttoumsätze bis 2008 nominal nur noch leicht anstiegen, ist real, d. h. unter Berücksichtigung des Wertverlustes durch Inflation, eine rückläufige Entwicklung festzustellen (vgl. Abbildung 2). Die Zahlen für das Jahr 2009 zeigen einen deutlich sinkenden Einzelhandelsumsatz (ca. - 3 %). Ab dem Jahr 2010 ist wieder ein Anstieg der Umsatzleistungen im Einzelhandel zu beobachten. Dieser verläuft jedoch nicht parallel zum Verkaufsflächenwachstum, da mit steigenden Verkaufsflächen die Flächenproduktivitäten (Umsatz pro m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) i. d. R. sinken.

---

<sup>2</sup> Quelle: EHI, Einzelhandelsdaten aktuell, 2014.

**Abbildung 2: Entwicklung des deutschen Bruttoeinzelhandelsumsatzes**



\* Prognose

GMA-Darstellung 2015 nach EHI Retail Institute 2013

## 2.2 Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel

Von den **Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel** expandierten mit Abstand am stärksten die Lebensmitteldiscounter, wobei durch die hohe Filialdichte in Städten ebenfalls kleinere Gemeinden zunehmend für neue Discounter in Frage kamen. Aber auch Supermärkte<sup>3</sup> (ab 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und SB-Warenhäuser (ab 5.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) expandierten, kleinere SB-Geschäfte hingegen verzeichneten einen ausgesprochen starken Bedeutungsverlust.

Unter den Lebensmitteleinzelhändlern belegen der Edeka-Verbund (ca. 11.700 Märkte<sup>4</sup>), die Rewe Group (ca. 10.800 Märkte<sup>5</sup>) und die Schwarz-Gruppe (Lidl mit knapp 3.350 Filialen, Kaufland mit ca. 630 Filialen<sup>6</sup>) die ersten Plätze. Von den Discountern weist der zur

<sup>3</sup> vgl. Definition der Betriebstypen im Anhang.

<sup>4</sup> Quelle: Edeka-Verbund, Unternehmensbericht 2012

<sup>5</sup> Quelle: Rewe-Group, Geschäftsbericht 2012

<sup>6</sup> Quelle: EHI – handelsdaten.de

Edeka-Gruppe gehörende Netto Marken-Discount mit ca. 4.100 Filialen bundesweit die meisten Filialen auf, gefolgt von Lidl (ca. 3.350 Filialen), Aldi Nord (ca. 2.500 Filialen), Penny (ca. 2.200 Filialen), Aldi Süd (ca. 1.800 Filialen) und Norma (ca. 1.300 Filialen).

**Tabelle 1: Veränderung der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel**

Daten	2000	2012	Veränderung 2000 / 2012	
			abs.	in %
Discounter	12.770	16.393	+ 3.623	+ 28,4
Supermärkte, SB-Warenhäuser	11.543	12.360	+ 767	+ 6,6
Übrige Lebensmittelgeschäfte	45.900	10.064	- 35.836	- 78,1
<b>Insgesamt</b>	<b>70.263</b>	<b>38.817</b>	<b>- 31.446</b>	<b>- 44,8</b>

Quelle: EHI handelsdaten.de.

Als **Standorte** werden i. d. R. Lagen mit guter Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr und mit großen Stellplatzkapazitäten präferiert (vgl. Tabelle 2).

**Tabelle 2: Standortanforderungen der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)**

Daten	Lebensmittel-discounter	Supermarkt (inkl. Getränkemarkt)	Großer Supermarkt
Verkaufsfläche	800 – 1.300 m <sup>2</sup>	1.500- 2.500 m <sup>2</sup>	> 2.500 m <sup>2</sup>
Parkplätze	100	100	250
Grundstücksgröße	ab 5.000 m <sup>2</sup>	ab 5.000 m <sup>2</sup>	ab 8.000 m <sup>2</sup>
Einzugsgebiet	ab 5.000 EW	ab 5.000 EW	ab 15.000 EW

Quelle: GMA-Standortforschung 2014, ca.-Werte, gerundet

Besondere Bedeutung für die Entwicklung des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland kommt **discountierenden Angebotsformen** zu. Dabei handelt es sich um Vertriebskonzepte, die auf eine konsequente Niedrigpreispolitik setzen wie z. B. Lebensmitteldiscounter. Diese nehmen ihre Zielgruppenansprache in erster Linie über das Preisargument und verfügen über ein eingeschränktes Sortiment, dienen aber auch der Grundversorgung. Lebensmitteldiscounter weisen i. d. R. eine Fläche von mindestens 800 m<sup>2</sup> auf, wobei bei Neuansiedlungen mittlerweile generell Verkaufsflächengrößen über 800 m<sup>2</sup> angestrebt

werden. Die Marktführer Lidl und Aldi realisieren beispielsweise bei entsprechenden baurechtlichen Gegebenheiten inzwischen Filialen bis zu 1.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

Lebensmitteldiscounter verfügten im Jahr 2013 über einen Marktanteil im Lebensmittel-sektor von ca. 45 %.<sup>7</sup> Die anderen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels haben in den vergangenen Jahren hingegen eine divergente Entwicklung genommen. Supermärkte und SB-Warenhäuser expandierten, kleinere Lebensmittelgeschäfte hingegen verzeichneten einen Bedeutungsverlust. Gleichwohl erreichen auch Lebensmitteldiscounter seit kurzem ihre Wachstumsgrenze. Die Expansion durch neue Filialen wird nicht mehr von allen Betreibern verfolgt, vielmehr liegt der Schwerpunkt aufgrund der bundesweit hohen Discountdichte auf der Sicherung von Filialen, durch Erweiterung und / oder Standortverlagerungen. Damit verbunden ist v. a. die Verbesserung innerbetrieblicher Abläufe. Mit der Erweiterung verbunden ist regelmäßig auch die Integration eines Backshops. Im Übrigen ist eine Erweiterung des Sortiments mit der Erweiterung i. d. R. nicht vorgesehen.

Bei **Supermärkten** nahm auch die Verkaufsfläche / Einheit zu, was u. a. auf ein breiteres bzw. tieferes Sortiment zurückzuführen ist. Zudem stärken Betreiber von Supermärkten ihre Kernkompetenz bei Lebensmitteln, so wurde z. B. die Artikelanzahl der Frischwaren oder der regionalen Produkte erhöht und Spezialsortimente ausgebaut (z. B. Allergiker- / Diätprodukte, ethnische Spezialitäten). Die marktgängigen Formate liegen je nach Betreiber und Standortbedingungen bei etwa 1.500 – 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. In ländlichen Orten / Ortsteilen mit einer geringen Mantelbevölkerung werden auch Einheiten mit Verkaufsfläche von ca. 1.000 – 1.200 m<sup>2</sup> entwickelt. Bei den Betreibern liegt das Hauptaugenmerk in den letzten Jahren auf der Sicherung / Ausbau von Bestandsobjekten.

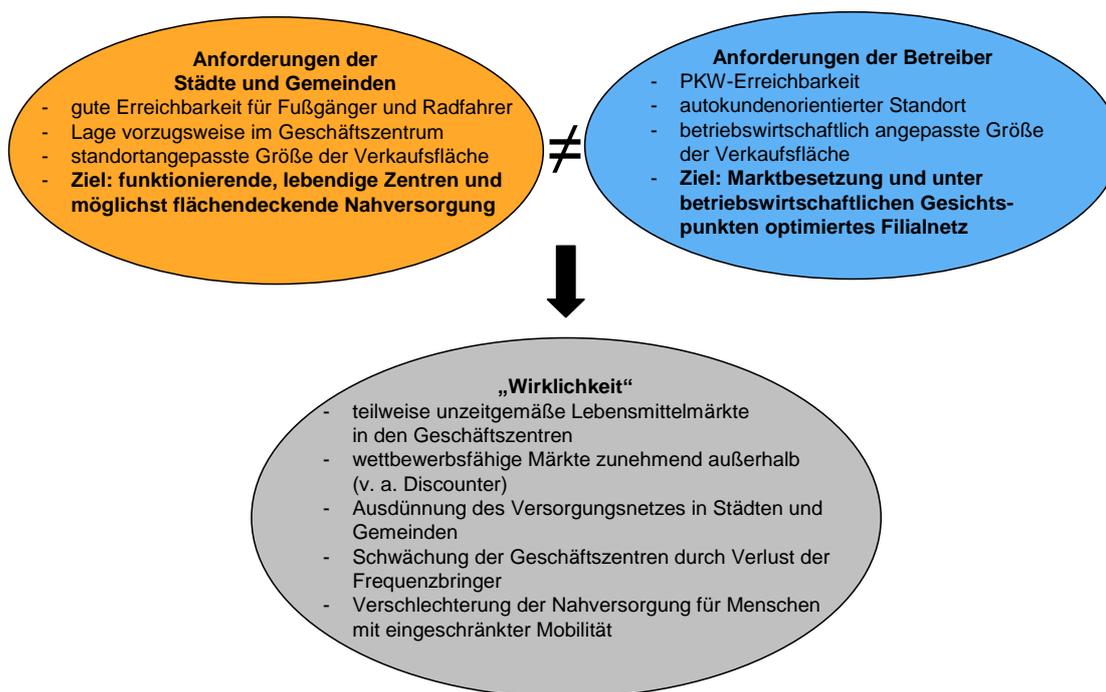
Grundsätzlich ist bei sog. Vollversorgern und Lebensmitteldiscountern die unterschiedliche Artikelzahl zu beachten. Während ein Supermarkt mit etwa 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bereits über 10.000 Artikel anbietet, reicht die Artikelzahl bei den Lebensmitteldiscountern von ca. 850 (Aldi Nord), ca. 2.000 (Lidl) bis zu ca. 4.000 (Netto-Marken-Discount). Sowohl bei Lebensmitteldiscountern, Supermärkten als auch bei Großen Supermärkten liegt das Schwergewicht auf Waren des kurzfristigen Bedarfs. Auch wenn bei Lebensmitteldiscountern bereits ca. 29 % der Artikel dem Nonfoodbereich zuzuordnen sind, liegt der Umsatzschwerpunkt doch eindeutig bei Nahrungs- und Genussmitteln (ca. 75 – 80 %).

<sup>7</sup> Quelle: EHI, Einzelhandelsdaten aktuell, 2014.

Auch das **Lebensmittelhandwerk** unterliegt starken Veränderungen, welche sich u. a. in einer starken Konzentration und Filialisierung zeigt. Die im vergangenen Jahrzehnt fortschreitende Filialisierung wurde begleitet von einem Rückgang der klassischen Bäckereien von rd. 47.400<sup>8</sup> (2002) auf 43.700 (2012). Dazu tragen eine Vielzahl an Faktoren, wie zunehmender Kostendruck, fehlende Nachfolger, aber auch immer mehr Backstationen in Discountern / Supermärkten bei. Eine ähnliche Entwicklung ist für Fleischereien festzuhalten, deren Zahl sich von rd. 18.800 (2002) auf rd. 14.400 (2012) verringerte.

Mit diesen Entwicklungen einher geht auch eine Veränderung der Nahversorgungssituation. Die Entwicklung der Nahversorgungsstandorte, die derzeit in deutschen Städten und Gemeinden Realität ist, wird in nachfolgender Abbildung dargestellt:

**Abbildung 3: Nahversorgungsrealität zwischen konträren Anforderungen**



GMA-Darstellung 2014

### 2.3 Entwicklungstrends im Nonfood-Einzelhandel

<sup>8</sup> Quelle: EHI – handelsdaten.de.

Zu den Branchen mit sehr weitreichenden Veränderungen zählt der **Einzelhandel mit Drogerie- / Parfümeriewaren**, was primär durch die Insolvenz des ehemaligen Marktführers Schlecker hervorgerufen wurde. Drogerie- / Parfümeriewaren werden stationär über Fachdrogerien, Parfümerien, Reformhäuser, Apotheken, Warenhäuser, Sonderpostenmärkte und den Lebensmitteleinzelhandel abgesetzt. Zum Kernsortiment eines Drogeriemarktes zählen Körperpflege, dekorative Kosmetik, Wasch-, Putz- / Reinigungsmittel, Hygieneprodukte, welche durch viele weitere Sortimente ergänzt werden.

Marktführer ist dm; allein im letzten Jahr hat das Unternehmen 135 neue Filialen (Einheiten zwischen ca. 650 und 800 m<sup>2</sup>) eröffnet, in diesem Jahr sollen etwa 150 weitere folgen<sup>9</sup>. Allerdings wird ein Einzugsgebiet von ca. 20.000 Einwohner pro Filiale benötigt.

**Tabelle 3: Die größten Drogeriemarktanbieter in Deutschland**

Betreiber			
Filialen*	1.350	1.754	487
Artikel	13.000	17.500	25.000
Sortiment	Drogerie / Kosmetik, Baby-nahrung, Tiernahrung, Bio-lebensmittel, Weine, Getränke, OTC, Babybekleidung, Geschenkartikel	Drogerie / Kosmetik, Baby-nahrung, Lebensmittel, Weine, Tiernahrung, Geschenkartikel, Schreib-, Spielwaren, OTC	Drogerie / Kosmetik, Baby-nahrung, Lebensmittel, Schreib- / Spielwaren, Haushaltswaren, Multimedia, Kurzwaren
* Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2013, S. 134 OTC = over the Counter: frei verkäufliche Arzneimittel GMA-Zusammenstellung 2015			

Von den weiteren Betreibern führt Müller das umfangreichste Sortiment auf einer Verkaufsfläche von mindestens 800 m<sup>2</sup> und mindestens 20.000 Einwohnern im Einzugsgebiet. Rossmann expandiert in Kommunen mit mindestens 8.000 Einwohnern; in Deutschland liegen die Einheiten bei etwa 650 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

Die ehemaligen Schlecker-Formate „Ihr Platz“ und „Schlecker XL“ wurden z. T. – sofern diese rentabel waren – von Rossmann oder dm übernommen. Auch Betreiber, wie z. B. Tedi (Sonderposten), KiK, Woolworth oder NKD mieteten ehemalige Schlecker-Flächen an. In kleineren Orten im ländlichen Raum und auf Stadtteilebene wurden die Filialen al-

<sup>9</sup> Quelle: Lebensmittelzeitung 43-13

lerdings häufig bisher noch nicht ersetzt. Die Nachvermietung typischer Schlecker-Einheiten in kleineren Ortschaften gestaltet sich insgesamt deutlich schwieriger, da diese oftmals sehr klein (200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, z. T. auch darunter) oder nur mit hohem finan-  
ziellem Aufwand überhaupt modernisierungsfähig sind.

Parallel zu den allgemeinen Entwicklungen im deutschen Einzelhandel fand auch in der **Textil – und Schuhbranche** ein starker Konzentrationsprozess zu Lasten kleiner und inhabergeführter Fachgeschäfte und zu Gunsten großer bundesweit agierender Filialisten statt. Der Handel mit Bekleidung / Textilien nutzt mehrere Vertriebsschienen, welche von inhabergeführten Fachgeschäften, Textilkaufhäusern, Kaufhäusern, Fachmärkten über Factory Outlet Center bis hin zum Lebensmitteleinzelhandel (Fachabteilungen) reicht. Bei den Fachmärkten waren v. a. Betriebe mit hoher Discountorientierung (z. B. Takko, KiK, NKD) sehr expansiv, deren übliche Einheiten zwischen etwa 300 m<sup>2</sup> und 700 m<sup>2</sup> liegen. Von KiK werden etwa 5.000 Einwohner, von NKD etwa 8.500 Einwohner und von Takko etwa 10.000 Einwohner in der Standortgemeinde jeweils benötigt.

Während das Marktvolumen im **Schuhfachhandel** sich leicht rückläufig entwickelte, konnten Schuhfachmärkte in der jüngeren Vergangenheit ihren Marktanteil im Vergleich zu Fachgeschäften kontinuierlich ausbauen. Zu den größten Schuhfachmarktanbietern in Deutschland zählen u. a. Reno, Deichmann, Siemes, Schuhhof, Tack und Görtz (HESS Schuhe). Schuhfachmärkte werden mit Einheiten ab ca. 500 m<sup>2</sup> i. d. R. realisiert. Die Mindestanforderung an die Einwohnerzahl fängt bei etwa 15 – 20.000 an. Für den stationären Schuheinzelhandel ist die starke Konkurrenz durch den Onlinehandel bezeichnend.

Die Einzelhandelsstrukturen bei **Elektrowaren** sind in Deutschland v. a. geprägt durch das Nebeneinander von Filialketten und Verbundgruppen, in denen sich selbständige, meist regional tätige Einzelhändler zu bundesweiten oder sogar international operierenden Einkaufskooperationen zusammengeschlossen haben. Kennzeichen der gesamten Branche ist der fortschreitende technische Wandel, der teilweise erhebliche Auswirkungen auf einzelne Marktsegmente hat. Die starke Innovationskraft der Branche führt zur ständigen Entwicklung neuer Produkte und somit zu vergleichsweise kurzen Produktzyklen. Die Sortimentsbreite und -tiefe ist ein bestimmendes Merkmal der Kompetenz eines Elektrofachmarktbetreibers und auch seiner Wettbewerbsfähigkeit. Nur ein ausreichend tiefes und breites Sortiment (Weiße Ware, Unterhaltungselektronik, Bild- / Tonträger, Video- / PC-Spiele, Computer und Zubehör, Telekommunikation, Fotoartikel) ermöglicht eine gro-

ße Marktreichweite und Marktbedeutung. In den letzten Jahren ist im Bereich der Elektrofachmärkte eine zunehmende Veränderung der Sortimentsstruktur zu erkennen, welche u. a. aus Diversifizierungsbestrebungen der Betreiber, technischen Entwicklungen sowie einem zunehmendem Margendruck in einzelnen Angebotssegmenten (z. B. PC-Bereich) resultiert. Auch der Onlinehandel hat sehr nennenswerte Marktanteile erreicht, weshalb die Expansion von Elektromärkten deutlich zurückgegangen ist, Verkaufsflächen und Sortimente angepasst oder Standorte auf den Prüfstand gestellt werden.

Die Angebotsstrukturen im **Möbelsektor** sind bereits seit einigen Jahren durch eine besondere Dynamik der Betriebsformen gekennzeichnet. Gleichzeitig ist der Kampf um Marktanteile in vollem Gange, wobei mittlerweile eine beträchtliche Anzahl von Unternehmen aus dem Markt ausgeschieden ist oder von Konkurrenten übernommen wurde. Diese Konzentrationstendenz geht in erster Linie zu Lasten derjenigen Betriebe, die der sog. „unprofilierter Mitte“ zuzurechnen sind. Vom Markt verdrängt werden hauptsächlich Anbieter mit einem zu kleinen Flächenangebot, denen eine umfassende Darstellung des Möbel-Vollsortiments schwer fällt. So werden bei Einrichtungshäusern erfahrungsgemäß Wohnzimmer, Polstermöbel, Esszimmer, Schlafzimmer, Jugendzimmer, Büromöbel, Küchenmöbel, Badmöbel und Gartenmöbel sowie als übliche Randsortimente Teppiche, Leuchten, Heimtextilien, Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik (GPK), Bilder / Rahmen und Geschenkartikel angeboten.

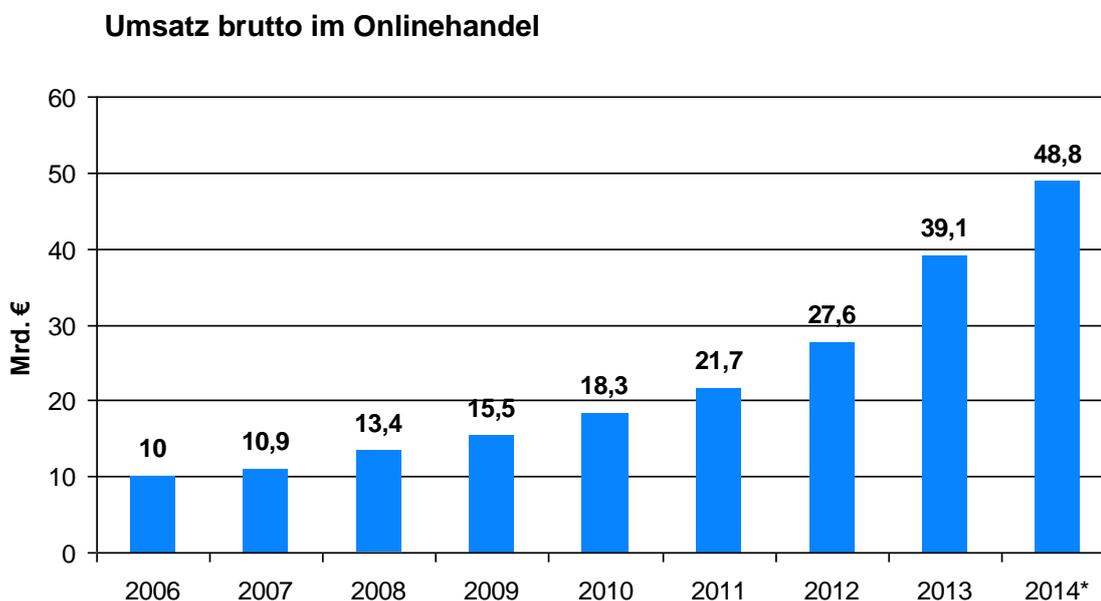
Die Entwicklung im **Bau-, Heimwerker- und Gartenmarktbereich** war in der Vergangenheit durch eine überdurchschnittliche Wachstumsdynamik gekennzeichnet. Im Gegensatz zu vielen anderen Einzelhandelsbranchen konnten die Fachmärkte im Bau- und Heimwerkermarktbereich (inkl. Gartencenter) sowohl hinsichtlich der Marktanteile als auch der Pro-Kopf-Ausgaben deutliche Zuwächse erzielen, wofür in erster Linie ein zunehmender Freizeitanteil weiter Teile der Bevölkerung bzw. Heimwerken als Teil einer aktiven Freizeitgestaltung, die Verteuerung von Handwerksleistungen, eine gestiegene Fachkompetenz der verschiedenen Anbieter im do-it-yourself-Bereich sowie die Erschließung neuer Zielgruppen für klassische Baumarktartikel (Handwerker, Kleingewerbe, Frauen) ausschlaggebend waren. In der Baumarktbranche setzt sich der Trend zu größeren Betriebs-einheiten weiter fort. So lag in den letzten Jahren der Schwerpunkt der Neueröffnungen bei Betrieben mit Verkaufsflächen über 10.000 m<sup>2</sup>. Für die zukünftige Entwicklung im Baumarktbereich kann davon ausgegangen werden, dass weiterhin großflächige Be-

triebseinheiten über 10.000 m<sup>2</sup> den Wachstumsbereich der Branche bilden. Durch die Integration von Drive-In Bereichen und spezialisierten Abteilungen wie z. B. eines Küchenstudios sowie einer gestiegenen Artikelzahl ist der Flächenbedarf noch weiter gestiegen. Damit erreichen sie eine Artikelanzahl von z. T. deutlich über 40.000. Die Gesamtsätze der Branche stiegen von 24,3 Mrd. € im Jahr 2004 auf 29,7 Mrd. € in 2011.

## 2.4 Internethandel

Im Gegensatz zum stationären Einzelhandel kann der Internethandel jährlich zweistellige Wachstumsraten erzielen. Seit dem Jahr 2006 hat sich das Umsatzvolumen des Onlinehandelns nahezu vervierfacht. Für das Jahr 2014 geht das EHI von einem Gesamtbruttoumsatz des Onlinehandels in Höhe von 48,8 Mrd. € aus. Dies entspricht einem Anteil von rd. 11 % des Einzelhandelsumsatzes (vgl. Abbildung 4).

**Abbildung 4: Entwicklungen des Onlinehandels**

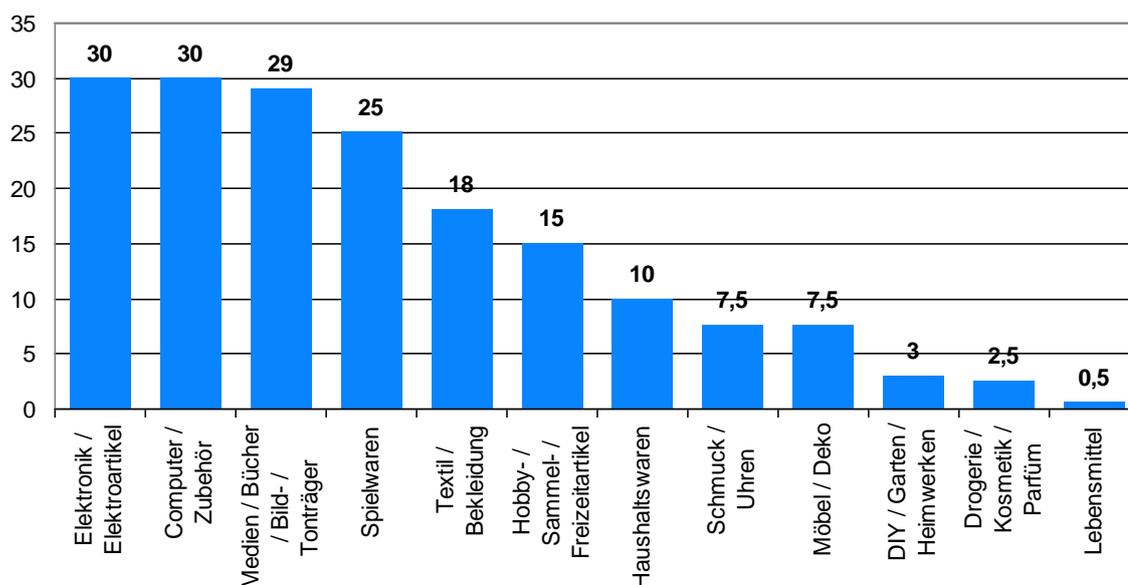


\*Prognose / Quelle: handelsdaten.de

Der Onlinehandel hat inzwischen praktisch alle Warengruppen erfasst. Die Prognosen gehen davon aus, dass das starke Wachstum auch in den nächsten Jahren anhalten wird. Allerdings sind die Übergänge zwischen Onlinehandel und stationärem Einzelhandel mittlerweile nicht mehr klar abgrenzbar. Alle namhaften (stationären) Einzelhändler bieten mittlerweile auch Onlineshops an, in denen entweder das Gesamtangebot oder zumindest ausgewählte Artikel verfügbar sind.

Nach wie vor gibt es jedoch eindeutige Sortimentsschwerpunkte, in denen der Onlinehandel eine besondere Bedeutung hat (vgl. Abbildung 5). An erster Stelle steht hierbei der Handel mit Büchern und Medien. Auch Bekleidung, Schuhe und Sportartikel werden zunehmend über das Internet gekauft. Den geringsten Anteil am Onlinehandel weist die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit einem Marktanteil von ca. 0,5 % auf. Lässt man den im stationären Einzelhandel und im Onlinehandel generierten Umsatzanteil von Lebensmitteln am gesamten deutschen Einzelhandelsumsatz außer Betracht, errechnet sich für die Nonfood-Sortimente ein Marktanteil des Onlinehandels von ca. 14 %.

**Abbildung 5: Anteil des Onlinehandels am deutschen Einzelhandelsumsatz nach Produktkategorien im Jahr 2013 in Prozent**



Quelle: Statista 2014, Angaben in Prozent

### 3. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel

#### 3.1 Bauplanungsrecht

Städte und Gemeinden haben mit dem BauGB und der BauNVO ein langjährig bewährtes planungsrechtliches Instrumentarium zur Hand, mit dem die Standortentwicklung im Ein-

zelhandel gesteuert werden kann. In Koblenz hat sich die Aufgabenteilung bei der Aufstellung von Flächennutzungsplan und Bebauungsplänen bewährt:

- Den **Städte und Gemeinden** kommt die Aufgabe der Aufstellung der Bebauungspläne zu. Werden in **Bebauungsplänen** die in der BauNVO bezeichneten Baugebiete festgelegt, sind Einzelhandelsbetriebe (bis zur Grenze der Großflächigkeit) nach Maßgabe der §§ 2 bis 9 BauNVO – teils ausdrücklich als Läden oder Einzelhandelsbetriebe, teils allgemein als Gewerbebetriebe – in allen Baugebieten vorgesehen:
  - **Einzelhandelsbetriebe sind zulässig in allgemeinen und besonderen Wohngebieten sowie in Dorf-, Misch-, Gewerbe- und Industriegebieten (§§ 4 bis 9 BauNVO),**
  - **in Kleinsiedlungsgebieten und reinen Wohngebieten können sie als Ausnahme zugelassen werden (§§ 2 und 3 BauNVO).**
- Für Einzelhandelsgroßbetriebe enthält der **§ 11 Abs. 3 BauNVO** eine Sonderregelung für alle Baugebiete. Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe mit bestimmten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen sind außer in Kerngebieten nur in speziell ausgewiesenen Sondergebieten zulässig. Der letzte Satz des § 11 Abs. 3 beinhaltet eine widerlegbare Regelvermutung. Die konkrete Prüfung hat zweistufig stattzufinden:
  - **liegt ein großflächiger Handelsbetrieb vor? Wenn ja (ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)<sup>10</sup> dann:**
  - **liegen wesentliche Auswirkungen vor? Wenn ja: Nur im Kerngebiet oder Sondergebiet zulässig.**
- Für Standorte **ohne Bebauungsplan** konnten derartige Bestimmungen bisher nur eingeschränkt angewendet werden. Mit der Novellierung des BauGB im Jahr 2004 wurde der § 34 Abs. 3 eingeführt:
 

„Von Vorhaben nach Abs. 1 oder 2 dürfen keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein<sup>11</sup>.“

<sup>10</sup> vgl. Urteile BVerwG (24.11.2005), Az. BVerwG 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05.

Damit ist ein Vorhaben im unbeplanten Innenbereich u. a. dann nicht mehr zulässig, wenn mit schädlichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in der Standortkommune oder in den Nachbarkommunen zu rechnen ist. Der Begriff der „zentralen Versorgungsbereiche“ gewinnt dadurch erheblich an Bedeutung, auch wenn er bereits vor 2004 im Rahmen des § 11 Abs. 3 BauNVO verwendet wurde. Allerdings ist an dieser Stelle darauf hinzuweisen, dass im Rahmen eines Bebauungsplanes die Planungsabsicht der Kommune eindeutiger umgesetzt werden kann, so dass bei städtebaulich nicht erwünschten Standorten eine Bauleitplanung zu empfehlen ist.

Eine neue Festsetzungsmöglichkeit für den nicht beplanten Innenbereich nach § 34 BauGB bietet seit dem 01.01.2007 der § 9 Abs. 2a BauGB. Zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche kann in einem einfachen Bebauungsplan als generelle Regelung für ein größeres Gebiet festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzungen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können. Es sind nur bestimmte Arten der zulässigen Nutzungen (z. B. „großflächiger Einzelhandel“) betroffen, detaillierte Festsetzungen bezüglich spezifischer Sortimente oder Verkaufsflächen sind nicht möglich. Es können unterschiedliche Festsetzungen für Teile des räumlichen Geltungsbereiches vorgenommen werden. In der Begründung des einfachen Bebauungsplanes ist u. a. auf ein städtebauliches Entwicklungskonzept i. S. d. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zurückzugreifen, welches konkrete Aussagen zu den vorhandenen oder geplanten zentralen Versorgungsbereichen enthält.

---

<sup>11</sup> § 34 Abs. 3 BauGB i. d. F. der Bek. vom 23.09.2004, geändert durch Art. I des Gesetzes vom 21.12.2006

### 3.2 Landes- und Regionalplanung

Für die raumordnerische Bewertung von Einzelhandelsgroßprojekten sind – neben den einschlägigen Vorschriften des BauGB und der BauNVO – die Ziele der Raumordnung und Landesplanung, festgelegt im Landesentwicklungsprogramm IV (LEP IV)<sup>12</sup> sowie im Regionalen Raumordnungsplan Mittelrhein-Westerwald<sup>13</sup> heranzuziehen.

Nach dem Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz (LEP IV) vom 14.10.2008 sind zentrale Orte gehalten, ihren großflächigen Einzelhandel, insbesondere mit innenstadtrelevanten Sortimenten, sachgerecht zu planen. Die für die Bewertung großflächiger Einzelhandelsbetriebe wesentlichen Ziele der Raumordnung und Landesplanung des LEP IV treffen folgende Aussagen:

**„Zentralitätsgebot (Z 57):** Die Errichtung und Erweiterung von Vorhaben des großflächigen Einzelhandels ist nur in zentralen Orten zulässig (Zentralitätsgebot). Betrieben mit mehr als 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche<sup>14</sup> kommen nur Mittel- und Oberzentren in Betracht. Ausnahmsweise sind in Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion mit mehr als 3.000 Einwohnerinnen und Einwohnern großflächige Einzelhandelsvorhaben bis zu insgesamt 1.600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zulässig, wenn dies zur Sicherung der Grundversorgung<sup>15</sup> der Bevölkerung erforderlich ist.

**Städtebauliches Integrationsgebot (Z 58):** Die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten ist nur in städtebaulich integrierten Bereichen, d. h. in Innenstädten und Stadt- sowie Stadtteilzentren zulässig (Städtebauliches Integrationsgebot). Die städtebaulich integrierten Bereiche („zentrale Versorgungsbereiche“ im Sinne des BauGB) sind von den zentralen Orten in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen. Diese Regelungen müssen auch eine Liste innenstadtrelevanter und nicht innenstadtrelevanter Sortimente umfassen.

**Ergänzungsstandorte (Z 59):** Die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten ist auch an Ergänzungsstandorten der zentralen Orte zulässig. Diese sind ebenfalls von den Gemeinden in Abstimmung mit der Regionalplanung festzulegen und zu begründen. Innen-

<sup>12</sup> v. a. LEP IV, Teil B: Ziele und Grundsätze der Landesentwicklung – Daseinsvorsorge.

<sup>13</sup> Planungsgemeinschaft Mittelrhein-Westerwald, Regionaler Raumordnungsplan Mittelrhein-Westerwald, Entwurfssfassung zum 2. Anhörungs- und Beteiligungsverfahren gemäß Beschlussfassung der Regionalvertretung, vom 23.07.2014, über die 2. Anhörung zum Planentwurf (§ 10 Abs. 1) und dessen öffentliche Auslegung (§ 6 Abs. 4) nach § 14 Abs. 4 Nr. 2 LPIG.

<sup>14</sup> Die Verkaufsfläche umfasst i. d. R. alle Flächen eines Betriebs, die dem Kunden dauerhaft für Verkaufszwecke zugänglich sind. Nicht zur Verkaufsfläche zählen Büroräume, Lager- und Vorbereitungsflächen, Werkstätten und Flächen, die Personalzwecken dienen.

<sup>15</sup> Hierbei handelt es sich um Sortimente des täglichen, kurzfristigen Bedarfs, die typischerweise im großflächigen Lebensmitteleinzelhandel angeboten werden.

stadtrelevante Sortimente sind als Randsortimente auf eine innenstadtverträgliche Größenordnung zu begrenzen.

**Nicht-Beeinträchtigungsgebot (Z 60):** Durch die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben dürfen weder die Versorgungsfunktion der städtebaulich integrierten Bereiche der Standortgemeinde noch die der Versorgungsbereiche (Nah- und Mittelbereiche) benachbarter zentraler Orte wesentlich beeinträchtigt werden (Nicht-Beeinträchtigungsgebot). Dabei sind auch die Auswirkungen auf Stadtteile von Ober- und Mittelzentren zu betrachten.“

Im Regionalen Raumordnungsplan der Planungsgemeinschaft Mittelrhein-Westerwald (Entwurfassung 2014 zum 2. Anhörungs- und Beteiligungsverfahren) werden in Abschnitt 1.3.4 die o. g. Ziele aufgegriffen:

„**G 37:** Die bedarfsgerechte Nahversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs im fußläufigen Entfernungsbereich soll unterstützt werden.

**G 38:** In den zentralen Bereichen von Städten, Stadtteilen und Gemeinden soll entsprechend der jeweiligen Zentralitätsstufe und der örtlichen Gegebenheiten die weitere Einzelhandelsentwicklung sichergestellt werden. Dabei sollen das sich verändernde Käuferverhalten und die sektoralen Anforderungen des Einzelhandels angemessen berücksichtigt werden.

**G 39:** Einzelhandelskonzepte in der Region (möglichst zwei oder mehr Gebietskörperschaften) sollen erstellt und bei der Beurteilung konkreter Ansiedlungsvorhaben berücksichtigt werden.

**G 40:** Großflächige Einzelhandelsbetriebe sollen nach Umfang und Zweckbestimmung der zentralörtlichen Gliederung entsprechen und der zu sichernden Versorgung der Bevölkerung Rechnung tragen (Kongruenzgebot).

**G 41:** Großflächig Einzelhandelsbetriebe sollen so bemessen werden, dass ihr Einzugsbereich nicht wesentlich über den Versorgungsbereich der Standortgemeinde hinausgeht.

**G 42:** In Gemeinden mit zentralen Versorgungsbereichen soll grundsätzlich eine Prüfung und Abwägung erfolgen, ob kleinflächiger Einzelhandel mit innenstadtrelevanten Sortimenten aus städtebaulichen Gründen in gewerblichen Bauflächen eingeschränkt bzw. ausgeschlossen werden soll.“

#### **4. Standortbeschreibung und wesentliche Strukturdaten der Stadt Koblenz**

Die Stadt Koblenz befindet sich im nördlichen Teil des Bundeslandes Rheinland-Pfalz am „Deutschen Eck“ und zeichnet sich v. a. durch die Lage zwischen den vier Mittelgebirgen Eifel, Hunsrück, Westerwald und Taunus aus. Die gegenwärtig knapp 110.863 Einwoh-

ner<sup>16</sup> zählende Stadt wird in der landesplanerischen Hierarchie als Oberzentrum eingestuft. In direkter Nachbarschaft befinden sich die Mittelzentren Bad Ems, Lahnstein, Valendar sowie die Grundzentren Rhens, Kobern-Gondorf und Mülheim-Kärlich.

In den zurückliegenden Jahren ist für die Stadt Koblenz eine nahezu stagnierende Einwohnerentwicklung zu beobachten. Im Zeitraum 2004 – 2. Quartal 2015 verzeichnete die Stadt einen Einwohnergewinn von rd. 3.700 Einwohnern bzw. ca. 3,5 %. Bis zum Jahr 2020 ist ein Rückgang der Bevölkerung auf ca. 105.130 Personen zu erwarten. Bis zum Jahr 2030 wird eine Bevölkerungsentwicklung in mehreren Varianten zwischen 98.024 und 107.313 Personen prognostiziert (entspricht gegenüber dem Basisjahr 2010 einem Bevölkerungsentwicklung von ca. - 8,2 % bis + 0,5 %) .<sup>17</sup>

Bereits heute sind in Koblenz 112.454 Einwohner<sup>18</sup> registriert. Die angedachten und diskutierten Umnutzungen der Liegenschaften der Bundeswehr (z.B. Fritsch-Kaserne), werden perspektivisch weiteren Wohnraum schaffen. Somit gibt es zwischenzeitlich Annahmen, dass die Bevölkerungsentwicklung in Koblenz positiver verlaufen könnte, als in der Vorausberechnung angenommen.

Eine veränderte Annahme der Bevölkerungsentwicklung hat jedoch keinen direkten Einfluss auf den normativen Teil des Konzeptes und führt daher nicht zu einer Änderung und Ausweitung der zentralen Versorgungsbereiche, da diese nach städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten abgegrenzt wurden. Daher wird es als sachgerecht angesehen, dem Konzept weiterhin die zweite aktualisierte Bevölkerungsvorausberechnung der Stadt Koblenz zu Grunde zu legen. Es handelt sich dabei um die aktuellste Prognose der Stadt, die zudem eine grundsätzlich positivere Entwicklung als die Vorausberechnung des statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz annimmt.

Im Juni 2014 waren in Koblenz rd. 69.164 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort tätig. Per Saldo übersteigt der Anteil der Einpendler den der Auspendler; am 30.06.2014 standen 14.127 Auspendlern 46.030 Einpendler gegenüber. Dies zeigt die

---

<sup>16</sup> Quelle: Stadt Koblenz, Stand: 30.06.2015, nur Hauptwohnsitze.

<sup>17</sup> Quelle: Stadt Koblenz, Bevölkerungsvorausberechnung „Koblenz 2030“ – Zweite aktualisierte Bevölkerungsvorausberechnung der Stadt Koblenz (Basisjahr: 2009).

<sup>18</sup> Quelle: KoStatIS, Monatliche Bevölkerungszahlen März 2016

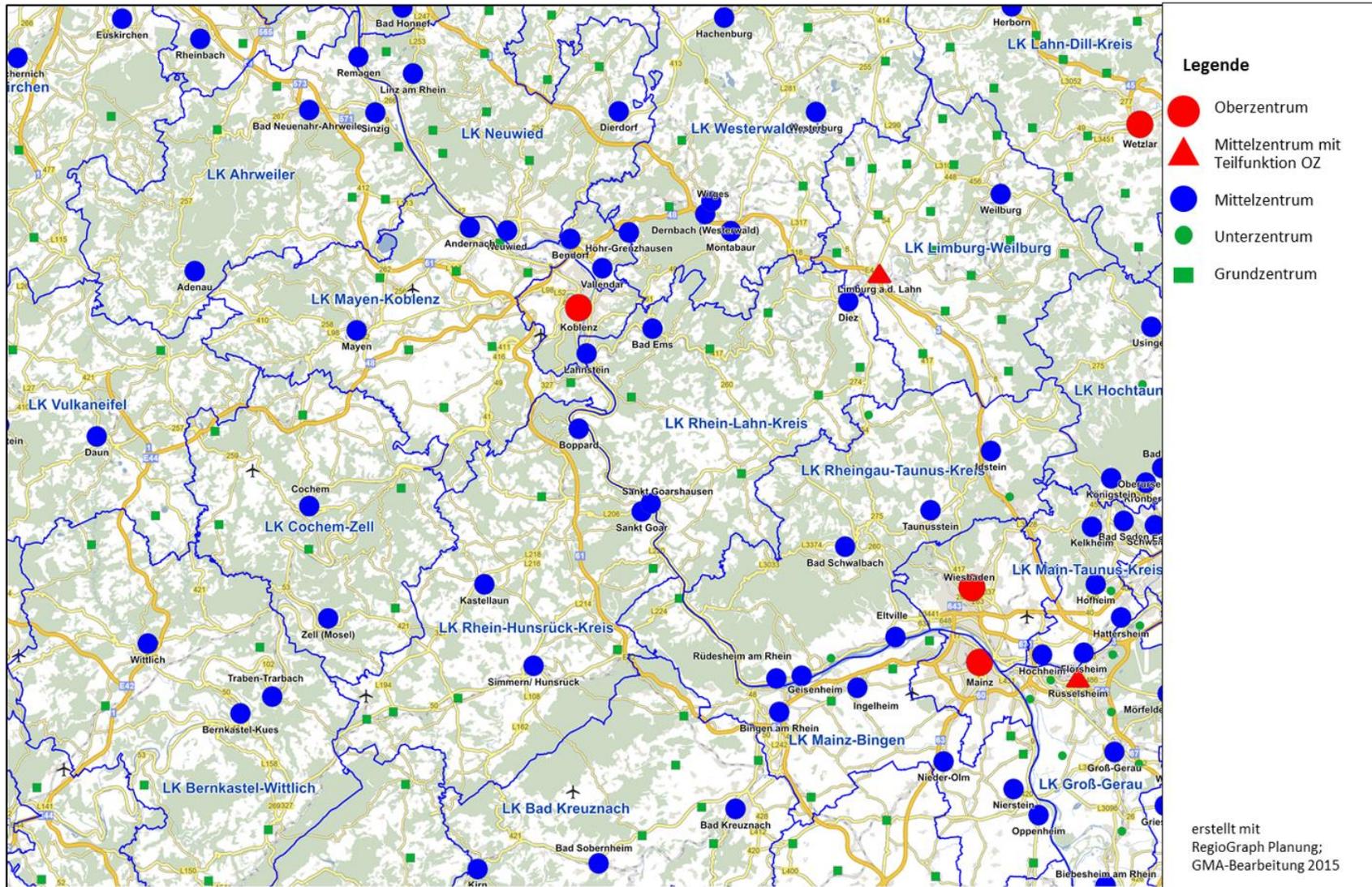
hohe Bedeutung der Stadt Koblenz als Arbeitsplatzstandort. Schwerpunkte der lokalen Wirtschaft stellen sonstige Dienstleistungen (rd. 60 % der Beschäftigten in Koblenz) sowie der Bereich Handel, Gastgewerbe und Verkehr (rd. 24 %) dar.<sup>19</sup>

Die überregionale Verkehrsanbindung erfolgt in Nord-Süd-Richtung über die Bundesstraßen B 9 und B 42 sowie die Autobahnen A 61 und A 48 in West-Ost-Richtung. Auch für die innerstädtische Verkehrsanschließung sind diese Verkehrsachsen von wesentlicher Bedeutung. Buslinien sichern innerhalb der Stadt Koblenz die Erreichbarkeit mittels ÖPNV; eine Anbindung an das Schienennetz der Deutsche Bahn AG ist über mehrere Haltestellen in zentraler Lage in Koblenz gewährleistet.

---

<sup>19</sup> Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2014.

Karte 1: Lage der Stadt Koblenz und zentralörtliche Struktur



Die Einwohner der Stadt Koblenz verteilen sich auf insgesamt 30 Stadtteile (vgl. Tabelle 4). Koblenz ist eine Universitätsstadt mit ca. 16.000 Studierenden, die die Universität Koblenz-Landau und die Hochschule Koblenz besuchen.<sup>20</sup> Da die Stadt Koblenz eine Steuer auf die Zweitwohnung erhebt, ist davon auszugehen, dass der Großteil der Studierenden mit dem Hauptwohnsitz in der Stadt Koblenz gemeldet ist, so dass die einzelhandelsrelevante Kaufkraft<sup>21</sup> dieser Bevölkerungsgruppe ebenfalls erfasst ist.

---

<sup>20</sup> Quelle: Universität Koblenz-Landau, Wintersemester 2012 / 2013; Hochschule Koblenz, Sommersemester 2014.

<sup>21</sup> Die einzelhandelsrelevante Gesamtkaufkraft in Kapitel II, 2. wird nur auf die mit Hauptwohnsitz gemeldeten Personen bezogen.

**Tabelle 4: Einwohner nach Stadtteilen**

Stadtteil	Einwohner		Einwohnerentwicklung	
	31.12.2004	30.06.2015	2004 – 2015	in %
Altstadt	4.587	5.326	+ 739	+ 16,1 %
Mitte	3.418	3.805	+ 387	+ 11,3 %
Süd	6.741	6.999	+ 258	+ 3,8 %
Oberwerth	1.242	1.385	+ 143	+ 11,5 %
Karthause Nord	3.096	3.226	+ 130	+ 4,2 %
Karthäuserhofgelände	2.085	2.097	+ 12	+ 0,6 %
Karthause-Flugfeld	5.810	5.803	- 7	- 0,1 %
Goldgrube	4.611	4.473	- 138	- 3,0 %
Raental	4.126	4.890	+ 764	+ 18,5 %
Moselweiß	3.089	3.273	+ 184	+ 6,0%
Stolzenfels	426	374	- 52	- 12,2 %
Lay	1.831	1.777	- 54	- 2,9 %
Lützel	7.798	8.098	+ 300	+ 3,8 %
Metternich	9.519	9.998	+ 479	+ 5,0 %
Neuendorf	5.754	5.823	+ 69	+ 1,2 %
Wallerheim	3.744	3.526	- 218	- 5,8 %
Kesselheim	2.701	2.540	- 161	- 6,0 %
Güls	5.638	5.771	+ 133	+ 2,4 %
Rübenach	5.151	5.146	- 5	- 0,1 %
Bubenheim	1.211	1.382	+ 171	+ 14,1 %
Ehrenbreitstein	1.997	2.076	+ 79	+ 4,0 %
Niederberg	2.934	3.007	+ 73	+ 2,5 %
Asterstein	2.493	2.944	+ 451	+ 18,1 %
Pfaffendorf	2.758	2.832	+ 74	+ 2,7 %
Pfaffendorfer Höhe	2.610	2.795	+ 185	+ 7,1 %
Horchheim	3.263	3.242	- 21	- 0,6 %
Horchheimer Höhe	2.116	2.081	- 35	- 1,7 %
Arzheim	2.214	2.108	- 106	- 4,8 %
Arenberg	2.717	2.723	+ 6	+ 0,2 %
Immendorf	1.484	1.343	- 141	- 9,5 %
<b>Koblenz insgesamt*</b>	<b>107.164</b>	<b>110.863</b>	<b>+ 3.699</b>	<b>+ 3,5 %</b>

\* inkl. der räumlich nicht zugeordneten Einwohner

Quelle: Stadt Koblenz, Statistisches Jahrbuch 2012, Statistischer Quartalsbericht der Stadt Koblenz, 2. Quartal 2015.

## II. Angebots- und Nachfragesituation

### 1. Angebotssituation

#### 1.1 Einzelhandelsbestand

In den Monaten August und September 2013 wurde durch GMA-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter eine Vollerhebung des Einzelhandels im Stadtgebiet Koblenz durchgeführt (vgl. Tabelle 5). Zum Zeitpunkt der Erhebungen<sup>22</sup> gab es in der Stadt Koblenz **insgesamt**

- 998 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Lebensmittelhandwerks
- ca. 289.130 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche
- ca. 973,4 Mio. € Bruttoumsatzleistung.

Der Hauptwarengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** sind zugeordnet:

- 266 Betriebe (= ca. 27 % aller Betriebe)<sup>23</sup>
- ca. 52.900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (= ca. 18 % der Gesamtverkaufsfläche)<sup>24</sup>
- ca. 247,3 Mio. € Bruttoumsatzleistung (= ca. 25 % des Gesamtumsatzes)<sup>25</sup>.

Auf die Hauptwarengruppe **Nichtlebensmittel** entfallen:

- 732 Betriebe (= ca. 73 % aller Betriebe)<sup>23</sup>
- ca. 236.230 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (= ca. 82 % der Gesamtverkaufsfläche)<sup>24</sup>
- ca. 726,1 Mio. € Bruttoumsatzleistung (= ca. 75 % des Gesamtumsatzes)<sup>25</sup>.

---

<sup>22</sup> einschl. des Globus SB-Warenhauses, Jakob-Caspers-Straße, welches im September 2014 eröffnete, und der Planungen am Alten Bahndamm in Metternich (Edeka, Norma, dm; Eröffnung voraussichtlich April 2015). Auch der Rewe Supermarkt (2.500 m<sup>2</sup> VK), welcher das Globus SB-Warenhaus im Löhr-Center ab Herbst 2015 ersetzt, wurde bereits berücksichtigt.

<sup>23</sup> Zuordnung nach Umsatzschwerpunkt.

<sup>24</sup> bereinigte Werte: Verkaufsflächen der Mehrbranchenunternehmen (z. B. Warenhäuser / Kaufhäuser, Möbelmärkte / -häuser, Bau- und Gartenmärkte, große Lebensmittelmärkte) wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet.

<sup>25</sup> bereinigte Werte: Umsätze wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet.

**Tabelle 5: Einzelhandelsbestand nach Branchen**

Branche	Betriebe		Verkaufsfläche*		Umsatz (brutto)*	
	abs.	in %	in m <sup>2</sup>	in %	in Mio. €	in %
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>	266	27	52.900	17	247,3	25
Gesundheit, Körperpflege	68	7	10.095	3	59,3	6
Blumen, zoologischer Bedarf	36	4	5.590	2	16,4	2
<b>kurzfristiger Bedarf insgesamt</b>	<b>368</b>	<b>37</b>	<b>68.585</b>	<b>24</b>	<b>323,0</b>	<b>33</b>
Bücher, Schreib- / Spielwaren	52	5	11.385	4	39,8	4
Bekleidung, Schuhe, Sport	243	24	84.610	29	258,5	27
<b>mittelfristiger Bedarf insgesamt</b>	<b>295</b>	<b>30</b>	<b>95.995</b>	<b>33</b>	<b>298,3</b>	<b>31</b>
Elektrowaren, Medien, Foto	53	5	18.710	6	111,5	11
Hausrat, Einrichtung, Möbel	123	12	65.390	23	146,9	14
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	23	2	25.690	9	38,7	4
Optik / Uhren, Schmuck	88	9	5.495	2	37,8	4
sonstige Sortimente**	46	5	9.265	3	17,2	2
<b>langfristiger Bedarf insgesamt</b>	<b>333</b>	<b>33</b>	<b>124.550</b>	<b>43</b>	<b>352,1</b>	<b>36</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>998</b>	<b>100</b>	<b>289.130</b>	<b>100</b>	<b>973,4</b>	<b>100</b>

\* bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen (z. B. Warenhäuser, SB-Warenhäuser) wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet

\*\* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

GMA-Erhebungen August / September 2013 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen); einschl. des Globus SB-Warenhauses, Jakob-Caspers-Straße, welches im September 2014 eröffnete, und der Planungen am Alten Bahndamm in Metternich (Edeka, Norma, dm; Eröffnung voraussichtlich April 2015). Auch der Rewe Supermarkt (2.500 m<sup>2</sup> VK), welcher das Globus SB-Warenhaus im Löhr-Center ab Herbst 2015 ersetzt, wurde bereits berücksichtigt.

Differenziert nach **Branchen** liegen die Verkaufsflächenschwerpunkte des Einzelhandels in der Stadt Koblenz in den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung / Schuhe / Sport und Hausrat / Einrichtung / Möbel, in denen eine Vielzahl strukturprägender und z. T. großflächiger Anbieter im Stadtgebiet ansässig sind (z. B. Globus SB-Warenhaus, Galeria Kaufhof, SinnLeffers, Boecker Modehaus, C&A, IKEA).

## **1.2 Räumliche Verteilung des Einzelhandels im Stadtgebiet**

### **1.2.1 Verteilung nach Stadtteilen**

Differenziert nach den einzelnen Stadtteilen ist festzustellen, dass der Verkaufsflächenschwerpunkt neben Innenstadt (Stadtteile Mitte / Altstadt) mit ca. 132.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im Bereich der nördlichen Stadtteile Bubenheim, Kesselheim und Lützel liegt, wo mit dem Gewerbebereich B 9 Nord entlang der Bundesstraße B 9 (insgesamt ca. 107.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) zahlreiche großflächige Einzelhandelsbetriebe (u. a. Globus, IKEA und Homepark, Media-Markt, Hornbach, Bauhaus) ansässig sind (vgl. Tabelle 6).

Danach folgt der Stadtteil Rauental mit ca. 13.860 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Insgesamt sind über 80 % der Gesamtverkaufsfläche von Koblenz in den Stadtteilen Mitte und Altstadt sowie im Gewerbebereich B 9 Nord ansässig. Erwähnenswerte Verkaufsflächenanteile erreichen noch die Stadtteile Metternich (ca. 7.935 m<sup>2</sup> VK), der übrige Stadtteil Lützel (ca. 7.270 m<sup>2</sup> VK) sowie Süd (ca. 4.110 m<sup>2</sup> VK), Ehrenbreitstein (ca. 3.960 m<sup>2</sup> VK) und Kart-hause (ca. 2.855 m<sup>2</sup> VK). Auf die übrigen Stadtteile entfallen ca. 3 % der Gesamtverkaufsfläche.

**Tabelle 6: Einzelhandelsbestand nach Stadtteilen**

Stadtteil*	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	in m <sup>2</sup>	in %
Mitte / Altstadt**	594	60	132.490	46
Gewerbebereich B 9 Nord*	62	6	107.480	37
Rauental	35	4	13.860	5
Metternich	36	4	7.935	3
Lützel	44	4	7.270	3
Süd	41	4	4.110	1
Ehrenbreitstein	21	2	3.960	1
Karthause	22	2	2.855	1
Güls	18	2	1.920	1
Rübenach	16	2	835	< 1
Arenberg	14	1	725	< 1
Moselweiss	16	2	610	< 1
sonstige Stadtteile	79	8	5.080	2
<b>gesamt</b>	<b>998</b>	<b>100</b>	<b>289.130</b>	<b>100</b>

\* Zur besseren Einschätzung der Versorgungssituation in den nördlichen Stadtteilen wurde der Teilraum „Gewerbebereich B 9 Nord“ eingeführt. Formal sind die hier zugeordneten Märkte den Stadtteilen Lützel, Kessenich und Bubenheim angehörig.

\*\* einschl. des Globus SB-Warenhauses, Jakob-Caspers-Straße, welches im September 2014 eröffnete, und der Planungen am Alten Bahndamm in Metternich (Edeka, Norma, dm). Auch der Rewe Supermarkt (2.500 m<sup>2</sup> VK), welcher das Globus SB-Warenhaus im Löhr-Center ab Herbst 2015 ersetzt, wurde bereits berücksichtigt.

GMA-Erhebungen August / September 2013 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

### 1.2.2 Verteilung nach Standortlagen

Bezogen auf den Einzelhandelsbesatz im Stadtgebiet liegen ca. 55 % (552 Betriebe) in der Innenstadt, 12 % (124 Betriebe) in Nebenzentren und in Streu- und Nebenlagen (siedlungsräumlich integrierte Lagen) 24 % (241 Betriebe). Etwa 8 % aller Betriebe (79 Betriebe) sind dezentralen Standortlagen zuzuordnen; hier v. a. dem Gewerbebereich B 9 Nord.

Bei Betrachtung der Verkaufsflächenverteilung wird deutlich, dass sich die klassischerweise als innenstadtrelevante Sortimente bezeichneten Warengruppen (z. B. Bücher, Schreib- / Spielwaren, Bekleidung / Schuhe / Sport, Optik / Uhren, Schmuck) überwiegend in integrierten Lagen und hier v. a. in der Innenstadt befinden. Das langjährig eingeführte

Instrument des kommunalen Einzelhandelskonzeptes mit seinen Regelungen hat sich in diesem Zusammenhang also grundlegend bewährt. In den Nebenzentren erreicht v. a. die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel nennenswerte Verkaufsflächenanteile (ca. 20 %). Nahrungs- und Genussmittel sind – wie dies im Allgemeinen unter planerischen Gesichtspunkten auch erwünscht ist – auch in sonstigen integrierten Lagen ansässig (ca. 30 % der Gesamtverkaufsfläche bei Nahrungs- und Genussmitteln). Demgegenüber ist der Anteil dezentraler Standortlagen bei Nahrungs- und Genussmitteln mit der Eröffnung des Globus SB-Warenhauses im Herbst 2014 unter Berücksichtigung der Übernahme einer Teilfläche des Globus SB-Warenhauses im innerstädtischen Löhr-Center durch Rewe von rd. 24 % auf rd. 37 % der Gesamtverkaufsfläche angestiegen.

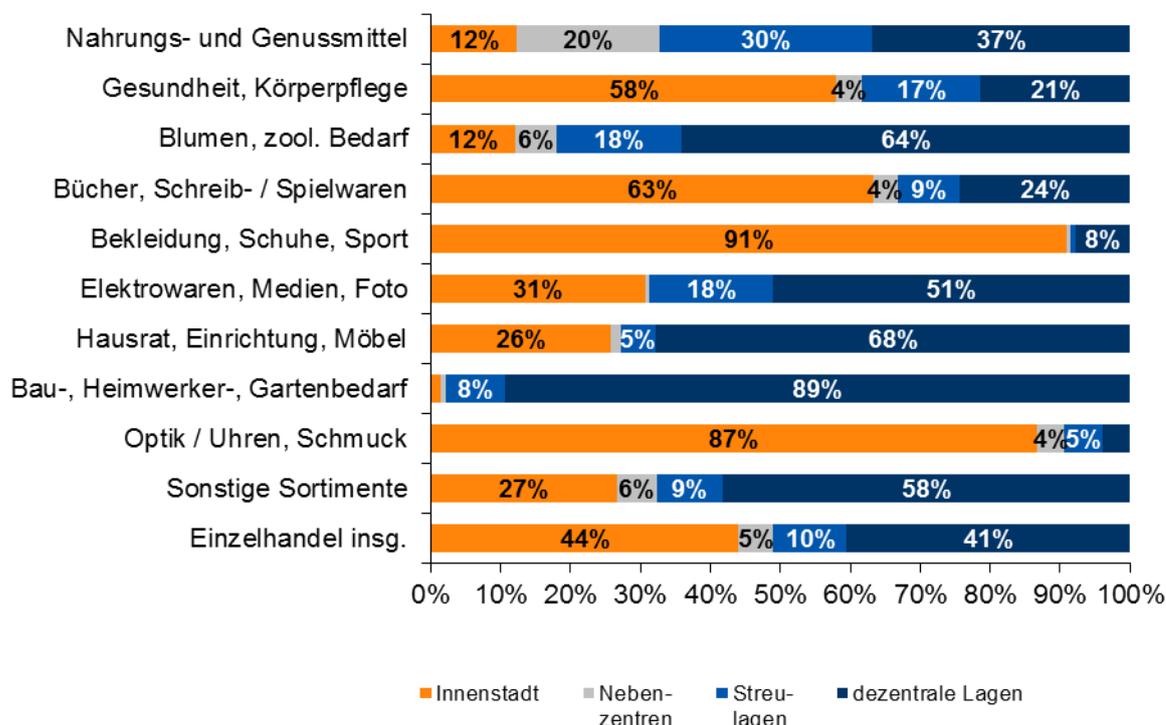
Ebenfalls hohe Anteile dezentraler Standortlagen sind bei Blumen und zoologischem Bedarf (ca. 64 %), Elektrowaren / Medien / Foto (ca. 51 %), in den typischerweise nicht innenstadtrelevanten Warengruppen Hausrat / Einrichtung / Möbel (ca. 68 %) sowie Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf (ca. 89 %) vorhanden. Dies ist v. a. mit dem hohen Flächenbedarf zu begründen und damit, dass das Kernsortiment von Betriebsformen, die diese Sortimente anbieten, typischerweise nicht innenstadtrelevant ist.<sup>26</sup>

Insgesamt befinden sich in der Stadt Koblenz ca. 44 % der Gesamtverkaufsfläche in der Innenstadt, ca. 5 % in Nebenzentren, ca. 10 % in sonstigen integrierten Lagen sowie ca. 41 % in nicht integrierten Lagen. Die hohe Verkaufsflächenausstattung dezentraler Lagen ist insbesondere auf flächenintensive Betriebsformen wie Möbelmärkte, Bau-, Heimwerker- und Gartenmärkte oder SB-Warenhäuser (hier: Globus) zurückzuführen.

---

<sup>26</sup> Bei Blumen und zoologischem Bedarf ist der hohe Verkaufsflächenanteil v. a. auf den Anbieter Mega Zoo im Gewerbebereich B 9 Nord zurückzuführen. Schnittblumen werden überwiegend in zentralen Lagen angeboten.

**Abbildung 6: Einzelhandelsbestand nach Lagen**



GMA-Erhebungen August / September 2013; einschl. des Globus SB-Warenhauses, Jakob-Caspers-Straße, welches im September 2014 eröffnete, und der Planungen am Alten Bahndamm in Metternich (Edeka, Norma, dm). Auch der Rewe Supermarkt (2.500 m<sup>2</sup> VK), welcher das Globus SB-Warenhaus im Löhr-Center ab Herbst 2015 ersetzt, wurde bereits berücksichtigt.

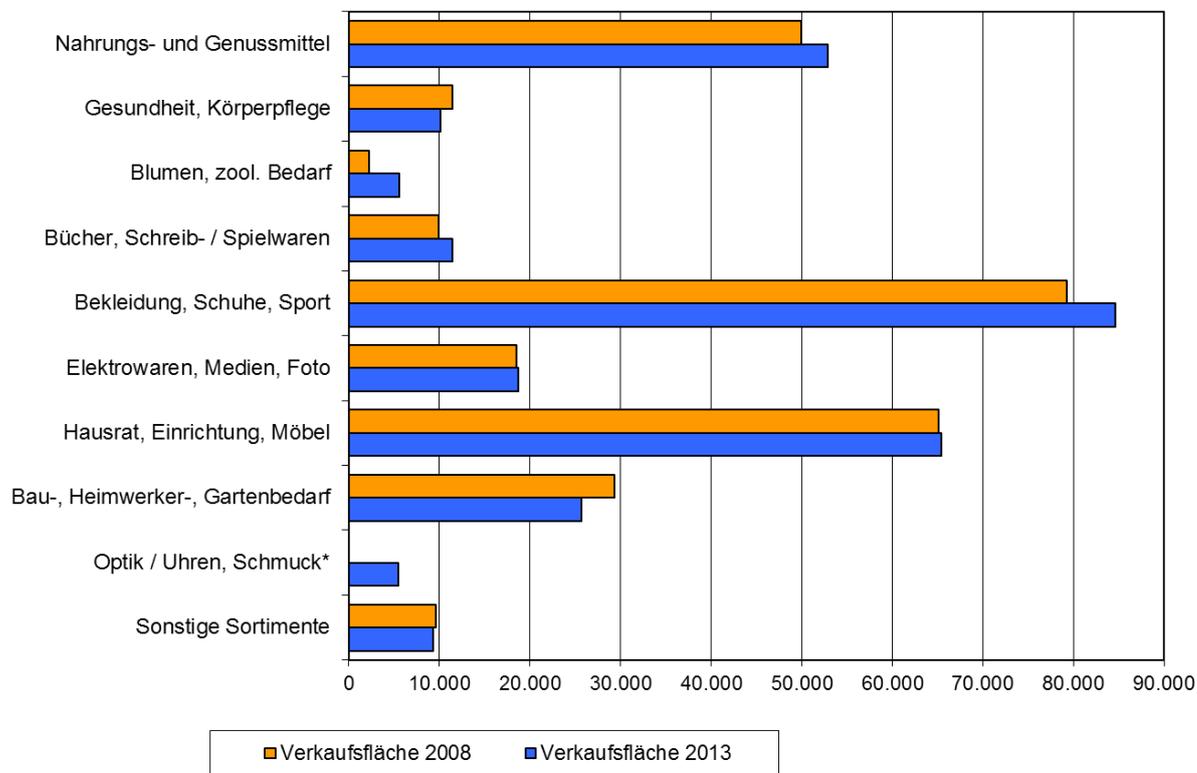
### 1.3 Veränderungen des Einzelhandelsbestandes in Koblenz 2008 bis 2013

Im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Koblenz 2008 / 2009<sup>27</sup> erfolgte im Jahr 2008 eine Bestandserhebung des Koblenzer Einzelhandels, was in einigen Warengruppen eine vergleichende Betrachtung und Bewertung mit der Situation zum Erhebungszeitpunkt im August / September 2013 ermöglicht. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass sich die Erhebungssystematiken bzw. die Zuordnung einzelner Warengruppen in Teilen 2013 geringfügig gegenüber 2008 / 2009 unterscheiden.<sup>28</sup>

<sup>27</sup> Borchert Geo Info GmbH, Einzelhandels- und Zentrenkonzept Koblenz, Juni 2009.

<sup>28</sup> So erfolgte eine Zuordnung von Optik, Uhren / Schmuck sowie von Fotowaren im Jahr 2008 zum sonstigen Einzelhandel. Für Autozubehör erfolgte – abweichend von der GMA-Branchensystematik – eine Zuordnung zum baumarktspezifischen Sortiment. Weiterhin erfolgte 2008 eine Zuordnung von Musikinstrumenten zu Spielwaren / Hobby (GMA: sonsti-

**Abbildung 7: Einzelhandelsentwicklung 2008 bis 2013**



\* Für das Jahr 2008 liegen in diesem Sortiment keine Daten vor.

Quelle: GMA-Erhebungen August / September 2013, Borchert 2008 / 2009; einschl. des Globus SB-Warenhauses, Jakob-Caspers-Straße, welches im September 2014 eröffnete, und der Planungen am Alten Bahndamm in Metternich (Edeka, Norma, dm). Auch der Rewe Supermarkt (2.500 m² VK), welcher das Globus SB-Warenhaus im Löhr-Center ab Herbst 2015 ersetzt, wurde bereits berücksichtigt.

Ein deutlicher Verkaufsflächenzuwachs konnte in der Warengruppe Bekleidung / Schuhe / Sport festgestellt werden. Dies ist v. a. mit der Eröffnung des Mittelrhein-Forums in der Koblenzer Innenstadt im Jahr 2012 am Zentralplatz zu erklären. Auch bei Nahrungs- und Genussmitteln ist die Gesamtverkaufsfläche in diesem Segment mit der Ansiedlung des Globus SB-Warenhauses in Bubenheim um ca. 3.000 m² angestiegen, wobei auch schon der Rückbau der zum Zeitpunkt der Erstellung des vorliegenden Gutachtens von Globus noch betriebenen Fläche im innerstädtischen Löhr-Center in einen großen Rewe Supermarkt mit ca. 2.500 m² VK berücksichtigt wurde. Ferner ist erkennbar, dass die Insolvenz der Firma Schlecker im Sommer 2012 flächenseitig nicht kompensiert wurde, da bei Gesundheit / Körperpflege ein nennenswerter Verkaufsflächenrückgang festzustellen ist (ca. 2.000 m² Verkaufsfläche). Ebenfalls nennenswerte Verkaufsflächenrückgänge sind im

ger Einzelhandel) sowie von Fahrrädern und Campingartikeln zu Sport (GMA: sonstiger Einzelhandel).

Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf festzustellen (v. a. aufgrund gegenüber 2008 höheren Verkaufsflächenanteilen von branchenfremden Neben- und Randsortimenten in den drei großen Betrieben Hornbach, Max Bahr und Dehner Gartencenter). Außerdem ist bei dieser sehr flächenintensiven Warengruppe auf die geänderte Branchenzuordnung bei Autozubehör hinzuweisen, wo mit einzelnen Fachmärkten (u. a. A.T.U.) nennenswerte kleinflächige Betriebe vorhanden sind, die von der GMA dem sonstigen Einzelhandel zugeordnet wurden.<sup>29</sup> Die Filiale der insolventen Baumarktkette Max Bahr in der Otto-Schönhagen-Straße wurde vom Betreiber Bauhaus übernommen. Insgesamt ist die Verkaufsflächenausstattung der Warengruppe Bau- / Heimwerker- und Gartenbedarf in Koblenz trotz des statistischen Verkaufsflächenrückgangs leicht überdurchschnittlich.

## 2. Nachfragesituation

### 2.1 Anmerkungen zum Einzugsgebiet des Koblenzer Einzelhandels

Als Einzugsgebiet des Koblenzer Einzelhandels kann der Bereich bezeichnet werden, innerhalb dessen die Verbraucher Einzelhandelsstandorte in Koblenz regelmäßig aufsuchen und wie er im Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2008 / 2009 sowie im Masterplan Koblenz<sup>30</sup> abgegrenzt wurde. Demnach wird der Einzugsbereich im Wesentlichen bestimmt von den umliegenden Oberzentren Köln, Bonn, Siegen, Gießen, Frankfurt am Main, Mainz, Wiesbaden und Trier, die jeweils selbst über eine entsprechende Fernwirkung verfügen. Das Einzugsgebiet des Einzelhandels in der Stadt Koblenz ist verglichen mit Städten ähnlicher Größenordnung sehr groß und im Wesentlichen identisch mit der Planungsregion Mittelrhein-Westerwald. Es umfasst den Landkreis Mayen-Koblenz, überwiegende Teile des Westerwaldkreises, des Rhein-Lahn-Kreises, des Rhein-Hunsrück-Kreises, des Kreises Cochem-Zell, des Kreises Neuwied sowie Randbereiche der Kreise Vulkaneifel, Ahrweiler und Limburg-Weilburg in Hessen (vgl. Karte 2). Innerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes leben knapp **970.000 Einwohner**.<sup>31</sup>

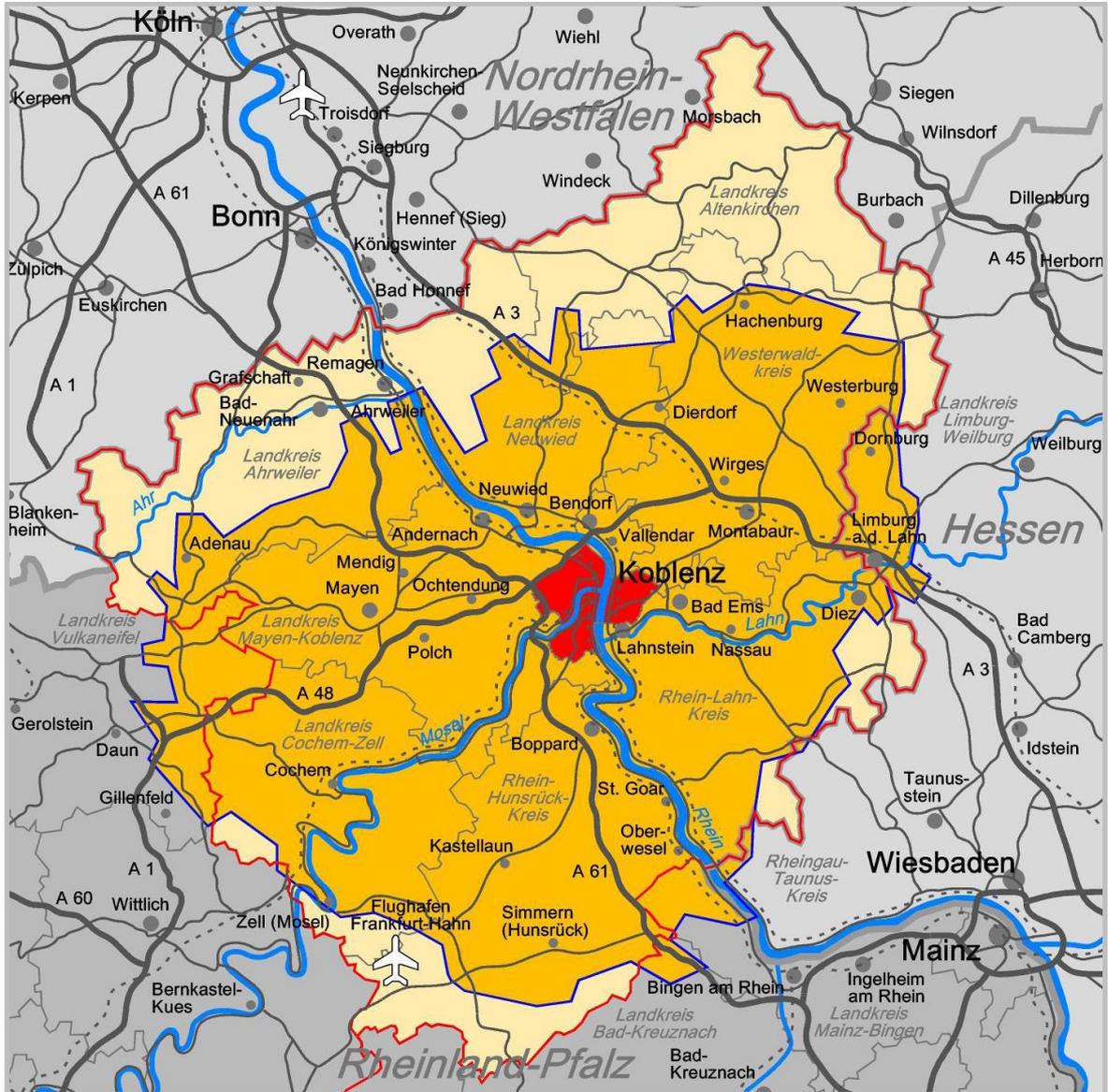
<sup>29</sup> Demgegenüber wurde diese Sortimentsgruppe von Borchert GeoInfo zum baumarktspezifischen Sortiment gezählt.

<sup>30</sup> vgl. Stadt Koblenz, Masterplan Koblenz, 2014.

<sup>31</sup> Quelle: Stadt Koblenz, Masterplan Koblenz, Mai 2012 bis April 2014.



**Karte 1: Einzugsgebiet der Stadt Koblenz**



Quelle: Stadt Koblenz, Masterplan Koblenz, 2014.

Die Intensität der Kaufkraftbindung durch die Einzelhandelsangebote in der Stadt Koblenz nimmt dabei mit zunehmender Entfernung von Koblenz ab. Von einer wesentlichen Einkaufsorientierung auf die Stadt Koblenz ist vor allem im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich auszugehen, wohingegen die Sortimente des kurzfristigen Bedarfs eher wohnortnah eingekauft werden. Mit der Etablierung des Mittelrhein-Forums als modernem Einkaufszentrum, welches im Jahr 2012 eröffnete, konnte die Innenstadt von Koblenz dabei seine Marktposition innerhalb des Einzugsgebietes festigen und sogar leicht ausbauen.

Es ist davon auszugehen, dass Kaufkraftzuflüsse in das Koblenzer Stadtgebiet zum Teil auch durch Pendlerverflechtungen von auswärtigen Standorten stattfinden. Nicht alle in Koblenz ansässigen Einzelhandelsbetriebe strahlen im gleichen Umfang auf das in Kapitel II., 2.1 abgegrenzte Marktgebiet aus. Es handelt sich hierbei um durchschnittliche Werte. Insbesondere die Betriebe des mittel- und langfristigen Bedarfs können ein überregionales Einzugsgebiet erschließen, wobei hier die Reichweite einzelner Betriebe stark unterschiedlich ist.

Neben den Angeboten in direkter Konkurrenz zum Koblenzer Einzelhandel (v. a. Mülheim-Kärlich) ist auch davon auszugehen, dass das Factory-Outlet-Center (FOC) im ca. 30 km nordöstlich gelegenen Montabaur, dessen Eröffnung im Laufe des Jahres 2015 geplant ist, perspektivisch Einfluss auf das Marktgebiet von Koblenz ausübt. Dabei ist jedoch darauf hinzuweisen, dass das FOC nur ausgewählte Sortimente führt, der Branchenmix nicht so vielfältig ist wie in Koblenz und das städtebauliche Erlebnis (v. a. Altstadt und Gastronomie) sowie sonstige Kopplungspotenziale mit oberzentralen Einrichtungen fehlen. Dennoch ist perspektivisch mit gewissen Kaufkraftabflüssen, v. a. in der Hauptwarengruppe Bekleidung / Schuhe / Sport, v. a. im östlichen Einzugsgebiet, zu rechnen. Zum aktuellen Zeitpunkt kann nicht gesagt werden, wie die Eröffnung des FOC in Montabaur sich auf die Kaufkraftströme auswirken wird.

## **2.2 Bevölkerung und Kaufkraft**

Zur Ermittlung des Kaufkraftpotenzials im Stadtgebiet werden die in Kapitel I., 4. angegebenen Bevölkerungszahlen zugrunde gelegt.

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft (inkl. Apotheken und Ladenhandwerk) pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland derzeit bei ca. € 5.247 pro Jahr.

Davon entfallen auf

- Nahrungs- und Genussmittel           ca. € 1.870 p. a.
- Nichtlebensmittel                       ca. € 3.377 p. a.

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft der lokale Kaufkraftkoeffizient zu berücksichtigen.<sup>32</sup>

Bei Zugrundelegung der aktuellen Einwohnerwerte und des Kaufkraftniveaus errechnet sich ein jährliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen in der Stadt Koblenz von **ca. 594 Mio. €**.

Differenziert nach **Hauptwarengruppen** stellt sich diese wie folgt dar:

**Tabelle 7: Einzelhandelskaufkraft nach Branchen**

Branche	Kaufkraft
	in Mio. €
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>	211,7
Gesundheit, Körperpflege	40,1
Blumen, zoologischer Bedarf	14,4
<b>kurzfristiger Bedarf insgesamt</b>	<b>266,2</b>
Bücher, Schreib- / Spielwaren	30,0
Bekleidung, Schuhe, Sport	77,0
<b>mittelfristiger Bedarf insgesamt</b>	<b>107,0</b>
Elektrowaren, Medien, Foto	59,4
Hausrat, Einrichtung, Möbel	65,9
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	53,8
Optik / Uhren, Schmuck	12,7
sonstige Sortimente*	29,1
<b>langfristiger Bedarf insgesamt</b>	<b>220,9</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>594,1</b>
* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchsgüter) GMA-Berechnung 2015	

Bei den angegebenen Werten handelt es sich um die **ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft**, d. h. die Kaufkraft, die dem stationären Einzelhandel grundsätzlich zur Verfügung steht, sowie die Kaufkraft, die stationäre Händler online auf sich vereinen können

<sup>32</sup> Verwendung regionaler Kaufkraftkennziffern von MB Research 2014. Werte über 100 deuten auf ein im Vergleich zum Bundesdurchschnitt höheres Kaufkraftniveau, Werte unter 100 auf ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Niveau hin. Für die Stadt Koblenz liegt der Kaufkraftkoeffizient bei 102,1 und damit leicht über dem Bundesdurchschnitt.

und die einen Anteil von ca. 2 – 3 % am gesamten Einzelhandelsumsatz ausmacht. Die Kaufkraft für sog. Internet-Pure-Player (z. B. Amazon) sowie Onlinehandel durch Hersteller und Katalogversender, deren Anteil am Onlinehandel über 70 % beträgt, sind in diesen Kaufkraftwerten nicht enthalten.<sup>33</sup>

### 2.3 Kaufkraftprognose bis 2020

Die Entwicklung der Kaufkraftvolumina in Koblenz bis zum Jahr 2020 steht vor allem in Abhängigkeit von der zukünftigen Entwicklung des Verbraucher- und Ausgabeverhaltens, vom Konjunkturverlauf sowie von den speziellen sozioökonomischen Gegebenheiten im Untersuchungsraum.

Das der GMA-Kaufkraftprognose zugrunde liegende Szenario des Verbraucherverhaltens lässt sich wie folgt skizzieren:

- Die Verbraucher verhalten sich für die Dauer des Prognosezeitraums „normal“, d. h. es werden keine größeren Veränderungen des aktuellen Ausgabe- und Sparverhaltens erwartet.
- Die Preise für Dienstleistungen werden schneller ansteigen als die Preise im Einzelhandel. Als Folge dieser Entwicklung wird der Ausgabenanteil des Einzelhandels am verfügbaren Einkommen leicht zurückgehen.
- Die Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel steigen nominal von derzeit ca. € 5.247 auf knapp € 5.400 im Jahr 2020.
- Die Bevölkerungszahl in der Stadt Koblenz wird perspektivisch weiter leicht zurückgehen; Grundlage für die Einschätzung der Bevölkerungszahl im Jahr 2020 ist das in Kapitel I, 4. dargestellte Entwicklungsszenario (mittlere Variante: ca. 105.131 Einwohner).

In der Stadt kann unter Verwendung dieser Kriterien im Jahr 2020 mit einem Kaufkraftvolumen von **ca. 578 Mio. €** gerechnet werden. Damit liegt das im Jahr 2020 erwartete

---

<sup>33</sup> vgl. IFH Köln, 2012.

Kaufkraftvolumen etwa 2 – 3 % unter dem aktuellen Kaufkraftvolumen. Zu beachten ist, dass diese Kaufkraft nicht ausnahmslos dem stationären Einzelhandel in der Stadt Koblenz zur Verfügung stehen wird. Sollte erwartungsgemäß eine weitere Abnahme der Marktanteile des stationären Einzelhandels und der Zunahme des Onlinehandels (gegenwärtig ca. 10 %) eintreten, ist davon auszugehen, dass die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft unter dem o. g. Wert liegen wird.

### **3. Bewertung der Einzelhandelsausstattung und Empfehlungen zur Weiterentwicklung**

#### **3.1 Ausstattungskennziffern**

Die vergleichende Betrachtung ausgewählter Einzelhandelskennziffern ergänzt die absoluten Angaben zum Einzelhandelsbestand und dient der Bewertung des Versorgungsangebotes in der Stadt Koblenz.

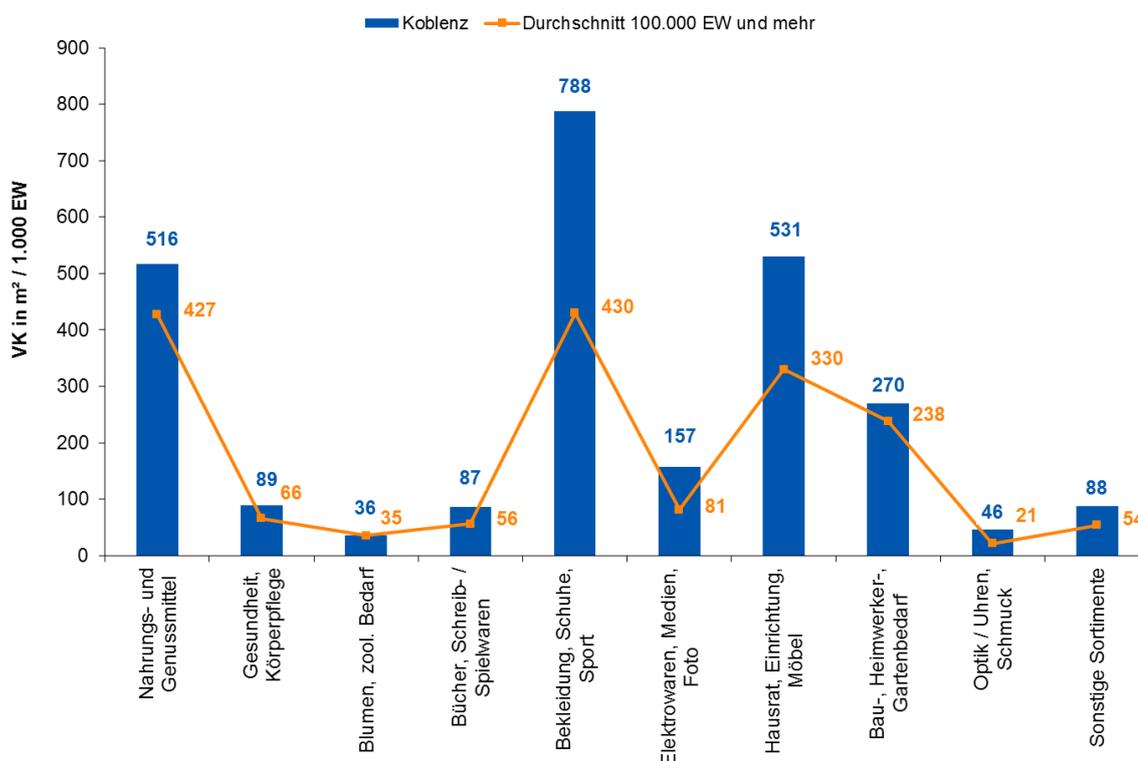
Hierzu ist anzumerken, dass diese Kennziffern lediglich einen **ersten Anhaltspunkt** zur Bewertung der Ausstattung eines Einzelhandelsstandortes liefern können. Es handelt sich hierbei zunächst um eine rein rechnerische Beurteilung des Einzelhandelsbestandes, die erste Rückschlüsse auf die Leistungsfähigkeit, besondere Stärken bzw. Schwächen zulässt.

Diese quantitative Analyse ist durch eine qualitative Bewertung zu ergänzen, in der – differenziert nach Branchen – die konkreten räumlichen Strukturen des Einzelhandelsstandortes, die Qualität des Angebotes (u. a. Leistungsfähigkeit, Betriebsgrößen- / Betriebstypenstruktur) sowie auch die Wettbewerbssituation im regionalen Umfeld berücksichtigt werden.

Die **branchenbezogene Betrachtung der Verkaufsflächenausstattung** in Abbildung 8 zeigt, dass die Stadt Koblenz in allen Sortimentsbereichen Werte oberhalb der GMA-Vergleichskennziffern für Kommunen mit mehr als 100.000 Einwohnern aufweist. Mit ca. 788 m<sup>2</sup> je 1.000 Einwohnern verfügt die Stadt über die höchste, relative Verkaufsflächenausstattung in der Hauptwarengruppe **Bekleidung / Schuhe / Sport**. Auch in der Warengruppe Hausrat / Einrichtung / Möbel mit 531 m<sup>2</sup> je 1.000 Einwohnern liegen Werte deut-

lich über der GMA-Kennziffer vor. Eine ebenfalls hohe Verkaufsflächenausstattung ist im Sortiment **Nahrungs- und Genussmittel** vorhanden (ca. 516 m<sup>2</sup> je 1.000 Einwohner), die – verglichen mit den bundesweiten Werten – als leicht überdurchschnittlich zu bewerten sind.<sup>34</sup>

**Abbildung 8: Relative Verkaufsflächenausstattung je 1.000 Einwohner**



Quelle: GMA-Erhebungen August / September 2013, GMA-Kennzifferstudie; einschl. des Globus SB-Warenhauses, Jakob-Caspers-Straße, welches im September 2014 eröffnete, und der Planungen am Alten Bahndamm in Metternich (Edeka, Norma, dm). Auch der Rewe Supermarkt (2.500 m<sup>2</sup> VK), welcher das Globus SB-Warenhaus im Löhr-Center ab Herbst 2015 ersetzt, wurde bereits berücksichtigt.

**Die ermittelten Verkaufsflächenkennziffern weisen darauf hin, dass aus planerischer Sicht perspektivisch weniger eine quantitative Ausweitung der Verkaufsflächen erforderlich ist, sondern in erster Linie eine qualitative Verbesserungen und die Optimierung der räumlichen Verteilung v. a. der nahversorgungsrelevanten An-**

<sup>34</sup> Im Bundesdurchschnitt entfallen bei Nahrungs- und Genussmitteln auf 1.000 Einwohner ca. 435 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Quelle: EHI Einzelhandelsdaten aktuell, 2014.

**gebote (v. a. Lebensmittelangebote) im Fokus stehen sollte. Eine detaillierte Bewertung der Nahversorgungssituation erfolgt im nachfolgenden Kapitel 4.**

### 3.2 Zentralität

Als wichtige Orientierung für die Versorgungsbedeutung von Städten und Gemeinden für das sie umgebende nähere Umland dient die Einzelhandelszentralität.<sup>35</sup> Die Betrachtung der Einzelhandelszentralität (Gesamtzentralität von 156) zeigt, dass im Vergleich zum lokalen Kaufkraftvolumen im Koblenz insgesamt etwa 56 % mehr Umsätze getätigt werden (vgl. Abbildung 9), was einem Kaufkraftzufluss in die Stadt Koblenz von per Saldo ca. 330 Mio. € pro Jahr entspricht.

Für eine Stadt mit einer oberzentralen Versorgungsfunktion sind die errechneten Zentralitätswerte, auch differenziert nach einzelnen Warengruppen, als überdurchschnittlich bzw. angemessen zu bewerten. Lediglich in der Warengruppe Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf sowie bei sonstigen Sortimenten sind unterdurchschnittliche Zentralitätswerte vorhanden, die Ausdruck der umfangreichen Wettbewerbssituation im Koblenzer Umland (v. a. Mülheim-Kärlich) sind.

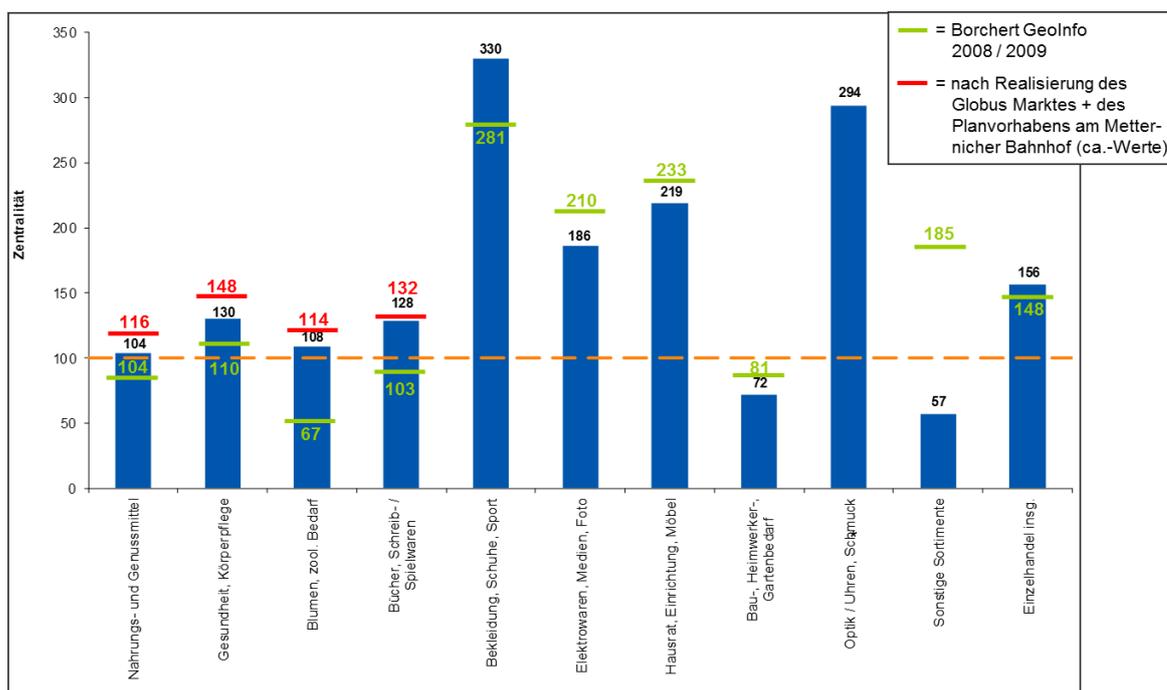
Gegenüber 2008 konnte der Einzelhandel in der Stadt Koblenz seine Marktposition noch einmal ausbauen. Wesentlichen Anteil an dieser Entwicklung trägt das Mittelrhein-Forum, das als moderner Betriebstyp mit in erster Linie Sortimenten des mittelfristigen Bedarfsbereichs v. a. in der Warengruppe Bekleidung / Schuhe / Sport einen wesentlichen Beitrag zur Zentralitätssteigerung der Stadt Koblenz leistet. Der Rückgang bei Elektrowaren / Medien / Foto ist v. a. mit dem Rückgang der Flächenproduktivitäten zu erklären, den der Onlinehandel (Marktanteil: 30 %!) auf den stationären Einzelhandel in diesem Segment ausübt. Der Rückgang bei Hausrat / Einrichtung / Möbel ist v. a. auf die Schließung des langjährig ansässigen Möbelhauses Interform zurückzuführen, dürfte mit der Übernahme der Fläche durch die Unternehmensgruppe XXXLutz jedoch wieder einer branchengleichen Nutzung zugeführt werden, so dass die Zentralitätsverluste in dieser Warengruppe

---

<sup>35</sup> Die Einzelhandelszentralität stellt den im Koblenzer Stadtgebiet getätigten Einzelhandelsumsatz der im gleichen Bezugsraum vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gegenüber. Werte über 100 weisen dabei – per Saldo – auf einen Ausstrahlungsüberschuss hin, Werte unter 100 entsprechend auf einen Kaufkraftabfluss.

perspektivisch kompensiert werden. Mit der Ansiedlung eines Globus SB-Warenhaus im Gewerbebereich B 9 Nord wird auch die Zentralität in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten, v. a. bei Nahrungs- und Genussmitteln und Gesundheit / Körperpflege, noch weiter ausgebaut werden, da zu erwarten ist, dass diesen Anbieter auch Kunden aus Mülheim-Kärlich und weiteren angrenzenden Gemeinden aufsuchen werden.

**Abbildung 9: Einzelhandelszentralität in Koblenz nach Hauptwarengruppen**



\* Für das Jahr 2008 liegen in diesem Sortiment keine Daten vor.

\*\* Die gesamtstädtische Einzelhandelszentralität stellt den in Koblenz getätigten Einzelhandelsumsatz der in Koblenz vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gegenüber. Werte über 100 weisen dabei – per Saldo – auf einen Ausstrahlungsüberschuss hin, Werte unter 100 entsprechend auf einen Kaufkraftabfluss.

Quelle: GMA-Erhebungen August / September 2013, Borchert 2008 / 2009

### 3.3 Zusammenfassende Bewertung und Empfehlungen

Zusammenfassend sind hinsichtlich der branchenbezogenen Einzelhandelsausstattung sowie möglicher Entwicklungspotenziale unter Berücksichtigung der stagnierenden bis rückläufigen Einwohner- und Kaufkraftprognose für die Stadt Koblenz folgende Bewertungen und Empfehlungen zu treffen:

**Übersicht 1: Branchenbezogene Entwicklungspotenziale**

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
Nahrungs- und Genussmittel	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ quantitativ insgesamt durchschnittliche Ausstattung, mit tlw. räumlichen Versorgungslücken (siehe Kapitel II., 4.3 ab S. 47)</li> <li>▪ überwiegend ausgewogener Betriebstypen- und Betreiberbesatz, mit Schwerpunkt bei Lebensmitteldiscountern</li> <li>▪ bei Supermärkten überdurchschnittlich hoher Anteil (80 %) kleiner Märkte (&lt; 1.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)</li> </ul>	(Verlagerung und) Erweiterung / Modernisierung von Märkten mit Nachholbedarf prüfen, Sicherung und Ausbau der wohnortnahen Versorgung, v. a. in zentralen Versorgungsbereichen und in Gebieten mit Versorgungslücken
Gesundheit, Körperpflege	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ leicht überdurchschnittliche Ausstattung in Koblenz insgesamt</li> <li>▪ neben den Drogeriefachmärkten Rossmann, dm und Müller auch Parfümerien, Sanitätswarenanbieter und eine Vielzahl an Apotheken im Stadtgebiet ansässig</li> <li>▪ nach Schlecker-Insolvenz nur noch drei Drogeriemärkte außerhalb der Innenstadt vorhanden (Rauental, Arenberg, Horchheim); Drogeriemarkt in Metternich in Bau</li> </ul>	in einigen Stadtteilen Drogeriemarkt grundsätzlich zur Verbesserung der Nahversorgung noch darstellbar (siehe Kapitel II., 4.3 ab S. 47)
Blumen, zoologischer Bedarf	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ quantitative Ausstattung derzeit durchschnittlich</li> <li>▪ im Bereich Schnittblumen / Zimmerpflanzen zahlreiche Fachgeschäfte, Versorgung z. T. über Gartenmärkte</li> <li>▪ Angebot im zoologischen Bedarf neben einem großflächigen Fachmarkt und einigen Fachgeschäften v. a. in den Randsortimenten der Lebensmittelmärkte (hier v. a. Tierfutter) vertreten</li> </ul>	grundsätzlich noch gewisse Erweiterungspotenziale gegeben, jedoch kein akuter Handlungsbedarf; Konzentration auf Bestandssicherung / -optimierung

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
Bücher, Schreib- und Spielwaren	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ quantitativ überdurchschnittliche Ausstattung</li> <li>▪ bei Büchern große Magnetbetriebe im Hauptzentrum vorhanden (Thalia, Buchhandlung Reuffel); weitere kleine inhabergeführte Buchhandlungen vorhanden; in Nebenzentren v. a. Zeitschriften / Kioske / Schreibwaren</li> <li>▪ bei Spielwaren Konzentration von z. T. spezialisierten Fachgeschäften (Modellbau, Puppen) auf die Innenstadt, ein großflächiger Spielwarenfachmarkt (Toys'R'us) im Gewerbebereich B 9 Nord</li> </ul>	Sicherung des Angebotes bei Schreibwaren v. a. auch in den kleineren Nebenzentren; sonst kein akuter Handlungsbedarf gegeben
Bekleidung, Schuhe, Sport	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ quantitativ deutlich überdurchschnittliche Ausstattung</li> <li>▪ etwa 92 % der Verkaufsfläche in der Innenstadt gelegen, dort fast alle namhaften Magnetbetriebe des mittelpreisigen Segments vertreten (Galeria Kaufhof, SinnLeffers, P&amp;C, C&amp;A, H&amp;M, Boecker Modehaus, TK Maxx u. a.)</li> </ul>	Sicherung und Konzentration des Angebotes in der Innenstadt, Angebote in den Nebenzentren (z. B. Textilfachmarkt) grundsätzlich darstellbar; Lenkung auf zentrale Versorgungsbereiche anzustreben
Elektrowaren, Medien, Foto	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ quantitativ überdurchschnittliche Ausstattung vorhanden</li> <li>▪ Angebote sowohl in der Innenstadt (v. a. Saturn, Expert), als auch im Gewerbebereich B 9 Nord (Saturn, MediaMarkt) vorhanden</li> </ul>	kein akuter Handlungsbedarf; Sicherung des Angebotes v. a. in der Innenstadt anzustreben

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
Hausrat, Einrichtung, Möbel	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ quantitativ überdurchschnittliche Ausstattung vorhanden; mit Übernahme des Interform Möbelhauses durch die Unternehmensgruppe XXXLutz wird Möbelsegment perspektivisch noch stärker</li> <li>▪ Konzentration der flächenintensiven Möbelhäuser auf den Gewerbebereich B 9 Nord (u. a. IKEA, Polster aktuell, Poco Domäne); aber auch großflächige Angebote in der Innenstadt (Möbel Mayer, Wernecke Einrichtungshaus)</li> <li>▪ bei Haushaltswaren / Geschenkartikel / Glas / Porzellan / Keramik Konzentration nationaler Filialisten v. a. auf die Innenstadt (u. a. Depot, Xenos, Butlers, Kodi)</li> <li>▪ insgesamt ausgewogener Angebots- und Betriebs-typenmix</li> </ul>	kein akuter Handlungsbedarf; Bestandssicherung (z. B. durch Verlagerung); Ergänzungen durch spezialisierte Anbieter (z. B. Küchen, Teppiche) grundsätzlich noch darstellbar
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ quantitativ leicht überdurchschnittliche Ausstattung vorhanden</li> <li>▪ umfangreicher Angebots- und Betriebstypenmix bei Bau- und Gartenmärkten</li> <li>▪ gängige Betreiber in Koblenz vorhanden (v. a. ehem. Max Bahr, jetzt Bauhaus, Hornbach, Dehner Gartencenter)</li> </ul>	kein wesentlicher Handlungsbedarf, Anpassungen (z. B. Baustoffe-Drive Ins) grundsätzlich genehmigungsfähig, wenn kein Ausbau innenstadtrelevanter Randsortimente erfolgt
Optik, Uhren / Schmuck	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ quantitativ deutlich überdurchschnittliche Ausstattung</li> <li>▪ qualitativ angemessenes Angebot vorhanden</li> <li>▪ räumliche Konzentration auf die Koblenzer Innenstadt</li> </ul>	kein wesentlicher Handlungsbedarf; Ergänzungen und Neuansiedlungen von Optikern in Nebenzentren grundsätzlich darstellbar

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
sonstige Sortimente	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ quantitativ überdurchschnittliche Ausstattung</li> <li>▪ mit Ausnahme eines Sonderpostenmarktes (Thomas Phillips), zwei Anbieter für Motorradzubehör (Polo, Lewis) sowie einem Fachradfachmarkt (Canyon) nur kleinflächige Angebote vorhanden</li> </ul>	<p>Ansiedlungs- und Ergänzungspotenziale bei Fahrrädern / Sportgroßgeräten / Campingartikel grundsätzlich noch vorhanden; in sonstigen spezialisierten Segmenten mit grundsätzlichem Entwicklungspotenzial (z.B. Babyfachmarkt) z. T. intensive Wettbewerbssituation mit Mülheim-Kärlich gegeben, was eine mögliche Ansiedlung erschwert</p>
GMA-Empfehlungen 2015		

## **4. Nahversorgungssituation in Koblenz**

### **4.1 Entwicklung der Nahversorgung**

Ein wesentliches Ziel des Einzelhandelskonzeptes stellt die Sicherung der Nahversorgung Stadtgebiet dar. Verschiedene Entwicklungen sowohl auf der Nachfrage- als auch auf der Angebotsseite haben sich in den vergangenen Jahren unterschiedlich auf die räumliche Entwicklung der Nahversorgung ausgewirkt. Dabei waren in den letzten Jahren / Jahrzehnten insbesondere folgende räumliche Konsequenzen festzustellen:

- **Suburbanisierung der Handelsstandorte:** In der Folge der Suburbanisierung insbesondere der Wohnfunktion zogen auch die Handelsstandorte nach. Mit der i. d. R. großflächigen Handelsentwicklung an dezentralen Standortlagen kam es zunehmend zu einer Verselbstständigung und Zunahme der Eigenzentralität von räumlich isolierten Einzelhandelsstandorten.
- **Zunehmender Bedeutungsverlust der Zentren:** Die zunehmende „Eigendynamik der Standorte“ bewirkte einen Bedeutungsverlust der zentralen Lagen insbesondere in Mittel- und Kleinstädten, aber auch in Stadtbezirken / Quartierslagen in Großstädten wie Koblenz. In der Folge abgewanderter Grundversorgungseinrichtungen lösen sich zunehmend auch die ergänzenden Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote auf. Letztlich kann dieser Prozess zu einer umfangreichen Auflösung räumlicher Strukturen und damit einhergehend der Qualität der jeweiligen Bereiche sowohl als Wohn- als auch als Wirtschaftsstandort führen.

**In der Konsequenz heißt dies: Überall dort, wo keine klare Planungs- und Entscheidungsgrundlagen vorhanden sind und keine gezielten Maßnahmen ergriffen werden, wird die Stellung v. a. der Stadtteil- bzw. Nahversorgungszentren als wohnortnahe Einzelhandelsstandorte tendenziell weiter geschwächt.**

## **4.2 Bedeutung verschiedener Betriebstypen für die Nahversorgung**

Die Lebensmittelmärkte sind als Hauptträger der Nahversorgung zu klassifizieren. Weitere Betriebe des kurzfristigen, täglichen Bedarfs kommen ergänzend hinzu. Die verschiedenen Betriebstypen unterscheiden sich dabei in einer Vielzahl von Kriterien. Dies betrifft nicht nur die Verkaufsflächengröße, sondern auch die Sortimentszusammensetzung sowie den Bedeutungsgrad für die wohnortnahe Versorgung (Nahversorgung). Diese Aspekte sollen in folgender Übersicht für die gängigen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels dargestellt werden.

**Übersicht 2: Wesentliche Träger der Nahversorgung und Einordnung der Nahversorgungsfunktion (i. S. der fußläufigen Erreichbarkeit)**

Betriebstyp	Verkausflächengröße in m <sup>2</sup>	Sortimentsschwerpunkt <sup>1</sup>	durchschnittliche Anzahl der Artikel <sup>1</sup>	Einordnung der Nahversorgungsfunktion
SB-Warenhaus	> 5.000	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 8 %***	11.175 (33 %) 7.950 (16 %) 25.400 (51 %) Gesamt: 49.525	aufgrund der meist großen Verkaufsflächen ist der Betriebstyp oft nur schwer in zentralen Lagen integrierbar; spricht weites Einzugsgebiet an, daher häufig nur geringe Nahversorgungsfunktion
Großer Supermarkt	2.500 – 5.000	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 17 %***	15.740 (62 %) 4.810 (19 %) 4.480 (17 %) Gesamt: 15.330	aufgrund hoher Flächenanforderungen häufig nur schwer in Wohngebietslagen integrierbar
Supermarkt	1.500 – 2.500	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 21 %***	8.760 (76 %) 2.010 (17 %) 840 (7 %) Gesamt: 11.610	maßgeblicher Träger der Nahversorgung; häufig Magnet und Frequenzbringer in Neben- und Nahversorgungszentren und auch kleinen Gemeinden
Discounter	800 – 1.300	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 28 %***	1.584 (75 %) 273 (13 %) 264 (12 %) Gesamt: 2.121	in Standort- und Anbieterabhängigkeit teils wichtige Nahversorgungsfunktion
Lebensmittelhandwerk	i. d. R. < 100	Bäckerei- und Metzgereiartikel	keine Angaben	Rückgrat der Nahversorgung, v. a. im ländlichen Raum und in peripher gelegenen Stadtteilen; inkl. Ergänzungssortimente

<sup>1</sup> in Anlehnung an EHI Handelsdaten aktuell 2014; EHI Retail Institute; GMA-Erfahrungswerte  
 \* Nonfood I-Sortiment: Drogerie, Kosmetik, Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel, Tiernahrung / Tierpflege  
 \*\* Nonfood II-Sortiment: Sonstiges Nonfoodsortiment (mittel- bis langfristig)  
 \*\*\* bezogen auf die im jeweiligen Betriebstyp geführte Artikelzahl  
 GMA-Darstellung 2015



### 4.3 Bewertung der Nahversorgungssituation und Empfehlungen zur Weiterentwicklung in der Stadt Koblenz

Im Folgenden werden die einzelnen Teilräume der Stadt Koblenz hinsichtlich ihrer Versorgungssituation im Lebensmitteleinzelhandel beurteilt.

Zur **Bewertung der räumlichen Versorgungssituation** und zur Ableitung von Entwicklungspotenzialen für einzelne Stadtteile werden in der Handelswissenschaft oft 700 m-Radien um die **wesentliche Lebensmittelmärkte** abgebildet, die den Bereich der fußläufigen Erreichbarkeit markieren. Die Entfernung von 700 m wird unter Berücksichtigung des demografischen Wandels im Sinne einer fußläufigen Nahversorgung als sinnvoll erachtet und entspricht einer fußläufigen Zeitdistanz von ca. 10 Minuten Gehzeit. Da es sich bei der Darstellung nach Nahversorgungsradien lediglich um eine sehr theoretische Betrachtung der Versorgungssituation handeln würde, bei der v. a. die in der Stadt Koblenz zu beachtenden topografischen, naturräumlichen und städtebaulichen Gegebenheiten (z. B. Rhein, Mosel oder Bahntrassen als Zäsur) unberücksichtigt bleiben würden, wird in Karte 3 die tatsächliche fußläufige Netzabdeckung mit 700 m-Distanzen dargestellt. Dabei finden die tatsächlichen siedlungs- und infrastrukturellen Gegebenheiten Berücksichtigung. Die innerhalb dieser Bereiche lebende Bevölkerung wird als „versorgt“, die außerhalb einer tatsächlichen fußläufigen Entfernung von 700 m zu einem Lebensmittelmarkt wohnhafte Bevölkerung als „unterversorgt“ klassifiziert.

Bereits aus Karte 3 wird ersichtlich, dass große Siedlungsgebiete in den Stadtteilen Goldgrube, Neuendorf, Wallersheim, Rübenach, Niederberg, Arenberg, Immendorf, Pfaffendorf, Horchheim und Horchheimer Höhe derzeit unterversorgt sind.

Die 30 Stadtteile werden zur Bewertung der Nahversorgungssituation gutachterlicherseits zu 11 strategischen Versorgungsräumen zusammengefasst (vgl. Karte 3), für die davon auszugehen ist, dass die jeweiligen Angebote im Versorgungsgebiet auch Nahversorgungsangebote bei Lebensmitteln und Drogeriewaren für die Bewohner der jeweils anderen Stadtteile darstellen und daher in der Gesamtschau zu bewerten sind:

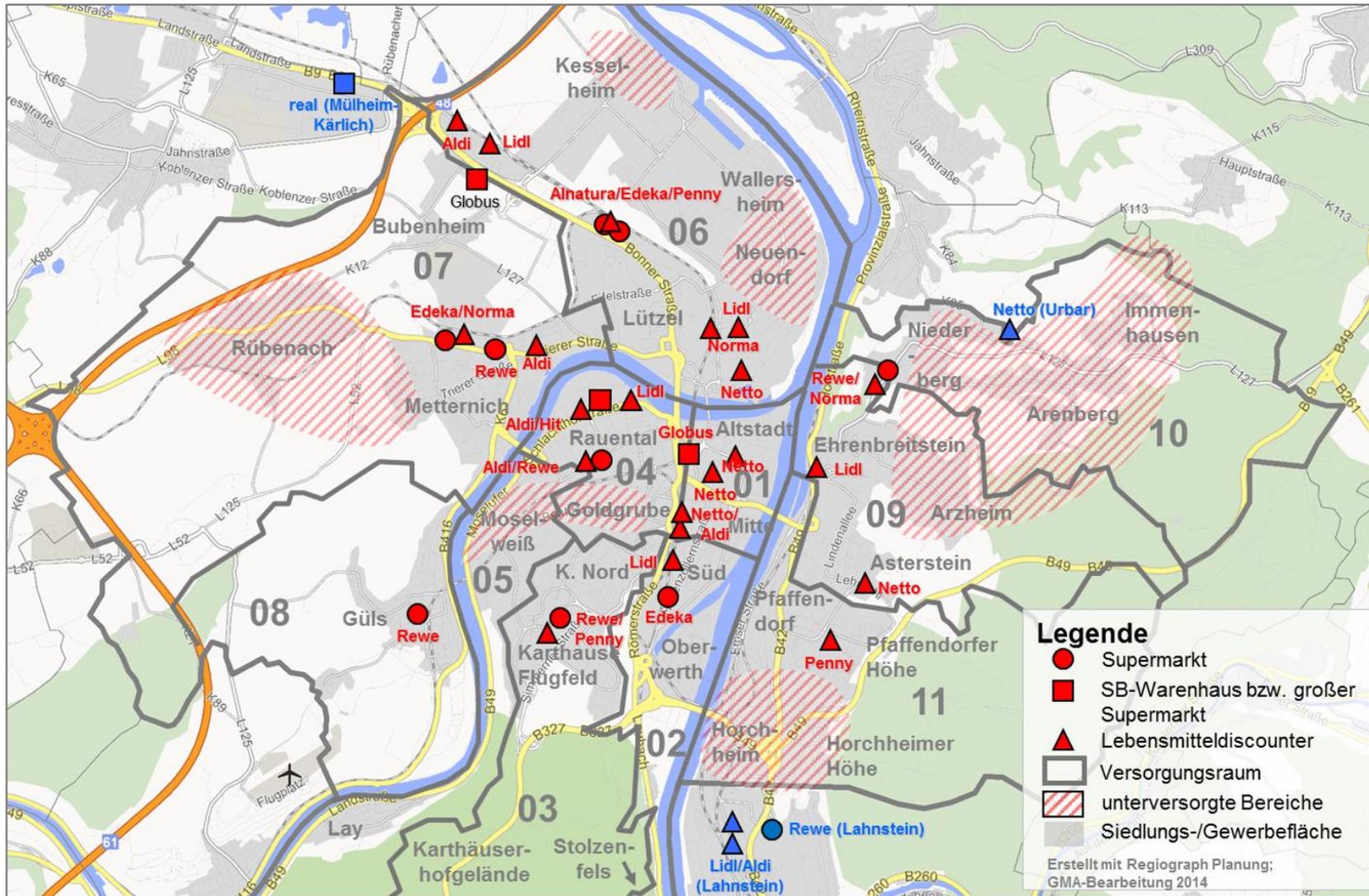
- (1) Altstadt, Mitte
- (2) Süd, Oberwerth, Stolzenfels

- (3) Karthause Nord, Karthäuserhofgelände, Karthause Flugfeld
- (4) Goldgrube, Rauental
- (5) Moselweiß, Lay
- (6) Lützel, Neuendorf, Wallersheim, Kesselheim
- (7) Metternich, Rübenach, Bubenheim
- (8) Güls
- (9) Ehrenbreitstein, Asterstein, Arzheim
- (10) Niederberg, Arenberg, Immendorf
- (11) Pfaffendorf, Pfaffendorfer Höhe, Horchheim, Horchheimer Höhe.

Bei allen folgenden Ausführungen wurde bereits die Eröffnung des Globus SB-Warenhauses im Gewerbebereich B 9 Nord, Jakob-Caspers-Straße, im September 2014 berücksichtigt, sowie die Planungen am Alten Bahndamm in Metternich (Edeka, Norma, dm), für welche die Eröffnung im Laufe des Jahres 2015 geplant ist. Auch der Rewe Supermarkt (2.500 m<sup>2</sup> VK), welcher das Globus SB-Warenhaus im Löhr-Center ab Herbst 2015 ersetzt, wurde in Abstimmung mit dem Auftraggeber bereits in den Darstellungen zur quantitativen, qualitativen und räumlichen Ausstattung bei der Nahversorgung einbezogen.

Die in den nachfolgenden Übersichten 3 – 13 dargestellten Zuordnungen einzelner Märkte zu zentralen Versorgungsbereichen (ZVB) bezieht sich bereits auf die in Kapitel IV. dargestellten Zentren- und Standortstruktur.

Karte 3: Räumliche Versorgungssituation in der Stadt Koblenz



**Übersicht 3: Bewertung der Nahversorgungssituation in den Stadtteilen Altstadt und Mitte**

Stadtteil(e)	Einwohner (Juni 2015)	Wesentliche Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m <sup>2</sup> und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Altstadt</li> <li>▪ Mitte</li> </ul>	9.131	u. a. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Feinkost</li> <li>▪ Reformhaus</li> <li>▪ Obst + Gemüse</li> <li>▪ Asiatische Lebensmittel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 2x Netto (ZVB)</li> <li>▪ Aldi (ZVB)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Globus (ZVB)</li> <li>▪ Netto (ZVB)</li> </ul>	<p><b>quantitativ:</b> deutlich überdurchschnittlich bei Nahrungs- und Genussmitteln sowie Gesundheit / Körperpflege</p> <p><b>qualitativ:</b> mehrheitlich zeitgemäße Marktauftritte der bestehenden Anbieter, ausgewogener Mix verschiedener Betriebstypen, auch mit großem Supermarkt; ergänzt durch Spezialanbieter (z. B. Bäckereien, Metzgereien, asiatische Lebensmittelmärkte, Kioske)</p> <p><b>räumlich:</b> Konzentration des Angebotes innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt, gute räumliche Abdeckung ohne nennenswerte Versorgungslücken</p> <p>➔ kein Handlungsbedarf, freies Spiel der Kräfte für Märkte bis 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, darüber Einzelfallprüfung</p>
		u. a. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ dm</li> <li>▪ 2x Douglas</li> <li>▪ 2x Parfümerie Waas</li> <li>▪ 2x Parfümerie Krepele</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 2x dm (ZVB)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Drogerie Müller (ZVB)</li> </ul>	

ZVB = zentraler Versorgungsbereich / NVS = Nahversorgungsstandort / iL = integrierte Lage / aL = autokundenorientierte Lage  
 GMA-Zusammenstellung 2015

**Übersicht 4: Bewertung der Nahversorgungssituation in den Stadtteilen Süd, Oberwerth und Stolzenfels**

Stadtteil(e)	Einwohner (Juni 2015)	Wesentliche Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m <sup>2</sup> und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Süd,</li> <li>▪ Oberwerth,</li> <li>▪ Stolzenfels</li> </ul>	8.758	u. a. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bioladen</li> <li>▪ Feinkost</li> <li>▪ Obst + Gemüse</li> </ul>	- - -	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Edeka (ZVB)</li> <li>▪ Lidl (ZVB)</li> </ul>	<p><b>quantitativ:</b> unterdurchschnittlich bei Nahrungs- und Genussmitteln, Drogeriewaren nur auf Teilflächen der Lebensmittelmärkte, kein eigenes Angebot</p> <p><b>qualitativ:</b> mit Supermarkt und Lebensmitteldiscounter wesentliche Betriebstypen vorhanden, Edeka, Hohenzollernstraße, mit tendenziell zu geringer Verkaufsfläche, ergänzend Getränkemarkte, Betriebe des Lebensmittelhandwerks und Kioske sowie eine Apotheke</p> <p><b>räumlich:</b> Konzentration wesentlicher Angebote auf den zentralen Versorgungsbereich Süd; mit Ausnahme eines Obst + Gemüse-Anbieters in Oberwerth und Stolzenfels keine nahversorgungsrelevanten Angebote vorhanden, jedoch mit rd. 1.750 Einwohnern Bevölkerungspotenzial für eigenständige Nahversorgung zu gering</p> <p>→ bei Nahrungs- und Genussmittel Prüfung einer Erweiterung / Modernisierung des Edeka Supermarktes an der Hohenzollernstraße; Potenziale zur Ansiedlung eines Drogeriemarktes vorhanden, wobei Ansiedlung im zentralen Versorgungsbereich Süd anzustreben ist</p>
		- - -	- - -	- - -	

ZVB = zentraler Versorgungsbereich / NVS = Nahversorgungsstandort / iL = integrierte Lage / aL = autokundenorientierte Lage  
 GMA-Zusammenstellung 2015

**Übersicht 5: Bewertung der Nahversorgungssituation in den Stadtteilen Karthause Nord, Karthäuserhofgelände und Kart-hause Flugfeld**

Stadtteil(e)	Einwohner (Juni 2015)	Wesentliche Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m <sup>2</sup> und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Karthause Nord</li> <li>▪ Karthäuserhofgelände</li> <li>▪ Karthause Flugfeld</li> </ul>	11.126	u. a. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Obst + Gemüse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Penny (ZVB)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Rewe (ZVB)</li> </ul>	<p><b>quantitativ:</b> unterdurchschnittliche Verkaufsflächen-ausstattung bei Nahrungs- und Genussmitteln und Drogeriewaren; bei Drogeriewaren kein relevantes Fachangebot (nur Randsortimente der Lebensmittel-anbieter) vorhanden</p> <p><b>qualitativ:</b> mit Vollsortimenter und Discounter wesent-liche Betriebstypen vertreten, beide z. T. mit Nachhol-bedarf (Verkaufsflächendimensionierung, Marktauftritt, Parken); ergänzend u. a. Bäckereien, Metzgerei, Ki-osk, Tankstellen-Shops</p> <p><b>räumlich:</b> Konzentration des Angebotes auf den zent-ralen Versorgungsbereich, z. T. Versorgungslücken, die aufgrund der Topografie und fehlenden Grund-stücksflächen nur schwer zu beheben sein dürften, weshalb Konzentration auf vorhandene Standorte empfohlen wird</p> <p>→ Erweiterung / Modernisierung der vorhandenen Lebensmittelmärkte anzustreben und potenziell darstellbar; Drogeriemarkt grundsätzlich darstellbar, wobei Standort im zentralen Versorgungsbereich Kart-hause anzustreben ist; Prüfung der rückwärtig zum Bundesarchiv gelegenen Fläche als Potenzialstandort für Verlagerungen / Erweiterungen (s. Kapitel IV., 2.3.3)</p>
		u. a. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 3x Apotheke</li> </ul>	---	---	

ZVB = zentraler Versorgungsbereich / NVS = Nahversorgungsstandort / iL = integrierte Lage / aL = autokundenorientierte Lage  
 GMA-Zusammenstellung 2015



**Übersicht 6: Bewertung der Nahversorgungssituation in den Stadtteilen Goldgrube und Rauental**

Stadtteil(e)	Einwohner (Juni 2015)	Wesentliche Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m <sup>2</sup> und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Goldgrube</li> <li>▪ Rauental</li> </ul>	9.363	u. a. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ethnischer Lebensmittelhandel (afrikanisch, asiatisch)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 3x Getränkemarkt (Dursty, Rewe, HIT) (aL, ZVB, aL)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ HIT (aL)</li> <li>▪ Rewe (ZVB)</li> <li>▪ 2x Aldi (1x ZVB, 1x aL)</li> <li>▪ Lidl (iL)</li> </ul>	<p><b>quantitativ:</b> deutlich überdurchschnittliche Ausstattung bei Nahrungs- und Genussmitteln und Gesundheit / Körperpflege</p> <p><b>qualitativ:</b> überwiegend zeitgemäße Angebote und gute Betriebstypendurchmischung (großer Supermarkt, Supermarkt, Discounter); ergänzende Angebote in Form mehrerer Bäckereien, einer Metzgerei, Getränkemarkte, Kioske, ethnischer Lebensmittelhandel sowie Tankstellen-Shops; mehrere Apotheken vorhanden</p> <p><b>räumlich:</b> umfangreiches Nahversorgungsangebot mit Schwerpunkt auf den zentralen Versorgungsbereich Rauental (Moselweißer Straße) und den Nahversorgungsstandort Rauental (Schlachthofstraße); räumliche Versorgungslücken im Stadtteil Goldgrube</p> <p>→ im Stadtteil Goldgrube Verbesserung der Versorgungssituation bei Lebensmitteln anzustreben, Prüfung der Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes (siehe Potenzialflächen Kapitel 2.3.4); in diesem Fall ist ein Ausbau der Angebote im Stadtteil Rauental (z. B. durch Erweiterung) nicht anzustreben; kein Handlungsbedarf bei Drogeriewaren bzw. Gesundheit / Körperpflege</p>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 3x Apotheke</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ dm (aL)</li> </ul>	- - -	

ZVB = zentraler Versorgungsbereich / NVS = Nahversorgungsstandort / iL = integrierte Lage / aL = autokundenorientierte Lage  
 GMA-Zusammenstellung 2015

**Übersicht 7: Bewertung der Nahversorgungssituation in den Stadtteilen Moselweiß und Lay**

Stadtteil(e)	Einwohner (Juni 2015)	Wesentliche Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m <sup>2</sup> und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Moselweiß</li> <li>▪ Lay</li> </ul>	5.050	u. a. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 4x Bäckerei, 1x Konditorei</li> </ul>	---	---	<p><b>quantitativ:</b> deutlich unterdurchschnittliche Verkaufsfächenausstattung, wobei Bevölkerungspotenzial (ca. 4.950 Einwohner) sowohl für Lebensmittelmarkt als auch für Drogeriemarkt zu knapp bemessen ist</p> <p><b>qualitativ:</b> nur rudimentäres Angebot vorhanden, v. a. Kioske, Bäckereien und 2x Apotheke</p> <p><b>räumlich:</b> kleinflächige Angebote v. a. in Moselweiß, in Lay lediglich 1x Bäckerei, 1x Kiosk; nächste Lebensmittelmärkte in Karthause (Rewe, Penny) sowie in Rauental (2x Aldi, Rewe, HIT)</p> <p>➔ Prüfung der Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes, falls im Stadtteil Goldgrube (s. Kapitel 2.3.4) kein Lebensmittelmarkt angesiedelt werden kann; im Übrigen Sicherung der wohnortnahen Versorgung mit ergänzenden Lebensmittelangeboten anzustreben</p>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 2x Apotheke</li> </ul>	---	---	

ZVB = zentraler Versorgungsbereich / NVS = Nahversorgungsstandort / iL = integrierte Lage / aL = autokundenorientierte Lage  
 GMA-Zusammenstellung 2015

**Übersicht 8: Bewertung der Nahversorgungssituation in den Stadtteilen Lützel, Neuendorf, Wallersheim und Kesselheim**

Stadtteil(e)	Einwohner (Juni 2015)	Wesentliche Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m <sup>2</sup> und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lützel</li> <li>▪ Neuendorf</li> <li>▪ Wallersheim</li> <li>▪ Kesselheim</li> </ul>	19.987	u. a. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dorflädchen Neuendorf</li> <li>▪ Ihr Kaufmann Kesselheim</li> <li>▪ asiatische Lebensmittel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Netto (ZVB)</li> <li>▪ Penny (aL)</li> <li>▪ Alnatura (aL)</li> <li>▪ Mixmarkt (aL)</li> <li>▪ Al-Tek Supermarkt (aL)</li> <li>▪ 2x Getränkemarkt (Trinkgut, Cash)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Edeka (aL)</li> <li>▪ Aldi (aL)</li> <li>▪ Lidl (2x aL)</li> <li>▪ Norma (aL)</li> </ul>	<p><b>quantitativ:</b> unterdurchschnittliche Verkaufsflächen-ausstattung bei Lebensmitteln und Drogeriewaren vorhanden</p> <p><b>qualitativ:</b> mittel- und großflächige Anbieter überwiegend zeitgemäß; kleinflächige Angebote v. a. in Neuendorf und Kesselheim derzeit noch mit wichtiger Nahversorgungsfunktion; Angebotsergänzungen durch mehrere Getränkemarkte, Bäckereien und Metzgereien, Kioske sowie Tankstellen-Shops; kein fachrelevantes Angebot bei Drogeriewaren vorhanden (lediglich Angebote als Teilsortiment in Lebensmittelmärkten), 3x Apotheke vorhanden</p> <p><b>räumlich:</b> Schwerpunkt der Angebote im Stadtteil Lützel, räumliche Versorgungslücken v. a. in Neuendorf und Wallersheim mit insgesamt ca. 9.000 Einwohnern; abgesetzter Stadtteil Kesselheim (ca. 2.500 Einwohner) mit zu geringem Nachfragepotenzial für eigene Nahversorgung</p> <p>→ Sicherung der Lebensmittelversorgung im Stadtteil Lützel, wobei Konzentration auf den zentralen Versorgungsbereich und integrierte Lagen anzustreben ist; Prüfung der Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes an einem Standort in Neuendorf / Wallersheim (siehe Potenzialflächen Kapitel 2.3.6); Ansiedlung eines Drogeriemarktes grundsätzlich darstellbar, wobei Standort im zentralen Versorgungsbereich Lützel anzustreben ist</p>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 3x Apotheke</li> </ul>	---	---	

ZVB = zentraler Versorgungsbereich / NVS = Nahversorgungsstandort / iL = integrierte Lage / aL = autokundenorientierte Lage

GMA-Zusammenstellung 2015

**Übersicht 9: Bewertung der Nahversorgungssituation in den Stadtteilen Metternich, Rübenach und Bubenheim**

Stadtteil(e)	Einwohner (Juni 2015)	Wesentliche Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m <sup>2</sup> und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Metternich</li> <li>▪ Rübenach</li> <li>▪ Bubenheim</li> </ul>	16.526	u. a. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hofläden</li> <li>▪ Getränkemärkte (Mühlhöver, Düpper &amp; Mittler)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Norma (aL)*</li> <li>▪ Penny (aL)</li> <li>▪ Alnatura (aL)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Globus (aL)</li> <li>▪ Edeka (aL)*</li> <li>▪ Aldi (iL)</li> <li>▪ Rewe (iL)</li> <li>▪ Aldi (aL)</li> <li>▪ Lidl (aL)</li> </ul>	<p><b>quantitativ:</b> unter Einbeziehung des Gewerbebereichs B 9 Nord überdurchschnittliche Ausstattung bei Lebensmitteln; unterdurchschnittlich bei Drogeriewaren; mit Ansiedlung eines Globus SB-Warenhauses großflächige Ergänzung in dezentraler Standortlage erfolgt</p> <p><b>qualitativ:</b> mehrheitlich zeitgemäße Marktauftritte und umfangreiches Angebot aller gängigen Betriebstypen (SB-Warenhaus, Supermärkte, Discounter); ergänzend zahlreiche Bäckereien, Getränkemärkte, Metzgereien und Tankstellen-Shops; bei Gesundheit / Körperpflege 4 Apotheken und ein Sanitätswarenanbieter; bei Drogeriewaren eigenes Fachangebot mit Drogeriemarkt am Nahversorgungsstandort Metternich im Bau</p> <p><b>räumlich:</b> Konzentration auf den Gewerbebereich B 9 Nord und Metternich; abgesetzter Stadtteil Rübenach (ca. 5.000 Einwohner) ohne nennenswertes Lebensmittelangebot; Bubenheim (nur knapp 1.400 Einwohner) wegen räumlicher Nähe Gewerbebereich B 9 Nord mit fehlendem Nachfragepotenzial für Entwicklung eines nahversorgungsrelevanten Anbieters</p> <p>→ Prüfung der Behebung der räumlichen Versorgungslücke im Stadtteil Rübenach (siehe Potenzialflächen Kapitel 2.3.7) durch Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes; Sicherung des Lebensmittelangebotes in den integrierten Lagen in Metternich; Ausschluss der weiteren Ansiedlung von nahversorgungsrelevanten Sortimenten in dezentralen Standortlagen</p>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 4x Apotheke</li> <li>▪ Sanitätshaus</li> </ul>	dm (aL)*	- - -	

\* im Bau: Edeka (Verlagerung und Erweiterung, 2.000 m<sup>2</sup> VK), Norma (Verlagerung und Erweiterung, 800 m<sup>2</sup> VK), dm (Neuansiedlung, 700 m<sup>2</sup> VK), Eröffnung 2015

Stadtteil(e)	Einwohner (Juni 2015)	Wesentliche Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m <sup>2</sup> und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	

ZVB = zentraler Versorgungsbereich / NVS = Nahversorgungsstandort / iL = integrierte Lage / aL = autokundenorientierte Lage; GMA-Zusammenstellung 2015

**Übersicht 10: Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Güls**

Stadtteil(e)	Einwohner (Juni 2015)	Wesentliche Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m <sup>2</sup> und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
▪ Güls	5.771	u. a. ▪ Wein	▪ Rewe (ZVB) ▪ Rewe Getränke- markt (ZVB)	---	<p><b>quantitativ:</b> unterdurchschnittliche Ausstattung bei Nahrungs- und Genussmitteln und Drogeriewaren</p> <p><b>qualitativ:</b> einziger Supermarkt mit für heutige Verhältnisse kleiner Verkaufsfläche und schwierigen Rahmenbedingungen (Lage in Einbahnstraße abseits überörtlicher Verkehrswege, geringe Stellplatzkapazitäten, Getränkemarkt mehrere hundert Meter entfernt), aber wichtiger Nahversorgungsfunktion; ergänzend 3 Bäckereien, 1 Metzgerei, Weinanbieter und 1 Tankstellenshop; bei Gesundheit / Körperpflege 1 Apotheke vorhanden</p> <p><b>räumlich:</b> mit Rewe Supermarkt und Getränkemarkt schützenswertes Angebot in diesem abgesetzten Stadtteil im historischen Ortskern</p> <p>→ Sicherung des Lebensmittelangebots und Erhalt der Apotheke</p>
		▪ Apotheke	---	---	

ZVB = zentraler Versorgungsbereich / NVS = Nahversorgungsstandort / iL = integrierte Lage / aL = autokundenorientierte Lage  
GMA-Zusammenstellung 2015

**Übersicht 11: Bewertung der Nahversorgungssituation in den Stadtteilen Ehrenbreitstein, Asterstein und Arzheim**

Stadtteil(e)	Einwohner (Juni 2015)	Wesentliche Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m <sup>2</sup> und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ehrenbreitstein</li> <li>▪ Asterstein</li> <li>▪ Arzheim</li> </ul>	7.128	u. a. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ihre Kette Arzheim (iL, zwischenzeitlich weggefallen)*</li> <li>▪ Rewe Getränkemarkt (iL)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Norma (iL)</li> <li>▪ Netto (ZVB)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Rewe (iL)</li> <li>▪ Lidl (ZVB)</li> </ul>	<p><b>quantitativ:</b> bei Lebensmitteln überdurchschnittliche Ausstattung; deutlich unterdurchschnittlich bei Drogeriewaren</p> <p><b>qualitativ:</b> gemischter Betriebstypenbesatz mit unterschiedlichen Marktauftritten; kleiner Lebensmittelmarkt in Arzheim als einziger Nahversorger zwischenzeitlich weggefallen; Rewe und Norma an der Arenberger Straße mit für heutige Verhältnisse kleiner Verkaufsfläche; Ergänzung durch mehrere Bäckereien (z. T. mit Café), eine Metzgerei, Getränkemärkten sowie 2 Apotheken</p> <p><b>räumlich:</b> Ehrenbreitstein und Asterstein mit eigenem Nahversorgungsangebot, Arzheim mit zwischenzeitlich geschlossenem kleinen Nahversorger und nicht ausreichendem Nachfragepotenzial für einen größeren Lebensmittelmarkt, weshalb hier z. T. Mitversorgung durch die Märkte in Ehrenbreitstein erfolgen muss</p> <p>→ Sicherung der wohnortnahen Nahversorgung; ggf. Prüfung der Ansiedlung eines Drogeriemarktes in integrierter Lage / als Ergänzung eines Lebensmittelmarktes in Ehrenbreitstein</p>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 2x Apotheke</li> </ul>	---	---	

\* in den Einzelhandelsbestandsdaten noch enthalten, da Schließung des Marktes nach der Bestandsaufnahme  
 ZVB = zentraler Versorgungsbereich / NVS = Nahversorgungsstandort / iL = integrierte Lage / aL = autokundenorientierte Lage  
 GMA-Zusammenstellung 2015

**Übersicht 12: Bewertung der Nahversorgungssituation in den Stadtteilen Niederberg, Arenberg und Immendorf**

Stadtteil(e)	Einwohner (Juni 2015)	Wesentliche Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m <sup>2</sup> und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Niederberg</li> <li>▪ Arenberg</li> <li>▪ Immendorf</li> </ul>	7.073	u. a. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lebensmittelmarkt Niederberg</li> </ul>	---	---	<p><b>quantitativ:</b> deutlich unterdurchschnittliche Ausstattung bei Lebensmitteln und Drogeriewaren</p> <p><b>qualitativ:</b> bislang kein größerer Lebensmittelmarkt vorhanden; kleiner Lebensmittelmarkt in Niederberg mit wichtiger Nahversorgungsfunktion; Angebot in allen drei Stadtteilen nur rudimentär durch mehrere Bäckereien, 2x Metzgerei, Getränkeshops und Tankstellen-Shops sowie 2x Apotheke abgebildet</p> <p><b>räumlich:</b> trotz grundsätzlich für einen Lebensmittelmarkt ausreichenden Nachfragepotenzials bislang Unterversorgung, z. T. Orientierung der Wohnbevölkerung zu Lebensmittelmärkten in Urbach (Netto) bzw. Ehrenbreitstein</p> <p>➔ Ausbau der wohnortnahen Nahversorgung durch Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes entweder innerhalb eines der drei Stadtteile oder in für alle drei Stadtteile verkehrsgünstiger, integrierter Lage (siehe Potenzialflächen Kapitel 2.3.10)</p>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 2x Apotheke</li> </ul>	---	---	

ZVB = zentraler Versorgungsbereich / NVS = Nahversorgungsstandort / iL = integrierte Lage / aL = autokundenorientierte Lage  
 GMA-Zusammenstellung 2015

**Übersicht 13: Bewertung der Nahversorgungssituation in den Stadtteilen Pfaffendorf, Pfaffendorfer Höhe, Horchheim und Horchheimer Höhe**

Stadtteil(e)	Einwohner (Juni 2015)	Wesentliche Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m <sup>2</sup> und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pfaffendorf</li> <li>▪ Pfaffendorfer Höhe</li> <li>▪ Horchheim</li> <li>▪ Horchheimer Höhe</li> </ul>	10.950	u. a. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ihre Kette – nah &amp; gut (iL)</li> <li>▪ Naturkostladen (iL)</li> <li>▪ Der Vorstadtladen (iL)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Penny (iL)</li> </ul>	---	<p><b>quantitativ:</b> Lebensmitteldiscounter Penny mit für heutige Verhältnisse zu kleiner Verkaufsfläche</p> <p><b>qualitativ:</b> Vollsortimenter bislang nicht vertreten; Angebotsergänzungen durch Bäckereien, 2x Metzgerei, Kioske sowie 3x Apotheke vorhanden</p> <p><b>räumlich:</b> insbesondere Stadtteile Horchheim und Horchheimer Höhe als unterversorgte Bereiche zu klassifizieren, Einwohnerpotenzial für zweiten Lebensmittelmarkt grundsätzlich ausreichend</p> <p>➔ Sicherung der wohnortnahen Versorgung in Pfaffendorfer Höhe durch Verlagerung / Erweiterung und Modernisierung des Penny Lebensmitteldiscounters; Ansiedlung eines Vollsortimenters in Horchheim / Horchheimer Höhe zu empfehlen, insbesondere, wenn Gneisenaukaserne perspektivisch mit Wohnnutzungen belegt wird (vgl. Kapitel 2.3.11); auch Ansiedlung eines Drogeriemarktes darstellbar</p>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 3x Apotheke</li> </ul>	---	---	

ZVB = zentraler Versorgungsbereich / NVS = Nahversorgungsstandort / iL = integrierte Lage / aL = autokundenorientierte Lage  
 GMA-Zusammenstellung 2015

### III. Die Nahversorgungssituation in Koblenz aus Sicht der Verbraucher

Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Koblenz erfolgte im Dezember 2014 eine telefonische Haushaltsbefragung im gesamten Koblenzer Stadtgebiet, um Rückschlüsse auf das Einkaufsverhalten der Verbraucher und die aktuelle Versorgungsbedeutung der Einzelhandelsstandorte im Koblenzer Stadtgebiet ziehen zu können. Die Personenmerkmale aller Befragten sind in Tabelle 8 dargestellt.

**Tabelle 8: Personenmerkmale der telefonischen Haushaltsbefragung**

Frage	Antwort	Anzahl	Anteil Befragung in %	Anteil Koblenz 31.12.2012 in %
Geschlecht	männlich	546	34	48
	weiblich	1.070	66	52
Alter	bis unter 25 Jahre	14	1	24
	25 – unter 45 Jahre	200	12	27
	45 – unter 65 Jahre	728	45	27
	65 Jahre und älter	674	42	22
Haushaltsgröße	1 Person	450	28	k. A.
	2 Personen	770	48	
	3 Personen	176	11	
	4 Personen+	214	13	
	keine Angabe	6	< 1	
Wohnort	Altstadt / Mitte	112	7	8
	Arenberg	56	4	3
	Arzheim	34	2	2
	Asterstein	38	2	3
	Bubenheim	38	2	1
	Ehrenbreitstein	14	1	2
	Goldgrube	80	5	4
	Güls	90	6	5
	Horchheim	48	3	3
	Horchheimer Höhe	16	1	2
	Immendorf	16	1	1
	Karthause	174	11	10
	Kesselheim	74	5	2
	Lay	38	2	2
	Lützel	96	6	7
	Metternich	110	7	9
	Moselweiß	52	3	3
	Neuendorf	70	4	5
	Niederberg	38	2	3
	Oberwerth	18	1	1
	Pfaffendorf	64	4	3
	Pfaffendorfer Höhe	40	2	2
	Rauental	58	4	4
	Rübenach	92	6	5
	Süd	104	6	6
	Wallersheim	44	3	3
keine Angabe	2	< 1		

Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2014

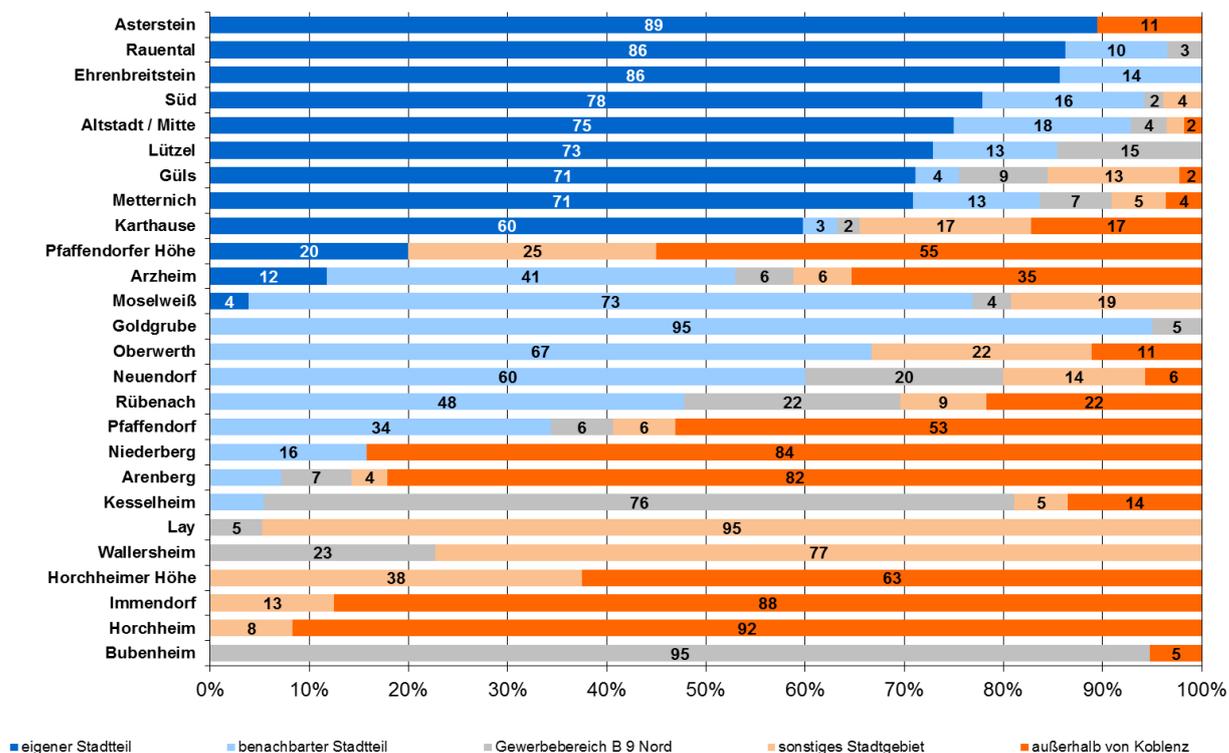
Insgesamt konnten 1.616 Fragebögen ausgewertet werden. Die jeweilige Stichprobengröße je Stadtteil orientierte sich dabei an dem tatsächlichen Einwohneranteil der einzelnen Stadtteile an der Koblenzer Gesamteinwohnerzahl.

## 1. Einkauf von Waren des täglichen Bedarfs

### 1.1 Haupteinkaufsort für Waren des täglichen Bedarfs

Bei der Frage nach dem **Haupteinkaufsort für Waren des täglichen Bedarfs** (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Apothekerwaren, Zeitschriften / Zeitungen, Schnittblumen) zeigt sich in den Stadtteilen mit größeren Lebensmittelmärkten eine überwiegende Orientierung der Bewohner auf die Angebotsstrukturen im eigenen Stadtteil. Die höchste Einkaufsorientierung auf den eigenen Stadtteil für Waren des täglichen Bedarfs ist dabei mit 89 % in Asterstein festzustellen, wo mit einem kleinen Nahversorgungszentrum an der Fritz-von-Unruh-Straße wesentliche Angebote in diesem räumlich abgesetzten Stadtteil vorhanden sind.

**Abbildung 10: Haupteinkaufsort für Waren des täglichen Bedarfs**



Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2014, n=1.616

Auch in den Stadtteilen Rauental, Ehrenbreitstein, Süd, Altstadt / Mitte, Lützel, Güls und Metternich werden angemessene Werte zwischen 71 und 86 % erreicht, wohingegen die Angebote in Karthause (Rewe, Penny) und im Stadtteil Pfaffendorfer Höhe (Penny) bereits deutlich weniger von der Stadtteilbevölkerung nachgefragt werden (vgl. Abbildung 10).

Die übrigen Stadtteile weisen kein oder nur ein ausschnittsweises Nahversorgungsangebot auf. Im Stadtteil Arzheim übernimmt der Anbieter Ihre Kette für 12 % der Befragten in diesem Stadtteil noch wichtige Nahversorgungsfunktionen, in Moselweiß verteilen sich die Angebote des täglichen Bedarfs auf mehrere kleinflächige Betriebe des Ladenhandwerks sowie Getränkeanbieter / Kioske, zwei Apotheken und zwei Blumenanbieter; ein Lebensmittelmarkt ist hier jedoch nicht ansässig. Die Stadtteile Goldgrube, Oberwerth, Neuendorf und Rübenach verfügen über keine wesentlichen eigenen Angebote zur Nahversorgung, so dass hier für die Befragten in diesen Stadtteilen mehrheitlich die Angebote im jeweils benachbarten Stadtteil (Rauental und Altstadt / Mitte für Goldgrube, Süd für Oberwerth, Lützel für Neuendorf und Metternich für Rübenach) eine wesentliche Rolle bei der Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs spielen.

Für die Bewohner der Stadtteile Pfaffendorf, Niederberg, Arenberg, Lay, Wallersheim, Horchheimer Höhe, Immendorf und Horchheim werden zur Deckung des Bedarfs in den oben genannten Sortimenten keine Angebote in benachbarten Koblenzer Stadtteilen aufgesucht, da dort z. T. ebenfalls keine Nahversorgungsangebote vorhanden sind. Von diesen Bewohnern werden Betriebe im übrigen Koblenzer Stadtgebiet (in Lay v. a. die Angebote in Rauental, in Wallersheim v. a. die Angebote in Lützel) oder im Falle der Bewohner von Pfaffendorf, Niederberg, Arenberg, Horchheimer Höhe, Immendorf und Horchheim aufgrund der räumlichen Nähe mehrheitlich die Angebote außerhalb der Stadt Koblenz (Lahnstein bzw. Urbar) aufgesucht. Für die Bewohner Kesselheims und Bubenheims spielen (die z. T. im eigenen Stadtteil verorteten) Angebote des autokundenorientierten Gewerbebereichs B 9 Nord die größte Rolle bei der Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs.

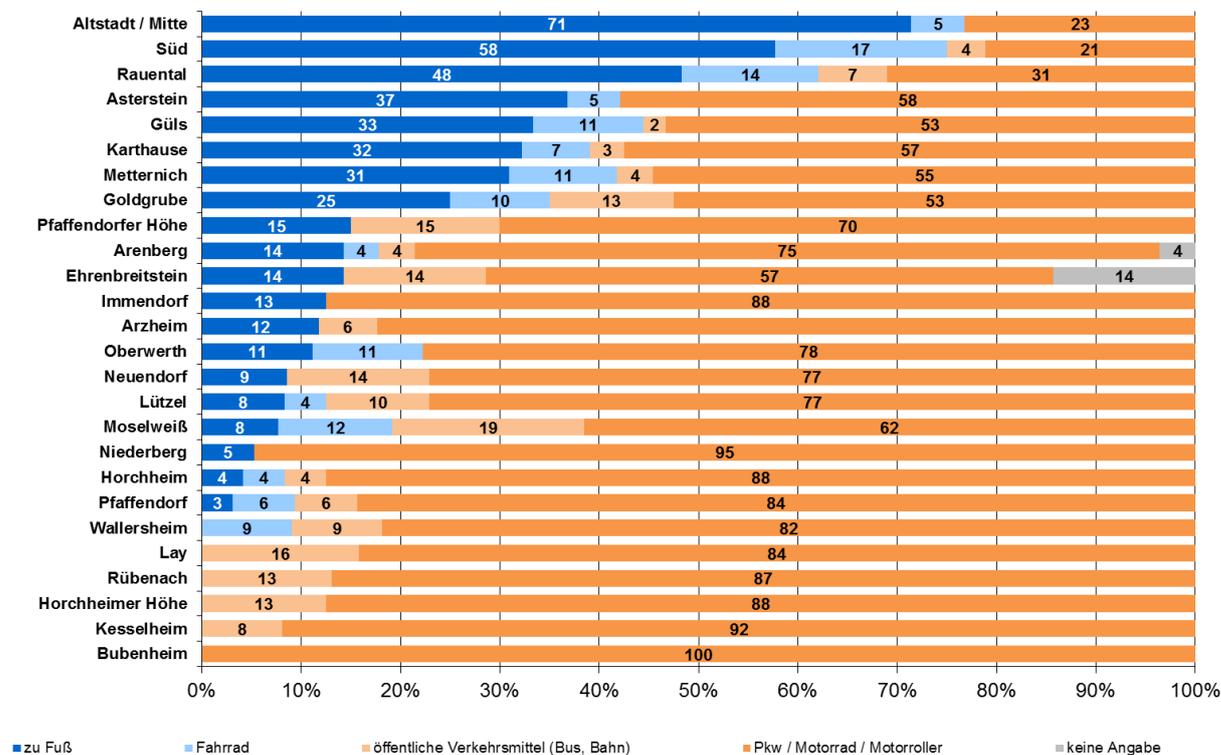
## **1.2 Verkehrsmittelwahl zum Haupteinkaufsort für Waren des täglichen Bedarfs**

Insgesamt tätigen knapp 30 % der Befragten ihren Einkauf von Waren des täglichen Bedarfs zu Fuß (23 %) oder mit dem Fahrrad (6 %). Weitere 7 % fahren bevorzugt mit öffentlichen

Verkehrsmitteln zu ihrem Haupteinkaufsort, 64 % versorgen sich unter Nutzung des Pkw bzw. des Motorrads / Motorrollers. Dies entspricht einem für eine Großstadt vergleichsweise hohen Pkw-Nutzeranteil (üblich ist in Großstädten ein Pkw-Fahreranteil zwischen 40 und 50 %) und indiziert, dass es (noch) räumliche Versorgungslücken bei der Nahversorgung gibt, wobei zu berücksichtigen, dass einige räumlich abgesetzte Stadtteile z. T. gar nicht das erforderliche Nachfragepotenzial für die Etablierung eines größeren Lebensmittelmarktes aufweisen.

Am höchsten ist der Anteil derer, die ihre Einkäufe des täglichen Bedarfs zu Fuß erledigen, mit 71 % in den Stadtteilen Altstadt / Mitte, gefolgt von Süd (58 %) und Rauental (48 %), jeweils zuzüglich nennenswerter Anteile an Personen, die sich bevorzugt mit dem Fahrrad versorgen. Über noch gute Abdeckungsgrade scheinen die Stadtteile Asterstein, Güls, Kartause und Metternich zu verfügen, wo zwischen 37 % (Asterstein) und 31 % (Metternich) der Einwohner zu Fuß die genannten Sortimente einkaufen. Aus dem Stadtteil Goldgrube, der keinen eigenen Lebensmittelmarkt aufweist, versorgen sich immerhin 25 % zu Fuß und weitere 10 % mit dem Fahrrad mit Waren des täglichen Bedarfs.

**Abbildung 11: Verkehrsmittelwahl zum Haupteinkaufsort für Waren des täglichen Bedarfs**



Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2014, in % der Befragten

Eine besondere Rolle spielt der Pkw für die Bewohner der räumlich abgesetzten Stadtteile Arenberg, Immendorf, Arzheim, Oberwerth, Moselweiß, Niederberg, Horchheim, Pfaffendorf, Lay, Rübenach und Horchheimer Höhe, die keinen größeren Lebensmittelmarkt haben, so dass sich die Befragten außerhalb des eigenen Stadtteils – und dann insbesondere mit dem Pkw – versorgen. Ebenfalls hohe Pkw-Fahreranteile werden in den Stadtteilen Neuendorf, Lützel, Wallersheim, Kesselheim und Bubenheim erreicht, in denen wesentliche Lebensmittelangebote an autokundenfreundlichen Standorten mit jeweils großzügigen Stellplatzkapazitäten liegen, die jedoch fußläufig nicht bzw. nur auf unattraktiven Wegen erreichbar sind (z. B. Globus Bubenheim). In den zuvor genannten Stadtteilen erreicht der Pkw-Fahreranteil jeweils zwischen 62 % (Moselweiß) und 100 % (Bubenheim).

## **2. Einkauf im eigenen Stadtteil**

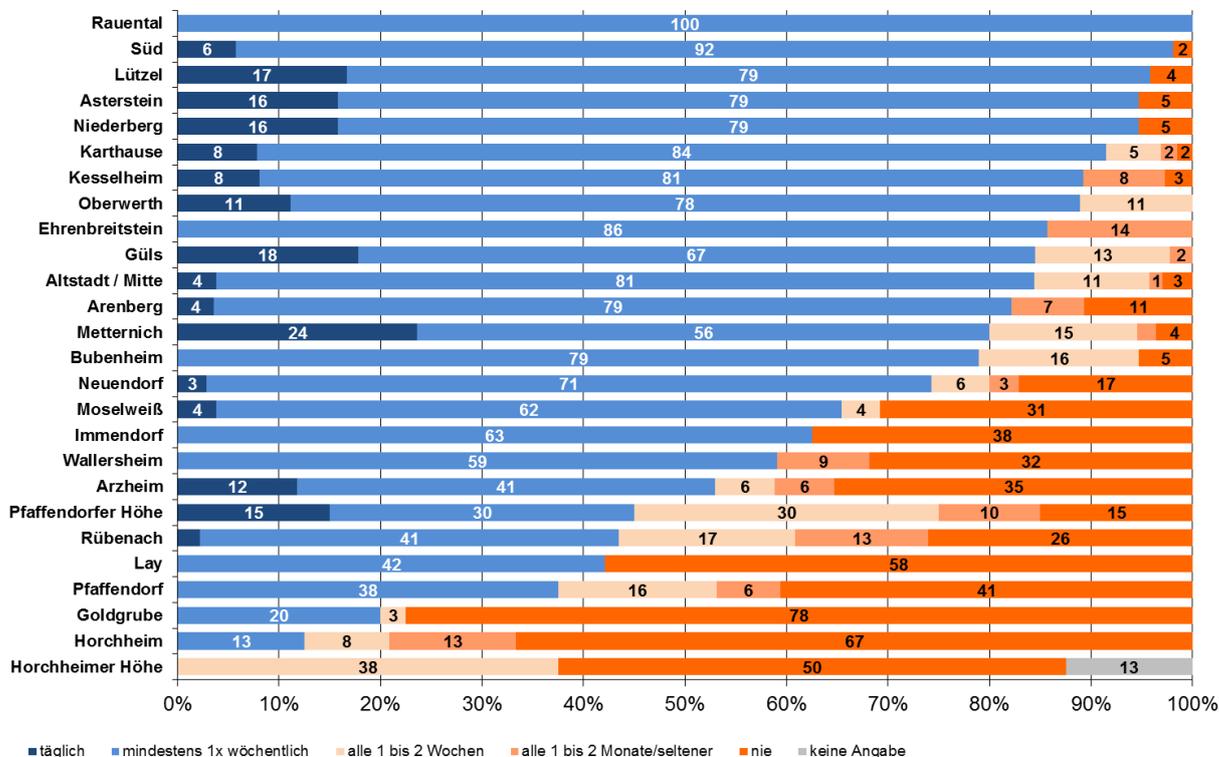
### **2.1 Einkaufshäufigkeit im eigenen Stadtteil**

Hinsichtlich der **Einkaufshäufigkeit im eigenen Stadtteil** sind nach den Angaben der Befragten die höchsten Anteile in den Stadtteilen Rauental, Süd, Lützel, Asterstein, Niederberg und Karthause zu verzeichnen, wo zwischen 90 und 100 % der Befragten in ihrem Stadtteil täglich bzw. mindestens einmal wöchentlich einkaufen und damit als „Stammkunden“ zu bezeichnen sind.

Hohe Anteile werden auch in den Stadtteilen Kesselheim, Oberwerth, Ehrenbreitstein, Güls, Altstadt / Mitte, Arenberg, Metternich, Bubenheim und Neuendorf erreicht, wobei für die Stadtteile Oberwerth und Arenberg – wie auch für Niederberg – zu vermuten ist, dass die Befragten z. T. die Angebote im jeweils benachbarten Stadtteil (Süd) bzw. den unmittelbar jenseits der Stadtgrenze in Urbar ansässigen Netto Lebensmitteldiscounter meinen.

Am niedrigsten ist der Stammkundenanteil in den Stadtteilen Pfaffenheimer Höhe, Rübenach, Lay, Pfaffendorf, Goldgrube, Horchheim und Horchheimer Höhe (jeweils unter 45 % Stammkundenanteil), in denen gar keine oder nur rudimentäre Lebensmittelangebote vorhanden sind.

**Abbildung 12: Einkaufshäufigkeit im eigenen Stadtteil**



Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2014, n = 1.616; in % der Befragten

Da gerade im bei **Waren des täglichen Bedarfs** die Einkaufsorientierung i. d. R. auf den Wohnort überwiegt (verderbliche Waren, häufiger Bedarf etc.), lässt das vorliegende Ergebnis jedoch noch keine konkreten Aussagen über die tatsächliche Qualität des Einzelhandelsangebotes (auch hinsichtlich der Standortverteilung der Betriebe) zu. Ein Anteil von Kunden auch in gut ausgestatteten Stadtteilen (ca. 5 – 10 %), die i. d. R. außerhalb des Wohnortes einkaufen, ist erfahrungsgemäß auf Pendlerbewegungen und sonstige persönliche Beziehungen zurückzuführen.

## 2.2 Eingekaufte Waren im eigenen Stadtteil

Hinsichtlich der im eigenen Stadtteil eingekauften Sortimente wird in erster Linie die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel genannt, wobei festzustellen ist, dass neben einem eventuell vorhandenen Lebensmittelmarkt v. a. auch die kleinflächigen Lebensmittelbetriebe (Bäckereien, Metzgereien, Getränkeanbieter u. ä.) stark angenommen werden, da diese auch in Stadtteilen, in denen sonst keine Angebote vorhanden sind, aufgesucht werden.

**Tabelle 9: Im eigenen Stadtteil eingekaufte Waren**

Stadtteil	Nahrungs-/ Genuss- mittel	Drogerie- waren	Apotheker- waren	Zeitungen/ Zeitschrif- ten	Schnitt- blumen	zoologischer Bedarf / Tiernahrung	Bücher / Schreib- waren	Optik	Beklei- dung	Schuhe / Leder- waren	Sport-, Freizeit- artikel	sonstige
Altstadt / Mitte	94 %	24 %	51 %	7 %	7 %	-	13 %	11 %	50 %	36 %	4 %	7 %
Arenberg	92 %	16 %	48 %	12 %	8 %	8 %	8 %	32 %	4 %	4 %	-	-
Arzheim	100 %	-	9 %	9 %	45 %	9 %	9 %	9 %	-	-	-	9 %
Asterstein	100 %	17 %	67 %	44 %	33 %	28 %	22 %	6 %	-	-	-	-
Bubenheim	100 %	67 %	6 %	61 %	11 %	6 %	22 %	6 %	33 %	11 %	-	-
Ehrenbreit- stein	86 %	43 %	29 %	14 %	29 %	14 %	-	-	-	-	-	-
Goldgrube	100 %	-	13 %	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Güls	100 %	22 %	18 %	24 %	22 %	9 %	9 %	-	2 %	-	-	-
Horchheim	86 %	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Horchheimer Höhe	100 %	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Immendorf	100 %	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Karthause	100 %	5 %	18 %	5 %	1 %	2 %	1 %	1 %	-	-	-	-
Kesselheim	92 %	33 %	36 %	25 %	6 %	3 %	11 %	-	39 %	19 %	14 %	-
Lay	100 %	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Lützel	100 %	41 %	15 %	22 %	7 %	-	4 %	-	9 %	15 %	9 %	-
Metternich	98 %	28 %	9 %	30 %	23 %	9 %	4 %	-	2 %	-	-	2 %
Moselweiß	89 %	11 %	22 %	17 %	11 %	6 %	-	6 %	-	-	-	-
Neuendorf	97 %	10 %	-	14 %	3 %	-	-	-	-	-	-	-

Stadtteil	Nahrungs-/Genussmittel	Drogeriewaren	Apothekewaren	Zeitungen/Zeitschriften	Schnittblumen	zoologischer Bedarf / Tiernahrung	Bücher / Schreibwaren	Optik	Bekleidung	Schuhe / Lederwaren	Sport-, Freizeitartikel	sonstige
Niederberg	100 %	22 %	50 %	11 %	11 %	11 %	-	-	-	-	-	-
Oberwerth	100 %	11 %	11 %	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pfaffendorf	78 %	11 %	11 %	6 %	-	-	-	-	-	-	-	-
Pfaffendorfer Höhe	100 %	6 %	6 %	6 %	-	-	-	-	-	-	-	-
Rauental	100 %	17 %	45 %	-	10 %	-	-	3 %	-	-	-	-
Rübenach	71 %	3 %	-	21 %	9 %	6 %	-	-	-	-	-	-
Süd	98 %	4 %	67 %	2 %	35 %	-	-	6 %	2 %	2 %	2 %	-
Wallerheim	93 %	7 %	7 %	13 %	-	-	-	-	-	-	-	-

Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2014; in % aller Befragten im Stadtteil

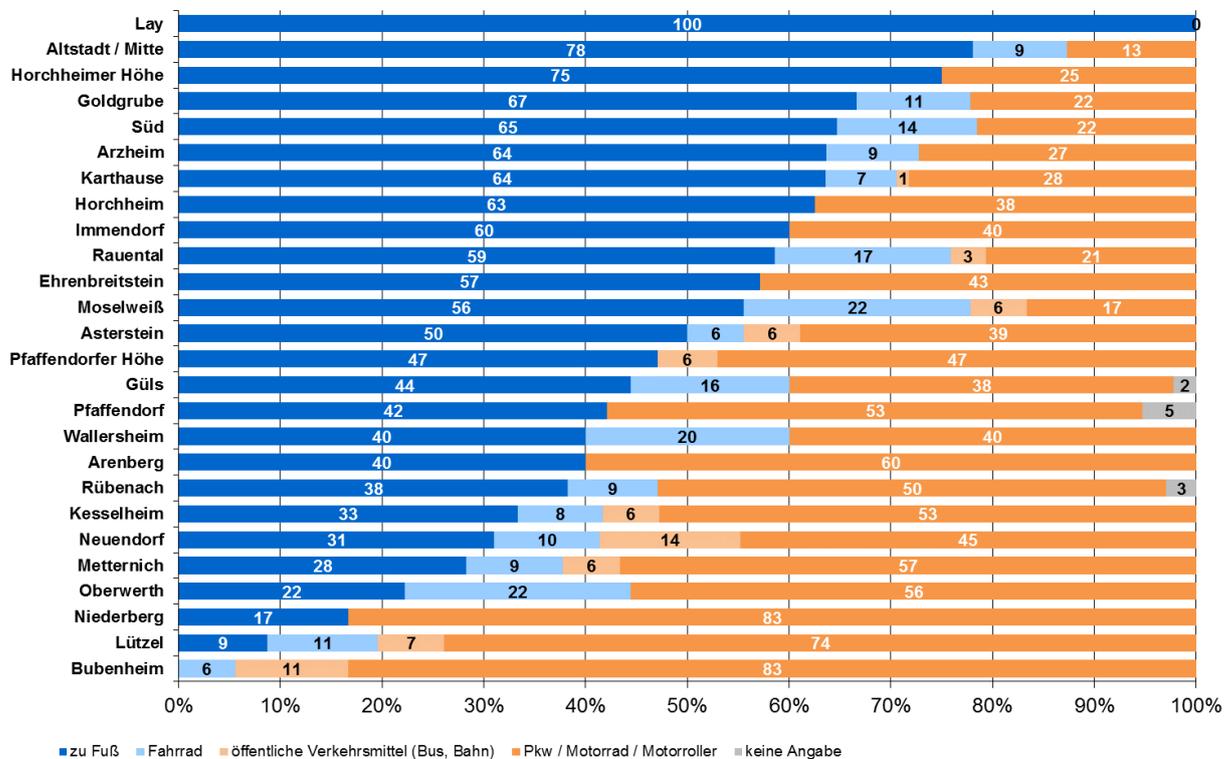
Die zweithöchste Einkaufsorientierung auf den eigenen Stadtteil herrscht bei Apothekerwaren vor (ca. 25 % aller Befragten), gefolgt von Drogeriewaren (ca. 17 % aller Befragten), wobei hier die Einkaufsorientierung auf den eigenen Stadtteil nicht zwangsläufig von einem fachhandelsspezifischen Angebot abhängt, da dieses Sortiment auch auf Teilflächen von Lebensmittelmärkten angeboten wird. Die weiteren nahversorgungsrelevanten Sortimente Zeitschriften / Zeitungen und Schnittblumen werden von jeweils ca. 15 % bzw. 12 % der Befragten im jeweils eigenen Stadtteil nachgefragt.

In den übrigen Warengruppen nehmen erwartungsgemäß die Stadtteile Altstadt / Mitte die vorderste Position ein (v. a. Bekleidung, Schuhe / Lederwaren). Eine gewisse Einkaufsorientierung auf den eigenen Stadtteil ist hingegen noch bei Büchern / Schreibwaren und Optik vorhanden. Hingegen ist in den übrigen innenstadtrelevanten Sortimenten mit Ausnahme der Befragten in Bubenheim, Kesselheim und Lützel mit ihren im Gewerbebereich B 9 Nord ansässigen Angeboten die Einkaufsorientierung auf den eigenen Stadtteil, auch aufgrund fehlender Angebote, sehr gering ausgeprägt, wobei darauf hinzuweisen ist, dass diese aus stadtplanerischer Sicht auch bevorzugt in der Innenstadt angeboten werden sollen.

### **2.3 Verkehrsmittelwahl für den Einkauf im eigenen Stadtteil**

Für den Einkauf im eigenen Stadtteil wird der Pkw bzw. das Motorrad / der Motorroller nur von ca. 41 % der Befragten eingesetzt, während sich über die Hälfte der Befragten zu Fuß (ca. 46 %) oder mit dem Fahrrad (ca. 9 %) versorgen. Den öffentlichen Verkehrsmitteln kommt im Vergleich dazu eine geringere Bedeutung (rd. 3 %) zu. Den höchsten Anteil zu Fuß gehender für den Einkauf im eigenen Stadtteil erreicht Lay (100 %). Hingegen spielt der Pkw v. a. für die Bewohner der ländlich strukturierten Stadtteile Niederberg, Arenberg und Rübenach, die aufgrund ihrer geringen Bevölkerungsdichte z. T. weitere Wege aufweisen, sowie für die Stadtteile eine Rolle, in denen die vorhandenen Angebote nicht wohnortnah verortet oder (vorwiegend) autokundenfreundlich sind, wie dies v. a. für Kesselheim, Metternich, Lützel und Bubenheim der Fall ist.

**Abbildung 13: Verkehrsmittelwahl beim Einkauf im eigenen Stadtteil**

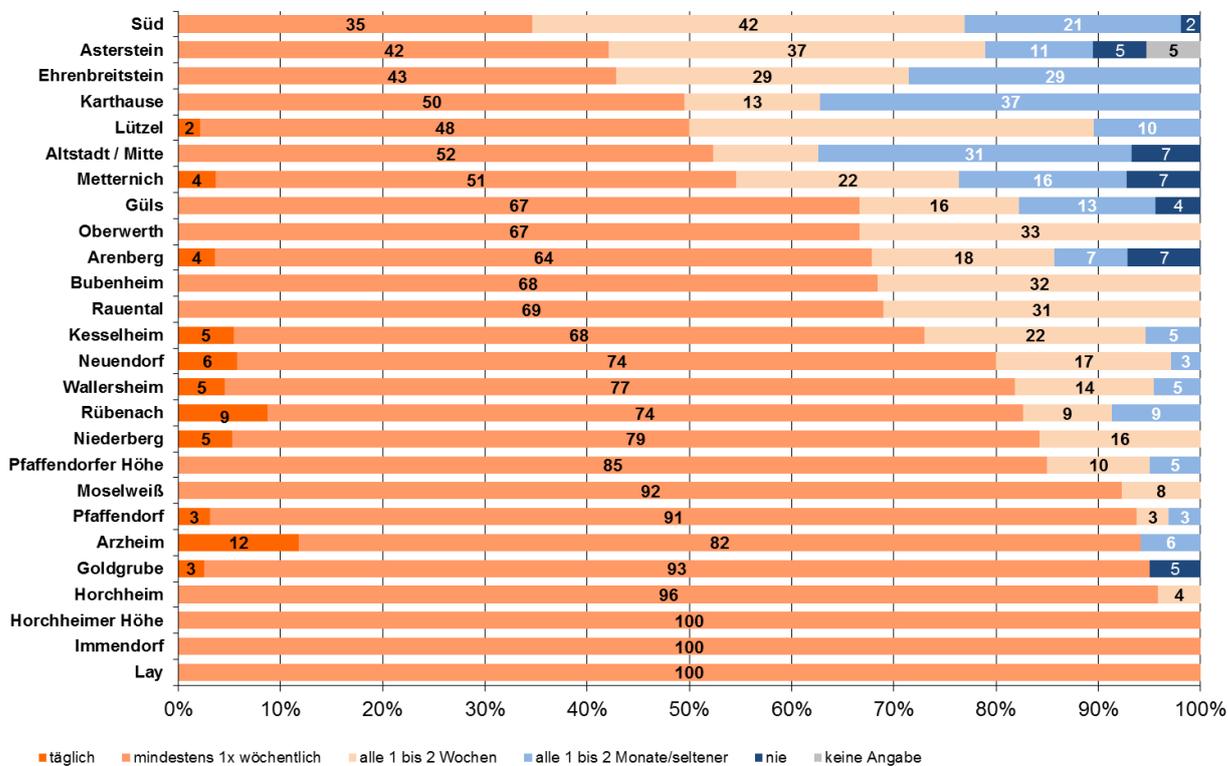


Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2014, n = 1.616; in % der Befragten

## 2.4 Einkaufshäufigkeit außerhalb des eigenen Stadtteils

Auch die **Einkaufshäufigkeit außerhalb des eigenen Stadtteils** wurde ermittelt. Dabei ist festzustellen, dass außer in den Stadtteilen Süd, Asterstein und Ehrenbreitstein jeweils mindestens die Hälfte der Befragten auch „Stammkunden“ an Einzelhandelsstandorten außerhalb des eigenen Stadtteils sind, d. h. mindestens einmal wöchentlich außerhalb des eigenen Stadtteils einkaufen. Besonders stark ist die Einkaufsorientierung erwartungsgemäß in Stadtteilen, in denen kaum oder nur rudimentäre Einzelhandelsangebote vorhanden sind.

**Abbildung 14: Einkaufshäufigkeit außerhalb des eigenen Stadtteils**



Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2014, n = 1.616; in % der Befragten

## 2.5 Gründe für den Einkauf außerhalb des eigenen Stadtteils

Gefragt nach den Gründen für einen Einkauf außerhalb des eigenen Stadtteils wurde von den Befragten in erster Linie das fehlende Angebot als ausschlaggebender Grund genannt, wobei v. a. die Stadtteile ohne oder mit nur ausschnittweisem Angebot (Rübenach, Wallersheim, Moselweiß, Pfaffendorfer Höhe, Lay, Arzheim, Pfaffendorf, Neuendorf, Horchheim, Goldgrube, Arenberg, Horchheimer Höhe) Werte von 100 % oder nahe 100 % erreichen.

Zweithäufigster, jedoch bereits deutlich nachrangig genannter Grund für einen Einkauf außerhalb des eigenen Stadtteils ist, dass die Angebote nicht auf dem Weg zur Arbeit liegen (knapp 8 % aller Befragten). Dies ist v. a. für den Einwohner in Karthause, Kesselheim, Metternich, Wallersheim, Rübenach und Immendorf von Bedeutung. Weitere 6 % nennen zu hohe Preise als Grund für einen Einkauf außerhalb des eigenen Stadtteils (v. a. in Güls und Niederberg), ca. 4 % aller Befragten können im eigenen Stadtteil die Erledigungen nicht mit

anderen Aktivitäten koppeln, wobei hier der Großteil der Nennungen von Befragten aus den Stadtteilen Süd, Karthause und Metternich gemacht wurde. Nennenswerte Anteile erreichen noch die Hinweise auf das knappe Parkplatzangebot im Stadtteil Süd (Süd und Oberwerth, die den Stadtteil Süd als den ihrigen wahrnehmen, ca. 10 % bzw. 22 %) sowie in Altstadt / Mitte (13 %). Die übrigen Nennungen liegen jeweils unter 1 % und fallen auch stadtteilbezogen nicht ins Gewicht.

**Tabelle 10: Die häufigsten Gründe für den Einkauf außerhalb des eigenen Stadtteils**

Stadtteil	TOP 1-Nennung	TOP 2-Nennung	TOP 3-Nennung
Altstadt / Mitte	fehlendes Angebot (61 %)	geringes Parkplatzangebot (13 %)	Verbindung mit anderen Erledigungen (5 %)
Arenberg	fehlendes Angebot (86 %)	liegt nicht auf dem Weg zur Arbeit (7 %)	---
Arzheim	fehlendes Angebot (94 %)	liegt nicht auf dem Weg zur Arbeit (6 %)	---
Asterstein	fehlendes Angebot (84 %)	zu hohe Preise (5 %)	Verbindung mit anderen Erledigungen (5 %)
Bubenheim	fehlendes Angebot (90 %)	liegt nicht auf dem Weg zur Arbeit (5 %)	zu hohe Preise / ungünstige Öffnungszeiten (je 5 %)
Ehrenbreitstein	fehlendes Angebot (86 %)	schlechte Pkw-Erreichbarkeit (14 %)	---
Goldgrube	fehlendes Angebot (93 %)	sonstige Gründe (3 %)	---
Güls	fehlendes Angebot (76 %)	zu hohe Preise (40 %)	liegt nicht auf dem Weg zur Arbeit (9 %)
Horchheim	fehlendes Angebot (96 %)	---	---
Horchheimer Höhe	fehlendes Angebot (88 %)	---	---
Immendorf	fehlendes Angebot (75 %)	liegt nicht auf dem Weg zur Arbeit (25 %)	---
Karthause	fehlendes Angebot (59 %)	liegt nicht auf dem Weg zur Arbeit (14 %)	Verbindung mit anderen Erledigungen (10 %)
Kesselheim	fehlendes Angebot (73 %)	liegt nicht auf dem Weg zur Arbeit (16 %)	zu hohe Preise (11 %)
Lay	fehlendes Angebot (100 %)	---	---
Lützel	fehlendes Angebot (75 %)	liegt nicht auf dem Weg zur Arbeit (4 %)	zu hohe Preise / schlechte Pkw-Erreichbarkeit / Verbindung mit anderen Erle-

Stadtteil	TOP 1-Nennung	TOP 2-Nennung	TOP 3-Nennung
			digungen (je 2 %)
Metternich	fehlendes Angebot (73 %)	liegt nicht auf dem Weg zur Arbeit (16 %)	Verbindung mit anderen Erledigungen (9 %)
Moselweiß	fehlendes Angebot (96 %)	schlechte Pkw-Erreichbarkeit (8 %)	geringes Parkplatzangebot (4 %)
Neuendorf	fehlendes Angebot (91 %)	zu hohe Preise (6 %)	liegt nicht auf dem Weg zur Arbeit (3 %)
Niederberg	fehlendes Angebot (90 %)	zu hohe Preise (16 %)	liegt nicht auf dem Weg zur Arbeit / Verbindung mit anderen Erledigungen (je 5 %)
Oberwerth	fehlendes Angebot (78 %)	geringes Parkplatzangebot (22 %)	---
Pfaffendorf	fehlendes Angebot (94 %)	liegt nicht auf dem Weg zur Arbeit (3 %)	Verbindung mit anderen Erledigungen (3 %)
Pfaffendorfer Höhe	fehlendes Angebot (100 %)	liegt nicht auf dem Weg zur Arbeit (5 %)	---
Raumental	fehlendes Angebot (86 %)	Verbindung mit anderen Erledigungen (7 %)	geringes Parkplatzangebot (3 %)
Rübenach	fehlendes Angebot (96 %)	liegt nicht auf dem Weg zur Arbeit (20 %)	zu hohe Preise (9 %)
Süd	fehlendes Angebot (82 %)	Verbindung mit anderen Erledigungen (12 %)	geringes Parkplatzangebot (10 %)
Wallerstheim	fehlendes Angebot (86 %)	liegt nicht auf dem Weg zur Arbeit (18 %)	zu hohe Preise (5 %)

Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2014; in % aller Befragten im Stadtteil, Mehrfachnennungen möglich

## 2.6 Vermisste Angebote im eigenen Stadtteil

Schließlich konnten die Befragten auch Angaben zu vermissten Angeboten im eigenen Stadtteil machen. Am häufigsten wurden Sortimente und Betriebstypen der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel angegeben, wobei darunter z. T. mehrere Nennungen subsummiert sind. Am häufigsten wurden Lebensmittelangebote in den Stadtteilen Goldgrube, Lay, Moselweiß, Arzheim, Rübenach und Wallerstheim vermisst. Weitere vermisste Sortimente mit nennenswertem Anteil sind Drogeriewaren im Stadtteil Süd (ca. 40 % der Befragten aus dem Stadtteil Süd), Bekleidung in den Stadtteilen Bubenheim und Lützel (ca. 47 % bzw. 29 % der Befragten) sowie Bücher, Schreib- und Spielwaren in Bubenheim (ca. 26 % der Befragten). Darüber hinaus vermissten 18 % der Befragten in Arzheim eine Apotheke.

Um auch die jeweils nach Warengruppen subsummierten Einzelnennungen aufzuschlüsseln, sind nachstehend nach Stadtteilen die jeweils häufigsten drei Nennungen aufgeführt:

**Tabelle 11: Die häufigsten drei vermissten Angebote im eigenen Stadtteil**

Stadtteil	TOP 1-Nennung	TOP 2-Nennung	TOP 3-Nennung
Altstadt / Mitte	Metzger (18 %)	Lebensmittel allg. / Reformwaren (14 %)	Bau- / Heimwerkerbedarf (7 %)
Arenberg	Lebensmittel allg. / Reformwaren (14 %)	Supermarkt / Discounter (7 %)	Oberbekleidung allg. (7 %)
Arzheim	Lebensmittel allg. / Reformwaren 53 %)	Apotheke (18 %)	Metzger (12 %)
Asterstein	Drogerie / Kosmetik / Parfümerie (11 %)	Obst / Gemüse (11 %)	Naturkost / Feinkost (je 5 %)
Bubenheim	Oberbekleidung allg. (47 %)	Buchhandlung / Zeit- schriften (21 %)	Apotheke (16 %)
Ehrenbreitstein	Oberbekleidung allg. (14 %)	---	---
Goldgrube	Lebensmittel allg. / Reformwaren (85 %)	Metzger (40 %)	Buchhandlung / Zeitschriften (10 %)
Güls	Discounter (7 %)	Drogerie / Kosmetik / Parfümerie (7 %)	Frischwaren (7 %)
Horchheim	Supermarkt / Discounter, Lebensmittel allg. / Reformwaren (17 %)	Einkaufszentrum (4 %)	Fachgeschäfte (4 %)
Horchheimer Höhe	Supermarkt / Discounter, Lebensmittel allg. / Reformwaren (38 %)	Einkaufszentrum (13 %)	---
Immendorf	Supermarkt / Discounter, Lebensmittel allg. / Reformwaren (38 %)	Buchhandlung / Zeitschriften (13 %)	---
Karthause	Drogerie / Kosmetik / Parfümerie (11 %)	Oberbekleidung allg. (10 %)	Lebensmittel allg. / Reformwaren (7 %)
Kesselheim	Supermarkt / Discounter, Lebensmittel allg. / Reformwaren (14 %)	Oberbekleidung allg. (11 %)	Buchhandlung / Zeitschriften (5 %)

Stadtteil	TOP 1-Nennung	TOP 2-Nennung	TOP 3-Nennung
Lay	Lebensmittel allg. / Reformwaren (95 %)	Metzger (32 %)	Frischwaren, Getränke, Drogeriewaren, Apotheke (je 5 %)
Lützel	Oberbekleidung allg. (29 %)	Lebensmittel allg. / Reformwaren, Bäcker / Konditor, Metzger (je 4 %)	Buchhandlung / Zeitschriften (4 %)
Metternich	Metzger (7 %)	Bioladen / Naturkost, Frischwaren (je 5 %)	Drogerie / Kosmetik / Parfümerie, Oberbekleidung allg. (je 5 %)
Moselweiß	Metzger (18 %)	Supermarkt / Discounter (12 %)	Obst / Gemüse, Drogerie / Kosmetik / Parfümerie, Schreib- / Papier- / Büroartikel, Haushaltswaren (GPK, Geschenkartikel), Bau- / Heimwerkerbedarf (je 6 %)
Neuendorf	Oberbekleidung allg. (14 %)	Supermarkt / Discounter (9 %)	Buchhandlung / Zeitschriften (6 %)
Niederberg	Supermarkt / Discounter (16 %)	Metzger, Hobby- / Bastelbedarf (je 5 %)	Oberbekleidung allg., Bau- / Heimwerkerbedarf (je 5 %)
Oberwerth	Supermarkt / Discounter (11 %)	Drogerie / Kosmetik / Parfümerie (11 %)	Reinigung, Gastronomie (je 11 %)
Pfaffendorf	Bäcker / Konditor (16 %)	Supermarkt / Discounter (13 %)	Metzger (13 %)
Pfaffendorfer Höhe	Metzger (40 %)	Bäcker / Konditor (25 %)	Lebensmittel allg. / Reformwaren, Frischwaren (je 10 %)
Rauental	Drogerie / Parfümerie / Kosmetik (3 %)	Schuhe (3 %)	Bau- / Heimwerkerbedarf (3 %)
Rübenach	Lebensmittel allg. / Reformwaren (20 %)	Supermarkt / Discounter (11 %)	Metzger (9 %)
Süd	Drogerie / Parfümerie / Kosmetik (40 %)	Metzger (21 %)	Obst / Gemüse, Buchhandlung / Zeitschriften, Schreib- / Papier- / Büroartikel, Oberbekleidung allg. Möbel, Heimtextilien (je 2 %)
Wallerstheim	Lebensmittel allg. / Reformwaren (18 %)	Supermarkt / Discounter (14 %)	Oberbekleidung allg. (14 %)

Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2014; in % aller Befragten im Stadtteil, Mehrfachnennungen möglich

### 3. Einkauf von sonstigen Waren

In der Regel weist das räumliche Einkaufsverhalten der Verbraucher für die einzelnen Sortimente deutliche Unterschiede auf. Es ist festzuhalten, dass die Verbraucher bei Gütern des kurzfristigen Bedarfs eher auf das Angebot am Wohnort zurückgreifen, während mit zunehmender Langlebigkeit und Spezialisierung der Waren eine stärkere Orientierung auf größere Einkaufsorte festzustellen ist. Um die Einkaufsorientierung der Befragten zu untersuchen, wurde auch nach dem jeweiligen Haupteinkaufsort für weitere ausgewählte Sortimente gefragt. Bei der Bewertung der Ergebnisse ist zu beachten, dass die Nennungen der Einkaufsorte nicht darauf schließen lassen, dass die Befragten ausschließlich dort einkaufen; die Antworten sind vielmehr von folgenden Faktoren abhängig:

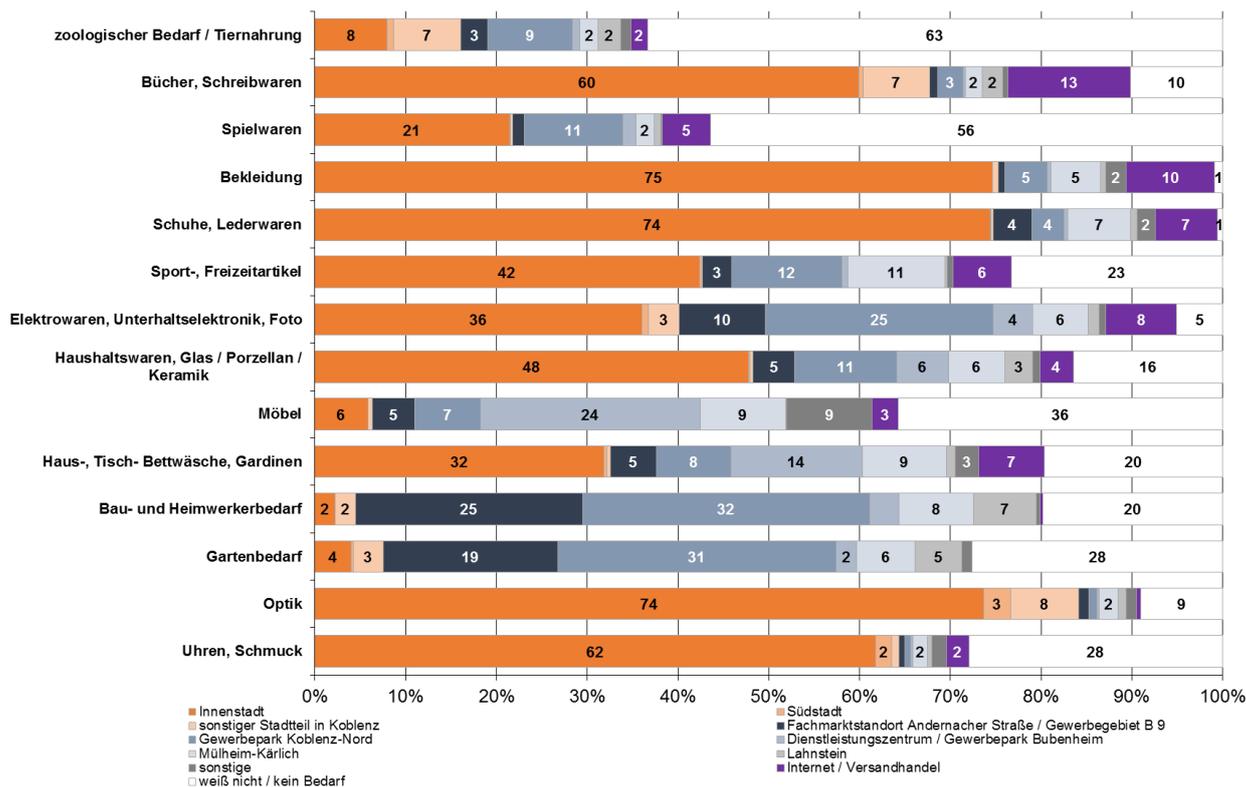
- Einzelhandelsversorgung am Wohnort,
- Ausstattung größerer Einkaufsorte im Umfeld,
- individueller Bedarf und Anspruch des Befragten,
- Verkehrsverbindungen und Mobilität des Befragten,
- Arbeitsort,
- spontanes Erinnerungsvermögen.

Bei **zoologischem Bedarf / Tiernahrung** zeigt sich die stärkste Einkaufsorientierung auf die Angebote im Gewerbebereich B 9 Nord (ca. 9 % aller Befragten, u. a. Mega-Zoo). Daneben wird dieses Sortiment auch in der Koblenzer Innenstadt (ca. 8 %, u. a. Heimtier & Garten) und in den Stadtteilen selbst (ca. 7 %, u. a. kleinflächige Angebote in Rauental, Güls und Metternich, z. T. auch Teilflächen der Lebensmittelmärkte) nachgefragt.

Bei den sonstigen **Waren des mittelfristigen Bedarfs** (Bücher / Schreibwaren, Spielwaren, Bekleidung, Schuhe / Lederwaren, Sport- / Freizeitartikel) wird als wesentliches Einkaufsziel die Koblenzer Innenstadt genannt. Dabei ist zu berücksichtigen, dass eine größere Bevölkerungsgruppe keinen Bedarf nennt, so dass in allen Sortimenten jeweils mehr als die Hälfte der verbleibenden Befragten mit Bedarf auf die Innenstadt orientiert ist. Dies ist zum einen mit der Langlebigkeit der meisten Angebote des langfristigen Bedarfs, zum anderen mit der

jeweiligen Lebenssituation der Befragten zu erklären. Besonders deutlich wird dies an der Warengruppe Spielwaren, welche i. d. R. nur in bestimmten Lebensphasen gekauft werden.

**Abbildung 15: Einkaufsorientierung bei sonstigen Waren**



Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2014; in % aller Befragten

Darüber hinaus bestehen stärkere Einkaufsorientierungen in Richtung des Gewerbebereichs B 9 Nord, so dass die Stadt Koblenz in der Summe einen Großteil der örtlichen Kaufkraft binden kann. In den Sortimenten des mittelfristigen Bedarfsbereiches spielt auch der Onlinehandel eine zunehmende Rolle, v. a. bei Bücher / Schreibwaren (ca. 13 %), Bekleidung (ca. 10 %) und Schuhen / Lederwaren (ca. 7 %). Sonstige Standorte im Koblenzer Stadtgebiet spielen in den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfsbereiches lediglich eine untergeordnete Rolle. Außerhalb des Koblenzer Stadtgebietes wurde als wesentlicher Wettbewerbsstandort für Sortimente des mittelfristigen Bedarfsbereiches Mülheim-Kärlich genannt, wo v. a. Sport- / Freizeitartikel, Schuhe / Lederwaren und Bekleidung von 5 – 11 % der Befragten am häufigsten eingekauft werden.

Der **langfristige Bedarf** umfasst Warengruppen, die i. d. R. nur aperiodisch, d. h. in größeren Zeitabständen, angeschafft werden und damit eine i. d. R. hohe Lebensdauer aufweisen. Dabei handelt es sich v. a. um die Warengruppen Elektrowaren / Unterhaltungselektronik / Foto, Haushaltswaren / Glas / Porzellan / Keramik, Möbel, Haus- / Tisch- / Bettwäsche / Gardinen, Bau- und Heimwerkerbedarf, Gartenbedarf, Optik sowie Uhren / Schmuck. Die Versorgungsbedeutung des Oberzentrums Koblenz für die eigene Wohnbevölkerung ist in diesem Sortimentsbereich ebenfalls stark ausgeprägt. Die ermittelten Umfragewerte im langfristigen Bedarfsbereich lassen darauf schließen, dass in diesen Sortimenten der überwiegende Anteil der lokalen Kaufkraft im Koblenzer Stadtgebiet gebunden werden kann. Es ist festzustellen, dass die Stadt Koblenz Kaufkraftbindungen von zumeist 75 % aller Befragten mit Bedarf erreichen kann. Die höchsten Kaufkraftabflüsse sind in der Warengruppe Möbel mit insgesamt 21 % gegenüber anderen Kommunen (v. a. Mülheim-Kärlich) zu verzeichnen. Während Optik sowie Uhren / Schmuck von 75 % bzw. 62 % aller Befragten v. a. in der Koblenzer Innenstadt nachgefragt werden, dominiert bei den Warengruppen Möbel, Bau- / Heimwerkerbedarf sowie Gartenbedarf der Gewerbebereich B 9 Nord, der für 36 % (Möbel, v. a. IKEA) bis 61 % (Bau- / Heimwerkerbedarf, v. a. Max Bahr, Hornbach) den am häufigsten aufgesuchten Einkaufsort darstellt.

#### **IV. Zentrenkonzept für die Stadt Koblenz**

Zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Koblenz ist die Verabschiedung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes zu empfehlen, welches als Grundlage zur Beurteilung von Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben sowie zur Formulierung von Standortprioritäten im Zuge der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung heranzuziehen ist.

Als wesentliche **Zielsetzungen des Zentrenkonzeptes** sind zu formulieren:

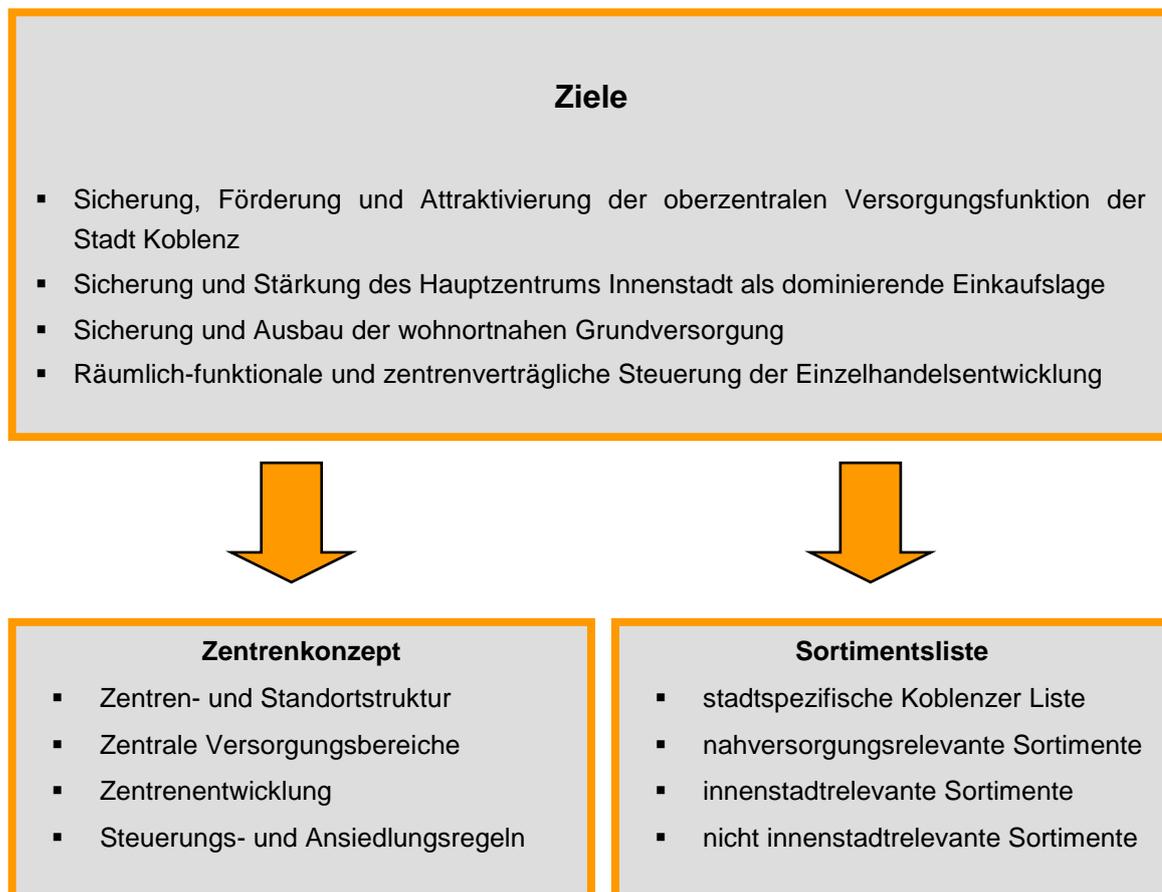
- **Sicherung, Förderung und Attraktivierung der oberzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Koblenz**
  - Ausbau des Einzelhandelsangebotes, insbesondere in Branchen mit besonderem Handlungsbedarf
  - Schaffung von Investitionssicherheit durch verbindliche Bauleitplanung
  
- **Sicherung und Stärkung des Hauptzentrums Innenstadt als dominierende Einkaufslage**
  - Stärkung des Hauptzentrums durch qualitative Verbesserung des Einzelhandelsangebotes
  - Konzentration des innenstadtrelevanten Einzelhandels auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt
  
- **Sicherung und Ausbau der wohnortnahen Grundversorgung**
  - Stärkung und Sicherung der Nebenzentren bzw. der Nahversorgungszentren durch die Ansiedlung und Verlagerung / Modernisierung von nahversorgungsrelevantem Einzelhandel
  - räumliche Nachverdichtung zur Verbesserung der ausgewogenen, wohnortnahen Versorgung in den Stadtteilen durch Bestimmung und geordnete Entwicklung geeigneter, integrierter Standorte

- **Räumlich-funktionale und zentrenverträgliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung**
  - Ausschluss der Ansiedlung großflächiger Betriebe mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und der definierten potenziellen Nahversorgungsstandorte
  - Bestimmung und geordnete Entwicklung von Fachmarktstandorten für nicht innenstadtrelevante Einzelhandelsangebote als Ergänzungsstandorte im Sinne des LEP IV
  - räumliche Konzentration nicht innenstadtrelevanter Einzelhandelsangebote auf die Ergänzungsstandorte.

Die Empfehlungen zum Einzelhandelskonzept umfassen folgende Bausteine (vgl. Abbildung 16):

- **Sortimentskonzept:** Die Sortimentsliste definiert stadtspezifisch die nahversorgungs-, innenstadt- und nicht innenstadtrelevanten Sortimente und dient somit als Grundlage für die Beurteilung von Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels.
- **Standortkonzept:** Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt die Festlegung und Begründung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne von § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO. Auf dieser Basis werden im Rahmen des Zentrenkonzeptes standort- und branchenspezifische Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung formuliert.

**Abbildung 16: Ziele und Aufbau des Zentrenkonzeptes**



GMA-Darstellung 2015

## 1. Standortkonzept

Das Standortkonzept soll als Orientierungsrahmen und Entscheidungsgrundlage für die kommunale Zentren- und Standortentwicklung dienen. Ein wesentliches Augenmerk liegt hier auf der Bewertung von Ansiedlungsbegehren großflächiger Einzelhandelsbetriebe. Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt eine Einordnung der bestehenden Geschäftszentren und sonstigen Einzelhandelsstandorte der Stadt Koblenz in eine Zentren- und Standortstruktur; sie stellt eine Aktualisierung des Standortkonzeptes von 2008 / 2009 dar.<sup>36</sup> Des Weiteren werden die zentralen Versorgungsbereiche räumlich abgegrenzt.

### 1.1 Begriffserklärung zentrale Versorgungsbereiche

<sup>36</sup> vgl. Borchert Geo Info GmbH, Einzelhandels- und Zentrenkonzept Koblenz, Juni 2009.

Mit der Novellierung des Baugesetzbuches im Jahr 2004 und der Einführung des zusätzlichen Absatzes 3 in § 34 BauGB erfuhr der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches im Baugesetz einen wesentlichen Bedeutungszuwachs.

Dies verdeutlichen die vier Schutznormen, die (auch) zentrale Versorgungsbereiche erfassen:<sup>37</sup>

**§ 11 Abs. 3 BauNVO** weist großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige vergleichbare großflächige Handelsbetriebe, die sich u. a. „auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden nicht nur unwesentlich auswirken können“, ausdrücklich nur Kerngebieten und speziell für diese Nutzung festgesetzten Sondergebieten zu.

**§ 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB** in der seit dem 20. Juli 2004 geltenden Fassung erweitert das interkommunale Abstimmungsgebot dahin, dass sich Gemeinden sowohl gegenüber Planungen anderer Gemeinden als auch gegenüber der Zulassung einzelner Einzelhandelsnutzungen auf „Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche“ berufen können.

**§ 34 Abs. 3 BauGB** knüpft die Zulässigkeit von Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich, die sonst nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB zuzulassen wären, zusätzlich daran, dass von ihnen „keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden“ zu erwarten sein dürfen.

**§ 9 Abs. 2a BauGB** ermöglicht es den Gemeinden nunmehr, für die im Zusammenhang bebauten Ortsteile i. S. v. § 34 BauGB „zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ mit einem einfachen Bebauungsplan die Zulässigkeit bestimmter Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzung zu steuern.

Hinzuweisen ist auch auf die seit 01. Januar 2007 geltende Neufassung des **§ 1 Abs. 6 BauGB**. Hiernach sind bei der Aufstellung der Bauleitpläne insbesondere „die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ zu berücksichtigen.

Durch diese unterschiedlichen Schutznormen sind zentrale Versorgungsbereiche unter verschiedenen Aspekten geschützt bzw. können geschützt werden.

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches wurde vom Gesetzgeber als unbestimmter Rechtsbegriff eingeführt, so dass keine allgemein gültige Definition vorliegt.

---

<sup>37</sup> Quelle: Ulrich Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn, 2007, S. 77 f.

In der Rechtsprechung wurden durch das Oberverwaltungsgericht NRW<sup>38</sup> im Jahr 2006 verschiedene Kriterien festgelegt, die durch das Bundesverwaltungsgericht<sup>39</sup> (BVerG) bestätigt wurden.

Das BVerwG führt in einem Urteil vom 11.10.2007 aus:

„.....sind zentrale Versorgungsbereiche räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Innenstädte sind, wenn nicht stets, so doch in der Regel als Versorgungsbereiche zentral, weil sie nach Lage, Art und Zweckbestimmung nicht nur der Versorgung ihrer Bewohner dienen, sondern auf einen Kundenkreis aus einem größeren Einzugsbereich ausgerichtet sind. Für Innenstädte ist typisch, dass in ihnen ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird.“ BVerwG, Urteil vom 11.10.2007 - 4 C 7.07.

In einem weiteren Urteil des BVerwG vom 17.12.2009 heißt es:

„Zentrale Versorgungsbereiche i. S. des § 34 III BauGB sind nach der Rechtsprechung des Senats räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt (BVerwGE 129, 307 = NVwZ 2008, 308 Rdnr. 11). Bei der Beurteilung, ob ein Versorgungsbereich einen zentralen Versorgungsbereich i. S. des § 34 III BauGB bildet, bedarf es einer wertenden Gesamtbetrachtung der städtebaulich relevanten Gegebenheiten. Auch eine räumlich konzentrierte Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben, die darauf angelegt ist, einen fußläufigen Einzugsbereich zu versorgen, kann einen zentralen Versorgungsbereich i. S. des § 34 III BauGB bilden. Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat. Der Begriff ist nicht geografisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen (vgl. auch BVerwG, Beschluss vom 20. 11. 2006 – 4 B 50/06, BeckRS 2007, 20074). Zentralität kann durchaus kleinteilig sein.“ BVerwG, Urteil vom 17. 12. 2009 – 4 C 2/08.

Damit ist festzuhalten, dass zentrale Versorgungsbereiche der Versorgung der Bevölkerung mit Waren und Dienstleistungen dienen. Es handelt sich dabei mindestens um das Hauptzentrum eines Ortes (z. B. Innenstadt), aber auch Neben- und Nahversorgungszentren können als zentrale Versorgungsbereiche definiert werden. Das Angebotspektrum und die Nutzungsmischung orientieren sich an dem zu versorgenden Einzugsbereich (z. B. gesamtes

---

<sup>38</sup> vgl. OVG Münster, Beschluss vom 11.12.2006, 7 A 964/05.

<sup>39</sup> vgl. BVerwG, Urteil vom 11.10.2007 - 4 C 7.07.

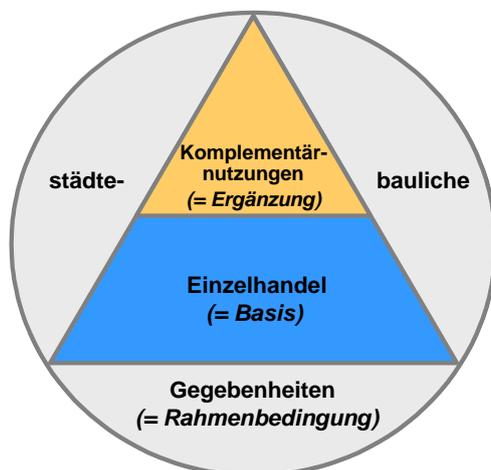
Gemeindegebiet, Stadtteil, Wohnumfeld) der Standortlage (vgl. OVG Münster, Beschluss vom 11.12.2006, 7 A 964/05).

Die Festlegung und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ergibt sich insbesondere aus

- planerischen Festlegungen, d. h. aus Darstellungen im Flächennutzungsplan, Festsetzungen in Bebauungsplänen und aus Festlegungen in Raumordnungsplänen
- sonstigen, planungsrechtlich nicht verbindlichen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen (z. B. Einzelhandelskonzepte)
- nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen.<sup>40</sup>

Auch informelle Planungen können bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche eine Rolle spielen, sofern diese von einer Kommune als Arbeitsgrundlage für ihre Planungen verwendet werden<sup>41</sup> und sich die Planungsabsichten bereits konkretisiert haben.<sup>42</sup>

#### Abbildung 17: Wesentliche Bestandteile zentraler Versorgungsbereiche



##### Einzelhandel / Komplementärnutzungen:

- quantitative Aspekte (z. B. Anzahl, Dimensionierung)
- qualitative Aspekte (z. B. Art der Nutzung, Bestandsdichte)

##### städtebauliche Gegebenheiten:

- stadträumliche Zäsuren (z. B. Straße mit Barrierewirkung / Bahngleise / Topografie / Stadtmauer / markanter Wechsel der Bebauungsstruktur / geschlossene Baukörper bzw. Bebauungsstrukturen etc.)
- Lage bedeutender Infrastruktureinrichtungen und öffentlicher Einrichtungen (z. B. Bahnhof, Rathaus, Stadthalle).

GMA-Darstellung 2015

<sup>40</sup> d. h. aus faktisch vorhandenen zentralen Versorgungseinrichtungen, aber auch aus bereits bestehendem Baurecht für zentrale Versorgungseinrichtungen.

<sup>41</sup> vgl. OVG Lüneburg, Beschluss vom 30.11.2005, 1ME172/05.

<sup>42</sup> d. h., die Umsetzung gemäß §§ 14 f. BauGB muss in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erfolgen, vgl. VG München, Urteil vom 07.11.2005, M8K05.1763.

Für einen zentralen Versorgungsbereich ist die Konzentration zentraler Versorgungseinrichtungen maßgeblich, wobei neben dem Einzelhandel auch sonstige (zentrale) Versorgungseinrichtungen von Bedeutung sind. Der Einzelhandel ist dabei als konstituierendes Element zu sehen, das durch Komplementärnutzungen ergänzt wird. Als Rahmenbedingung sind städtebauliche Gegebenheiten sowie die Lage bedeutender Infrastruktureinrichtungen zu berücksichtigen (vgl. Abbildung 17).

Die räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche erfolgte – in enger Zusammenarbeit zwischen der GMA und dem Amt für Stadtentwicklung Koblenz – auf Basis der durchgeführten Bestandsaufnahme sowie anhand intensiver Vor-Ort-Besichtigungen. Zur nachvollziehbaren und einheitlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Koblenz werden in nachfolgender Übersicht 14 eine Reihe von Kriterien dargestellt, die unter Berücksichtigung der konkreten Vor-Ort-Situation bei der räumlichen Abgrenzung aller Zentren zugrunde gelegt wurden.

Die zentralen Versorgungsbereiche entsprechen den städtebaulich integrierten Lagen gemäß Ziel 58 LEP IV Rheinland-Pfalz<sup>43</sup>. Sie unterscheiden sich von sonstigen (z. B. siedlungsräumlich integrierten Lagen) insbesondere dahingehend, dass sie aufgrund ihres Einzelhandelsbesatzes eine nennenswerte Versorgungsfunktion für einen bestimmten Teilraum einnehmen und über den Einzelhandel hinaus auch typische Einrichtungen sonstiger Angebote der Grundversorgung (z. B. Dienstleistungen) aufweisen. Nicht zuletzt zeichnen sie sich durch eine gute verkehrliche Erreichbarkeit sowohl für Fußgänger / Fahrradfahrer, als auch für Pkw und mit öffentlichen Verkehrsmitteln aus. Zur besseren Unterscheidung ihrer jeweiligen Versorgungsfunktion werden nachstehend zwei Kategorien zentraler Versorgungsbereiche definiert: Hauptzentrum (Innenstadt) und Nahversorgungszentren.

---

<sup>43</sup> Ziel 58 des LEP IV spricht von „städtebaulich integrierten Bereichen“ (Innenstädte, Stadt- und Stadtteilzentren) und meint damit explizit die „zentralen Versorgungsbereiche“ i. S. des BauGB.

**Übersicht 14: Kriterienkatalog zur Einstufung zentraler Versorgungsbereiche in Koblenz**

Zentrentyp Anforderungen	Nahversorgungszentrum	Hauptzentrum (Innenstadt)
<b>Versorgungsgebiet</b>	einzelne Stadtteile, je nach Lage (Teilbereiche) mehrerer Stadtteile	gesamstädtischer, überörtlicher Einzugsbereich
<b>Branchenmix / Sortimente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– deutlicher Verkaufsflächen-schwerpunkt bei Angeboten des kurzfristigen Bedarfs</li> <li>– breites Sortiment bei Lebensmitteln</li> <li>– i. d. R. sonstige Angebote des kurzfristigen Bedarfs (z. B. Apotheke)</li> <li>– z. T. beschränktes, klein- bis mittelflächiges Angebot von einzelnen Waren des mittelfristigen Bedarfs (z. B. Bekleidung)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– sowohl breites, als auch differenziertes und spezialisiertes Einzelhandelsangebot mit hoher Sortimentstiefe</li> <li>– Verkaufsflächenschwerpunkt entfällt auf Angebote des mittel- / langfristigen Bedarfs</li> <li>– Angebote des kurzfristigen Bedarfs für Innenstadtbewohner und -besucher, Arbeitnehmer</li> </ul>
<b>strukturprägende Betriebe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Supermarkt und / oder Discounter</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Waren- / Kaufhäuser</li> <li>– spezialisierte Fachgeschäfte</li> <li>– Flagshipstores bzw. großflächige Fachgeschäfte nationaler oder internationaler Filialisten</li> <li>– Shoppingcenter</li> </ul>
<b>Komplementärnutzungen</b>	Angebote der Grundversorgung	wie Nahversorgungszentrum zzgl. spezialisierter Angebote und Einrichtungen mit gesamstädtischer und z. T. überörtlicher Bedeutung
typische Betriebe / Einrichtungen:	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Bankfiliale oder Cash-Point</li> <li>– Postagentur / Paketabholstation</li> <li>– Friseur</li> <li>– Reisebüro</li> <li>– Textilpflege</li> <li>– Allgemeinmediziner</li> <li>– Kita</li> <li>– Sonnenstudio</li> <li>– Bäckerei mit Café</li> <li>– Kneipe</li> <li>– Imbiss</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Behörden</li> <li>– Hauptsitz von regionalen Banken / Kreditinstitutionen</li> <li>– konsumnahe und spezialisierte unternehmensorientierte Dienstleister</li> <li>– differenziertes gastronomisches Angebot, auch spezialisierte gastronomische Lagen</li> <li>– Hotels</li> <li>– Systemgastronomie, Bars, Cafés, Kneipen, Restaurants</li> <li>– Stadthalle</li> </ul>
<b>Verkehr</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– ÖPNV-Haltepunkt</li> <li>– straßenbegleitende Parkierflächen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– ÖPNV-Knotenpunkte</li> <li>– Regional- / Fernverkehr der Deutschen Bahn AG</li> <li>– Fußgängerzone</li> <li>– differenziertes Parkraumkonzept / Parkraumbewirtschaftung</li> <li>– Parkleitsystem</li> </ul>

GMA-Zusammenstellung 2015

## 1.2 Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in Koblenz

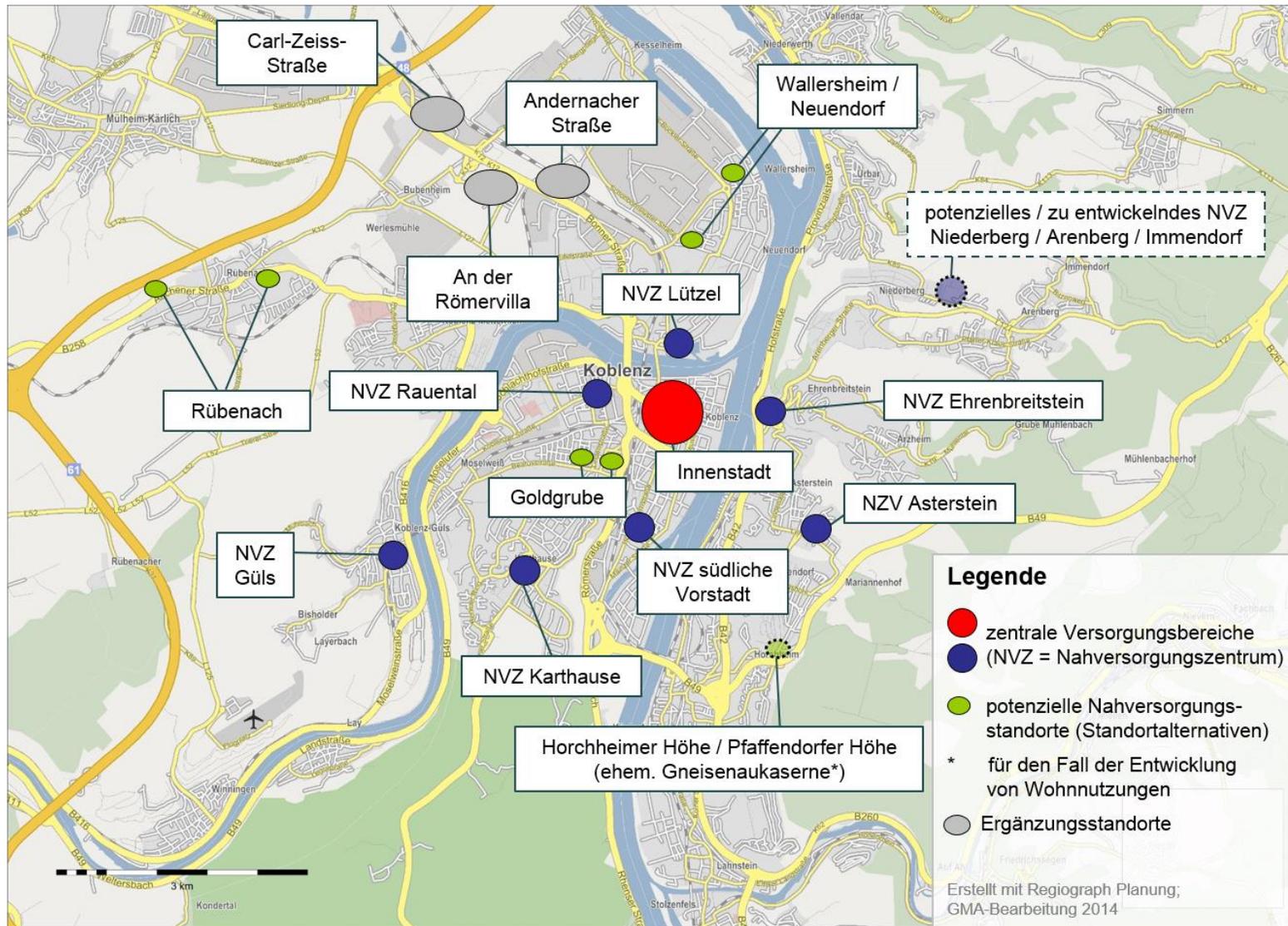
Im Folgenden werden Empfehlungen zur Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in Koblenz dargestellt. Unter Berücksichtigung der zuvor dargestellten Kriterien der in vorhergehenden Kapiteln dargestellten Aspekte zur Ausweisung zentraler Versorgungsbereiche sowie der bisherigen Einordnung der Einkaufslagen, wurde folgende Zentren- und Standortstruktur entwickelt:

**Abbildung 18: Zentren- und Standortstruktur Koblenz 2015**

Hauptzentrum	Nahversorgungszentren	Ergänzungsstandorte	sonstige Lagen	
			integrierte Streulagen / Nahversorgungsstandorte	dezentrale Lagen
<b>Innenstadt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• südliche Vorstadt</li> <li>• Karthause</li> <li>• Asterstein</li> <li>• Raental</li> <li>• Güls</li> <li>• Ehrenbreitstein</li> <li>• Niederberg / Arenberg / Immendorf (potenzielles Nahversorgungszentrum)*</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Andernacher Straße</li> <li>• Carl-Zeiss-Straße</li> <li>• An der Römervilla</li> </ul>	<p>im Bestand z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aldi / Hit / Lidl Raental</li> <li>• Aldi und Rewe Metternich</li> <li>• Penny Pfaffendorfer Höhe</li> </ul> <p>potenzielle Nahversorgungsstandorte</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rübenach</li> <li>• Wallersheim / Neuendorf</li> <li>• Goldgrube</li> <li>• Horchheimer Höhe / Pfaffendorfer Höhe (ehem. Gneisenaukaserne)</li> </ul>	<p>im Bestand z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Globus, Bubenheim</li> <li>• Lidl und Mix Markt Lützel</li> </ul>
<p><b>Zentraler Versorgungsbereich = städtebaulich integrierte Lagen nach LEP IV</b> gemäß § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO</p>		<p><b>Ergänzungsstandorte</b> gemäß LEP IV für großflächigen, nicht innenstadtrelevanten Einzelhandel</p>	<p>als Einzelstandorte (potenzielle) fußläufig erreichbare Lebensmittelmärkte mit wesentlicher Nahversorgungsfunktion, voraussichtlich keine ZVBs</p>	<p>tlw. mit Einzelhandel besetzt (z. B. aufgrund von Altbaurechten) keine weitere Entwicklung gewünscht</p>

\* = zentraler Versorgungsbereich nur bei Realisierung eines Lebensmittelmärktes und ergänzender Nutzungen  
GMA 2015

Karte 4: Übersicht Zentren- und Standortstruktur Koblenz



Die **zentralen Versorgungsbereiche** wurden aufbauend auf der Zentrenstruktur des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes 2008 / 2009 sowie vor dem Hintergrund der aktuellen Situation definiert und abgegrenzt. Sie werden anhand einer zweistufigen Zentrenstruktur (1 Hauptzentrum, 7 Nahversorgungszentren sowie ein potenzielles Nahversorgungszentrum) kategorisiert (vgl. Abbildung 18).

Als **Ergänzungsstandorte** des großflächigen, nicht innenstadtrelevanten Einzelhandels werden die Standortbereiche **Carl-Zeiss-Straße, An der Römervilla und Andernacher Straße** ausgewiesen. Sie weisen einen Besatz mit z. T. großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht innenstadtrelevantem Kernsortiment auf (z. B. Möbelmarkt, Baumarkt), auf der anderen Seite sind hier oft Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und innenstadtrelevanten Sortimenten (z. B. Lebensmittel) zu finden. Mit Ausnahme von Anbietern im Vorkassen- und Mallbereich (z. B. Schuh- und Schlüsseldienst, Geldautomat, Reinigung) sind hier kaum ergänzende Nutzungen ansässig. Aufgrund der nicht integrierten Lage sowie der i. d. R. fehlender Komplementärnutzungen sind diese Standorte nicht als zentrale Versorgungsbereiche zu definieren. Da sie sich aufgrund ihrer autokundenorientierten Lage grundsätzlich für Betriebe mit nicht innenstadtrelevantem Kernsortiment eignen, sollten diese Ergänzungsstandorte daher zukünftig als vorrangige Standorte für die Ansiedlung von (großflächigem) Einzelhandel mit nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten dienen und so – im Hinblick auf die gesamtstädtische Zentren- und Standortstruktur – eine ergänzende Funktion zu den zentralen Versorgungsbereichen einnehmen.

### Übersicht 15: Übersicht Ergänzungsstandorte

Ergänzungsstandort	Magnetbetriebe	Verkaufsfläche am Standort in m <sup>2</sup>	
Carl-Zeitz-Straße	Aldi, Lidl, Mega-Zoo, Toys'R'Us, Takko, Adler, Sport Vosswinkel, Möbel Bernd, Louis, Polo, Hornbach, Dehner, MediaMarkt	NuG	3.955
		Nonfood	30.830
		<b>gesamt</b>	<b>34.785</b>
An der Römervilla	IKEA, Poco Domäne, Polster aktuell, Saturn	NuG	- - -
		Nonfood	36.310
		<b>gesamt</b>	<b>36.310</b>
Andernacher Straße	Edeka, Penny, Festartikel Schlaudt, Schuhcenter, Bauhaus (ehem. Max Bahr)	NuG	5.285
		Nonfood	19.005
		<b>gesamt</b>	<b>24.290</b>
GMA-Darstellung 2015			

Darüber hinaus bestehen Einzelhandelsbetriebe in **sonstigen Lagen** im Stadtgebiet (Streulagen). Hierzu zählen sowohl siedlungsräumlich integrierte Lagen (= keine zentralen Versorgungsbereiche im Sinne des BauGB bzw. städtebaulich integrierte Lagen i. S. d. LEP IV) als auch dezentrale, nicht integrierte Standorte in autokundenorientierter Lage (z. B. in Gewerbe- und Industriegebieten):

- In den (siedlungsräumlich) **integrierten Lagen** kann es vereinzelt Betriebe geben, welche ebenfalls wichtige Nahversorgungsfunktionen übernehmen, die jedoch nicht die Kriterien eines zentralen Versorgungsbereiches erfüllen. Dabei handelt es sich i. d. R. um fußläufig (noch) gut erreichbare Lebensmittelmärkte mit wesentlicher Nahversorgungsfunktion (**Nahversorgungsstandorte**), die jedoch solitär gelegen sind (z. B. Aldi Trierer Straße) oder nur zu einer Seite einen siedlungsräumlichen Anschluss an Wohngebiete aufweisen (z. B. Aldi / Lidl / Hit Schlachthofstraße, Edeka / Norma Metternicher Bahnhof), sowie um Bereiche mit kleinflächigen Angebotsformen mit überwiegend nahversorgungsrelevanten Sortimenten (z. B. Bäcker, Metzger, Blumengeschäft). In der Regel sind an diesen Standorten bereits zeitgemäße Betriebsformen vorhanden, so dass eine (Weiter-)Entwicklung dieser Standortbereiche auf absehbare Zeit – auch vor dem Hintergrund der z. T. suboptimalen Einbindung in vorhandene Siedlungsbereiche – nicht erforderlich ist.
- Neben den vorhandenen Nahversorgungsstandorten werden außerdem **potenzielle Nahversorgungsstandorte** definiert. Dabei handelt es sich um Standorte, die perspektivisch eine Nahversorgungsbedeutung durch Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes sowie ggf. kleinflächiger ergänzender Nutzungen (kleinteiliger Einzelhandel, Komplementärnutzungen) wahrnehmen sollen, jedoch aufgrund des geringen Besatzes oder der fehlenden räumlichen Konzentration zentrenprägender Nutzungen nicht als zentrale Versorgungsbereiche gewertet werden. Da sie jedoch eine Bedeutung für die wohnortnahe Versorgung und einen gewissen Zentrumscharakter aufweisen, sind sie daher ebenfalls bei Standortplanungen zu berücksichtigen und nach Möglichkeit zu entwickeln und zu sichern. Vorliegend werden zum Teil mehrere Standortalternativen bewertet und Empfehlungen für eine Priorisierung bestimmter Standorte ausgesprochen (vgl. Kapitel 2.3). Dabei ist letztlich der unter diesen Standortalternativen gewählte Standort für einen Lebensmittelmarkt als Nahversorgungsstandort auszuweisen.

Bei **nicht integrierten / dezentralen Lagen** handelt es sich um autokundenorientierte Standorte in Gebieten, die ursprünglich primär für Gewerbebetriebe vorgesehen waren. Tatsächlich weisen sie jedoch auf der einen Seite einen Besatz mit z. T. großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht innenstadtrelevantem Kernsortiment auf (z. B. Fahrradfachmarkt), auf der anderen Seite sind hier oft Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und innenstadtrelevanten Sortimenten (z. B. Lebensmittel- / Getränkemarkt) zu finden. Ergänzende Nutzungen wie konsumnahe Dienstleistungen, Gastronomie oder öffentliche Einrichtungen sind in diesen Bereichen kaum ansässig. Aufgrund der nicht integrierten Lage sowie der i. d. R. fehlender Komplementärnutzungen sind diese Standorte zukünftig von weiteren Einzelhandelsansiedlungen freizuhalten.

## 2. Sortimentskonzept

Das Sortimentskonzept bildet die branchenbezogene Grundlage für die Grundsätze zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung bzw. zur Beurteilung zukünftiger Ansiedlungs- / Erweiterungsvorhaben. Dabei ist zu definieren, welche Einzelhandelssortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität der Sortimente sowie der Betriebsstruktur heute im Wesentlichen den zentralen Versorgungsbereichen zugeordnet werden können bzw. zukünftig zugeordnet werden sollen und welche Sortimente auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt werden können bzw. sollen. Hierzu wird differenziert in innenstadtrelevante, nahversorgungsrelevante und nicht innenstadtrelevante Sortimente, wobei der Begriff „innenstadtrelevant“ nicht ausschließlich auf die Koblenzer Innenstadt abzielt, sondern auch die anderen zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet einschließt.<sup>44</sup>

- Im Allgemeinen sind **innenstadtrelevante Sortimente** Warengruppen, bei denen von einem besonderen „Gefährdungspotenzial“ für die gewachsenen Zentren auszugehen ist, wenn diese außerhalb der Zentren angeboten werden. Auf das Vorhandensein dieser Sortimente und deren Anziehungskraft gründet sich das aus städtebaulicher Sicht wünschenswerte „Einkaufserlebnis“ bzw. eine zusätzliche Belebung der integrierten Lagen (z. B. durch Verbundkäufe).

---

<sup>44</sup> Der Begriff „innenstadtrelevant“ ist synonym zum Begriff „zentrenrelevant“ zu sehen, der in verschiedenen kommunalen Einzelhandelskonzepten verwendet wird. Er bezieht sich nicht auf das Hauptzentrum einer Stadt (Innenstadt), sondern auf zentrale Versorgungsbereiche im Allgemeinen.

- Darüber hinaus sind Sortimente zu erwähnen, die vorwiegend der Nahversorgung der Bevölkerung dienen (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel). Dabei handelt es sich um Angebote des kurzfristigen Bedarfs, die regelmäßig (täglich bzw. mehrmals die Woche) nachgefragt werden. Infolge dessen sollten sich diese Angebote in räumlicher Nähe zu den Wohngebieten befinden; diese Sortimente sind als **nahversorgungsrelevant** zu bezeichnen; sie sind eine Teilmenge der innenstadtrelevanten Sortimente.
- Das Angebot von **nicht innenstadtrelevanten Sortimenten** stellt im Allgemeinen auch an Standorten außerhalb von Zentren keine wesentliche Gefährdung für die zentralen Versorgungsbereiche dar; sie sind an solchen Standorten aus planerischer Sicht aufgrund ihres großen Platzbedarfs und der durch sie hervorgerufenen Verkehrsfrequenz u. U. sogar erwünscht. Nicht innenstadtrelevante Sortimente sind häufig großteilig und werden überwiegend mit dem Pkw transportiert.

Im Allgemeinen und vor dem Erfahrungshintergrund der GMA erfolgt die Einordnung von Sortimenten bezüglich ihrer Innenstadt-, Nahversorgungs- bzw. Nicht-Innenstadtrelevanz vor dem Hintergrund folgender Aspekte:

- Transportierbarkeit (An- und Ablieferung)
- Flächenbedarf
- Bedeutung für die Attraktivität der Innenstadt (Einkaufserlebnis / Magnetfunktion)
- städtebauliche Zielsetzungen der Stadt Koblenz
- räumliche Verteilung des Einzelhandelsbesatzes im Stadtgebiet.

Demnach sind Sortimente als **innenstadtrelevant** einzustufen, wenn sie

- Magnetfunktion aufweisen und damit zu einer Attraktivitätssteigerung der Innenstadt beitragen
- für einen leichten Transport geeignet sind (ohne Pkw)
- geringe bis mittlere Flächenansprüche aufweisen
- Bestandteil des innerstädtischen Branchenmixes sind

- Synergien zu anderen Sortimenten in der Innenstadt aufzeigen (z. B. Schuhe + Bekleidung).

Den **nahversorgungsrelevanten** Sortimenten (als Teilmenge der innenstadtrelevanten Sortimente) sind demnach Warengruppen zuzuordnen, die

- eine Bedeutung für die Grundversorgung der Bevölkerung haben
- die Flächenanforderungen der Marktteilnehmer über den üblicherweise in einer Innenstadt vorhandenen Flächen liegen
- die Nähe zu Wohngebieten (fußläufige Versorgung) eine wichtige Rolle spielt.

Hingegen können Sortimente dem **nicht innenstadtrelevanten** Bereich zugeordnet werden, wenn

- hohe Flächenansprüche bestehen
- die Beschaffenheit des Sortimentes einen Transport mit dem Pkw erfordert
- eine nur geringe Attraktivität für innerstädtische Lagen besteht (z. B. Möbel)
- keine Synergien zu anderen Betrieben bzw. Sortimenten abgeleitet werden können
- sie keine Bedeutung als Frequenzbringer aufweisen.

Zur weiteren differenzierten Bewertung der Einzelsortimente werden folgende wesentliche Kriterien zur Einordnung der Innenstadtrelevanz zugrunde gelegt.

### Übersicht 16: Kriterien der Innenstadtrelevanz

Kriterium	Prüfmaßstäbe
1. Warenbeschaffenheit / Transport	Sperrigkeit, Abtransport
2. Flächenbedarf	Warenbeschaffenheit, Verkaufsflächenbedarf
3. Bedeutung für Attraktivität und Branchenmix in den zentralen Versorgungsbereichen	Alltagstauglichkeit, breite Zielgruppenansprache
4. Magnetfunktion	Bekanntheit, Anziehungseffekte auf Kunden
5. Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten	Kopplungseffekte zwischen Sortimenten
6. Städtebauliche Zielsetzungen sowie derzeit vorhandener Besatz	städtebauliche Zielsetzungen, Anteil der Verkaufsfläche in der Innenstadt / zentrale Versorgungsbereiche

GMA-Darstellung 2015

- Das erste Kriterium wurde allgemein als „**Warenbeschaffenheit / Transport**“ definiert. Dieses schließt neben der Größe des Artikels (Sperrigkeit) auch den Abtransport der Ware durch den Konsumenten ein. Dieser erfolgt bei sperrigen Artikeln i. d. R. mit dem Pkw, wodurch die Zentrentauglichkeit deutlich eingeschränkt ist.
- Das zweite Kriterium „**Flächenbedarf**“ zielt auf die Warenpräsentation und den dafür erforderlichen Flächenbedarf ab. Ist aufgrund der Beschaffenheit des Produktes eine hohe Verkaufsflächengröße unumgänglich, weist dies auf eine tendenzielle Nicht-Innenstadtrelevanz hin. Dies liegt z. B. bei sperrigen Artikeln (z. B. Möbeln), aber auch bei Produkten im Freizeitbereich (z. B. Sportgroßgeräte) vor.
- Als drittes Kriterium gibt die „**Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt**“ Auskunft über die Innenstadtrelevanz eines Produktes. Weist der Artikel eine hohe Alltagstauglichkeit und breite Zielgruppenansprache auf, ist er dem kurz- bis mittelfristigen Bedarfsbereich zuzuordnen oder regt der Artikel zu Spontankäufen an, weist der Artikel eher innenstadtrelevante Eigenschaften auf.
- Das vierte Kriterium „**Magnetfunktion**“ bezieht sich auf die Bedeutung des Artikels bzw. Anbieters als Anziehungspunkt für Kunden. Betriebe mit einer hohen Bekanntheit und Attraktivität (z. B. „Filialisten“) tragen in erheblichem Maße zur Attraktivität einer Einkaufsinnenstadt bei. Weist ein Sortiment eine hohe Attraktivität für die Allgemeinheit auf bzw. führt dazu, einen Einkaufsstandort erheblich zu stärken, indem

Kunden gezielt angezogen werden, kann ihm eine Magnetfunktion zugesprochen werden, welche auf eine Innenstadtrelevanz hindeutet.

- Als fünftes Bewertungskriterium gehen die „**Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten**“ in die Bewertung ein. Ein Artikel weist Synergieeffekte auf, wenn Kopplungseffekte zu anderen Sortimenten bestehen. Dies kann z. B. für Bekleidung in Verbindung mit Schuhen abgeleitet werden. Mit zunehmender Spezialisierung eines Sortimentes nimmt i. d. R. die Intensität von Kopplungskäufen ab.
- Als sechstes Bewertungskriterium sind die **städtebaulichen Zielsetzungen** der Stadt Koblenz bezüglich der weiteren Einzelhandelsentwicklung zu berücksichtigen. Dabei sind sowohl die Entwicklungspotenziale in den einzelnen Sortimenten als auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen einzelner Standortlagen zu berücksichtigen.

Die nachfolgende Übersicht 17 stellt die zukünftige Einstufung der Sortimente in innenstadt-, nahversorgungs- und nicht innenstadtrelevante Sortimente in der Stadt Koblenz dar. Dabei ist zu beachten, dass sich die Abgrenzung nicht nur an der derzeitigen räumlichen Verteilung des Einzelhandels in Koblenz orientiert, sondern auch städtebauliche Zielsetzungen berücksichtigt. So können z. B. Branchen, die derzeit nicht innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten werden bzw. dort nicht ihren Verkaufsflächenschwerpunkt aufweisen, als innenstadtrelevant eingestuft werden, sofern entsprechende Ansiedlungen im zentralen Versorgungsbereich möglich erscheinen und dort zu einer maßgeblichen Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes beitragen würden. Dem gegenüber können im Einzelfall solche Sortimente, die bislang als innenstadtrelevant eingestuft worden sind, aber nach aktuellen Erkenntnissen die zentralen Versorgungsbereiche nicht wesentlich prägen oder für die Aufwertung aufgrund veränderter Ansprüche an die Standortrahmenbedingungen (z. B. Flächenverfügbarkeit, verkehrliche Erreichbarkeit) auch auf lange Sicht nicht realistisch erscheinen, aus der Koblenzer Sortimentsliste herausgenommen werden.

## Übersicht 17: Koblenzer Sortimentsliste

innenstadtrelevante Sortimente	nicht innenstadtrelevante Sortimente
<p><b>innenstadt- und nahversorgungsrelevant</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nahrungs- und Genussmittel (Lebensmittel, Getränke, Tabakwaren, Reformwaren) inkl. Lebensmittelhandwerk</li> <li>- Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel), Kosmetikartikel, Parfümeriewaren</li> <li>- pharmazeutische Artikel</li> <li>- Medizinische, orthopädische Artikel, Sanitätswaren</li> <li>- Schnittblumen</li> <li>- Zeitschriften / Zeitungen</li> </ul> <p><b>innenstadtrelevant</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bücher</li> <li>- Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf inkl. Schulbedarf (ohne Bürotechnik / -möbel)</li> <li>- Spielwaren und Bastelartikel, Baby- und Kinderartikel (ohne Kinderwagen / -sitze)</li> <li>- Oberbekleidung, Wäsche, Kurzwaren, Wolle, Stoffe, sonstige Bekleidung</li> <li>- Schuhe, Lederbekleidung, Lederwaren, Modewaren (z. B. Hüte, Accessoires und Schirme)</li> <li>- Second-Hand-Bekleidung</li> <li>- Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Sportgroßgeräte)</li> <li>- Campingartikel (überwiegend nicht-sperrige Angebote, z. B. Wanderbekleidung, Trekking-Ausrüstung etc.)</li> <li>- Elektrokleingeräte, Medien (Unterhaltungs- und Telekommunikationsgeräte) (nur Kleingeräte), Computer, Ton- und Bildträger</li> <li>- Videospiele</li> <li>- Fotogeräte, Videokameras, Fotowaren, optische Erzeugnisse</li> <li>- Heimtextilien, Gardinen und Zubehör, Raumausstattung, Bettwäsche (ohne Betten / Bettwaren)</li> <li>- Wolle, Kurzwaren, Handarbeiten, Stoffe</li> <li>- Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik, Geschenkartikel</li> <li>- Kunst, Antiquitäten, Briefmarken, Bilderrahmen</li> <li>- Uhren, Schmuck, Silberwaren</li> <li>- Musikinstrumente, Musikalien</li> <li>- Waffen und Jagdbedarf, Angelartikel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiernahrung, zoologischer Bedarf, lebende Tiere</li> <li>- Elektrogroßgeräte (weiße Ware)</li> <li>- Bürotechnik / Büromöbel / Kopiergeräte</li> <li>- Möbel, Matratzen, Betten / Bettwaren</li> <li>- Lampen, Leuchten, Beleuchtungskörper</li> <li>- Sportgroßgeräte, Fahrräder, Fahrradzubehör</li> <li>- Campingartikel (überwiegend sperrige Angebote, z. B. Wohnwagen- und Reisemobilbedarf)</li> <li>- Wassersportartikel (Boote, Bootszubehör; nicht: Schwimm- und Tauch-Ausrüstung)</li> <li>- Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten, Malereibedarf</li> <li>- Installationsbedarf, Beschläge, Eisenwaren und Werkzeuge, Badeinrichtungen und –ausstattung, Sanitär, Fliesen, Rollläden, Gitter, Rollos, Markisen</li> <li>- Baustoffe, Holz, Naturhölzer</li> <li>- Zimmer-, Beet- und Balkonpflanzen, Außenpflanzen, Pflege- und Düngemittel, Erde, Torf</li> <li>- Gartengeräte, Gartenmöbel, Gartenkeramik / Pflanzengefäße, Gartenhäuser, Rasenmäher, Zäune</li> <li>- Kfz- / Motorradzubehör</li> <li>- Kinderwagen, Kindersitze</li> <li>- Erotikartikel</li> </ul>

GMA-Empfehlungen 2015

Im Gegensatz zum LEP IV Rheinland-Pfalz werden in der Koblenzer Sortimentsliste zusätzlich zu den innenstadtrelevanten (abschließende Auflistung) auch die nicht innenstadtrelevanten Sortimente aufgeführt, wenngleich diese Aufzählung nicht abschließend erfolgt. Im Rahmen des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wurde die Zuordnung der einzelnen Sortimente der Sortimentsliste gutachterlicherseits erneut kritisch geprüft. Vor dem Hintergrund der v. g. Kriterien, der Verteilung der Angebote in der Stadt Koblenz und der stadtentwicklungspolitischen Zielsetzungen der Stadt ist aus Gutachtersicht mit Ausnahme von Leuchten keine Veränderung gegenüber der 2008 / 2009 beschlossenen Liste festzuhalten.

Grundsätzlich entspricht die Zuordnung der Sortimente damit den vorgenannten Kriterien, in Einzelfällen wurden Anpassungen aufgrund der Vor-Ort-Gegebenheiten bzw. konkreter städtebaulicher Zielsetzungen der Stadt Koblenz vorgenommen.

Zur Einordnung dieser Sortimente ist auf folgende Aspekte gesondert hinzuweisen:

- **Nahrungs- und Genussmittel** (Lebensmittel inkl. Lebensmittelhandwerk, Getränke, Tabakwaren, Reformwaren) werden grundsätzlich als innenstadt- und nahversorgungsrelevant eingestuft. Allerdings werden Lebensmittel (inkl. Getränken) häufig in Betriebstypen angeboten, die hinsichtlich ihres Flächenbedarfs sowie sonstiger Standortanforderungen (u. a. verkehrliche Erreichbarkeit für den Kunden- und Lieferverkehr) häufig nur schwer in zentrale Versorgungsbereiche zu integrieren sind (z. B. Supermarkt, Lebensmitteldiscountmarkt, Getränkemarkt). Im Hinblick auf die Sicherstellung einer ausgewogenen und wohnungsnahen Versorgungsstruktur innerhalb einer Stadt oder Gemeinde kann die Zulässigkeit von großflächigen Neuansiedlungen und Erweiterungen ausnahmsweise auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche, jedoch in integrierten Lagen, möglich sein. Dies ist im Rahmen einer Einzelfallprüfung zu untersuchen.

Dieser Aspekt widerspricht zunächst dem landesplanerischen Ziel des städtebaulichen Integrationsgebotes (Z 58), nach dem großflächige Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten nur in städtebaulich integrierten Bereichen („zentrale Versorgungsbereiche“ im Sinne des BauGB) etabliert werden dürfen. Gleichzeitig ist es jedoch regionalplanerischer Grundsatz, dass die bedarfsgerechte Nahversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs im fußläufigen Entfernungsbereich unterstützt

werden soll (G 37, Entwurf zum RROP Mittelrhein-Westerwald 2014). Auch in der Begründung zu Ziel 57 des LEP IV (Zentralitätsgebot) wird die Bedeutung der Deckung der Grundversorgung möglichst wohnortnah und barrierefrei betont:

„Die Deckung der Grundversorgung, insbesondere an Nahrungs- und Genussmitteln, soll möglichst wohnungsnah und barrierefrei erfolgen können. Deshalb soll zur Sicherung der Grundversorgung im Nahbereich in größeren Gemeinden ohne zentralörtliche Einstufung oder in größeren Gemeindeteilen von Mittel- und Oberzentren im Bereich des Angebots an Nahrungs- und Genussmitteln eine Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben bis zu einer Größenordnung von 1.600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche möglich sein, sofern dies an einem integrierten Standort stattfindet und keine wesentlichen negativen Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen benachbarter zentraler Orte zu erwarten sind. Die Notwendigkeit sollte aus einem kommunalen Einzelhandelskonzept zum Beispiel auf Ebene der Verbandsgemeinde abgeleitet werden und vorrangig Betriebe mit einem dauerhaft breiten Sortimentsangebot (Lebensmittelvollsortimenter mit den nahversorgungsrelevanten Sortimenten wie Lebensmittel, Getränke, Drogerie, Kosmetik, Haushaltswaren) berücksichtigen.“

- Die Warengruppen **Drogeriewaren / Kosmetikartikel, Parfümeriewaren, pharmazeutische Artikel, medizinische und orthopädische Artikel, Sanitätswaren sowie Schnittblumen und Zeitungen / Zeitschriften** sind als ergänzende Angebote der Nahversorgung von Bedeutung, weshalb sie als nahversorgungsrelevant eingestuft werden. Das Sortiment Schnittblumen wird ganz überwiegend in Fachgeschäften in den zentralen Standortbereichen des Koblenzer Stadtgebietes angeboten und verkauft und ist dementsprechend differenziert zu den i. d. R. Pflanzenangeboten der Gartenmärkte zu sehen. Diese Anbieter vertreiben im Schwerpunkt Pflanzen für den Außenbereich (z. B. Staudengewächse), die der Warengruppe Gartenmarktbedarf zuzuordnen sind.
- Im Bereich **Tiernahrung, zoologischer Bedarf, lebende Tiere** ist aus gutachterlicher Sicht darauf hinzuweisen, dass diese Sortimente in Koblenz v. a. vom großflächigen Anbieter Mega-Zoo in dezentraler Standortlage im Gewerbebereich B 9 Nord angeboten werden. Darüber hinaus werden diese Sortimente als Randsortimente der Bau- und Heimwerkermärkte sowie der Lebensmittelmärkte vorgehalten. Der Verkaufsflächenschwerpunkt dieser Warengruppe liegt mit ca. 93 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche außerhalb zentraler Versorgungsbereiche. Die Warengruppe spielt für die Besucherfrequenz bzw. Prägung der zentralen Versorgungsbereiche in Koblenz im Unterschied zu den bereits erwähnten nahversorgungsrelevanten Sortimenten keine nennenswerte Rolle. Vor diesem Hintergrund sowie der Marktentwick-

lung in dieser Branche<sup>45</sup> ist eine einheitliche Zuordnung zu den nicht innenstadtrelevanten Sortimenten zu empfehlen.

- Die Warengruppe **Unterhaltungselektronik / Computer, HiFi / Elektroartikel (braune und weiße Ware)** besteht zum Teil aus großvolumigen Produkten (z. B. Haushaltsgeräte, Fernseher), welche i. d. R. mit dem Pkw transportiert werden (müssen). Vor dem Hintergrund der Transportfähigkeit der Sortimente erfolgte eine Zuordnung von Elektrogroßgeräten wie sperrige Haus- und Küchengeräte (z. B. Herde, Öfen, Kühlschränke, Waschmaschinen) zu den nicht innenstadtrelevanten Sortimenten. Sonstige Elektrogeräte (Kleingeräte) sind gemäß Anforderungen des LEP IV Rheinland-Pfalz den innenstadtrelevanten Sortimenten zuzuordnen. Zu begründen ist dies auch mit ihrer nicht unwesentlichen Bedeutung für die Frequenz von Innenstadtlagen, auch wenn der Marktanteil des stationären Handels bei Elektroartikeln in den vergangenen Jahren deutlich zulasten des Onlinehandels abgenommen hat. Damit wird – wie im Einzelhandels- und Zentrenkonzept Koblenz 2008 / 2009 – eine teilweise Zuordnung dieser Sortimente zu den innenstadtrelevanten als auch zu den nicht innenstadtrelevanten Sortimenten vorgenommen.
- **Lampen / Leuchten / Leuchtmittel / Elektroinstallation** weisen hinsichtlich ihres Sortimentscharakters nur begrenzt innerstädtische Leitfunktion auf und sind demnach den nicht innenstadtrelevanten Sortimenten zuzuordnen. Darüber hinaus wird das Sortiment Lampen / Leuchten bereits vermehrt als Randsortiment großflächiger Betriebe mit nicht innenstadtrelevantem Kernsortiment (v. a. Bau- und Heimwerkermärkte und Möbelanbieter) an überwiegend dezentralen Standorten geführt, so auch in Koblenz. Daher wird es zukünftig als nicht innenstadtrelevantes Sortiment geführt.

### 3. Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung und Standortsteuerung

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sind standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben zu empfehlen.<sup>46</sup> Grundsätzlich kommen verschiedene Stufen zur Begrenzung und zum Ausschluss des Einzelhandels in Betracht:

---

<sup>45</sup> Die Warengruppe des zoologischen Bedarfs wird zunehmend durch filialisierte Fachmarktanbieter geprägt, während inhabergeführte Betriebe deutlich an Bedeutung verlieren.

<sup>46</sup> Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

- Ausschluss innenstadtrelevanter Sortimente
- zusätzlicher Ausschluss großflächigen Einzelhandels i. S. v. § 11 Abs. 3 BauNVO
- Ausschluss des gesamten Einzelhandels.

Die Regeln folgen dem zentralen Grundsatz, dass Ansiedlungen bzw. Erweiterungen nicht zu einer Beeinträchtigung der Funktions- und Entwicklungsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche führen dürfen und sich die Dimensionierung eines Vorhabens am zugeordneten Versorgungsgebiet orientieren soll. Außerdem sind bei Ansiedlungen bzw. Erweiterungen die landesplanerischen Vorgaben zu beachten.

Im Folgenden werden auf Grundlage des Sortimentskonzeptes sowie der o. g. Zentren- und Standortstruktur in Koblenz branchen- und standortbezogene Empfehlungen zur Standortentwicklung gegeben. Abbildung 19 gibt hierzu einen Gesamtüberblick, der textlich erläutert wird.

**Abbildung 19: Steuerungsschema Einzelhandelsentwicklung (Übersicht)**

Ansiedlung in... mit...		Landesplanerische Standortbereiche			sonstige Lagen	
		Hauptzentrum = zentraler Versorgungsbereich	Nahversorgungszentren = zentrale Versorgungsbereiche	Ergänzungsstandorte	siedlungsräumlich integrierte Lagen (inkl. Nahversorgungsstandorte)	siedlungsräumlich nicht integrierte Standorte (v. a. Gewerbegebiete / Industriegebiete)
nahversorgungsrelevantem Kernsortiment	großflächig <sup>1)</sup>	✓	✓	⚡	○	⚡
	nicht großflächig	✓	✓	⚡	✓ <sup>2)</sup>	⚡
innenstadtrelevantem Kernsortiment	großflächig <sup>1)</sup>	✓	○	⚡	⚡	⚡
	nicht großflächig	✓	✓	⚡	○	⚡
nicht innenstadtrelevantem Kernsortiment	großflächig <sup>1)</sup>	✓	○	○	○	○
	nicht großflächig	✓	✓	○	○	○

✓ Ansiedlung möglich und städtebaulich zu empfehlen  
 ○ Einzelfallprüfung erforderlich  
 ⚡ Ansiedlung nicht möglich bzw. städtebaulich nicht zu empfehlen  
 1) Großflächiger Einzelhandel ab 800 m<sup>2</sup>  
 2) Einzelfallbetrachtung bei Drogeriemarkt  
 GMA-Empfehlungen 2015

### 3.1 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

#### Zentraler Versorgungsbereich: Hauptzentrum Einkaufsinnenstadt einschließlich erweiterter Innenstadt:

Für den zentralen Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt einschließlich der erweiterten Innenstadt gilt grundsätzlich keine Beschränkungen hinsichtlich möglicher Einzelhandelsansiedlungen; d. h., dass sowohl großflächige<sup>47</sup> Betriebe als auch nicht großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten, innenstadtrelevanten und nicht innenstadtrelevanten Sortimenten grundsätzlich zulässig sind. Die Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel mit nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten ist zwar möglich, jedoch aus städtebaulicher Sicht nicht zu empfehlen, um etwaige Flächenpotenziale Betrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten vorzubehalten, die für das Zentrum eine frequenzerzeugende Wirkung haben.

<sup>47</sup> großflächiger Einzelhandel ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche

Da es bei Ansiedlungsvorhaben großflächiger Betriebe im zentralen Versorgungsbereich durch Wettbewerbswirkungen zu Lageverschiebungen auch innerhalb des Zentrums kommen kann, wird empfohlen, diese auf den Bereich der Einkaufsinnenstadt zu konzentrieren und für bestimmte großflächige Betriebsformen wie Kaufhäuser Einzelfallprüfungen vorzunehmen.<sup>48</sup> Die Einkaufsinnenstadt besitzt eine gesamtstädtische und wesentliche überörtliche Versorgungsbedeutung. Der Bereich der erweiterten Innenstadt erfüllt ebenfalls die Kriterien eines Hauptzentrums, die Angebots- und Filialdichte nimmt gegenüber der Einkaufsinnenstadt jedoch spürbar ab, die Angebote sind z. T. spezialisierter und die Versorgungsfunktion ist z. T. nur auf das Stadtgebiet und die umgebenden Wohngebiete begrenzt. Großflächiger innenstadtrelevanter oder nahversorgungsrelevanter Einzelhandel ist in der erweiterten Innenstadt zwar zunächst zulässig, sollte jedoch keine negativen Auswirkungen auf die Einkaufsinnenstadt ausüben.

#### **Zentrale Versorgungsbereiche: Nahversorgungszentren:**

In den Nahversorgungszentren Südliche Vorstadt, Karthause, Rauental, Güls, Lützel, Ehrenbreitstein, Asterstein sowie dem potenziellen Nahversorgungszentrum Niederberg / Arenberg / Immendorf soll der Angebotsschwerpunkt bei möglichen Neuansiedlungen oder Erweiterungen bei Betrieben des kurzfristigen Bedarfsbereichs liegen, so dass hier grundsätzlich nahversorgungsrelevante Sortimente (Lebensmittel, auch großflächig) anzusiedeln sind. Als ergänzende Angebote können auch nicht großflächige Betriebe ( $\leq 800 \text{ m}^2 \text{ VK}$ ) mit innenstadtrelevanten Sortimenten etabliert werden. Großflächige Betriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten sollten ausgeschlossen werden, da diese schwerpunktmäßig auf das Hauptzentrum gelenkt werden sollten, dem eine Vorrangstellung zukommt. Die Ansiedlung von nicht innenstadtrelevantem Einzelhandel ist zur Wahrung der Entwicklungsfähigkeit mit nahversorgungs- und ggf. kleinflächigen innenstadtrelevanten Sortimenten aus städtebaulicher Sicht innerhalb der Nahversorgungszentren nicht zu empfehlen.

---

<sup>48</sup> Es ist allerdings darauf hinzuweisen, dass einige Fälle, z. B. ein Mieterwechsel in einer bestehenden Immobilie, planungsrechtlich kaum fassbar sind.

### 3.2 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

#### **Nahversorgungsstandorte (keine zentralen Versorgungsbereiche) und siedlungsräumlich integrierte Lagen (z. B. Wohngebiete):**

Bei den Nahversorgungsstandorten und siedlungsräumlich integrierten Lagen handelt es sich um Standorte, die keinem zentralen Versorgungsbereich zuzuordnen sind. Insbesondere wurden mit dem vorliegenden Einzelhandelskonzept **Nahversorgungsstandorte** in den anhand der in Karte 3 ermittelten unterversorgten Bereichen im Stadtgebiet (z. T. alternativ) ausgewiesen, die perspektivisch durch die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes Nahversorgungsfunktionen für die angrenzenden Wohnquartiere übernehmen sollten. Da es sich hierbei z. T. um solitäre Standorte ohne wesentliche ergänzende Nutzungen und Zentrumscharakter handelt, reicht die dann vorhandene Gesamtausstattung nicht zur Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereichs aus. Jedoch kommt den Standorten perspektivisch eine wesentliche Nahversorgungsfunktion zu, deren Bedeutung mit dem Ausweis als Nahversorgungsstandort planerisch zum Ausdruck gebracht werden soll.

Zu den **siedlungsräumlich integrierten Lagen** zählen alle wohnortnahen Lagen wie Streulagen des Einzelhandels. Großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten können hier zulässig sein, sofern keine Auswirkungen i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind und die Bauleitplanung einer Verbesserung der wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient. Dies ist im Rahmen einer Einzelfallprüfung zu untersuchen. Selbstverständlich genießen alle vorhandenen Betriebe Bestandsschutz. Um eine Aushöhlung des Einzelhandelskonzeptes zu verhindern, ist zu empfehlen, bestehende oder neue Standorte, die städtebaulich nicht erwünscht sind, im vorliegenden Sinne zu überplanen.

Die Ansiedlung von kleinflächigem nahversorgungs- und innenstadtrelevantem Einzelhandel soll möglich sein, da hier i. d. R. keine Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche vorliegen. Dabei ist zu differenzieren zwischen kleinteiligen Angeboten wie Bäckereien, Blumenläden, Apotheken usw. und mittelflächigen Fachmarktangeboten wie z. B. Drogeriemarkt, Textilfachmarkt oder eine Agglomeration aus mehreren Fachmärkten. Hier sollte im

Zweifelsfall der Nachweis erbracht werden, dass keine nachteiligen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind.<sup>49</sup>

Großflächige Ansiedlungsvorhaben im innenstadtrelevanten Sortimentsbereich sind auszuschließen. Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten sind auf die Ergänzungsstandorte zu lenken.

**Siedlungsräumlich nicht integrierte Standorte und Ergänzungsstandorte des großflächigen, nicht innenstadtrelevanten Einzelhandels:**

Um die zentralen Versorgungsbereiche in ihren bestehenden Strukturen, ihrer Funktionsfähigkeit sowie ihren Entwicklungsmöglichkeiten nicht zu beeinträchtigen, ist an den siedlungsräumlich nicht integrierten Standorten die Ansiedlung von weiteren Betrieben mit nahversorgungs- und innenstadtrelevanten Kernsortimenten (groß- und nicht großflächig) zukünftig auszuschließen.

An diesen Standorten sollte zukünftig die Ansiedlung von Betrieben mit nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten zur Vervollständigung / Ergänzung des bestehenden Einzelhandelsbesatzes in Koblenz grundsätzlich möglich sein, wobei eine sorgfältige Einzelfallprüfung zu erfolgen hat und eine Lenkung auf etablierte Einzelhandelsstandorte der Vorrang zu geben ist, um so eine Bündelung von Einzelhandelsangeboten zu erreichen. Bestehende Betriebe genießen Bestandsschutz.

Zur Anpassung an aktuelle Markterfordernisse und zur Sicherung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit des Standortes ist den bestehenden Betrieben eine gewisse Erweiterungsmöglichkeit nach Einzelfallprüfung einzuräumen. Diese Erweiterungen sind jedoch auf ein geringfügiges Maß zu begrenzen.<sup>50</sup>

---

<sup>49</sup> Auch in diesem Zusammenhang ist darauf zu verweisen, dass bestimmte Baugebiete nach BauNVO klein- und mittelflächige Betriebe bis zu einer Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> VK zulassen, so dass auch hier eine planungsrechtliche Steuerung erschwert ist.

<sup>50</sup> Der Umfang einer geringfügigen Erweiterung stellt keine allgemeingültige Größenordnung dar, sondern ist aus der Untersuchung des konkreten Einzelfalls abzuleiten. Im Rahmen einer Einzelfallbetrachtung ist zunächst zu bewerten, ob infolge eines Erweiterungsvorhabens wesentliche Beeinträchtigungen bestehender zentraler Versorgungsbereiche zu erwarten sind und ob sich das Vorhaben im Verhältnis angemessen darstellt. In diesem Zusammenhang gilt es auch darzustellen, ob sich die Standortqualität und damit die Marktbedeutung des zur Erweiterung vorgesehenen Einzelhandelsbetriebes nennenswert verbessern könnten. Dies ist im Rahmen einer vorhabenbezogenen Verträglichkeitsanalyse nachzuweisen.

Sonstige **Gewerbe- und Industriegebiete** sollten – ihrer primären Funktion entsprechend – als Flächen für das produzierende und weiterverarbeitende Gewerbe sowie für Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe vorgehalten werden. Aus diesem Grund sowie im Hinblick auf die Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes sollten hier Betriebe mit nahversorgungs- und innenstadtrelevanten Kernsortimenten vollständig ausgeschlossen werden.

**Ausnahme:** Ausnahmsweise können in Gewerbegebieten Verkaufsflächen (auch nahversorgungs- und innenstadtrelevant) für Eigenproduktionen (sog. Annexhandel) dort ansässiger Handwerksbetriebe zugelassen werden. Das Vorhandensein eines sog. Annexhandels ist gegeben, wenn dieser:

- in unmittelbarem baulichen und betrieblichen Zusammenhang zu einem innerhalb des Gewerbegebietes ansässigen Handwerks- oder Gewerbebetrieb steht,
- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb in Grundfläche und Baumasse untergeordnet ist, und
- das Warenangebot aus eigener Herstellung oder in unmittelbarem funktionalem Zusammenhang mit der vom Hauptbetrieb angebotenen Handwerksleistung steht.

Die ausnahmsweise Zulässigkeit des Annexhandels ist auch unter dem Aspekt der Sicherung von Flächen für Handwerk und produzierendes Gewerbe innerhalb der Gewerbegebiete zu verstehen. Unter Berücksichtigung einer deutlichen Beschränkung der angebotenen Produkte sowie der geringen Verkaufsflächendimensionierungen sind aus gutachterlicher Sicht keine Beeinträchtigungen für eine geordnete Entwicklung der Zentren in der Stadt Koblenz zu erwarten. Sofern alle oben genannten Kriterien zum Vorhandensein eines Annexhandels erfüllt sind, kann dieser zulässig sein. In jedem Fall ist die Gewährung einer Ausnahme im Einzelfall, v. a. im Hinblick auf eine angemessene Verkaufsflächengröße, zu prüfen.<sup>51</sup>

Aufgrund sortiments- und betriebstypenspezifischer Besonderheiten ist eine ergänzende Regelung hinsichtlich der innenstadtrelevanten **Randsortimente** bei Betrieben mit nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten zu empfehlen. Um der Gefahr einer Aushöhlung des

---

<sup>51</sup> Aus der Begründung zum Bebauungsplan muss eine Verkaufsflächenobergrenze deutlich werden. Empfohlen wird hier die Festsetzung einer absoluten Größe in Verbindung mit einer absoluten Größe in Verbindung mit einer relativen Beschränkung (z. B. max. 10 % der Geschossfläche des Hauptbetriebes).

Sortimentskonzeptes durch übermäßige Angebote von innenstadtrelevanten Randsortimenten zu begegnen, ist bei Ansiedlungen außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches eine Randsortimentsbegrenzung im Rahmen der Bebauungsplanfestsetzungen zu empfehlen.

**Bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben** (ab 800 m<sup>2</sup> VK) mit nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten (z. B. Möbel-, Bau- und Gartenmärkte) ist eine Begrenzung der innenstadtrelevanten Randsortimente<sup>52</sup> auf maximal 10 % der realisierten Gesamtverkaufsfläche zu empfehlen. Zum Schutz der vielfältigen Zentrenlandschaft in der Stadt Koblenz wird angeregt, den in der Begründung zu Ziel 60 des LEP IV benannten Anhaltspunkt für die Beschränkung innenstadtrelevanter Sortimente als Randsortimente genannte Schwelle der Großflächigkeit (d. h. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) für innenstadtrelevante Randsortimente – analog zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2008 / 2009 - selbstbindend als absolute Obergrenze festzusetzen. Um sicherzustellen, dass die insgesamt zulässige Fläche nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann, ist im Rahmen einer Einzelfallprüfung die Dimensionierung einzelner Sortimente zu prüfen. Auch dies könnte ansonsten zu einer Unterwanderung des Sortimentskonzeptes und letztlich zu Beeinträchtigungen der schutzwürdigen Strukturen in Koblenz führen.

Bestehende Betriebe genießen grundsätzlich **Bestandsschutz**. Zur Sicherung des Standortes sowie der wirtschaftlichen Tragfähigkeit ist auch diesen Betrieben eine geringfügige Erweiterungsmöglichkeit einzuräumen. Voraussetzung hierfür ist, dass keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in Koblenz sowie auf zentrale Versorgungsbereiche in benachbarten Orten hervorgerufen werden. Dies ist ebenfalls im Rahmen einer Einzelfallbetrachtung zu prüfen.

---

<sup>52</sup>

Laut OVG Münster sind als Randsortimente solche Waren zu betrachten, die ein Kernsortiment lediglich ergänzen und eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft zu den Waren des Kernsortiments haben. Gleichzeitig muss das Angebot des Randsortiments in seinem Umfang (Verkaufsfläche) und in seiner Gewichtigkeit (Umsatz) deutlich untergeordnet sein (vgl. OVG NRW, Beschluss vom 26.01.2000, 7 B 2023/99).

#### 4. Empfehlungen zur Umsetzung des Zentrenkonzeptes

Das vorliegende Einzelhandelsgutachten wurde in Abstimmung mit dem Auftraggeber erarbeitet. Um eine Verbindlichkeit dieser so genannten informellen Planung herzustellen, sollten folgende Punkte beachtet werden:

- **Beschluss des Zentrenkonzeptes** als städtebauliches Entwicklungskonzept nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB auf der Grundlage dieses Gutachtens. Damit ist das Zentrenkonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen und gilt als Dokumentation der (inter)kommunalen Planungsabsichten. Insbesondere sind hier von Belang:
  - Zielsetzungen des Zentrenkonzeptes
  - Sortimentskonzept
  - Zentren- und Standortstruktur
  - Einzelhandelsentwicklung und Standortsteuerung.
  
- **Planungsrechtliche Verankerung im Rahmen der Bauleitplanung**  
 Es sollte geprüft werden, wie die Standortempfehlungen möglichst zeitnah in gültiges Baurecht umgesetzt werden können. Festsetzungsmöglichkeiten v. a. im unbeplanten Innenbereich eröffnet der § 9 Abs. 2a BauGB. Hiermit kann verhindert werden, dass an städtebaulich nicht gewünschten Standorten eine Entwicklung entsteht, die den Zielen und Grundsätzen des Zentrenkonzeptes entgegensteht. Für die Begründung kann das auf der Grundlage dieses Gutachtens erstellte Einzelhandelskonzept verwendet werden, wenn es durch den Stadtrat beschlossen worden ist.<sup>53</sup>
  
- **Kommunikation mit Investoren und Handelsunternehmen**  
 Die vorliegende Untersuchung sollte genutzt werden, um hiermit sowohl Investoren als auch Handelsunternehmen gezielt auf Möglichkeiten zur Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Koblenz anzusprechen. Das Einzelhandelskonzept verdeutlicht zum einen die Ausstattungssituation und mögliche Entwicklungspotenziale im Stadtgebiet und vermittelt zum anderen – durch den Beschluss – Investitionssicherheit. Dies gilt umso mehr, da ohne einen Ausschluss von nahversorgungs- und innenstadtrelevanten

---

<sup>53</sup> Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

tem Einzelhandel außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche eine Entwicklung in Zentren mit höherem Risiko infolge sonst möglicher Wettbewerbsansiedlungen an dezentralen, autokundenorientierten Lagen verbunden wäre. Auf diese Weise können zukünftig private Investitionen gezielt in zentrale Versorgungsbereiche gelenkt werden und zur Verbesserung der Versorgung sowie ggf. städtebaulicher Belange beitragen.

▪ **Attraktivität der Quartiere unterstützen**

Bei Neuansiedlungen sollte darauf geachtet werden, dass sich diese, wenn möglich, der bestehenden Stadtbebauung anpassen und Straßenzüge nicht unterbrechen. Neuansiedlungen, die in einem Stadtbild wie Fremdkörper wirken, sind für die Attraktivität einer Stadt nicht förderlich. Die allgemeinen Grundsätze einer städtischen Bebauung sind vorrangig zu beachten, z. B. die Entwicklungen in der südlichen Vorstadt. Um Quartiere und Stadtteilzentren attraktiv und auch zukunftsfähig zu halten, leisten die Werbegemeinschaften wichtige Arbeit. Mit dem neuen Landesgesetz über lokale Entwicklungs- und Aufwertungsprojekte (LEAPG) gibt es ein interessantes Stadtmarketinginstrument, um Maßnahmen in einzelnen Quartieren auf eine sichere finanzielle Basis stellen zu können. Hier kann die Stadt einen Rahmen schaffen, in dem private Initiativen gefördert werden.

Das vorliegende Gutachten ist als aktuelle Grundlage der Einzelhandelsentwicklung im Koblenz zu verstehen, welches insbesondere vor dem Hintergrund der Dynamik in der Einzelhandelsentwicklung kein „Konzept für die Ewigkeit“ darstellt. Es handelt sich um ein fortschreibungsfähiges Konzept, das i. d. R. mittelfristig (etwa 5 – 8 Jahre) einer Überprüfung und ggf. Anpassung bedarf.

## V. Teilräumliche Handlungsempfehlungen

Nachstehend wird zunächst die Zentren- und Standortstruktur (s. auch S. 95) für die einzelnen Stadtteile (ggf. zu Versorgungsräumen zusammengefasst) dargestellt. Die Einstufung ist identisch mit jener in Abbildung 18 und hier nach Versorgungsräumen gegliedert. Aufbauend auf den in Kapitel II., 4.3 durchgeführten Analysen werden sodann Handlungsempfehlungen ausgesprochen und die Standortbereiche detailliert beschrieben. Mit Ausnahme des Stadtteils Altstadt / Mitte erfolgt die Beschreibung in Form von Datenblättern.

**Abbildung 20: Standortkonzept – Vorschlag für Zentrenhierarchie**

Versorgungsraum	Hauptzentrum	Nahversorgungszentren	Ergänzungsstandorte	Potenzielle Nahversorgungsstandorte
Altstadt / Mitte	Innenstadt			
Süd, Oberwerth, Stolzenfels		Südliche Vorstadt		
Karthause Nord, Karthäuserhofgelände, Karthause Flugfeld		Karthause		
Goldgrube, Rauental		Rauental		Goldgrube
Moselweiß, Lay				
Lützel, Neuendorf, Wallersheim, Kesselheim		Lützel	Andernacher Straße Carl-Zeiss-Straße	Wallersheim / Neuendorf
Metternich, Rübenach, Bubenheim			An der Römervilla	Rübenach
Güls		Güls		
Ehrenbreitstein, Asterstein, Arzheim		Ehrenbreitstein Asterstein		
Niederberg, Arenberg, Immendorf		(Niederberg / Arenberg / Immendorf)*		
Pfaffendorf, Pfaffendorfer Höhe, Horchheim, Horchheimer Höhe				(Horchheimer Höhe / Pfaffendorfer Höhe)**

\* Bei Realisierung eines Lebensmittelmarktes; \*\* Bei Umnutzung der ehem. Gneisenau-Kaserne mit Wohnnutzungen

GMA-Darstellung 2015

Die räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in Koblenz sowie die Festlegung der Zentrenstruktur erfolgte auf Basis der durchgeführten Bestandsaufnahme der Erdgeschossnutzungen sowie anhand intensiver Vor-Ort-Besichtigungen. Die Abgrenzungen basieren auf der aktuellen Situation (faktische Prägung) und sind weitgehend parzellen-

scharf. Es ist anzumerken, dass die Begrenzungen nicht als absolut starr zu verstehen ist. Bei möglichen Ansiedlungsvorhaben in räumlicher Nähe zu einem zentralen Versorgungsbereich ist zu prüfen, ob ggf. im Rahmen einer Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes die Abgrenzung anzupassen ist.

## 1. Versorgungsraum 01 Stadtteile Altstadt, Mitte

Die beiden Stadtteile Altstadt und Mitte beherbergen die wesentlichen Einzelhandelsnutzungen des Oberzentrums Koblenz. Die Einkaufsinnenstadt genießt als zentraler Versorgungsbereich (Hauptzentrum) einen besonderen städtebaulichen Schutz. Der zentrale Versorgungsbereich der Koblenzer Innenstadt wurde entsprechend der **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.** räumlich abgegrenzt. Er erstreckt sich im Wesentlichen zwischen dem Gleiskörper der Bahn im Westen, dem Peter-Altmaier-Ufer im Norden, dem Bereich Josef-Görres-Platz / Deinhardplatz / Schlossvorplatz im Osten sowie dem Friedrich-Ebert-Ring bzw. dem Hauptbahnhof im Süden.

Gegenüber 2008 / 2009 wurde die Abgrenzung sowohl im Bereich der Bahnhofstraße als auch im nordwestlichen Bereich geringfügig angepasst.

- Nördlich des Löhr-Centers bzw. nördlich der Straße Am Wöllershof und westlich der Moselbrücke im Bereich der Straße Weißer Gasse befindet sich ein im Einzelhandels- und Zentrenkonzept Koblenz 2008 / 2009 als Potenzialfläche ausgewiesener Bereich. Hier sind gegenwärtig kaum Einzelhandelsnutzungen oder innenstadtrelevante Komplementärangebote vorhanden. Auch gehen von den Straßen Am Wöllershof und An der Moselbrücke erhebliche Trennwirkungen aus. Da mit den Entwicklungen am Zentralplatz (Mittelrhein-Forum) eine Nachverdichtung im Herzen der Innenstadt in den vergangenen Jahren stattgefunden hat, ist die Einbeziehung weiterer großmaßstäblicher Potenzialflächen nicht erforderlich. Perspektivisch erfolgt im Innenstadtrandbereich in den kommenden Jahren eine Nachverdichtung mit Wohnbebauung am Standort des ehemaligen Hallenbads in der Weißer Gasse.

Innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Hauptzentrum Innenstadt erfolgt eine Differenzierung zwischen der Einkaufsinnenstadt als wesentlichem Einzelhandelschwerpunkt mit regionaler Ausstrahlung und der südlich angrenzenden erweiterten

Innenstadt. Grundsätzlich weisen die südliche Löhrrstraße wie auch die Bahnhofstraße zwar einen kompakten baulichen Charakter auf, heben sich jedoch von der übrigen Einkaufsinnenstadt durch die Versorgungsbedeutung und Nutzungsmischung der hier ansässigen Angebote ab. Südlich des Friedrich-Ebert-Rings setzt sich der Geschäftsbereich zwar fort, jedoch erreicht dieser nicht die Dichte der nördlichen Löhrrstraße, ist teilweise lückenhaft und im Bereich der südlichen Löhrrstraße sogar einseitig. Die südliche Löhrrstraße und z. T. auch die Bahnhofstraße fungieren jedoch als Verbindungsachse zwischen Hauptbahnhof und übriger Innenstadt und weisen in ihrer gesamten Länge mittlere bis hohe Passantenfrequenzen auf. In den kleinteiligen Ladenlokalen dieser beiden Straßen sind zwar zunehmend Einzelhandelsgeschäfte mit sonstigen Nutzungen vorhanden (z. B. Wettbüro o. ä.), so dass gewisse Abwärtstendenzen erkennbar sind, jedoch ist aus gutachterlicher Sicht eine Sicherung der vorhandenen Betriebe und eine Weiterentwicklung dieser Lage im Sinne eines lebendigen Geschäftsbestandes städtebaulich wünschenswert und anzustreben. Darüber hinaus befinden sich hier mit Aldi und Netto zwei Lebensmittelmärkte mit wichtigen Versorgungsfunktionen für die umliegenden Wohnquartiere, denen eine besondere Schutzwürdigkeit zukommt.

Großflächiger innenstadtrelevanter oder nahversorgungsrelevanter Einzelhandel ist in der erweiterten Innenstadt zwar zunächst zulässig, sollte jedoch keine negativen Auswirkungen auf die Einkaufsinnenstadt ausüben.

**Tabelle 12: Einzelhandelsbestand im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt**

Branche	Betriebe		Verkaufsfläche*	
	abs.	in %	in m <sup>2</sup>	in %
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>	71	13	7.235	6
Gesundheit, Körperpflege**	37	7	5.900	5
Blumen, zoologischer Bedarf	8	1	680	1
<b>kurzfristiger Bedarf insgesamt</b>	<b>116</b>	<b>21</b>	<b>13.815</b>	<b>11</b>
Bücher, Schreib- / Spielwaren	22	4	7.480	6
Bekleidung, Schuhe, Sport	212	38	76.710	60
<b>mittelfristiger Bedarf insgesamt</b>	<b>234</b>	<b>42</b>	<b>84.190</b>	<b>66</b>
Elektrowaren, Medien, Foto	33	6	5.740	4
Hausrat, Einrichtung, Möbel	75	13	16.920	13
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	4	1	380	< 1
Optik / Uhren, Schmuck	75	13	4.765	4
sonstige Sortimente**	19	3	2.385	2
<b>langfristiger Bedarf insgesamt</b>	<b>206</b>	<b>37</b>	<b>30.190</b>	<b>24</b>
<b>Nichtlebensmittel insgesamt</b>	<b>485</b>	<b>87</b>	<b>120.960</b>	<b>94</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>556</b>	<b>100</b>	<b>128.195</b>	<b>100</b>

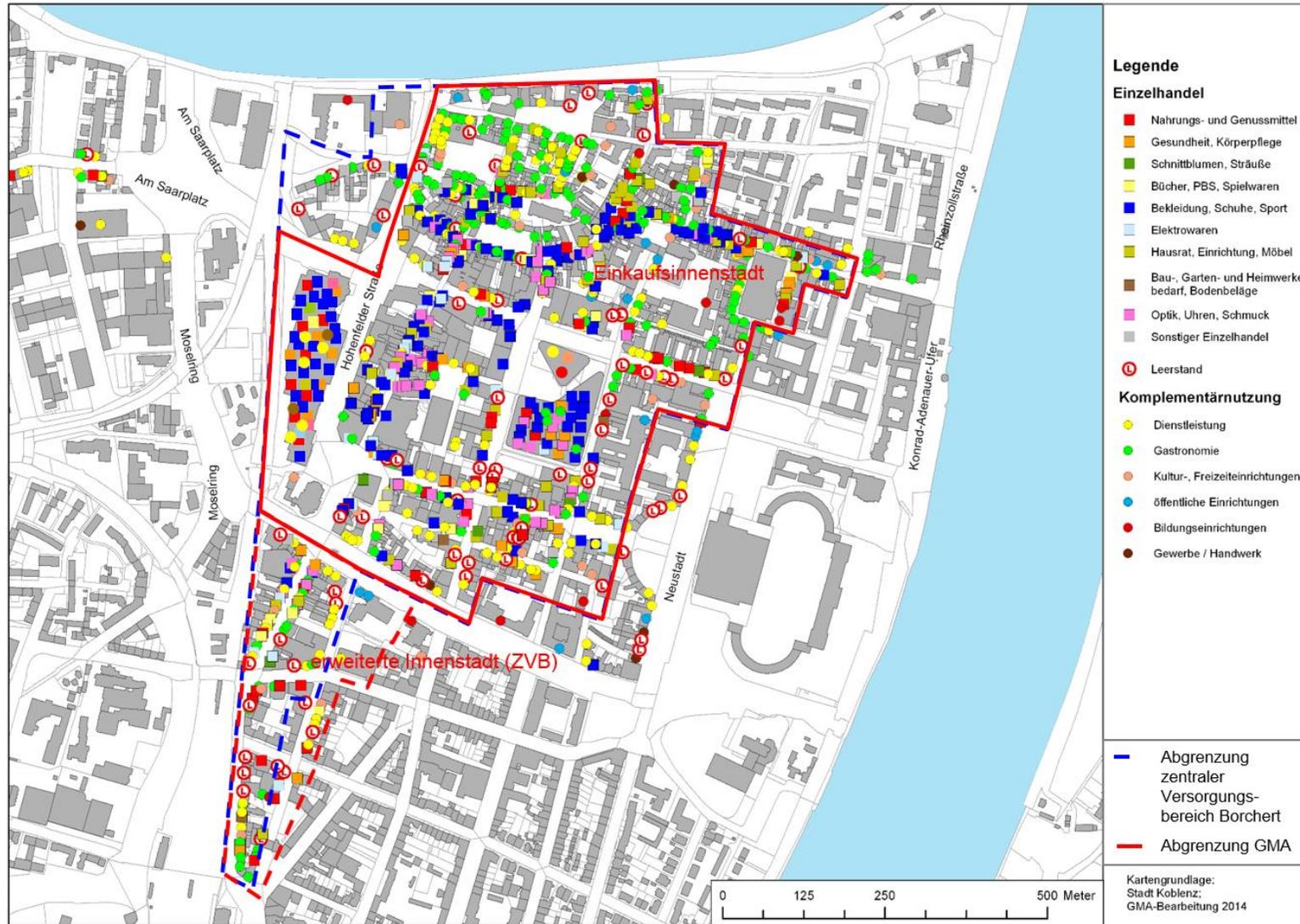
\* bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen (z. B. Warenhäuser, SB-Warenhäuser) wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet

\*\* unter Berücksichtigung von Rewe (2.500 m<sup>2</sup> VK) anstelle des Globus SB-Warenhauses im Löhrcenter, Eröffnung voraussichtlich im Herbst 2015

\*\*\* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchsgüter)

GMA-Erhebungen August / September 2013 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

Karte 5: Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt



## 2. Versorgungsraum 02 Stadtteile Süd, Oberwerth, Stolzenfels

### Stadtteil Süd

#### Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Südliche Vorstadt

<b>Versorgungsgebiet:</b>	Stadtteile Süd, Oberwerth, Stolzenfels
<b>Einwohner Versorgungsgebiet:</b>	8.772 (Stand: 31.12.2014)
<b>Einwohner Stadtteil:</b>	7.034 (Stand: 31.12.2014)

Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in % der Betriebe im Stadtteil	abs. in m <sup>2</sup>	in % der VK im Stadtteil
▪ Nahrungs- und Genussmittel	14	82	2.685	97
▪ Einzelhandel insgesamt	30	73	3.480	85

Lesehilfe: Der Einzelhandel im zentralen Versorgungsbereich Südliche Vorstadt weist insgesamt eine Verkaufsfläche von 3.480 m<sup>2</sup> auf. Dies entspricht 85 % der im Stadtteil Süd verorteten Einzelhandelsverkaufsfläche. Im Segment Nahrungs- und Genussmittel beträgt der Verkaufsflächenanteil im zentralen Versorgungsbereich an der Verkaufsfläche bei Nahrungs- und Genussmitteln im Stadtteil Süd sogar 97 %.

#### strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

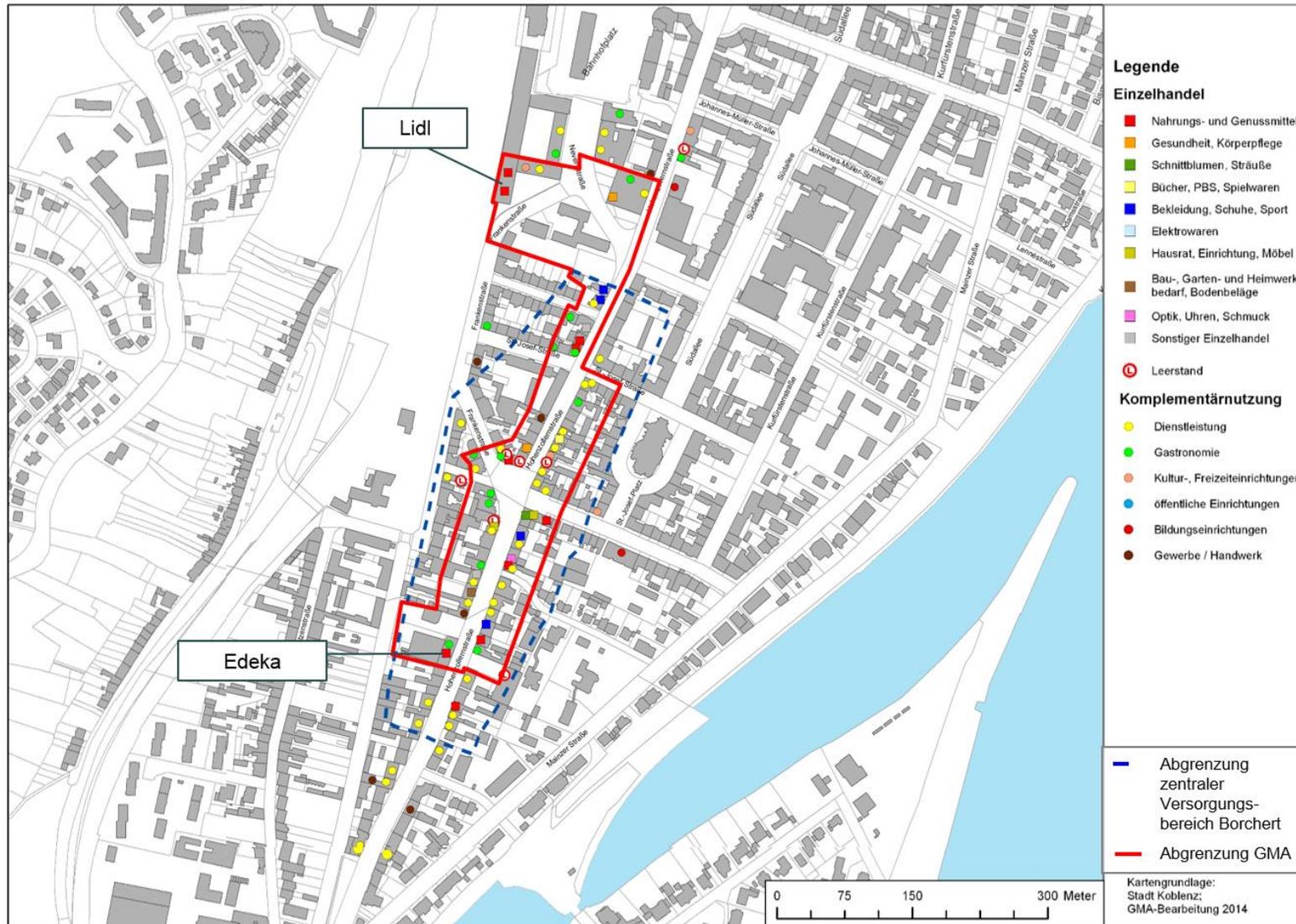
▪ größer 3.000 m <sup>2</sup> VK	
▪ 1.500 bis unter 3.000 m <sup>2</sup> VK	-
▪ 800 bis unter 1.500 m <sup>2</sup> VK	Edeka (SM), Lidl (DIS)
▪ 400 bis unter 800 m <sup>2</sup> VK	-
▪ bis unter 400 m <sup>2</sup> VK	Getränkequelle (FM), Edeka Getränkemarkt (FM), Teppich Pies (FG)
<b>weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe</b>	Feinkost (FG), Apotheke (FG), Blumen (FG), Bücher (FG), Mode (FG), Sport (FG), Optik (FG), Uhren / Schmuck (FG), Fahrräder (FG)

<b>Beschreibung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bandartige Einzelhandelslage, im Wesentlichen entlang der Hohenzollernstraße zwischen Neversstraße / Frankenstraße mit Lidl im Norden und Edeka im Süden</li> <li>▪ Insgesamt aufgelockerter Geschäftsbesatz, höhere Nutzungsdichte nur im Kreuzungsbereich der Hohenzollernstraße mit der Schenkendorfstraße (Schenkendorfplatz)</li> <li>▪ Supermarkt und Lebensmitteldiscounter als Magnetbetriebe, auch mehrere ergänzende, kleinflächige Betriebe des mittel- / langfristigen Bedarfs</li> </ul>
---------------------	--

<b>Begründung der Abgrenzung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gegenüber 2008 / 2009 engere Abgrenzung mit Konzentration auf die Nutzungen entlang der Hohenzollernstraße, da in den Nebenlagen keine strukturprägenden Betriebe mehr vorhanden</li> <li>▪ Verkürzung der Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereichs im Süden, da südlich des Edeka Supermarktes auslaufender Geschäftsbesatz</li> <li>▪ Einbeziehung des Lidl Lebensmitteldiscounters als schutzwürdigen Standort und strukturprägenden Magnetbetrieb der Nahversorgung im Norden</li> </ul>
----------------------------------	---

<b>Entwicklungspotenziale und Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Sicherung der nahversorgungsrelevanten Angebote, v. a. Nahrungs- und Genussmittel und Apothekerwaren</li> <li>➤ Ggf. Prüfung der Ansiedlungsmöglichkeiten eines Drogeriemarktes (v. a. wegen der Wettbewerbssituation zur Koblenzer Innenstadt mit zahlreichen Angeboten bei Drogerie / Parfümerie / Kosmetik)</li> <li>➤ Inwertsetzung und Nachbelegung leerstehender Ladenlokale insbesondere im Bereich des Schenkendorfplatzes und Fortsetzung der städtebaulichen Aufwertungsmaßnahmen</li> </ul>
---	---

Karte 6: Stadtteil Süd – Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich und Nutzungsstruktur 2014



### Stadtteil Oberwerth

**Einwohner Stadtteil:** 1.359 (Stand: 31.12.2014)

#### strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

- größer 400 m<sup>2</sup> VK -
- bis unter 400 m<sup>2</sup> VK -

**weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe** Obst und Gemüse (FG)

- Beschreibung**
- lediglich ein kleinflächiges Lebensmittelgeschäft im Kreuzungsbereich Goethestraße / Richard-Wagner-Straße vorhanden
  - überwiegend wohnlich genutztes Quartier zwischen Rheinlache und Rhein
  - Einwohnerpotenzial für Ansiedlung eines modernen Lebensmittelmarktes nicht ausreichend, so dass Versorgung im Wesentlichen durch den zentralen Versorgungsbereich Südliche Vorstadt erfolgen muss

- Entwicklungspotenziale und Ziele**
- Sicherung des vorhandenen Angebots, wobei es zu bedenken gilt, dass Planung auf die Nachfolgeproblematik in inhabergeführten Betriebe wenig Einfluss ausüben kann

### Stadtteil Stolzenfels

**Einwohner Stadtteil:** 379 (Stand: 31.12.2014)

#### strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

- größer 400 m<sup>2</sup> VK -
- bis unter 400 m<sup>2</sup> VK -

**weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe** -

- Beschreibung**
- keine Einzelhandelsbetriebe vorhanden, seit 2008 / 2009 Betriebsschließungen eines Blumenladens sowie eines Schreibwaren- und Lebensmittelgeschäfts
  - Einwohnerpotenzial dieses räumlich abgesetzten Stadtteils im südlichen Stadtgebiet für Ansiedlung zeitgemäßer Angebote nicht ausreichend, so dass Versorgung im Wesentlichen durch den zentralen Versorgungsbereich Südliche Vorstadt erfolgen muss

- Entwicklungspotenziale und Ziele**
- Umnutzung von Leerständen
  - Sicherstellung der Anbindung an das Nahversorgungszentrum Südliche Vorstadt mit dem ÖPNV
  - ggf. Prüfung der Möglichkeiten für alternative Nahversorgungskonzepte (z. B. ambulanter Handel), v. a. für immobile Bevölkerungsgruppen

### 3. Versorgungsraum 03 Stadtteile Karthause Nord, Karthäuserhofgelände, Karthause Flugfeld

#### Stadtteile Karthause Nord, Karthäuserhofgelände, Karthause Flugfeld

##### Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Karthause

<b>Versorgungsgebiet:</b>	Stadtteile Karthause Nord, Karthäuserhofgelände, Karthause Flugfeld
<b>Einwohner Versorgungsgebiet:</b>	11.152 (Stand: 31.12.2014)
<b>Einwohner Stadtteile:</b>	11.152 (Stand: 31.12.2014)

Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in % der Betriebe im Stadtteil	abs. in m <sup>2</sup>	in % der VK im Stadtteil
▪ Nahrungs- und Genussmittel	8	67	2.240	91
▪ Einzelhandel insgesamt	14	63	2.520	88

##### strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

▪ größer 3.000 m <sup>2</sup> VK	-
▪ 1.500 bis unter 3.000 m <sup>2</sup> VK	
▪ 800 bis unter 1.500 m <sup>2</sup> VK	Rewe (SM)
▪ 400 bis unter 800 m <sup>2</sup> VK	Penny (DIS)
▪ bis unter 400 m <sup>2</sup> VK	Rewe Getränkemarkt (FM)
<b>weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe</b>	Obst und Gemüse (FG), Fleischerwaren (FG), Apotheke (FG), Blumen (FG), Optik (FG)

<b>Beschreibung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ kompaktes, eng begrenztes und einheitlich geplantes Nahversorgungszentrum zwischen Berliner Ring und Simmerner Straße (K 22)</li> <li>▪ Umfeld im Wesentlichen von Geschosswohnungsbau sowie vom Bundesarchiv geprägt</li> <li>▪ Supermarkt und Lebensmitteldiscounter als Magnetbetriebe mit mehreren sich auf die dazwischenliegende Fußgängerpassage erstreckenden kleinflächigen Betrieben</li> <li>▪ Unmittelbar vorgelagerter Parkplatz, Eingänge zu den Lebensmittelmärkten eine Ebene höher</li> </ul>
---------------------	---

<b>Begründung der Abgrenzung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gegenüber 2008 / 2009 weiter gefasste Abgrenzung unter Einbeziehung rückwärtiger Flächen des Bundesarchivs</li> <li>▪ in enger Abstimmung mit dem Bundesarchiv sollte perspektivisch eine Erweiterung / Modernisierung der Magnetbetriebe erfolgen, da deren Verkaufsflächen eher am unteren Rand der für diese Betriebstypen gegenwärtig üblicherweise realisierten Spannen liegt und sie z. T. bereits in die Jahre gekommen sind</li> </ul>
----------------------------------	---

<b>Entwicklungspotenziale und Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Sicherung und ggf. Ausbau der nahversorgungsrelevanten Angebote, v. a. Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren</li> <li>➤ Prüfung der Erweiterungsmöglichkeiten für die beiden strukturprägenden Magnetbetriebe Rewe und Penny</li> <li>➤ Ggf. Prüfung der Ansiedlungsmöglichkeiten eines Drogeriemarktes</li> <li>➤ Fortsetzung der städtebaulichen Aufwertungsmaßnahmen</li> </ul>
---	--

Karte 7: Stadtteil Karthause – Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich und Nutzungsstruktur 2014



#### 4. Versorgungsraum 04 Stadtteile Goldgrube, Rauental

<b>Stadtteil Goldgrube</b>	
<b>Einwohner Stadtteil:</b>	4.469 (Stand: 31.12.2014)
<b>strukturprägende Einzelhandelsbetriebe</b>	
▪ größer 400 m <sup>2</sup> VK	-
▪ bis unter 400 m <sup>2</sup> VK	-
<b>weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe</b>	Getränke (FG), Apotheke (FG), Blumen (FG)
<b>Beschreibung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ lediglich rudimentäres Angebot der Nahversorgung vorhanden (Bäcker, Getränke, Kioske, Tankstellenshop, Apotheke), ausschließlich kleinteiliger Geschäftsbesatz</li> <li>▪ fehlende räumliche Konzentration der Angebote und lediglich geringe Angebotsbreite und -tiefe, daher kein Ausweis als zentraler Versorgungsbereich</li> </ul>
<b>Entwicklungspotenziale und Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Prüfung der Ansiedlungsmöglichkeiten eines zeitgemäßen Lebensmittelmarktes zur spürbaren Verbesserung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Goldgrube (s. nachfolgende Bewertung geeigneter Analyseflächen)</li> <li>➤ Sicherung des übrigen, ergänzenden Angebots der Nahversorgung</li> </ul>

**Karte 8: Analysefläche Goldgrube**



**Stadtteil Goldgrube**

**Bewertungskatalog Analysefläche Beatusstraße I**



<b>Lage</b>	integrierte Lage mit Wohngebietsanschluss, außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches
<b>aktuelle Nutzung</b>	Gärtnerei Rickenbach
<b>Umfeldnutzung (Erdgeschoss)</b>	Wohnen, Beatus-Bad, Handwerksbetrieb (Steinmetz), Friedhof mit Friedhofsamt, Sportplatz
<b>Erreichbarkeit</b>	Anbindung an die Beatusstraße lediglich indirekt aufgrund eines vorgelagerten Parkplatzstreifens
<b>Innenstadtanbindung / Einsehbarkeit</b>	keine direkte Anbindung oder Sichtbeziehung zur Innenstadt oder zu einem anderen zentralen Versorgungsbereich, Einsehbarkeit von der Beatusstraße aus wird durch den vorgelagerten Parkplatzstreifen eingeschränkt
<b>Bewertung / mögliche Nutzungen</b>	Unter der Voraussetzung, dass der vorgelagerte Parkplatzstreifen beseitigt bzw. abgeändert wird, ist der Standort für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes geeignet. Auf diesem Wege könnte die Nahversorgungssituation im Stadtteil Goldgrube im Nahrungs- und Genussmittelsektor verbessert werden. Mit der geplanten Erweiterung der Lebensmittelmärkte (Rewe, Aldi) an der Moselweißer Straße wird sich die Wettbewerbssituation für einen möglichen Lebensmittelmarkt in Goldgrube allerdings verschärfen. Eindeutige Priorität vor Analysefläche Beatusstraße II.

**Bewertungskatalog Analysefläche Beatusstraße II**



<b>Lage</b>	unmittelbar an der B 9 gelegen, teilintegrierte Lage mit Wohngebietsanschluss außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches
<b>aktuelle Nutzung</b>	Mercedes-Autohaus mit Werkstatt und Servicebereich
<b>Umfeldnutzung (Erdgeschoss)</b>	Parkplätze, Wohnen, katholisches Klinikum Brüderhaus, berufsbildende Schule, Dienstleistung (u. a. Allianz)
<b>Erreichbarkeit</b>	direkte Anbindung an die Beatusstraße, im weiteren Verlauf Zufahrt auf die Bundesstraße B 9
<b>Innenstadtanbindung / Einsehbarkeit</b>	Standort ist von der Beatusstraße aus direkt einsehbar, Sichtbeziehungen zur Bundesstraße gegeben, Anbindung an die Innenstadt oder andere zentrale Versorgungsbereiche ist nicht vorhanden
<b>Bewertung / mögliche Nutzungen</b>	Unter Berücksichtigung der zentralen Lage der Analysefläche Beatusstraße I sollte Beatusstraße I für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes bevorzugt betrachtet werden. Mit rd. 4.500 Einwohnern weist der Stadtteil Goldgrube nicht genug Kaufkraftpotenzial für die Ansiedlung eines weiteren Lebensmittelmarktes auf. Auf dem Standort Beatusstraße II wäre die Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebes mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten darstellbar, jedoch unter städtebaulichen Gesichtspunkten nicht wünschenswert. Die Ansiedlung innenstadtrelevanter Sortimente auf dem Standort Beatusstraße II ist aufgrund der fehlenden Anbindung an einen zentralen Versorgungsbereich ausgeschlossen.

**Stadtteil Rauental**

**Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Rauental**

<b>Versorgungsgebiet:</b>	Stadtteile Rauental, Goldgrube, Moselweiß und Lay
<b>Einwohner Versorgungsgebiet:</b>	14.456 (Stand: 31.12.2014)
<b>Einwohner Stadtteil:</b>	4.933 (Stand: 31.12.2014)

Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in % der Betriebe im Stadtteil	abs. in m <sup>2</sup>	in % der VK im Stadtteil
▪ Nahrungs- und Genussmittel	9	50	2.780	34
▪ Einzelhandel insgesamt	18	51	3.060	22

**strukturprägende Einzelhandelsbetriebe**

▪ größer 3.000 m <sup>2</sup> VK	-
▪ 1.500 bis unter 3.000 m <sup>2</sup> VK	-
▪ 800 bis unter 1.500 m <sup>2</sup> VK	Rewe (SM)
▪ 400 bis unter 800 m <sup>2</sup> VK	Aldi (DIS)
▪ bis unter 400 m <sup>2</sup> VK	Rewe Getränkemarkt (FM)

**weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe** Fleischerei (FG), Blumen (FG), zoologischer Bedarf (FG), Schreibwaren (FG), Mode (FG), Optik (FG)

**Beschreibung**

- im Wesentlichen sich bandartig entlang der Moselweißer Straße zwischen den Magnetbetriebe Rewe und Aldi im Westen und der Einmündung Bae-dekerstraße im Osten erstreckendes Zentrum
- insbesondere im westlichen Bereich und auf der südlichen Straßenseite z. T. deutliche Lücken im Geschäftsbesatz und Dominanz von Wohnnutzungen
- im östlichen Bereich ausschließlich kleinteilige Nutzungen
- Supermarkt und Lebensmitteldiscounter als zeitgemäße Magnetbetriebe mit derzeit grundsätzlich ausreichender Verkaufsflächendimensionierung; Ergänzung durch einige nahversorgungsrelevante Betriebe sowie vereinzelt des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs

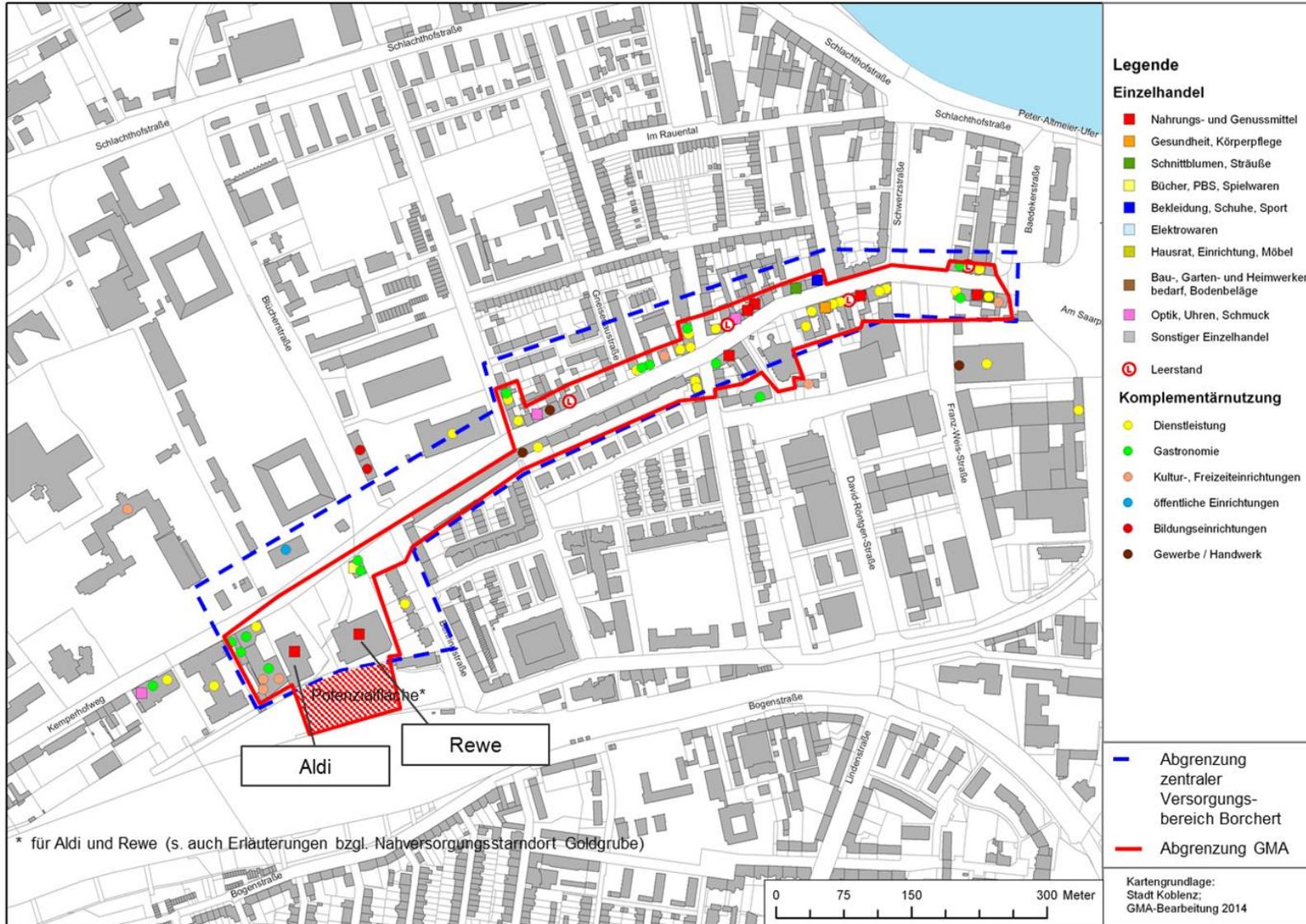
**Begründung der Abgrenzung**

- Gegenüber 2008 / 2009 überwiegend parzellenscharfe, im Wesentlichen lediglich die „erste Reihe“ entlang der Moselweißer Straße umfassende und damit enger gefasste Abgrenzung
- Nichtberücksichtigung des Telekom-Geländes, da dort keine zentrenprägenden Nutzungen vorhanden sind und perspektivisch keine Potenzialflächen
- Hingegen Einbeziehung der rückwärtig / südlich der Magnetbetriebe Rewe und Aldi gelegenen Fläche als Erweiterungsfläche für diese beiden Betriebe (Einbeziehung in den zentralen Versorgungsbereich nur im Falle einer Erweiterung)

**Entwicklungspotenziale und Ziele**

- Berücksichtigung der Planungen zur Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes im Stadtteil Goldgrube bei der Beurteilung der Genehmigungsfähigkeit der geplanten Erweiterung von Rewe und Aldi im Westen des Zentrums; aus gutachterlicher Sicht ist eine Erweiterung dieser beiden derzeit überwiegend zeitgemäß positionierten Anbieter nicht zwingend erforderlich, weshalb die Ansiedlung eines modernen Lebensmittelmarktes im Stadtteil Goldgrube zur Verbesserung der dortigen Nahversorgungssituation Priorität genießen sollte
- Verbesserung der städtebaulichen Situation (Eingangssituation im Osten, Aufwertung mindergenutzter Grundstücke im zentralen Bereich u. ä.)

Karte 9: Rauental – Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich und Nutzungsstruktur 2014



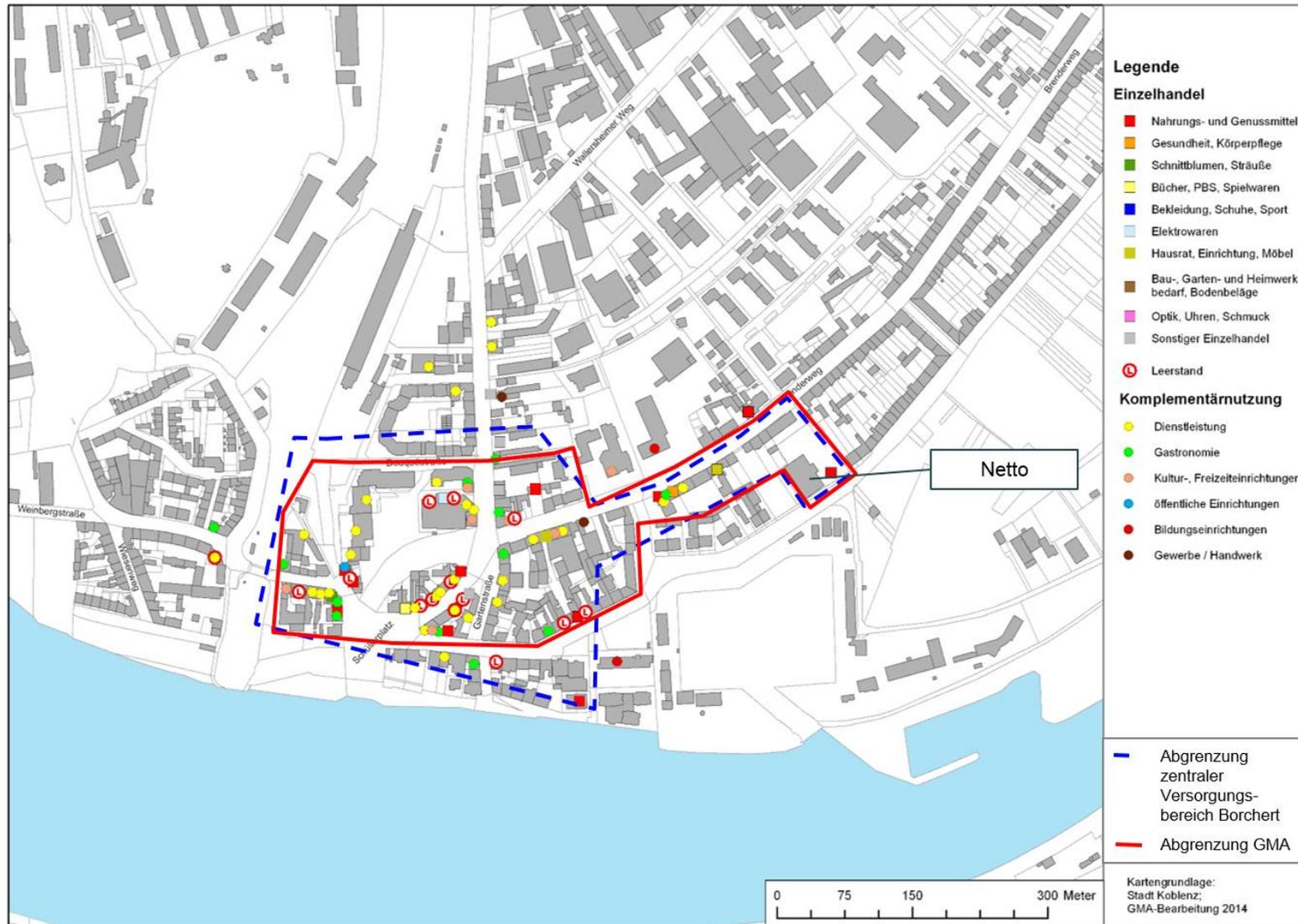
## 5. Versorgungsraum 05 Stadtteile Moselweiß, Lay

<b>Stadtteil Moselweiß</b>	
<b>Einwohner Stadtteil:</b>	3.285 (Stand: 31.12.2014)
<b>strukturprägende Einzelhandelsbetriebe</b>	
▪ größer 400 m <sup>2</sup> VK	-
▪ bis unter 400 m <sup>2</sup> VK	-
<b>weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe</b>	Getränke (FG), Apotheken (FG), Blumen (FG), Sport (FG), Elektrowaren (FG), Uhren / Schmuck (FG), Hörakustik (FG)
<b>Beschreibung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ lediglich rudimentäres Angebot der Nahversorgung vorhanden (Bäcker, Kioske, Blumen, Zeitschriften), ausschließlich kleinteiliger Geschäftsbesatz; mittlerweile konnte eine zweite Apotheke angesiedelt werden; Ansiedlung eines Drogeriemarktes nach Schlecker-Insolvenz nicht mehr anzustreben, da Nachfragepotenzial für heutige Betriebsformen (i. d. R. &gt; 500 m<sup>2</sup> VK) nicht ausreichend</li> <li>▪ aufgelockerter Geschäftsbesatz entlang der Koblenzer Straße und lediglich geringe Angebotsbreite und -tiefe, daher kein Ausweis als zentraler Versorgungsbereich</li> <li>▪ Nachfragepotenzial für Ansiedlung eines zeitgemäßen Lebensmittelmarktes nicht ausreichend, so dass Versorgung v. a. durch Stadtteile Rauental (und ggf. perspektivisch in Goldgrube) erfolgen muss</li> </ul>
<b>Entwicklungspotenziale und Ziele</b>	➤ Sicherung des vorhandenen Angebots der Nahversorgung, v. a. bei Lebensmittelhandwerk, Getränken, Apothekerwaren
<b>Stadtteil Lay</b>	
<b>Einwohner Stadtteil:</b>	1.769 (Stand: 31.12.2014)
<b>strukturprägende Einzelhandelsbetriebe</b>	
▪ größer 400 m <sup>2</sup> VK	-
▪ bis unter 400 m <sup>2</sup> VK	-
<b>weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe</b>	Getränke / Zeitschriften (FG), Bäckerwaren (FG)
<b>Beschreibung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ lediglich zwei kleinflächige Betriebe der Nahversorgung vorhanden (Bäcker, Kiosk)</li> <li>▪ fehlende räumliche Konzentration von Einzelhandels- und Komplementärnutzungen innerhalb des historischen Ortskerns Lay und zu geringes Angebot, daher kein Ausweis als zentraler Versorgungsbereich</li> <li>▪ Nachfragepotenzial für Ansiedlung zeitgemäße Angebote kaum ausreichend, so dass Versorgung v. a. durch Stadtteile Rauental (und ggf. perspektivisch in Goldgrube) erfolgen muss</li> </ul>
<b>Entwicklungspotenziale und Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Sicherung des vorhandenen Angebots</li> <li>➤ Ggf. Prüfung der punktuellen Ergänzung des Angebots (z. B. Ansiedlung einer Apotheke)</li> </ul>

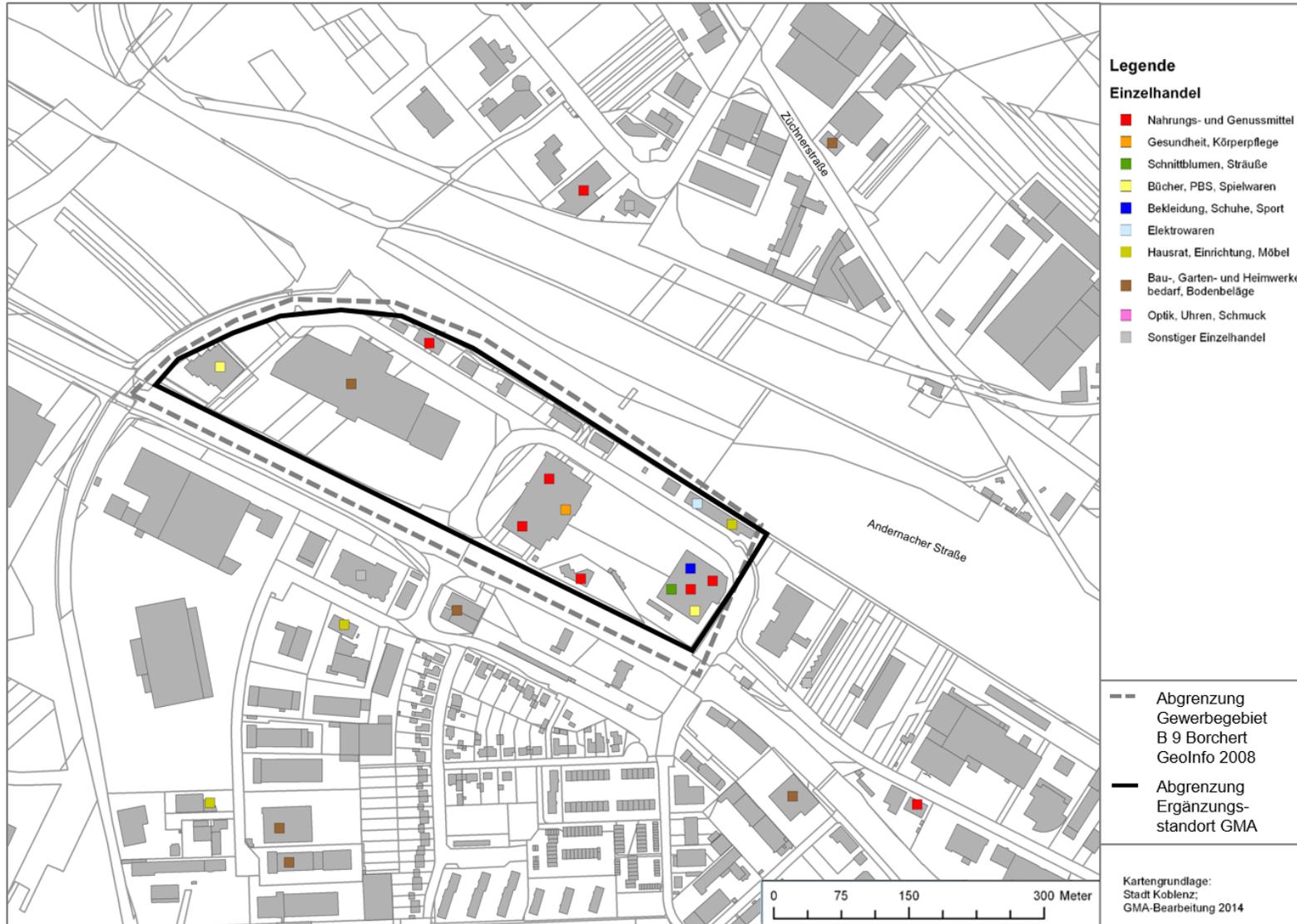
## 6. Versorgungsraum 06 Stadtteile Lützel, Neuendorf, Wallersheim, Kesselheim

<b>Stadtteil Lützel</b>				
<b>Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Lützel</b>				
<b>Versorgungsgebiet:</b>	Stadtteile Lützel, Neuendorf, Wallersheim, Kesselheim			
<b>Einwohner Versorgungsgebiet:</b>	19.926 (Stand: 31.12.2014)			
<b>Einwohner Stadtteil:</b>	8.048 (Stand: 31.12.2014)			
<b>Einzelhandelsdaten</b>	<b>Betriebe</b>		<b>Verkaufsfläche</b>	
	<b>abs.</b>	<b>in % der Betriebe im Stadtteil*</b>	<b>abs. in m<sup>2</sup></b>	<b>in % der VK im Stadtteil*</b>
▪ Nahrungs- und Genussmittel	7	30	935	16
▪ Einzelhandel insgesamt	14	32	1.300	18
* ohne Gewerbebereich B 9 Nord				
<b>strukturprägende Einzelhandelsbetriebe</b>				
▪ größer 800 m <sup>2</sup> VK	-			
▪ 400 bis unter 800 m <sup>2</sup> VK	Netto (DIS)			
▪ bis unter 400 m <sup>2</sup> VK	-			
<b>weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe</b>	Apotheke (FG), Blumen (FG), Spielwaren (FG), Heimtextilien (FG)			
<b>Beschreibung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ im Wesentlichen sich in Alt-Lützel zwischen der Bahnlinie im Westen und Wilhelm-Stöppler-Platz im Osten erstreckendes Zentrum, mit Ausläufern im Brenderweg bis zu Netto und in der Andernacher Straße</li> <li>▪ keine klar zusammenhängende Einkaufslage und anhaltend hoher städtebaulicher Sanierungsbedarf, gewisse Konzentrationstendenzen zwischen Schüllerplatz und Kreuzungsbereich der Andernacher Straße/Brenderweg</li> <li>▪ Lebensmitteldiscounter als Magnetbetrieb östlich bereits abgesetzt; ehemaliger Minimal Supermarkt steht heute leer; nennenswerte Bedeutung ethnischer Nutzungen bei Einzelhandel und Komplementärnutzungen</li> <li>▪ geringe Einkaufsorientierung auf das Zentrum auch auf Lebensmittelmärkte und andere Betriebe in dezentraler Lage (v. a. am Wallersheimer Weg sowie im weiteren Verlauf der Andernacher Straße) zurückzuführen</li> </ul>			
<b>Begründung der Abgrenzung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ im Wesentlichen Beibehaltung der Abgrenzung von 2008 / 2009 ohne Einbeziehung von Straßenseiten ohne zentrenprägende Nutzungen (Douquéstraße, Neuendorfer Straße)</li> <li>▪ gegenüber 2008 / 2009 weitgehend parzellenscharfe Abgrenzung</li> </ul>			
<b>Entwicklungspotenziale und Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ausschluss der Ansiedlung / Erweiterung nahversorgungs- / innenstadtrelevanten Kernsortimente am Ergänzungsstandort Andernacher Straße</li> <li>➤ Sicherung und ggf. Ausbau der nahversorgungsrelevanten Angebote im zentralen Versorgungsbereich, v. a. bei Nahrungs- und Genussmittel und Gesundheit / Körperpflege</li> <li>➤ ggf. Prüfung der Ansiedlungsmöglichkeiten eines Drogeriemarktes im zentralen Versorgungsbereich, für den das Einwohnerpotenzial im Versorgungsgebiet trotz intensiver Wettbewerbsbeziehungen mit den Angeboten im Gewerbebereich B 9 Nord (Ergänzungsstandort Andernacher Straße) ausreichend ist</li> <li>➤ Fortsetzung der Planungen und Maßnahmen für eine umfassende städtebauliche Neuordnung / Sanierung</li> <li>➤ Inwertsetzung und Nachbelegung bzw. ggf. Umnutzung leerstehender Ladenlokale, v. a. im Bereich des Schüllerplatzes und des Kreuzungsbereichs der Andernacher Straße mit der Balduinbrücke / dem Brenderweg</li> </ul>			

Karte 10: Lützel – Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich und Nutzungsstruktur 2014



Karte 11: Lützel – Abgrenzung Ergänzungsstandort Andernacher Straße und Nutzungsstruktur 2014



### Stadtteil Neuendorf

**Einwohner Stadtteil:** 5.783 (Stand: 31.12.2014)

#### strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

- größer 400 m<sup>2</sup> VK -
- bis unter 400 m<sup>2</sup> VK -

**weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe** Lebensmittel / Dorflädchen (FG), Fleischerwaren (FG), Apotheke (FG), Blumen (FG), Zeitschriften (FG), Optik (FG)

- Beschreibung**
- lediglich kleinflächige Angebote, v. a. der Nahversorgung (Dorflädchen mit Lebensmitteln, Metzgerei, Apotheke, Blumengeschäft, Zeitschriften) mit geringer Angebotsbreite und -tiefe
  - Konzentration der Angebote auf kleinen Bereich zwischen Brenderweg / Handwerkerstraße und Hochstraße / Herberichstraße, jedoch mit aufgelockertem Geschäftsbesatz und ohne entsprechende „kritische Masse“
  - Einwohnerpotenzial zusammen mit dem ebenfalls unterversorgten Stadtteil Wallersheim für Ansiedlung eines modernen Lebensmittelmarktes grundsätzlich ausreichend

- Entwicklungspotenziale und Ziele**
- Sicherung der vorhandenen nahversorgungsrelevanten Angebote
  - Prüfung der Ansiedlung eines zeitgemäßen Lebensmittelmarktes im Stadtteil Neuendorf oder Wallersheim (s. Bewertung nächste Seiten)
  - Inwertsetzung und ggf. Umnutzung von leerstehenden Ladenlokalen (v. a. Rückbau zu Wohnen)

### Stadtteil Wallersheim

**Einwohner Stadtteil:** 3.540 (Stand: 31.12.2014)

#### strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

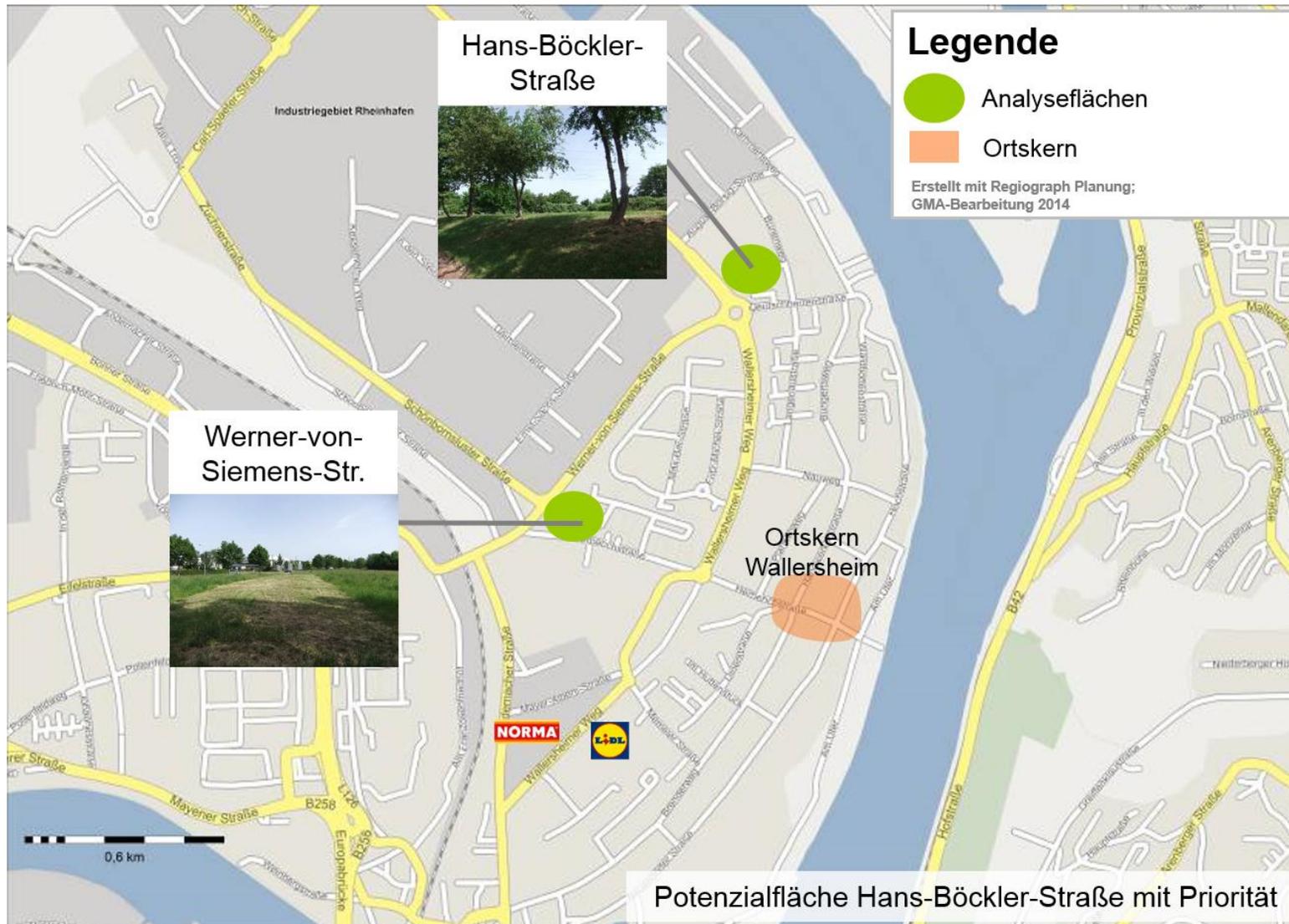
- größer 400 m<sup>2</sup> VK -
- bis unter 400 m<sup>2</sup> VK -

**weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe** Getränke (FG), Bäckerwaren (FG), Fleischerwaren (FG), Zeitschriften (FG)

- Beschreibung**
- lediglich wenige kleinflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Kreuzungsbereich der Deutscherherrenstraße mit dem Büngertsweg vorhanden, ohne Zentrumscharakter
  - Einwohnerpotenzial zusammen mit dem ebenfalls unterversorgten Stadtteil Neuendorf für Ansiedlung eines modernen Lebensmittelmarktes grundsätzlich ausreichend
  - für die 2008 / 2009 empfohlene Ansiedlung eines Drogeriemarktes ist das Nachfragepotenzial im gesamten Versorgungsraum zwar vorhanden, jedoch sollte ein Standort im Nahversorgungszentrum Lützel Priorität genießen. Daher ist ein Koppelstandort mit dem geplanten Lebensmittelmarkt für Neuendorf / Wallersheim aus gutachterlicher Sicht nicht zu empfehlen.

- Entwicklungspotenziale und Ziele**
- Sicherung der vorhandenen Angebote
  - Prüfung der Ansiedlung eines zeitgemäßen Lebensmittelmarktes im Stadtteil Neuendorf oder Wallersheim (s. Bewertung nächste Seiten)

Karte 12: Analyseflächen Neuendorf / Wallersheim



**Stadtteile Neuendorf, Walleisheim**

**Bewertungskatalog Analysefläche Hans-Böckler-Straße**



<b>Lage</b>	nördlich des Walleisheimer Kreisels, teilintegrierte Lage mit Wohngebietsanschluss, außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches
<b>aktuelle Nutzung</b>	Grünfläche
<b>Umfeldnutzung (Erdgeschoss)</b>	Wohnen, weitläufige Freifläche (u. a. genutzt für Kirmes, Erlebnispark), Gewerbebetriebe (u. a. TÜV, Druckerei Heinrich, Fahrlehrerverband Rheinland e.V.)
<b>Erreichbarkeit</b>	direkte Anbindung an die Hans-Böckler-Straße, in unmittelbarer Nähe zum Walleisheimer Kiesel
<b>Innenstadtanbindung / Einsehbarkeit</b>	keine unmittelbare Anbindung bzw. Sichtbeziehung zum Ortskern von Neuendorf, Einsehbarkeit von Hans-Böckler-Straße gegeben
<b>Bewertung / mögliche Nutzungen</b>	Unter Berücksichtigung der räumlichen Verteilung der im Versorgungsraum 06 Lützel, Neuendorf, Walleisheim, Kesselheim ansässigen Lebensmittelmärkte ist am Standort Hans-Böckler-Straße die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes zu empfehlen. Im Zuge dessen ist von einer Aufwertung der Versorgungssituation im Nahrungs- und Genussmittelsegment, v. a. für den Stadtteil Walleisheim, auszugehen. Diese Potenzialfläche genießt aufgrund der besseren Wohngebietsabdeckung ohne Überschneidung mit anderen Lebensmittelmärkten Priorität vor der Potenzialfläche Werner-von-Siemens-Straße.

**Bewertungskatalog Analysefläche Werner-von-Siemens-Straße**



<b>Lage</b>	teilintegrierte Lage außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches mit Wohngebietsanschluss, zwischen Werner-von-Siemens-Straße und Herberichstraße gelegen
<b>aktuelle Nutzung</b>	Grünfläche
<b>Umfeldnutzung (Erdgeschoss)</b>	Wohnen, Rhein-Kaserne, Gewerbebetriebe (u. a. Logistikunternehmen)
<b>Erreichbarkeit</b>	Standort über die Werner-von-Siemens-Straße anfahrbar, ÖPNV-Anbindung vorhanden
<b>Innenstadtanbindung / Einsehbarkeit</b>	keine unmittelbare Anbindung oder Sichtbeziehung zum Ortskern von Neuendorf, Einsehbarkeit von Werner-von-Siemens-Straße gegeben
<b>Bewertung / mögliche Nutzungen</b>	Aufgrund der räumlichen Nähe zur Entwicklungsfläche Hans-Böckler-Straße wäre hier die Realisierung eines Lebensmittelmarktes lediglich darstellbar, wenn die Entwicklungsfläche Hans-Böckler-Straße nicht umgesetzt werden kann. Diese Potenzialfläche hat Priorität 2 nach Potenzialfläche Hans-Böckler-Straße.

**Stadtteil Kesselheim**

**Einwohner Stadtteil:** 2.555 (Stand: 31.12.2014)

**strukturprägende Einzelhandelsbetriebe\***

- größer 800 m<sup>2</sup> VK -
- 400 bis unter 800 m<sup>2</sup> VK Franke und Riess (Werkzeuge-FM)
- bis unter 400 m<sup>2</sup> VK Bad und Heizung (FG)

**weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe\*** Lebensmittel / Ihr Kaufmann (FG), Fleischerwaren (FG), Apotheke (FG)

\* ohne Gewerbebereich B 9 Nord

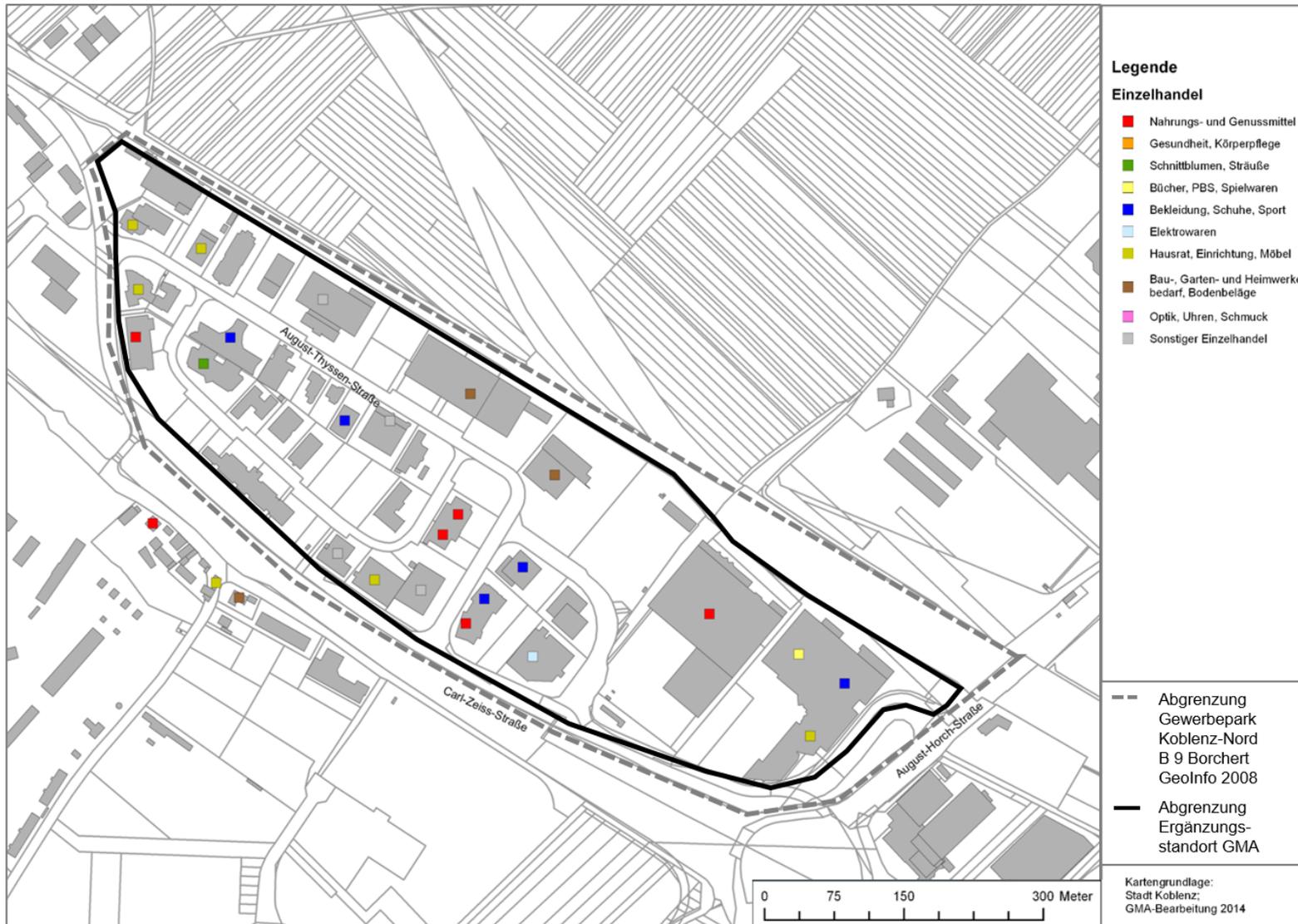
**Beschreibung**

- mit Ausnahme der dezentralen Angebote an der B 9 im Ergänzungsstandort Carl-Zeiss-Straße lediglich kleinflächige Angebote im Siedlungsbereich Kesselheims, v. a. der Nahversorgung (Lebensmittel, Kiosk, Bäckerei, Metzgerei, Apotheke) mit geringer Angebotsbreite und -tiefe
- lockere Verteilung der Angebote im Stadtteil mit Schwerpunkt entlang der Kurfürst-Schönborn-Straße, jedoch ohne Verdichtungsansätze und Angebotsbreite und -tiefe i. S. e. Zentrums, daher kein Ausweis als zentraler Versorgungsbereich
- Einwohnerpotenzial dieses räumlich abgesetzten Stadtteils im nördlichen Stadtgebiet zur Ansiedlung zeitgemäßer Angebote, insbesondere eines modernen Lebensmittelmarktes, zu gering, so dass v. a. die nahversorgungsrelevanten Angebote in Lützel und perspektivisch auch in Neuendorf / Wallersheim die Versorgung der Bevölkerung sicherstellen müssen
- zudem starke Wettbewerbswirkungen durch dezentralen Ergänzungsstandort Carl-Zeiss-Straße (u. a. Aldi, Lidl)

**Entwicklungspotenziale und Ziele**

- Ausschluss der Ansiedlung nahversorgungs- / innenstadtrelevanter Kernsortimente am Ergänzungsstandort Carl-Zeiss-Straße
- Sicherung der vorhandenen nahversorgungsrelevanten Angebote
- Sicherstellung der Anbindung an das Nahversorgungszentrum Lützel sowie perspektivisch an einen zeitgemäßen Lebensmittelmarkt in Neuendorf / Wallersheim mit dem ÖPNV
- ggf. Prüfung der Möglichkeiten für alternative Nahversorgungskonzepte (z. B. ambulanter Handel), v. a. für immobile Bevölkerungsgruppen
- Inwertsetzung und ggf. Umnutzung von leerstehenden Ladenlokalen

Karte 13: Kesselheim – Abgrenzung Ergänzungsstandort Carl-Zeiss-Straße und Nutzungsstruktur 2014



## 7. Versorgungsraum 07 Stadtteile Metternich, Rübenach, Bubenheim

<b>Stadtteil Metternich</b>	
<b>Einwohner Stadtteil:</b>	9.916 (Stand: 31.12.2014)
<b>strukturprägende Einzelhandelsbetriebe</b>	
▪ größer 1.500 m <sup>2</sup> VK	-
▪ 800 bis unter 1.500 m <sup>2</sup> VK	Rewe (SM), Aldi (DIS)
▪ 400 bis unter 800 m <sup>2</sup> VK	Edeka (SM), Norma (DIS)
▪ bis unter 400 m <sup>2</sup> VK	-
<b>weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe</b>	Getränke (FM, FG), Apotheken (FG), Sanitätswaren (FG), Blumen (FG), Mode (FG), Litzke Bootszubehör (FM)
<b>Beschreibung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ insgesamt breiter Angebots- und Betriebstypenmix mit Schwerpunkt Nahversorgung (Nahrungs- und Genussmittel, Apotheken, Kioske, Sanitätswaren, Blumen)</li> <li>▪ räumliche Konzentration der Angebote auf drei siedlungsintegrierte Bereiche (Metternich Oberdorf entlang der Trierer Straße, Metternich Unterdorf entlang der Rübenacher Straße, Metternich Eulenhorst im Bereich der Straße Im Eulenhorst) sowie einen gewerblich geprägten Bereich mit Wohngebietsanschluss im Bereich Am Metternicher Bahnhof;</li> <li>▪ jeweils jedoch aufgrund des lockeren Geschäftsbesatzes (Oberdorf, Unterdorf), aufgrund fehlender Angebotsbreite und -tiefe (Oberdorf, Eulenhorst) bzw. aufgrund der fehlenden Siedlungsintegration (Am Metternicher Bahnhof) kein Ausweis eines zentralen Versorgungsbereichs</li> <li>▪ Am Metternicher Bahnhof auch wesentlicher Kopplungsstandort aus Edeka Supermarkt und Norma Lebensmitteldiscounter mit wichtiger Nahversorgungsfunktion angesiedelt, welcher sich derzeit zeitgemäß aufstellt (Verlagerung / Erweiterung Edeka, Verlagerung Norma in Edeka-Altfläche, Ansiedlung eines Drogeriemarktes)</li> <li>▪ Rewe Supermarkt und Aldi Lebensmitteldiscounter jeweils in Nähe zur Rübenacher Straße in Solitärlagen, aber mit wichtigen Nahversorgungsfunktionen</li> </ul>
<b>Entwicklungspotenziale und Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Sicherung der vorhandenen nahversorgungsrelevanten Angebote im Bereich der Trierer Straße (Oberdorf), Rübenacher Straße (Unterdorf) und Eulenhorst</li> <li>➤ Prüfung der Möglichkeiten zur Sicherung des heutigen Rewe-Standortes als Nahversorgungsstandort für Lebensmittel</li> </ul>

<b>Stadtteil Rübenach</b>	
<b>Einwohner Stadtteil:</b>	5.091 (Stand: 31.12.2014)
<b>strukturprägende Einzelhandelsbetriebe</b>	
▪ größer 400 m <sup>2</sup> VK	-
▪ bis unter 400 m <sup>2</sup> VK	HeWi Getränke (FM)
<b>weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe</b>	Hofläden (FG), Getränke (FG), Bäckerwaren (FG), Fleischerwaren (FG), Zeitschriften (FG), Elektrowaren (FG), Sanitär (FG)
<b>Beschreibung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ lediglich wenige kleinflächige Einzelhandelsbetriebe mit schwerpunktmäßig nahversorgungsrelevanten Sortimenten entlang der stark befahrenen Aachener Straße</li> <li>▪ lockere Verteilung innerhalb des historischen Ortskerns ohne wesentliche Verdichtungsansätze und mit zu geringer „kritischer Masse“, daher kein Ausweis als zentraler Versorgungsbereich</li> <li>▪ 2008 / 2009 empfohlene Ansiedlung eines Drogeriemarktes seit der Schlecker-Insolvenz und mit Blick auf die Ansiedlung eines Drogeriemarktes am Metternicher Bahnhof (Stadtteil Metternich, s. o.) unwahrscheinlich, zumal heute üblicherweise realisierte Verkaufsflächengrößen gängiger Betriebstypen dieses Sortiments i. d. R. &gt; 500 m<sup>2</sup> betragen und ein entsprechend höheres Nachfragepotenzial erfordern</li> <li>▪ Einwohnerpotenzial dieses räumlich abgesetzten Stadtteils im nordwestlichen Stadtgebiet jedoch für Ansiedlung eines zeitgemäßen Lebensmittelmarktes grundsätzlich ausreichend</li> </ul>
<b>Entwicklungspotenziale und Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Sicherung der vorhandenen nahversorgungsrelevanten Angebote</li> <li>➤ Prüfung der Ansiedlung eines zeitgemäßen Lebensmittelmarktes im Stadtteil (s. Bewertung nächste Seiten)</li> <li>➤ Inwertsetzung und ggf. Umnutzung leer stehender kleinflächiger Ladenlokale (z. B. zu Wohnen)</li> </ul>

**Karte 14: Analyseflächen Rübenach**



**Stadtteil Rübenach**

**Bewertungskatalog Analysefläche Straußpfad**



<b>Lage</b>	teilintegrierte Lage außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches, nördlich des Straußpfades
<b>aktuelle Nutzung</b>	landwirtschaftliche Fläche
<b>Umfeldnutzung (Erdgeschoss)</b>	Wohnen, Leerstand, Handwerksbetrieb
<b>Erreichbarkeit</b>	wird indirekt über die Aachener Straße gewährleistet
<b>Innenstadtanbindung / Einsehbarkeit</b>	keine unmittelbare Anbindung an die Aachener Straße Einsehbarkeit von der Hauptverkehrsachse (Aachener Straße) wird durch rückwärtige Lage behindert, somit keine Sichtbeziehungen zum Ortskern
<b>Bewertung / mögliche Nutzungen</b>	Aufgrund fehlender Sichtbeziehungen zum Ortskern und der rückwärtigen Lage ist die Fläche für die Etablierung von Einzelhandelsbetrieben ungeeignet.



**Bewertungskatalog Analysefläche Aachener Straße I**

<b>Lage</b>	Otrsrandlage, außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches jedoch mit Wohngebietsanschluss, westliche Ortsrandlage
<b>aktuelle Nutzung</b>	landwirtschaftliche Fläche
<b>Umfeldnutzung (Erdgeschoss)</b>	Wohnen, weitere landwirtschaftliche Flächen
<b>Erreichbarkeit</b>	direkte Anbindung an die Hauptverkehrsachse (Aachener Straße), in rd. 200 m Entfernung ÖPNV-Anbindung
<b>Innenstadtanbindung / Einsehbarkeit</b>	gute Einsehbarkeit von der Aachener Straße aus, keine Sichtbeziehung zum Ortskern
<b>Bewertung / mögliche Nutzungen</b>	Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes ist aufgrund der Ortsrandlage nicht zu empfehlen. Eine Realisierung wäre lediglich darstellbar, wenn die Entwicklungsfläche Aachener Straße II nicht umgesetzt werden kann. Potenzialfläche Aachener Straße I genießt somit Priorität 2 nach der Potenzialfläche Aachener Straße II.



**Bewertungskatalog Analysefläche Lambertstraße / Anderbachstraße**

<b>Lage</b>	teilintegrierte Lage mit Wohngebietsanschluss, außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches, südlicher Ortsrand
<b>aktuelle Nutzung</b>	Bauunternehmen Schulz
<b>Umfeldnutzung (Erdgeschoss)</b>	Metallbauunternehmen, Dienstleistung (u. a. Gemeinschaftspraxis für Physiotherapie, Krankengymnastik), Wohnen, Bahngleise bzw. Bahnübergang
<b>Erreichbarkeit</b>	Erschließung wird durch Lambertstraße bzw. Anderbachstraße gewährleistet
<b>Innenstadtanbindung / Einsehbarkeit</b>	lediglich indirekte Anbindung an die Aachener Straße, demnach auch keine Sichtbeziehung zum Ortskern, Einsehbarkeit von Lambertstraße bzw. Anderbachstraße aufgrund des Flächenzuschnitts auch nur eingeschränkt gegeben
<b>Bewertung / mögliche Nutzungen</b>	Unter Berücksichtigung der fehlenden Anbindung an den Ortskern und der Lage am Ortsrand ist der Standort für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes ungeeignet. Darüber hinaus stellen die Bahngleise eine städtebauliche Zäsur zu den nördlich angrenzenden Siedlungsbereichen dar.



**Bewertungskatalog Analysefläche Aachener Straße II**

<b>Lage</b>	integrierte Lage außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches, mit Wohngebietsanschluss
<b>aktuelle Nutzung</b>	landwirtschaftliche Fläche
<b>Umfeldnutzung (Erdgeschoss)</b>	Einzelhandel, Dienstleistung (Bestattungsunternehmen), Wohnen, Leerstand
<b>Erreichbarkeit</b>	direkte Anbindung an die Aachener Straße
<b>Innenstadtanbindung / Einsehbarkeit</b>	keine Sichtbeziehungen zum Ortskern, jedoch Anbindung an die an der Aachener Straße ansässigen Einzelhandelsbetriebe
<b>Bewertung / mögliche Nutzungen</b>	<p>Zur Verbesserung der (Nah-)Versorgungssituation in Rübenach ist die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes wünschenswert. Aufgrund der zentralen Lage wäre der Standort „Aachener Straße II“ zu bevorzugen. Im gegenüberliegenden Leerstand wäre ggf. auch die Ansiedlung eines ergänzenden Getränkemarktes möglich; darüber hinaus könnte ein entsprechender Markt eine Ergänzung zu den an der Aachener Straße ansässigen Einzelhandelsbetrieben darstellen.</p> <p>Nach Angaben der Wirtschaftsförderung gibt es hier aktuell bereits eine konkrete Realisierungsanfrage.</p> <p>Potenzialfläche Aachener Straße II mit eindeutiger Priorität vor Potenzialfläche Aachener Straße I.</p>



**Bewertungskatalog Analysefläche Brücker Bach**

<b>Lage</b>	östliche Ortsrandlage, teilintegriert, mit Wohngebietsanschluss, außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches
<b>aktuelle Nutzung</b>	Gastronomie (Heidi's Imbiss), Dienstleistung (Camping & more), Wohnen
<b>Umfeldnutzung (Erdgeschoss)</b>	Gastronomie, Wohnen, Dienstleistung (u. a. Kosmetikstudio) und Handwerksbetriebe (u. a. Druckluftservice)
<b>Erreichbarkeit</b>	direkte Anbindung an die Aachener Straße, ÖPNV-Anbindung ist im unmittelbaren Umfeld gegeben
<b>Innenstadtanbindung / Einsehbarkeit</b>	keine Sichtbeziehungen zum Ortskern, Einsehbarkeit ist von Aachener Straße gegeben
<b>Bewertung / mögliche Nutzungen</b>	Aufgrund der städtebaulich nicht integrierten Lage und der fehlenden Anbindung an den Ortskern ist der Standort für die Realisierung eines Lebensmittelmarktes nicht zu empfehlen. Darüber hinaus ist befindet sich in ca. 1,5 km Entfernung der Einzelhandelsstandort am Metternicher Bahnhof. Die hier ansässigen Einzelhandelsbetriebe werden aktuell erweitert; hier ist außerdem die Ansiedlung eines dm-Marktes geplant. Dies wird zu einer weiteren Aufwertung des Einzelhandelsstandortes führen. Demnach könnte es in diesem Bereich zu starken Wettbewerbsverflechtungen kommen, welche die Realisierung eines Lebensmittelmarktes in Rübenach gefährden könnten.

<b>Stadtteil Bubenheim</b>	
<b>Einwohner Stadtteil:</b>	1.394 (Stand: 31.12.2014)
<b>strukturprägende Einzelhandelsbetriebe*</b>	
▪ größer 3.000 m <sup>2</sup> VK	Globus (SBW)**
▪ 1.500 bis unter 3.000 m <sup>2</sup> VK	-
▪ 800 bis unter 1.500 m <sup>2</sup> VK	-
▪ 400 bis unter 800 m <sup>2</sup> VK	-
▪ bis unter 400 m <sup>2</sup> VK	-
<b>weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe*</b>	Hofladen (FG), Kunst und Antiquitäten (FG)
* ohne Gewerbebereich B 9 Nord	
** Eröffnung im September 2014, dezentrale Lage	
<b>Beschreibung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ mit Ausnahme der Angebote am dezentralen Ergänzungsstandort An der Römervilla (u. a. IKEA) lediglich sehr wenige kleinflächige Angebote im Siedlungsbereich des Stadtteils Bubenheim, z. T. als Ergänzung zum Angebot im Gewerbebereich B 9 Nord</li> <li>▪ lockere Verteilung der vorhandenen Angebote innerhalb des historischen Stadtteils, ohne Zentrumscharakter</li> <li>▪ Einwohnerpotenzial dieses räumlich abgesetzten Stadtteils im nördlichen Stadtgebiet zur Ansiedlung zeitgemäßer Angebote zu gering, starke Einkaufsorientierungen zu Angeboten im Gewerbebereich B 9 Nord (Ergänzungsstandort Andernacher Straße) aufgrund der räumlichen Nähe</li> </ul>
<b>Entwicklungspotenziale und Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ausschluss nahversorgungs- / innenstadtrelevanter Kernsortimente am Ergänzungsstandort An der Römervilla</li> <li>➤ Sicherung der vorhandenen Angebote im historischen Stadtteil / Ortskern, v. a. bei Lebensmitteln</li> <li>➤ ggf. Prüfung der Möglichkeiten für alternative Nahversorgungskonzepte (z. B. ambulanter Handel), v. a. für immobile Bevölkerungsgruppen</li> </ul>

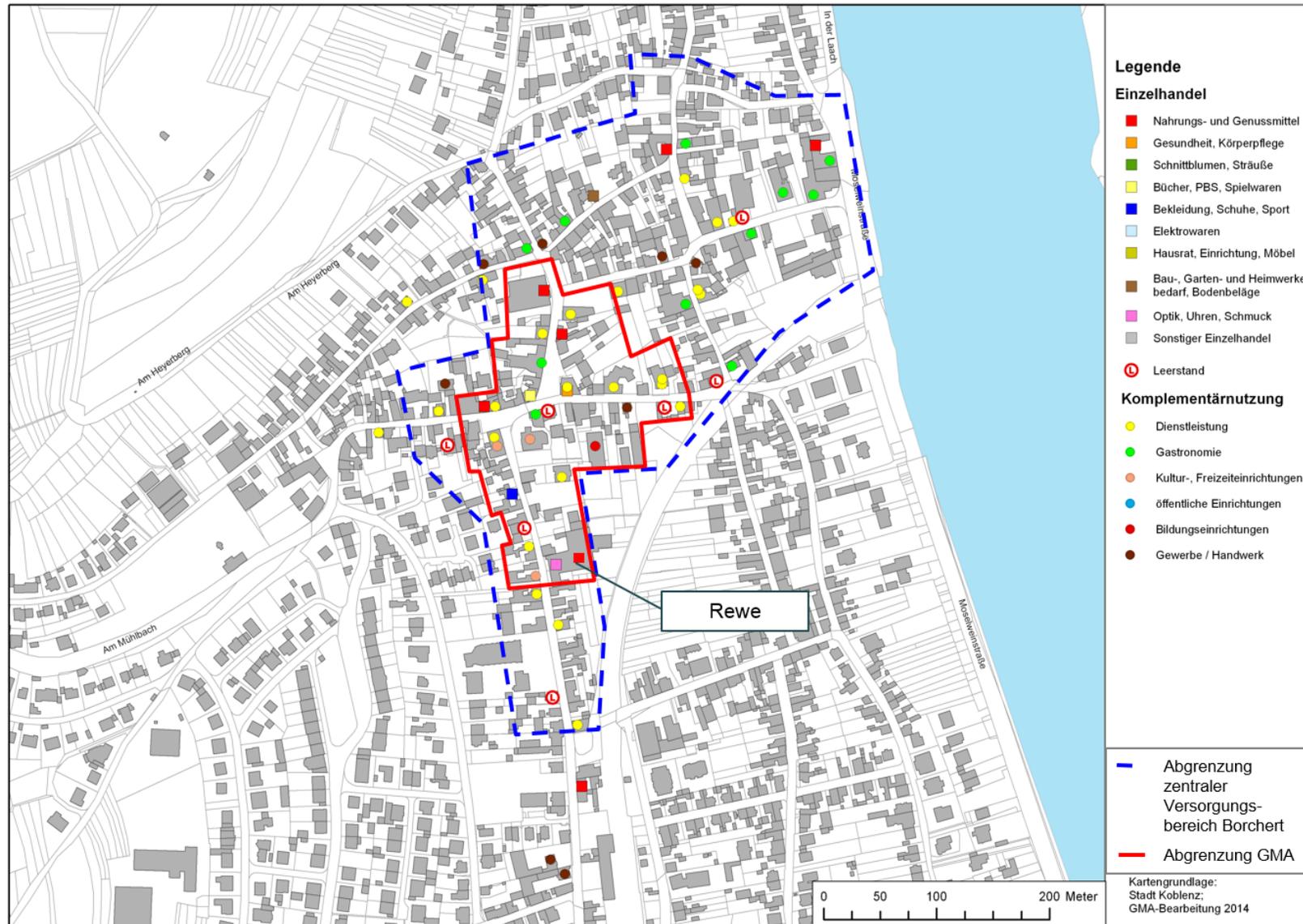
Karte 15: Bubenheim– Abgrenzung Ergänzungsstandort An der Römervilla und Nutzungsstruktur 2014



## 8. Versorgungsraum 08 Stadtteil Güls

<b>Stadtteil Güls</b>				
<b>Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Güls</b>				
<b>Versorgungsgebiet:</b>	Stadtteil Güls			
<b>Einwohner Versorgungsgebiet:</b>	5.673 (Stand: 31.12.2014)			
<b>Einwohner Stadtteil:</b>	5.673 (Stand: 31.12.2014)			
<b>Einzelhandelsdaten</b>	<b>Betriebe</b>		<b>Verkaufsfläche</b>	
	<b>abs.</b>	<b>in % der Betriebe im Stadtteil</b>	<b>abs. in m<sup>2</sup></b>	<b>in % der VK im Stadtteil</b>
▪ Nahrungs- und Genussmittel	5	56	1.445	88
▪ Einzelhandel insgesamt	9	50	1.555	81
<b>strukturprägende Einzelhandelsbetriebe</b>				
▪ größer 3.000 m <sup>2</sup> VK	-			
▪ 1.500 bis unter 3.000 m <sup>2</sup> VK	-			
▪ 800 bis unter 1.500 m <sup>2</sup> VK	-			
▪ 400 bis unter 800 m <sup>2</sup> VK	Rewe (SM), Rewe Getränkemarkt (FM)			
▪ bis unter 400 m <sup>2</sup> VK	-			
<b>weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe</b>	Fleischwaren (FG), Apotheke (FG), Spielwaren (FG, mit Post)			
<b>Beschreibung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ im Wesentlichen sich innerhalb des historischen Ortskerns von Güls zwischen den Magnetbetrieben Rewe Getränkemarkt im Norden (Planstraße, ehemals Penny Lebensmitteldiscounter) und dem Rewe Supermarkt im Süden (Gulisastraße) erstreckendes Zentrum, mit einem Ausläufer in der Teichstraße</li> <li>▪ überwiegend kleinteiliger Geschäftsbesatz mit Lücken und lockerer Verteilung über den gesamten Ortskern ausgedehnt, jedoch mit Verdichtungsansätzen im Bereich der Planstraße / Gulisastraße / Teichstraße</li> <li>▪ Lebensmittelsupermarkt und Getränkemarkt als Magnetbetriebe räumlich ca. 300 m voneinander entfernt; insbesondere Supermarkt mit für heutige Verhältnisse zu kleiner Verkaufsfläche, aber wichtiger Nahversorgungsfunktion für den Stadtteil; Verbesserungsmöglichkeiten der Standortrahmenbedingungen (v. a. hinsichtlich Verkaufsflächendimensionierung, Parken, Außenauftritt) innerhalb des kleinparzellierten, mittelalterlichen Ortskerns schwierig</li> </ul>			
<b>Begründung der Abgrenzung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ gegenüber 2008 / 2009 weitgehend parzellenscharf und deutlich enger gefasste Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs</li> <li>▪ Konzentration auf die Ortskernlage zwischen Rewe Getränkemarkt und Rewe Supermarkt, die noch als zusammenhängende Versorgungslage wahrnehmbar und fußläufig begehbar ist; deutlich abnehmender Geschäftsbesatz ohne zentrenprägenden Nutzungen außerhalb der gewählten Neuabgrenzung</li> </ul>			
<b>Entwicklungspotenziale und Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Sicherung der vorhandenen Angebote im zentralen Versorgungsbereich, v. a. bei Nahrungs- und Genussmittel</li> <li>➤ Inwertsetzung und Nachbelegung leerstehender Ladenlokale</li> <li>➤ Ggf. Lenkung außerhalb der Neuabgrenzung ansässiger, kleinflächiger Betriebe auf den zentralen Versorgungsbereich zur Konzentration der Angebote i. S. e. fußläufigen Erlebbarkeit des Geschäftsbereichs und Ortskerns</li> </ul>			

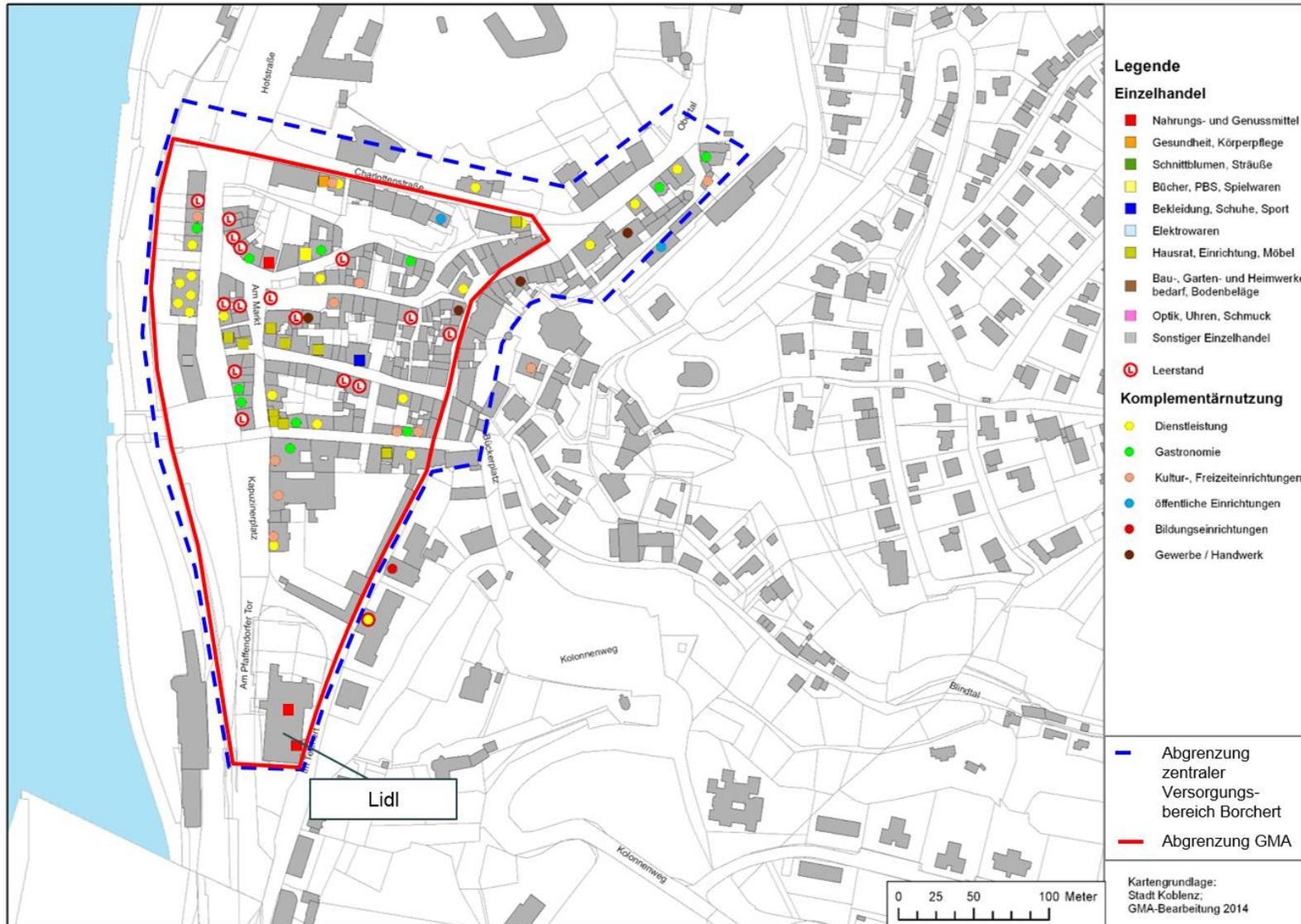
Karte 16: Güls – Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich und Nutzungsstruktur 2014



## 9. Versorgungsraum 09 Stadtteile Ehrenbreitstein, Asterstein, Arzheim

<b>Stadtteil Ehrenbreitstein</b>				
<b>Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Ehrenbreitstein</b>				
<b>Versorgungsgebiet:</b>	Stadtteile Ehrenbreitstein, Arzheim			
<b>Einwohner Versorgungsgebiet:</b>	4.217 (Stand: 31.12.2014)			
<b>Einwohner Stadtteil:</b>	2.090 (Stand: 31.12.2014)			
<b>Einzelhandelsdaten</b>	<b>Betriebe</b>		<b>Verkaufsfläche</b>	
	<b>abs.</b>	<b>in % der Betriebe im Stadtteil</b>	<b>abs. in m<sup>2</sup></b>	<b>in % der VK im Stadtteil</b>
▪ Nahrungs- und Genussmittel	3	50	1.030	42
▪ Einzelhandel insgesamt	16	76	2.140	54
<b>strukturprägende Einzelhandelsbetriebe</b>				
▪ größer 3.000 m <sup>2</sup> VK	-			
▪ 1.500 bis unter 3.000 m <sup>2</sup> VK	-			
▪ 800 bis unter 1.500 m <sup>2</sup> VK	Lidl (DIS)			
▪ 400 bis unter 800 m <sup>2</sup> VK	-			
▪ bis unter 400 m <sup>2</sup> VK	Möbel Höhne (FG)			
<b>weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe</b>	Apotheke (FG), Schreibwaren (FG), Antiquitäten (FG), Fahrräder (FG)			
<b>Beschreibung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ rechtsrheinisch im Wesentlichen sich auf den kompakten historischen Ortskern Ehrenbreitstein erstreckendes Zentrum mit Schwerpunkt auf nahversorgungsrelevanten Angeboten (Nahrungs- und Genussmittel, Apotheke) und Hausrat, Einrichtung, Möbel</li> <li>▪ aufgelockerter Geschäftsbesatz mit Schwerpunkt im Bereich des Marktes, in den Nebenlagen vereinzelt Einzelhandel und Komplementärnutzungen und vermehrt kleinflächige Leerstände; Errichtung eines neuen Ärztehauses an der Einmündung Charlottenstraße geplant</li> <li>▪ aufgrund der weitgehenden Neugestaltung des historischen Ortskerns und zahlreicher Fassaden präsentiert sich Ehrenbreitstein mit städtebaulich ansprechendem Ambiente, welches den touristisch geprägten Stadtteil auch für Gastronomiebetriebe / Außengastronomie attraktiver macht</li> <li>▪ Lidl Lebensmitteldiscounter in südlicher Randlage etwas abgesetzt, mit wichtiger Nahversorgungsfunktion</li> </ul>			
<b>Begründung der Abgrenzung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gegenüber 2008 / 2009 etwas kompaktere Abgrenzung ohne Bereiche mit auslaufendem Geschäftsbesatz im Nordosten und ohne nennenswerte Betriebe (nördliche Straßenseite Charlottenstraße)</li> </ul>			
<b>Entwicklungspotenziale und Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Sicherung der vorhandenen nahversorgungsrelevanten Angebote</li> <li>➤ Inwertsetzung und Nachbelegung leerstehender Ladenlokale oder ggf. Umnutzung (v. a. Wohnen oder Nutzungen mit Zielgruppe Touristen)</li> </ul>			

Karte 17: Ehrenbreitstein – Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich und Nutzungsstruktur 2014



<b>Stadtteil Asterstein</b>				
<b>Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Asterstein</b>				
<b>Versorgungsgebiet:</b>	Stadtteil Asterstein			
<b>Einwohner Versorgungsgebiet:</b>	2.966 (Stand: 31.12.2014)			
<b>Einwohner Stadtteil:</b>	2.966 (Stand: 31.12.2014)			
<b>Einzelhandelsdaten</b>	<b>Betriebe</b>		<b>Verkaufsfläche</b>	
	<b>abs.</b>	<b>in % der Betriebe im Stadtteil</b>	<b>abs. in m<sup>2</sup></b>	<b>in % der VK im Stadtteil</b>
▪ Nahrungs- und Genussmittel	3	75	825	90
▪ Einzelhandel insgesamt	5	71	890	88
<b>strukturprägende Einzelhandelsbetriebe</b>				
▪ größer 3.000 m <sup>2</sup> VK	-			
▪ 1.500 bis unter 3.000 m <sup>2</sup> VK	-			
▪ 800 bis unter 1.500 m <sup>2</sup> VK	-			
▪ 400 bis unter 800 m <sup>2</sup> VK	Netto (DIS)			
▪ bis unter 400 m <sup>2</sup> VK	-			
<b>weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe</b>	Bäckerwaren (FG), Fleischerwaren (FG), Apotheke (FG), Schreibwaren (FG, mit Post)			
<b>Beschreibung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ kompaktes, im Zuge der Errichtung eines Wohngebietes in den 1980er-Jahren entstandenes Nahversorgungszentrum mit Lebensmitteldiscounter und ergänzenden nahversorgungsrelevanten, kleinteiligen Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen</li> <li>▪ rechtsrheinisch im Wesentlichen sich auf den kompakten Baukörper des Lebensmittelmarktes und der angeschlossenen Passage mit teilüberdachtem Hof beschränkendes Zentrum ohne weitere Einzelhandelsnutzungen im Umfeld (Wohnen, Schulen)</li> <li>▪ durch siedlungsräumliche Integration wichtige fußläufige Nahversorgungsfunktionen; vorgelagerter Parkplatz ermöglicht auch autokundenorientiertes Einkaufen</li> </ul>			
<b>Begründung der Abgrenzung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Beibehaltung der Abgrenzung von 2008 / 2009</li> </ul>			
<b>Entwicklungspotenziale und Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Sicherung der vorhandenen Angebote</li> <li>➤ Prüfung der Ansiedlung ergänzender nahversorgungsrelevanter Einzelhandelsangebote und Dienstleistungen (z. B. Getränkemarkt) auf angrenzenden Teilflächen</li> <li>➤ Prüfung der Möglichkeiten zur Erweiterung der Stellplatzkapazitäten</li> </ul>			

Karte 18: Asterstein – Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich und Nutzungsstruktur 2014



<b>Stadtteil Arzheim</b>	
<b>Einwohner Stadtteil:</b>	2.127 (Stand: 31.12.2014)
<b>strukturprägende Einzelhandelsbetriebe</b>	
▪ größer 400 m <sup>2</sup> VK	-
▪ bis unter 400 m <sup>2</sup> VK	Ihre Kette – nah & gut (FG)
<b>weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe</b>	Bäckerwaren (FG), Blumen (FG), Einrichtung (FG)
<b>Beschreibung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ lediglich rudimentäres Angebot der Nahversorgung (Dorfladen, Bäckerei, Blumen) vorhanden, ergänzt durch ein kleinflächiges, inhabergeführtes Einrichtungshaus</li> <li>▪ lockere Verteilung der vorhandenen Angebote im Wesentlichen entlang der Hinterdorfstraße, ohne Verdichtungsansätze und Zentrumscharakter</li> <li>▪ Einwohnerpotenzial dieses räumlich abgesetzten Stadtteils im östlichen Stadtgebiet zur Ansiedlung zeitgemäßer Angebote zu gering und Topographie problematisch, so dass Versorgung im Wesentlichen durch Nahversorgungsangebote in Ehrenbreitstein (Rewe / Norma, Lidl) gewährleistet werden muss</li> </ul>
<b>Entwicklungspotenziale und Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Sicherung der vorhandenen nahversorgungsrelevanten Angebote</li> <li>➤ Inwertsetzung und Nahbelegung leerstehender Ladenlokale oder ggf. Umnutzung (v. a. Wohnen)</li> <li>➤ ggf. Prüfung der Möglichkeiten für alternative Nahversorgungskonzepte (z. B. ambulanter Handel), v. a. für immobile Bevölkerungsgruppen</li> </ul>

## 10. Versorgungsraum 10 Stadtteile Niederberg, Arenberg, Immendorf

<b>Stadtteil Niederberg</b>	
<b>Einwohner Stadtteil:</b>	3.011 (Stand: 31.12.2014)
<b>strukturprägende Einzelhandelsbetriebe</b>	
▪ größer 400 m <sup>2</sup> VK	-
▪ bis unter 400 m <sup>2</sup> VK	Lebensmittel Karin Pörsch (FG)
<b>weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe</b>	Bäckerwaren (FG), Fleischerwaren (FG), Apotheke (FG), Blumen (FG)
<b>Beschreibung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ lediglich rudimentäres Angebot der Nahversorgung (Dorfladen, Bäckerei, Metzgerei, Apotheke, Blumen) vorhanden, ergänzt durch ein kleinflächiges, inhabergeführtes Fahrradfachgeschäft</li> <li>▪ Konzentration der vorhandenen Angebote entlang der Arenberger Straße zwischen den Einmündungen Alte Burgstraße und Elingstraße, jedoch ohne Zentrumscharakter</li> <li>▪ Einwohnerpotenzial dieses räumlich abgesetzten Stadtteils im östlichen Stadtgebiet zusammen mit den ebenfalls unterversorgten Stadtteilen Arenberg und Immendorf für Ansiedlung eines modernen Lebensmittelmarktes grundsätzlich ausreichend; außerdem übernehmen bislang die Lebensmittelmärkte Rewe und Norma in Ehrenbreitstein und Netto in Urbar wesentliche Nahversorgungsfunktionen</li> </ul>
<b>Entwicklungspotenziale und Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Sicherung der vorhandenen nahversorgungsrelevanten Angebote</li> <li>➤ Prüfung der Ansiedlung eines zeitgemäßen Lebensmittelmarktes in einem der Stadtteile Niederberg, Arenberg oder Immendorf, die zusammen über 7.000 Einwohner aufweisen. (s. Bewertung nächste Seiten).</li> </ul>

<b>Stadtteil Arenberg</b>	
<b>Einwohner Stadtteil:</b>	2.738 (Stand: 31.12.2014)
<b>strukturprägende Einzelhandelsbetriebe</b>	
▪ größer 400 m <sup>2</sup> VK	-
▪ bis unter 400 m <sup>2</sup> VK	Friedhofen Drogerie (FG)
<b>weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe</b>	Getränke (FM, FG), Bäckerwaren (FG), Fleischerwaren (FG), Apotheke (FG), Blumen (FG), Haushaltstechnik (FG), Geschenke (FG), Heimtextilien (FG)
<b>Beschreibung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ lediglich rudimentäres Angebot der Nahversorgung (Getränke, Bäckerei, Metzgerei, Apotheke, Blumen) vorhanden, ergänzt durch wenige kleinflächige, inhabergeführte Fachgeschäfte; Obst- und Gemüsehändler hat zwischenzeitlich geschlossen</li> <li>▪ Konzentration der vorhandenen Angebote im Wesentlichen entlang der Pfarrer-Kraus-Straße zwischen den Einmündungen Dahlienweg und Immendorfer Straße, jedoch ohne ausreichende Angebotsbreite und -tiefe</li> <li>▪ Einwohnerpotenzial dieses räumlich abgesetzten Stadtteils im östlichen Stadtgebiet zusammen mit den ebenfalls unterversorgten Stadtteilen Arenberg und Immendorf für Ansiedlung eines modernen Lebensmittelmarktes grundsätzlich ausreichend; außerdem übernehmen bislang die Lebensmittelmärkte Rewe und Norma in Ehrenbreitstein und Netto in Urbar wesentliche Nahversorgungsfunktionen</li> </ul>
<b>Entwicklungspotenziale und Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Sicherung der vorhandenen nahversorgungsrelevanten Angebote</li> <li>➤ Prüfung der Ansiedlung eines zeitgemäßen Lebensmittelmarktes in einem der Stadtteile Niederberg, Arenberg oder Immendorf, die zusammen über 7.000 Einwohner aufweisen. (s. Bewertung nächste Seiten)</li> </ul>

<b>Stadtteil Immendorf</b>	
<b>Einwohner Stadtteil:</b>	1.350 (Stand: 31.12.2014)
<b>strukturprägende Einzelhandelsbetriebe</b>	
▪ größer 400 m <sup>2</sup> VK	-
▪ bis unter 400 m <sup>2</sup> VK	-
<b>weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe</b>	Bäckerwaren (FG)
<b>Beschreibung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Angebot der Nahversorgung auf Bäckerei beschränkt</li> <li>▪ keine Zentrenansätze</li> <li>▪ Einwohnerpotenzial dieses räumlich abgesetzten Stadtteils im östlichen Stadtgebiet zusammen mit den ebenfalls unterversorgten Stadtteilen Arenberg und Immendorf für Ansiedlung eines modernen Lebensmittelmarktes grundsätzlich ausreichend; außerdem übernehmen bislang die Lebensmittelmärkte Rewe und Norma in Ehrenbreitstein und Netto in Urbar wesentliche Nahversorgungsfunktionen</li> </ul>
<b>Entwicklungspotenziale und Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Prüfung der Ansiedlung eines zeitgemäßen Lebensmittelmarktes in einem der Stadtteile Niederberg, Arenberg oder Immendorf, die zusammen über 7.000 Einwohner aufweisen. (s. Bewertung nächste Seiten)</li> </ul>

Karte 19: Analyseflächen Niederberg / Arenberg / Immendorf



**Stadtteile Niederberg, Arenberg, Immendorf**



**Bewertungskatalog Analysefläche Niederberger Höhe**

<b>Lage</b>	teilintegrierte Lage mit Wohngebietsanschluss außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches
<b>aktuelle Nutzung</b>	Baumschule / Grünfläche
<b>Umfeldnutzung (Erdgeschoss)</b>	Wohnen, Grünflächen, Netto Lebensmitteldiscounter (Urbar), Gewerbebetriebe (u. a. Modellbau Müller GmbH)
<b>Erreichbarkeit</b>	direkte Anbindung über die Niederberger Höhe, ÖPNV-Haltestelle im Umfeld
<b>Innenstadtanbindung / Einsehbarkeit</b>	Standort ist von der Niederberger Höhe sowie von der Landstraße 127 aus direkt einsehbar, keine Anbindung an den Ortskern von Arenberg
<b>Bewertung / mögliche Nutzungen</b>	Unter Berücksichtigung der Nähe des Standortes zu den bereits vorhandenen Wohnbebauungen ist die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes auf dem Standort Niederberger Höhe aus gutachterlicher Sicht darstellbar. Perspektivisch würde das Einwohnerpotenzial im Nahbereich mit der Umwidmung des Kasernengeländes Fritsch zu Wohnnutzungen anwachsen. Aus gutachterlicher Sicht sollte allerdings ein Standort auf dem Kasernengelände selbst eine höhere Priorität gegenüber der Potenzialfläche Niederberger Höhe genießen. Demgegenüber ist anzumerken, dass die Ansiedlung eines Nahversorgers auf der Analysefläche Niederberger Höhe auch kurzfristig möglich ist und die Nahversorgungssituation somit auch zeitnah verbessert werden könnte, wohingegen der Realisierungszeitraum zur Umnutzung des Kasernengeländes Fritsch nach Kenntnisstand der Gutachter derzeit ungewiss ist.

**Bewertungskatalog Analysefläche Kasernengelände Fritsch**

<b>Lage</b>	teilintegrierte Lage mit Wohngebietsanschluss zwischen Niederberger Höhe, General-Allen-Straße und Auf dem Schafstall; außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches
<b>aktuelle Nutzung</b>	Kasernengelände
<b>Umfeldnutzung (Erdgeschoss)</b>	Wohnen, Grünflächen, Netto Lebensmitteldiscounter (Urbar), Gewerbebetriebe (u. a. Modellbau Müller GmbH)
<b>Erreichbarkeit</b>	direkte Anbindung über die Niederberger Höhe, ÖPNV-Haltestelle im Umfeld
<b>Innenstadtanbindung / Einsehbarkeit</b>	Standort ist von der Niederberger Höhe aus grundsätzlich einsehbar, wenngleich Baumbestand die Einsehbarkeit derzeit erschwert; keine Anbindung an den Ortskern von Arenberg
<b>Bewertung / mögliche Nutzungen</b>	Perspektivisch ist die Umwidmung des Kasernengeländes Fritsch zu Wohnnutzungen vorgesehen. Vor diesem Hintergrund sowie unter Berücksichtigung der Nähe des Standortes zu den bereits vorhandenen Wohnbebauungen und zum Netto Lebensmitteldiscounter auf der Gemarkung Urbar ist die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes auf dem Standort des heutigen Kasernengeländes in dem beschriebenen Bereich aus gutachterlicher Sicht zu empfehlen. Dabei ist dieser Potenzialfläche der Vorzug zu geben vor der Potenzialfläche Niederberger Höhe.



**Bewertungskatalog Analysefläche Immendorfer Straße**

<b>Lage</b>	integrierte Lage mit Wohngebietsanschluss, außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches
<b>aktuelle Nutzung</b>	Grünfläche / Spielplatz
<b>Umfeldnutzung (Erdgeschoss)</b>	Wohnen, Wallfahrtskirche mit anschließendem Pfarrhaus, Grundschule, Schrebergärten, Musikschule, Leerstand, Dienstleistung (Friseur), Gastronomie, Parkplatz
<b>Erreichbarkeit</b>	Erschließung erfolgt voraussichtlich über die Immendorfer Straße
<b>Innenstadtanbindung / Einsehbarkeit</b>	Standort ist von der Immendorfer Straße aus einsehbar, durch die rückwärtige Lage zur Pfarrer-Kraus-Straße (Haupteinkaufslage) ist gegenwärtig keine direkte Anbindung an den Ortskern von Arenberg gegeben, auch Sichtbeziehungen sind nicht vorhanden
<b>Bewertung / mögliche Nutzungen</b>	Aufgrund der verkehrlichen Gegebenheiten, der rückwärtigen Lage und im Vergleich mit dem Standortbereich Niederberger Höhe ist die Entwicklungsfläche Immendorfer Straße für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes nur bedingt geeignet.

## 11. Versorgungsraum 11 Stadtteile Pfaffendorf, Pfaffendorfer Höhe, Horchheim, Horchheimer Höhe

<b>Stadtteil Pfaffendorf</b>	
<b>Einwohner Stadtteil:</b>	2.865 (Stand: 31.12.2014)
<b>strukturprägende Einzelhandelsbetriebe</b>	
▪ größer 400 m <sup>2</sup> VK	-
▪ bis unter 400 m <sup>2</sup> VK	Ihre Kette – nah & gut (FG)
<b>weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe</b>	Getränke (FG), Bäckerwaren (FG), Fleischerwaren (FG), Apotheke (FG), Schreibwaren (FG, mit Postagentur), Mode (FG)
<b>Beschreibung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ lediglich rudimentäres Nahversorgungsangebot (Ihre Kette, Bäckerei, Metzgerei, Apotheke, Schreibwaren) vorhanden, ergänzt durch ein wenige weitere kleinflächige Fachgeschäfte und Komplementärnutzungen</li> <li>▪ im Wesentlichen bandartiger Geschäftsbesatz entlang der Emser Straße, jedoch ohne Zentrumscharakter</li> <li>▪ Einwohnerpotenzial zusammen mit den ebenfalls unterversorgten Stadtteilen Pfaffendorfer Höhe, Horchheim und Horchheimer Höhe für Ansiedlung eines modernen Lebensmittelmarktes grundsätzlich ausreichend, insbesondere wenn ehemalige Gneisenau-Kaserne für Wohnen umgenutzt wird; bislang übernehmen v. a. auch Lebensmittelmärkte in Lahnstein (Globus / Aldi / Lidl) wesentliche Versorgungsfunktionen</li> </ul>
<b>Entwicklungspotenziale und Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Sicherung der vorhandenen nahversorgungsrelevanten Angebote</li> <li>➤ Prüfung der Ansiedlung eines zeitgemäßen Lebensmittelmarktes an der Horchheimer Höhe für den Fall, dass die ehemalige Gneisenau-Kaserne für Wohnen umgenutzt wird (s. Bewertung nächste Seiten)</li> </ul>

### Stadtteil Pfaffendorfer Höhe

**Einwohner Stadtteil:** 2.776 (Stand: 31.12.2014)

#### strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

- größer 800 m<sup>2</sup> VK -
- 400 bis unter 800 m<sup>2</sup> VK Penny (DIS)
- bis unter 400 m<sup>2</sup> VK Ihre Kette – nah & gut (FG)

**weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe** Getränke (FG), Bäckereien (FG), Blumen (FG), Zeitschriften (FG)

- Beschreibung**
- wesentliche Angebote der Nahversorgung (Lebensmittel, Bäckerei, Blumen, Zeitschriften) mit Ausnahme einer Apotheke vorhanden
  - Solitärstandort des Penny Lebensmitteldiscounters am Ellingshohl mit den ergänzenden Nutzungen ohne Zentrumscharakter
  - Einwohnerpotenzial zusammen mit den ebenfalls unterversorgten Stadtteilen Pfaffendorf, Horchheim und Horchheimer Höhe für Ansiedlung eines modernen Lebensmittelmarktes grundsätzlich ausreichend; bislang übernehmen v. a. auch Lebensmittelmärkte in Lahnstein (Globus / Aldi / Lidl) wesentliche Versorgungsfunktionen

- Entwicklungspotenziale und Ziele**
- Sicherung der vorhandenen nahversorgungsrelevanten Angebote; u. a. Prüfung der Erweiterungsmöglichkeiten für Penny
  - Prüfung der Ansiedlung eines zeitgemäßen Lebensmittelmarktes an der Horchheimer Höhe für den Fall, dass die ehemalige Gneisenau-Kaserne für Wohnen umgenutzt wird (s. Bewertung nächste Seiten)

### Stadtteil Horchheim

**Einwohner Stadtteil:** 3.269 (Stand: 31.12.2014)

#### strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

- größer 400 m<sup>2</sup> VK -
- bis unter 400 m<sup>2</sup> VK -

**weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe** Naturkost (FG), Bäckereien (FG), Metzgereiwaren (FG), Drogeriewaren (FG), Apotheke (FG), Blumen (FG), Zeitschriften (FG)

- Beschreibung**
- lediglich kleinteiliges Angebote der Nahversorgung (Lebensmittel, Bäckerei, Metzgerei, Drogerie, Apotheke, Blumen, Zeitschriften) vorhanden, ergänzt durch zwei Betriebe des langfristigen Bedarfsbereichs sowie Dienstleistungen und Gastronomie
  - im Wesentlichen bandartiger Geschäftsbesatz entlang der Emser Straße ohne Zentrumscharakter
  - Einwohnerpotenzial zusammen mit den ebenfalls unterversorgten Stadtteilen Pfaffendorf, Pfaffendorfer Höhe und Horchheimer Höhe für Ansiedlung eines modernen Lebensmittelmarktes grundsätzlich ausreichend, insbesondere wenn ehemalige Gneisenau-Kaserne für Wohnen umgenutzt wird; bislang übernehmen v. a. auch Lebensmittelmärkte in Lahnstein (Globus / Aldi / Lidl) wesentliche Versorgungsfunktionen

- Entwicklungspotenziale und Ziele**
- Prüfung der Ansiedlung eines zeitgemäßen Lebensmittelmarktes an der Horchheimer Höhe für den Fall, dass die ehemalige Gneisenau-Kaserne für Wohnen umgenutzt wird (s. Bewertung nächste Seiten)

<b>Stadtteil Horchheimer Höhe</b>	
<b>Einwohner Stadtteil:</b>	2.054 (Stand: 31.12.2014)
<b>strukturprägende Einzelhandelsbetriebe</b>	
▪ größer 400 m <sup>2</sup> VK	-
▪ bis unter 400 m <sup>2</sup> VK	Der Vorstadt-Laden (FG)
<b>weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe</b>	Apotheke (FG)
<b>Beschreibung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ nur ausschnittsweises Angebot der Nahversorgung (Lebensmittel, Apotheke) vorhanden; Rückzug der Bäckerei / Post und des Blumenladens seit 2008 / 2009</li> <li>▪ Beschränkung der Angebote auf ein wohngebietsintegriertes kleines Nahversorgungszentrum mit überdachter Ladenzeile, das in die Jahre gekommen ist und spürbare Trading-Down-Tendenzen zeigt</li> <li>▪ Einwohnerpotenzial zusammen mit den ebenfalls unterversorgten Stadtteilen Pfaffendorfer Höhe, Horchheim und Horchheimer Höhe für Ansiedlung eines modernen Lebensmittelmarktes grundsätzlich ausreichend, insbesondere wenn ehemalige Gneisenau-Kaserne für Wohnen umgenutzt wird; bislang übernehmen v. a. auch Lebensmittelmärkte in Lahnstein (Aldi / Lidl) wesentliche Nahversorgungsfunktionen</li> </ul>
<b>Entwicklungspotenziale und Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Prüfung der Ansiedlung eines zeitgemäßen Lebensmittelmarktes an der Horchheimer Höhe für den Fall, dass die ehemalige Gneisenau-Kaserne für Wohnen umgenutzt wird (s. Bewertung nächste Seiten)</li> <li>➤ Inwertsetzung und Nachnutzung leer stehender Ladenlokale und ggf. Umnutzung</li> </ul>

**Karte 20: Analysefläche Horchheim**



**Stadtteile Pfaffendorf, Pfaffendorfer Höhe, Horchheim, Horchheimer Höhe**



**Bewertungskatalog Analysefläche Alte Heerstraße**

<b>Lage</b>	nördlich bzw. nordwestlich der B 49, nicht integrierte Lage außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches, ohne Wohngebietsanschluss
<b>aktuelle Nutzung</b>	Brachfläche / Grünfläche
<b>Umfeldnutzung (Erdgeschoss)</b>	Grünflächen, Gewerbebetrieb, Soldatenfreizeitheim (Kaserne Gneisenau)
<b>Erreichbarkeit</b>	direkte Anbindung an die Alte Heerstraße, ÖPNV-Haltestelle gegeben
<b>Innenstadtanbindung / Einsehbarkeit</b>	Standort ist von der Alte Heerstraße aus aufgrund des Pflanzenbewuchses nur zum Teil einsehbar, eine Anbindung an einen zentralen Versorgungsbereich ist nicht gegeben
<b>Bewertung / mögliche Nutzungen</b>	Aufgrund der dezentralen Lage und der fehlenden Anbindung an Wohngebiete ist der Bereich als Einzelhandelsstandort ungeeignet. Lediglich im Falle einer Umwidmung des Kasernengeländes zu Wohnnutzungen wäre hier die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes langfristig darstellbar. In diesem Fall wäre jedoch ein Standort auf dem Gelände der ehemaligen Gneisenaukaserne zu bevorzugen.

## Verzeichnisse

### Änderungen im Einzelhandelsbesatz

Über folgende wesentlichen Änderungen im Einzelhandelsbesatz, die zwischen der Bestandsaufnahme durch die GMA im Herbst 2013 und der Beschlussfassung des Konzeptes (voraussichtlich September 2016) eingetreten sind, wurde die Stadtverwaltung im Rahmen der Beteiligungsverfahren informiert. Zur Beschlussfassung des Konzeptes wurde keine erneute vollständige Bestandsaufnahme des Einzelhandels durchgeführt, da diese keine unmittelbaren Auswirkungen auf normativen Aussagen des Konzeptes hat.

Der Globus Koblenz-Bubenheim war bei der Bestandsaufnahme durch die GMA im Herbst 2013 noch nicht eröffnet. Im Einzelhandelsgutachten wurden die Auswirkungen dieses Marktes anhand der Informationen über die Marktgestaltung gemäß Bauantragsunterlagen abgeschätzt und berücksichtigt. - Eröffnung Denn's Biomarkt - Eröffnung Rewe-City - Geschäftsaufgabe der Apotheke in Kesselheim Planungen für einen Supermarkt auf dem Gelände der ehem. Baumschule Diewald

	<b>Seite</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b>	
Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile ausgewählter Betriebsformen in Deutschland	3
Abbildung 2: Entwicklung des deutschen Bruttoeinzelhandelsumsatzes	6
Abbildung 3: Nahversorgungsrealität zwischen konträren Anforderungen	9
Abbildung 4: Entwicklungen des Onlinehandels	13
Abbildung 5: Anteil des Onlinehandels am deutschen Einzelhandelsumsatz nach Produktkategorien im Jahr 2013 in Prozent	14
Abbildung 6: Einzelhandelsbestand nach Lagen	29
Abbildung 7: Einzelhandelsentwicklung 2008 bis 2013	30
Abbildung 8: Relative Verkaufsflächenausstattung je 1.000 Einwohner	38
Abbildung 9: Einzelhandelszentralität in Koblenz nach Hauptwarengruppen	40
Abbildung 10: Haupteinkaufsort für Waren des täglichen Bedarfs	65
Abbildung 11: Verkehrsmittelwahl zum Haupteinkaufsort für Waren des täglichen Bedarfs	67
Abbildung 12: Einkaufshäufigkeit im eigenen Stadtteil	69
Abbildung 13: Verkehrsmittelwahl beim Einkauf im eigenen Stadtteil	73
Abbildung 14: Einkaufshäufigkeit außerhalb des eigenen Stadtteils	74
Abbildung 15: Einkaufsorientierung bei sonstigen Waren	80

Abbildung 16:	Ziele und Aufbau des Zentrenkonzeptes	84
Abbildung 17:	Wesentliche Bestandteile zentraler Versorgungsbereiche	87
Abbildung 18:	Zentren- und Standortstruktur Koblenz 2015	90
Abbildung 19:	Steuerungsschema Einzelhandelsentwicklung (Übersicht)	104
Abbildung 20:	Standortkonzept – Vorschlag für Zentrenhierarchie	112

### **Kartenverzeichnis**

Karte 1:	Lage der Stadt Koblenz und zentralörtliche Struktur	20
Karte 2:	Einzugsgebiet der Stadt Koblenz	31
Karte 3:	Räumliche Versorgungssituation in der Stadt Koblenz	48
Karte 4:	Übersicht Zentren- und Standortstruktur Koblenz	87
Karte 5:	Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt	112
Karte 6:	Stadtteil Süd – Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich und Nutzungsstruktur 2014	114
Karte 7:	Stadtteil Karthause – Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich und Nutzungsstruktur 2014	117
Karte 8:	Analyseflächen Goldgrube	119
Karte 9:	Rauental – Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich und Nutzungsstruktur 2014	123
Karte 10:	Lützel – Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich und Nutzungsstruktur 2014	126
Karte 11:	Lützel – Abgrenzung Ergänzungsstandort Andernacher Straße und Nutzungsstruktur 2014	127
Karte 12:	Analyseflächen Neuendorf / Wallersheim	129
Karte 13:	Kesselheim – Abgrenzung Ergänzungsstandort Carl-Zeiss-Straße und Nutzungsstruktur 2014	133
Karte 14:	Analyseflächen Rübenach	136
Karte 15:	Bubenheim – Abgrenzung Ergänzungsstandort An der Römervilla und Nutzungsstruktur 2014	143
Karte 16:	Güls – Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich und Nutzungsstruktur 2014	145
Karte 17:	Ehrenbreitstein – Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich und Nutzungsstruktur 2014	147
Karte 18:	Asterstein – Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich und Nutzungsstruktur 2014	149
Karte 19:	Analyseflächen Niederberg / Arenberg / Immendorf	153
Karte 20:	Analysefläche Horchheim	160

### Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Veränderung der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel	7
Tabelle 2:	Standortanforderungen der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)	7
Tabelle 3:	Die größten Drogeriemarktanbieter in Deutschland	10
Tabelle 4:	Einwohner nach Stadtteilen	23
Tabelle 5:	Einzelhandelsbestand nach Branchen	25
Tabelle 6:	Einzelhandelsbestand nach Stadtteilen	27
Tabelle 7:	Kaufkraft nach Branchen	35
Tabelle 8:	Personenmerkmale der telefonischen Haushaltsbefragung	64
Tabelle 9:	Die häufigsten drei vermissten Angebote im eigenen Stadtteil	77
Tabelle 10:	Einzelhandelsbestand im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt	115

### Übersichtsverzeichnis

Übersicht 1:	Branchenbezogene Entwicklungspotenziale	41
Übersicht 2:	Wesentliche Träger der Nahversorgung und Einordnung der Nahversorgungsfunktion (i. S. der fußläufigen Erreichbarkeit)	47
Übersicht 3:	Bewertung der Nahversorgungssituation in den Stadtteilen Altstadt und Mitte	52
Übersicht 4:	Bewertung der Nahversorgungssituation in den Stadtteilen Süd, Oberwerth und Stolzenfels	53
Übersicht 5:	Bewertung der Nahversorgungssituation in den Stadtteilen Karthause Nord, Karthäuserhofgelände und Karthause Flugfeld	54
Übersicht 6:	Bewertung der Nahversorgungssituation in den Stadtteilen Goldgrube und Rauental	56
Übersicht 7:	Bewertung der Nahversorgungssituation in den Stadtteilen Moselweiß und Lay	57
Übersicht 8:	Bewertung der Nahversorgungssituation in den Stadtteilen Lützel, Neuendorf, Wallersheim und Kesselheim	58
Übersicht 9:	Bewertung der Nahversorgungssituation in den Stadtteilen Metternich, Rübenach und Bubenheim	59
Übersicht 10:	Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Güls	60
Übersicht 11:	Bewertung der Nahversorgungssituation in den Stadtteilen Ehrenbreitstein, Asterstein und Arzheim	61
Übersicht 12:	Bewertung der Nahversorgungssituation in den Stadtteilen Niederberg, Arenberg und Immendorf	62

---

Übersicht 13:	Bewertung der Nahversorgungssituation in den Stadtteilen Pfaffendorf, Pfaffendorfer Höhe, Horchheim und Horchheimer Höhe	63
Übersicht 14:	Kriterienkatalog zur Einstufung zentraler Versorgungsbereiche in Koblenz	89
Übersicht 15:	Übersicht Ergänzungsstandorte	92
Übersicht 16:	Kriterien der Innenstadtrelevanz	97
Übersicht 17:	Koblenzer Sortimentsliste	99