

EINZELHANDELSKONZEPT für die Stadt Rheinberg

-Fortschreibung-



Einzelhandelskonzept für die Stadt Rheinberg - Fortschreibung -

Im Auftrag der Stadt Rheinberg

ENTWURF

Eva Stubert
Stefan Kruse

**Junker
+ Kruse**
Stadtforschung
Planung

Markt 5 - 44137 Dortmund
Telefon: 02 31-55 78 58-0 Fax: 02 31-55 78 58-50
www.junker-kruse.de info@junker-kruse.de

November 2018

Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit verzichten wir darauf, stets männliche und weibliche Schriftformen zu verwenden. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich Frauen und Männer angesprochen.

Der Endbericht sowie die Entwurfsvorlagen unterliegen dem Urheberrecht (§ 2 Absatz 2 sowie § 31 Absatz 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte). Soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart wurde, sind Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung (auch auszugsweise) nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt.

Inhaltsverzeichnis

1	Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung.....	7
2	Methodische Vorgehensweise	9
2.1	Angebotsanalyse	9
2.2	Nachfrageanalyse	16
2.3	Städtebauliche Analyse	17
2.4	Prozessbegleitung	19
3	Nachfrageseitige Rahmenbedingungen	21
3.1	Standortrelevante Rahmenbedingungen.....	21
3.2	Einzugsgebiet des Einzelhandels in Rheinberg.....	24
3.3	Kaufkraftpotenzial in Rheinberg	26
4	Aktuelle Angebotssituation in Rheinberg	29
4.1	Eckdaten des Einzelhandels in Rheinberg.....	29
4.2	Angebotsstruktur des Einzelhandels in Rheinberg.....	34
4.3	Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Rheinberg.....	40
4.3.1	Die Rheinberger Innenstadt	41
4.3.2	Weitere Angebotsschwerpunkte in Rheinberg	46
4.4	Wohnungsnahе Grundversorgung in Rheinberg.....	56
4.5	Fazit der aktualisierten Angebots- und Nachfrageanalyse.....	62
5	Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Rheinberg	65
6	Fortschreibung des Leitbilds und der Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes für Rheinberg	74
6.1	Fortschreibung des übergeordneten Entwicklungsleitbilds	74
6.2	Fortschreibung der Ziele zur Einzelhandelsentwicklung.....	76
6.3	Fortschreibung des räumlichen Standortstrukturmodells	80

7	Entwicklungsbereiche des Einzelhandels in Rheinberg	86
7.1	Zentrale Versorgungsbereiche	86
7.1.1	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Rheinberg	89
7.1.2	Zentraler Versorgungsbereich Ergänzungsbereich Bahnhofstraße	92
7.1.3	Ehemalige Ortsteil- bzw. Nahversorgungszentren	95
7.2	Sonderstandorte des Einzelhandels in Rheinberg	95
7.3	Integrierte solitäre Standorte zur Nahversorgung	98
7.4	Weitere Angebotsstandorte in Rheinberg	102
8	Fortschreibung der Rheinberger Sortimentsliste	103
9	Ansiedlungsregeln zur Einzelhandelsentwicklung	113
9.1	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten.....	114
9.2	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten	118
9.3	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten	121
9.4	Prüfschema zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung	124
Anhang	126
Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe		128

1 Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung

Die Stadt Rheinberg verfügt über ein gesamtstädtisches Einzelhandelskonzept, das vom Büro Junker und Kruse erarbeitet und 2006 vom Rat der Stadt Rheinberg beschlossen wurde.

Ein solches konsensfähiges Einzelhandelskonzept stellt eine unverzichtbare Grundlage für sachgerechte Planungen zur Steuerung des Einzelhandels sowie zur Beurteilung und Abwägung von (insbesondere großflächigen) Einzelhandelsvorhaben dar. Zum einen erleichtert es der Stadt Rheinberg, frühzeitig mögliche Auswirkungen einzelner Planvorhaben bzw. Standortentscheidungen auf die Versorgungsstrukturen im Stadtgebiet einschätzen zu können und dient Stadtverwaltung und Politik der Stadt Rheinberg so als fundierte Bewertungsgrundlage und Orientierungshilfe für sachgerechte Grundsatzentscheidungen im Zusammenhang mit einzelhandelspezifischen Stadtentwicklungsfragestellungen.

Zum anderen zeigt das Konzept (insbesondere baurechtliche) Handlungsnotwendigkeiten zur Schaffung von geeigneten städtebaulichen Rahmenbedingungen für die stadtentwicklungspolitisch gewünschte Einzelhandelsentwicklung auf und stellt vor diesem Hintergrund eine bedeutende Argumentations- und Begründungshilfe im Rahmen der bauleitplanerischen Umsetzung dieser Zielsetzungen dar.

Eine bedeutsame Grundlage des Einzelhandelskonzepts – sowohl für die Bewertung der Ist-Situation, aber auch für die Herleitung der Schlussfolgerungen und Empfehlungen – ist das empirische Grundgerüst des Konzepts. Seit der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes 2006 haben Veränderungen in der Rheinberger Einzelhandelslandschaft stattgefunden und es werden verschiedene Einzelhandelsprojekte bzw. Ansiedlungsanfragen im Stadtgebiet diskutiert.

Doch nicht nur die Rheinberger Einzelhandelslandschaft erfährt Veränderungen, auch die rechtlichen Rahmenbedingungen auf Bundes- (BauGB-Novellen) wie auf Landesebene (Landesentwicklungsplan NRW – in Kraft getreten im Februar 2017 - (LEP NRW) Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel) mit neuen Zielen und Grundsätzen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels in NRW) sowie die darauf reflektierende Rechtsprechung haben sich weiterentwickelt¹.

Aus diesen nachvollziehbaren Gründen hat der Rat der Stadt Rheinberg das Planungsbüro Junker + Kruse, Stadtforschung Planung mit einer aktuellen Einzelhandelsbestandsaufnahme sowie der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts beauftragt.

Diese Untersuchung soll – unter Berücksichtigung aktueller rechtlicher, demographischer und städtebaulicher Rahmenbedingungen als auch betrieblicher Anforderungen – einzelhandelspezifische Entwicklungserfordernisse und -grenzen aufzeigen sowie darauf aufbauende Strategien für die zukünftige Steuerung und Entwicklung des Einzel-

¹ zahlreiche Urteile (OVG und BVerwG) zum Themenkomplex der Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung, u. a. Urteil des Oberverwaltungsgerichtes NRW vom 19.06.2008 (OVG NRW 7 A 1392/07), bestätigt durch das Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 17.12.2009 (BVerwG 4 C 2.08); Urteil des Oberverwaltungsgerichtes NRW vom 15.02.2012 (OVG NRW 10 D 32/11.NE)

handels in Rheinberg im Allgemeinen und insbesondere der zentralen Versorgungsbereiche im Speziellen entwickeln. Dabei spielen vor allem die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Rheinberg, wie die Sicherung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt und die Sicherung und Weiterentwicklung einer funktionsfähigen Grundversorgungssituation eine bedeutende Rolle.

Vor allem soll die Fortschreibung des Konzepts auch die Planungs- und Rechtssicherheit für zukünftige Entscheidungen und Verfahren sowohl auf kommunaler wie auch privater Seite erhöhen. Die Stadt Rheinberg erhält mit dem fortgeschriebenen Einzelhandelskonzept in Verbindung mit dem Stadtratsbeschluss ein aktuelles städtebauliches Entwicklungskonzept i. S. d. § 1 (6) Nr. 11 BauGB, welches sie in die Lage versetzt, für den weitaus größten Teil der zukünftigen Anfragen Entscheidungen auf Basis des Einzelhandelskonzepts herbeizuführen und dies auch im möglichen Bauleitplanverfahren zu begründen, ohne für den Einzelfall die städtebauliche Verträglichkeit belegt oder widerlegt zu haben.² Dies wiederum entlastet die Stadt von der häufig strittigen Auseinandersetzung mit einzelfallbezogenen Wirkungsanalysen, die sehr häufig zu anderen Ergebnissen kommen als das jeweilige Einzelhandelskonzept für den betrachteten Standort vorgibt.

Die – auch insbesondere rechtliche – Notwendigkeit (im Sinne der späteren bauleitplanerischen Umsetzung) eines solchen städtebaulichen Konzeptes i.S.v. § 1 (6) Nr. 11 ist in jüngeren Urteilen z.B. des OVG Münster nochmals hervorgehoben worden: Denn „erst solche konzeptionelle Festlegungen, die dann gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB n.F. (früher: § 1 Abs. 5 Satz 2 Nr. 10 BauGB) auch bei der weiteren Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen sind, lassen in aller Regel die Feststellung zu, ob das Angebot bestimmter Warensortimente an bestimmten Standorte in das städtebauliche Ordnungssystem der jeweiligen Stadt funktionsgerecht eingebunden ist.“³

Die vorliegende Fortschreibung umfasst zunächst eine Aktualisierung der angebots- und nachfrageseitigen Datenbasis sowie eine Neubewertung der daraus abgeleiteten Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Rheinberg.

Darauf aufbauend sind die im Jahr **2006 formulierten konzeptionellen Bausteine** des Einzelhandelskonzepts (Zielsetzungen, Standortstruktur, Definition und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, Sortimentsliste sowie Empfehlungen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung) kritisch geprüft und – soweit notwendig – überarbeitet bzw. angepasst worden.

² Urteil des BVerwG vom 26. März 2009 – 4 C 2.07

³ OVG NRW, Urteil vom 30. Januar 2006 - 7 D 8/04.NE; hier Seite 16; vgl. zur Notwendigkeit eines Einzelhandelskonzepts auch OVG NRW, Urteil vom 28. August 2006 - 7 D 112/05.NE

2 Methodische Vorgehensweise

Die vorliegende Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Rheinberg stützt sich sowohl auf die Ergebnisse aktueller primärstatistischer Erhebungen wie auch auf sekundärstatistische Quellen.

- Die **primärstatistischen Erhebungen** bilden im Rahmen der Fortschreibung eine wichtige Datengrundlage und Berechnungsbasis, anhand derer eine sachgerechte und empirisch abgesicherte Beurteilung derzeit aktueller und zukünftig anstehender Einzelhandelsansiedlungen ermöglicht wird. In erster Linie zählt hierzu die erneute flächendeckende Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerstände) im gesamten Rheinberger Stadtgebiet sowie die Erhebung der Dienstleistungsbetriebe in zentralen Bereichen. Es erfolgt an den entsprechenden Stellen ein **Vergleich mit den erhobenen Daten aus dem Jahr 2005**.
- Für die **sekundärstatistischen Daten** wurde auf spezifische Quellen (Pläne, Programme, Veröffentlichungen) zurückgegriffen, die in erster Linie dem interregionalen und intertemporären Vergleich der für die Stadt Rheinberg gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch verschiedene Kennziffern aus dem Bereich der Handelsforschung und hier vor allem die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants, Köln (2017).
- Hinzu kommt eine auf einzelhandelsrelevante Belange ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte**, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Überprüfung der Definitionen und Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO darstellen und somit auch planungsrechtlich zwingend erforderlich sind. Diese städtebauliche Analyse stellt eine qualitative Ergänzung der quantitativen Bausteine dar, so dass sich in der Gesamtschau (Angebotsanalyse, Städtebau und Nachfrageanalyse) ein auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtetes, detailliertes Bild zur Einkaufssituation in Rheinberg ergibt, welches die Grundlage für die Erstellung der konzeptionellen Bausteine darstellt.

2.1 Angebotsanalyse

Bestandserhebung

Zur erneuten Analyse der Angebotssituation wurde im Januar 2017 eine flächendeckende **Vollerhebung des Rheinberger Einzelhandelsbestands** durchgeführt. Die Vollerhebung basiert auf einer Begehung des gesamten Stadtgebiets bei gleichzeitiger Bestandsaufnahme und Kartierung der Einzelhandelsbetriebe. Im Rahmen der Vollerhebung wurde die Verkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Einzelsortimenten aufgenommen. Weiterhin wurde durch eine Kartierung die räumliche Verortung und Lagezuordnung vorgenommen.

Im Rahmen dieser Vollerhebung wurden die jeweils geführten Sortimentsgruppen und dazugehörigen Verkaufsflächen der einzelnen Anbieter unter Zuhilfenahme laserge-

stützter Flächenerfassungsgeräte – sofern gestattet – neu erhoben und die räumliche Zuordnung der Geschäfte überprüft.

Der Erhebung liegt folgende **Definition der Verkaufsfläche** zugrunde:

Gemäß dem Urteil vom BVerwG vom 24.11.2005 4 C 10.04 ist bei der Berechnung der Verkaufsfläche die dem Kunden zugängliche Fläche maßgeblich. Hierzu gehören auch Schaufenster, Gänge, Treppen, Kassenzonen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände und Freiverkaufsflächen soweit sie nicht nur vorübergehend zum Verkauf genutzt werden.

- Auch zur Verkaufsfläche sind diejenigen Bereiche zu zählen, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für ihn sichtbar ausliegt (Käse-, Fleisch- und Wursttheke etc.) und in dem das Personal die Ware zerkleinert, abwiegt und verpackt.
- Ebenso zählen dazu die Flächen des Windfangs und des Kassenvorraums (einschließlich eines Bereiches zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials).
- Flächen für die Pfandrücknahme sind gemäß aktueller Rechtsprechung (Urteil OVG NRW (AZ 7 B 1767/08) vom 06. Februar 2009) der Verkaufsfläche zuzurechnen soweit sie dem Kunden zugänglich sind. Für Kunden unzugängliche Lagerräume für Pfandgut gehören nicht zur Verkaufsfläche.
- Nicht zur Verkaufsfläche sind diejenigen Flächen zu zählen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige Vorbereitung (Portionierung etc.) erfolgt sowie die (reinen) Lagerflächen. Abstellflächen für Einkaufswagen gehören, soweit sie außerhalb des Gebäudes gelegen sind, laut dem Urteil des OVG NRW (AZ 7 B 1767/08) vom 06. Februar 2009 grundsätzlich nicht zur Verkaufsfläche.

Eine solche primärstatistische Erhebung ist als wichtige Datenbasis und fundierte Bewertungsgrundlage zwingend erforderlich. Insbesondere mit Blick auf die jüngere Rechtsprechung zum Thema Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung ist eine sehr dezidierte Bestandserfassung erforderlich. So müssen insbesondere auch relevante Nebensortimente erfasst werden, die neben den klassischen Kernsortimenten zentrenprägende Funktionen einnehmen können. Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden daher einzelne Sortimente (auf der Basis eines etwa 50 Sortimente umfassenden Erhebungsschlüssels) differenziert erfasst und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen ermittelt.

In der sich anschließenden Auswertung wurden die Sortimentsgruppen den in der folgenden Tabelle dargestellten 17 Warengruppen zugeordnet.

Tabelle 1: Sortimentspezifische Erhebungssystematik Junker + Kruse

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Erläuterung
überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe		
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel	<u>Nahrungs- und Genussmittel</u> , dazu zählen Backwaren (wenn keine Bäckerei), Feinkost, Fisch, Fleisch (wenn keine Metzgerei), Getränke (in Lebensmittelläden, Tankstelle, Kiosk), Kaffee, Obst und Gemüse, sonstige Lebensmittel, Süßwaren, Tabakwaren, Tee, Wein/Sekt/Spirituosen
	Backwaren/Konditoreiwaren	<u>Backwaren/Konditoreiwaren</u> in Bäckereien
	Fleischwaren	<u>Fleisch- und Metzgereiwaren</u> in Metzgereien
	Getränke	<u>Getränke</u> inkl. Wein/Sekt/Spirituosen im Getränkemarkt
Blumen (Indoor)/Zoo	Blumen	<u>Schnittblumen</u> (exkl. Topf- und Zimmerpflanzen)
	Topfpflanzen/Blumentöpfe und Vasen (Indoor)	<u>Topf- und Zimmerpflanzen</u> für die Innennutzung, Zimmergestecke, <u>Blumentöpfe und Vasen</u> für die Innennutzung
	Zoologische Artikel	<u>Zoologische Artikel</u> (zoologische Gebrauchsartikel, Tierfutter in Großbinden, Reinigungs-, Pflege und Hygienemittel)/ <u>lebende Tiere</u> (Heim- und Kleintiere, Tiere für Aquarien und Terrarien)
	Heim- und Kleintierfutter	<u>Tierfutter</u> für Haustiere (z.B. Hund, Katze, Hamster, Wellensittich)
Gesundheit und Körperpflege	Pharmazeutische Artikel	<u>Rezeptfreie und -pflichtige Arzneimittel</u>
	Drogeriewaren	<u>Drogerie- und Körperpflegeartikel</u> , Wasch-, Putz-, Pflege- und Reinigungsmittel etc., Kosmetikartikel und Parfümeriewaren
Papier/Büroartikel/Schreibwaren/ Zeitungen/Zeitschriften /Bücher	Bücher	<u>Bücher</u> inkl. Antiquariat (Handel mit alten und gebrauchten Büchern)
	Papier/Büroartikel/Schreibwaren	<u>Papier/Büroartikel/Schreibwaren</u> auch <u>Büromaschinen</u> (Aktivenrichter, Beschriftungssysteme, Bindegeräte, Diktiergeräte, Falzmaschinen, Kopiergeräte, Schreibmaschinen, Tisch- und Taschenrechner)
	Zeitungen/Zeitschriften	
überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe		
Bekleidung	Bekleidung	<u>Bekleidung</u> , dazu zählen Damen-, Herren- und Kinderoberbekleidung, Bademoden, Berufsbekleidung, Hüte/Mützen, Miederwaren, Motorradbekleidung, Pelz- und Lederbekleidung, Socken/Strümpfe, Wäsche
	Handarbeitswaren/Kurzwaren/Meterware/Wolle	<u>Handarbeitswaren/Kurzwaren/Meterware/Wolle</u> (Knöpfe, Nadeln, Reißverschlüsse, Schnallen, Zwirne, Stoffe, Leder etc.)
Schuhe/Lederwaren	Schuhe	<u>Schuhe</u> (ohne Sportschuhe) und Schuhpflegemittel
	Lederwaren/Taschen/Koffer/Regenschirme	
Glas, Porzellan, Keramik/ Haushaltwaren	GPK/Haushaltwaren	<u>Glas/Porzellan/Keramik</u> (keramische Erzeugnisse und Glaswaren wie Geschirr aus Porzellan, Steingut, Steinzeug und Glas). <u>Haushaltwaren</u> (Besen und Bürsteware, Besteck, Eimer, Kehrblech, Küchenartikel, Küchen- und Haushaltsbehälter, Messbecher, Messer, Pfannen, Scheren, Töpfe, Wäscheständer und -körbe, Kerzen, Servietten u.a.).
Spielwaren/Hobbyartikel	Hobbyartikel	<u>Künstlerartikel/Bastelzubehör</u> (Bastel- und Malutensilien wie Acryl-, Aquarell-, Oel- und Wasserfarben, Bastelmaterial, Klebstoff, Pinsel, Malblöcke, Staffeleien etc.), <u>Sammlerbriefmarken und -münzen</u>

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Erläuterung
Sport und Freizeit	Musikinstrumente und Zubehör	<u>Musikinstrumente und Zubehör</u> (Instrumentenkoffer, Noten, Notenständer, Pflegemittel etc.)
	Spielwaren	<u>Spielwaren</u> (inkl. Modellbau, Modelleisenbahnen und Zubehör)
	Angler-, Jagdartikel und Waffen	
	Campingartikel	<u>Campingartikel</u> dazu gehören Campingkocher, Campingmöbel, Isomatten, Schlafsäcke, Zelte
	Fahrräder und technisches Zubehör	<u>Fahrräder und technisches Zubehör</u> (inkl. Fahrradanhänger, Fahrradhelme, Fahrradkörbe, Felgen, Kabel und sonstiges Kleinmaterial für Fahrräder, Lichtsysteme, Mantel, Sattel, Schlauch, Tachometer)
	Sportartikel	<u>Sportartikel/-kleingeräte</u> dazu zählen Bälle, Bandagen, Boxhandschuhe, Boxsäcke, Dartboards & Zubehör, Fahnen, Fanartikel, Flossen, Gewichte, Gymnastikmatten, Hanteln, Hantelstangen, Helme, Herzfrequenzmessgeräte, Inlineskates und Zubehör, Pokale/Sportpreise, Reitsportartikel, Schläger, Schlitten, Schlittschuhe, Schwimmbrillen, Skateboards, Skier, Snowboards, Springseile, Stepper, Stöcke, Stutzen, Tauchermasken, Trikots, Trinkflaschen, Waveboards
Sportbekleidung und Sportschuhe	<u>Sportbekleidung</u> (inkl. Reitsportbekleidung)/ <u>Sportschuhe</u>	
Sportgroßgeräte	<u>Sportgroßgeräte</u> dazu zählen Billardtische, Crosstrainer, Ergometer, Fitnessstationen, Fußball-, Hockey- oder Handballtore, Großhanteln, Hantelbänke, Heimtrainer, Kickertische, Laufbänder, Trampolin, Turnmatten, Schlauchboote, Boote und Zubehör (im Fachhandel mit Sportbooten, Yachten)	
überwiegend langfristige Bedarfsstufe		
Wohneinrichtung	Bettwaren	<u>Bettwaren</u> (umfasst Schlafdecken, Ober- u. Unterbetten, Kopfkissen, Steppdecken, Bettfedern, Daunen, Matratzenschoner)
	Matratzen	
	Heimtextilien, Gardinen/Dekostoffe	<u>Heimtextilien</u> : Bettwäsche, Haus- und Tischwäsche (darunter Hand-, Bade-, Geschirr- u. Gläsertücher, Tischdecken und -tücher) <u>Gardinen</u> : Fertiggardinen, Gardinstoffe, Vorhänge, Plissees, Stoffrollos, Ösen- und Schlaufenschals, Stangen/Schienen/Zubehör für alle Vorgenannten <u>Dekostoffe</u> : einfarbige oder bedruckte Einrichtungsstoffe zum Ausschmücken von Innenräumen wie Stuhl- und Sesselauflagen, Hussen, dekorative Decken und Kissen, Wandbespannungen
	Teppiche (Einzelware)	<u>Abgefasste Einzelteppiche</u>
	Wohndekorationsartikel	Kunstgewerbliche Artikel/Erzeugnisse, Bilder, Bilderrahmen, Kerzenständer, Statuen, Wohnaccessoires, Dekorationsartikel, Ziergegenstände, Kunstblumen und -pflanzen.
Möbel	Möbel	<u>Möbel</u> dazu zählen Antiquitäten, Bad-, Büro-, Küchen- und Wohnmöbel, Gartenmöbel/Polsterauflagen, Latenroste
Elektro/Leuchten	Elektrogroßgeräte	<u>Elektrogroßgeräte</u> dazu zählen weiße Ware wie Kühl- und Gefrierschrank, Kühltruhe, Herd, Backofen, Waschmaschine, Trockner etc.
	Elektrokleingeräte	<u>Elektrokleingeräte</u> dazu zählen elektrische Küchen- und Haushaltsgeräte (Kaffeemaschine, Wasserkocher, Mikrowelle, Mixer, Toaster, Föhn, Rasierapparat, Staubsauger etc.)
	Lampen/Leuchten/Leuchtmittel	<u>Lampen/Leuchten/Leuchtmittel</u> (Wohnraumleuchten wie Wand-, Decken-, Stand- und Tischleuchten einschl. Zubehör)
Elektronik/Multimedia	Elektronik und Multimedia	<u>Bild- und Tonträger</u> (Musik- und Film-CD's/DVD's), <u>Computer und Zubehör</u> (Computer, Notebook, Drucker, Scanner, Monitor, Tastaturen, Mouse, Speicher-

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Erläuterung
		medien [CD/DVD-Rohlinge, USB-Sticks], Festplatten, Gehäuse, Grafik- und Soundkarten, Computerkabel und -adapter, Kühler & Lüfter, Laufwerke, Modems, Prozessoren, Tintenpatronen, Toner, Software), <u>Fotoartikel</u> (Fotoapparate, Digitalkameras und Fotozubehör), <u>Telekommunikation und Zubehör</u> (Telefone, Handys, Smartphones, Faxgeräte und Zubehör), <u>Unterhaltungselektronik und Zubehör</u> (Fernseher, Radio, HiFi-Geräte, Satelliten-Schüssel, Receiver, DVD-Player etc.).
Medizinische und orthopädische Artikel	medizinische und orthopädische Artikel	<u>Hörgeräte, Optik/Augenoptik, Sanitätsartikel</u>
Uhren/Schmuck	Uhren/Schmuck	
Baumarktsortimente	Bauelemente/Baustoffe	<u>Bauelemente/Baustoffe</u> dazu zählen Baumaterialien und -elemente aus Metall, Glas, Stein, Styropor oder Kunststoff, Dämmstoffe, Holz (Schnittholz, Holzfaser-, Holzspanplatten, Bauelemente aus Holz), Fenster, Türen, Tore, Saunen, Baustoffe (u.a. Isoliermaterialien, Steinzeug, Glas, Sand, Zement, Bautenschutz, Folien), Flachglas, Zäune/Zaunsysteme
	baumarktspezifisches Sortiment	Anstrichmittel (Farben und Lacke, Polituren, Mattierungen, Tapetenablösemittel und -kleister, Klebstoffe, Klebemörtel, Kitte, Holz- und Brandschutzmittel, Malerpinsel und -bürsten), Baugeräte- und behälter (Leitern, Handtransportgeräte, Lager- und Transportbehälter), Bodenbeläge (Kork-, Laminat-, Parkett- und PVC-Beläge sowie Teppichbeläge [Auslegware] inkl. Reinigungs- und Pflegemittel), Eisenwaren und Beschläge (Schrauben, Nägel, Metallbeschläge, Scharniere, Schlösser, Schlüssel), Elektrotechnisches Zubehör und Elektroinstallationsmaterial (Batterien, Kabel, Schalter, Steckdosen, Sicherungen, elektr. Bauteile, elektr. Mess-, Prüf-, Regel- und Steuerungsgeräte, Elektroinstallationschränke, Fliesen, Heizungs- und Klimageräte, Installationsartikel (für Gas, Wasser, Heizung und Klimatechnik), Kamine / Kachelöfen, Maschinen / Werkzeuge, Rollläden / Markisen, Rollos, Sanitärartikel (Armaturen, Bad- und WC-Keramik wie Spülbecken, Dusch- und Badewannen, Duschabtrennungen), Tapeten, Werkstatteinrichtungen.
Gartenmarktsortimente	Gartenartikel und -geräte	<u>Gartenartikel und -geräte</u> (Blumenerde, Erden, Torf, Mulch, Bewässerungssysteme, Düngemittel, Garten- und Gewächshäuser, Teichbauelemente und -zubehör, Gartenwerkzeug wie z.B. Schaufeln, Harken, Scheren, Gartenmaschinen wie z.B. Garten- und Wasserpumpen, Hochdruckreiniger, Laubsauger, Motorsäge, Rasenmäher und -trimmer, Vertikutierer, Grill und -zubehör, Pflanzenschutzmittel, Regentonnen, Schläuche, Spielgeräte für Garten und Spielplatz), <u>Pflanzgefäße/Terrakotta (Outdoor)</u> wie z.B. Übertöpfe, Pflanzschalen und -behälter etc.
	Pflanzen/Samen	<u>Pflanzen/Samen</u> dazu zählen abgetropfte und preislich ausgezeichnete Beet- und Gartenpflanzen (Wasserpflanzen, Stauden, Wurzelstöcke, Gehölze, Sträucher, Schnittgrün, Blattwerk, Zweige, Weihnachtsbäume), Saatgut, Zwiebeln und Knollen von Pflanzen/Blumen für den Privatgebrauch
Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör	Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör	<u>Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör</u> ; inkl. Autokindersitze, Vorzelte, Wohnwagenheizungen
Sonstiges	Aktionswaren	Bei Lebensmitteldiscountern und Tchibo
	Erotikartikel	
	Kinderwagen	

Quelle: eigene Zusammenstellung

Die in Anlehnung an die vorstehende Tabelle durchgeführte flächendeckende Vollerhebung des Rheinberger Einzelhandels im gesamten Stadtgebiet stellt eine wesentliche Grundlage zur Aktualisierung der Analyse und Neubewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebotes sowie deren Veränderung gegenüber der letzten Vollerhebung aus dem Jahr 2005 dar.

Auf Basis der Verkaufsflächendaten der Einzelhandelsbetriebe sowie der im Rahmen der städtebaulichen Analyse durchgeführten räumlichen Einordnung der Betriebe in verschiedene Lagekategorien können die absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen ermittelt werden, die in die zukünftigen Handlungserfordernisse und planungsrelevanten Aussagen einfließen. Gleichzeitig ist diese detaillierte Vorgehensweise im Hinblick auf die im Rahmen dieses Konzeptes zu erstellende ortstypische Sortimentsliste zwingend geboten (vgl. Kapitel 8).

Im Rahmen der Erhebung wurden die Einzelhandelsbetriebe den Lagekategorien zentrale Bereiche, städtebaulich integrierte (Solitär-)Lagen und städtebaulich nicht integrierte Lagen zugeordnet, deren Merkmale in der nachstehenden Tabelle 2 erläutert werden:

Tabelle 2: Definition von Lagekategorien

<p>Zentrale (Versorgungs)Bereiche</p> <p>Zentrale Lagen zeichnen sich durch städtebauliche und funktionale Kriterien aus. Sie besitzen eine Versorgungsfunktion für ein über den unmittelbaren Nahbereich hinaus gehendes Einzugsgebiet. Kennzeichnend ist in der Regel eine Multifunktionalität, d. h. Mischung von unterschiedlichen Nutzungen wie Einzelhandel und Dienstleistungen, aber auch Gastronomie, Kultur und Freizeit sowie unterschiedlicher Betriebsformen und -größen. Zentrale Versorgungsbereiche sind schützenswert im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO. (siehe auch weitergehende Erläuterungen im Glossar)</p>	<p>Beispiel: Innenstadt</p> 
<p>Städtebaulich integrierte (Solitär-)Lage</p> <p>Eine Legaldefinition des Begriffs der „integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Rheinberger Einzelhandelskonzepts werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der Stadt Rheinberg integriert und weitestgehend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sind, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreichen, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Dabei werden auch teilintegrierte Standorte, die nicht vollständig von Wohnbebauung umgeben sind, in dieser Kategorie erfasst: Konkret wurden alle Standorte als integriert eingestuft, deren direktes Umfeld in mehr als zwei Himmelsrichtungen von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren wie Autobahnen oder Bahngleise den Standort von der Wohnbebauung separieren.</p>	<p>Beispiel: Annastraße/Penny</p> 

Städtebaulich nicht integrierte Lage

Die nicht integrierte Lage umfasst sämtliche Standorte, die nicht oder nur in geringem Maße im Zusammenhang mit der Wohnbebauung stehen, z.B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfallstraßen bzw. Bundesstraßen und autokundenorientierten Standorten (z. B. in Gewerbegebieten).

Beispiel: Xantener Straße/Moerser Straße

Quelle: eigene Zusammenstellung

Umsatzberechnung

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsatzdaten des Rheinberger Einzelhandels werden nicht nur die ermittelte Verkaufsfläche pro Warengruppe und bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte für einzelne Branchen angesetzt, sondern vielmehr die konkrete Situation vor Ort mit berücksichtigt. Dazu zählen insbesondere die unterschiedliche Flächenproduktivität der Vertriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der detaillierten Angebotsstrukturen in Rheinberg. Diese werden schließlich auf den Verkaufsflächenbestand für die einzelnen Warengruppen hochgerechnet.

Definition „Nahversorgung“

Der Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben zu verschiedenen Lagekategorien kommt insbesondere auch vor dem Hintergrund einer wohnungsnahen Grundversorgung eine hohe Bedeutung zu, die im Rahmen der Einzelhandelsstruktur und kommunalen Daseinsvorsorge einen besonderen Stellenwert einnimmt.

Unter *Nahversorgung* wird hier die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden.

Zu den Gütern des kurzfristigen Bedarfs werden die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflege, Papier/Büroartikel/Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher sowie Blumen (Indoor)/Zoo gezählt (s. o.). Ergänzt werden diese Warengruppen häufig durch weitere eher kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. In der Praxis und somit auch in diesem Einzelhandelskonzept wird als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation einer Stadt insbesondere die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. das Sortiment Lebensmittel herangezogen.

Dabei kann es sehr unterschiedlich ausgestattete Nahversorgungsstandorte geben. Neben einer rein *quantitativen* Betrachtung sind vor allem *räumliche* und *qualitative* As-

pekte (Erreichbarkeit und Betriebsformenmix) von Bedeutung, die ergänzend bei der Bewertung der Angebotssituation berücksichtigt werden. Geht es bei der qualitativen Betrachtung vor allem um die warengruppenspezifische Angebotsstruktur und -vielfalt, wird bei der räumlichen Betrachtung die (fußläufige) Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen.

Die kleinste Einheit der Nahversorgungsstandorte bilden *solitäre Verkaufseinrichtungen* in Wohngebieten, die eine fußläufig erreichbare, wohnstandortnahe Versorgung im Quartier gewährleisten sollen. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben diesbezüglich ein Entfernungsmaß zwischen 500 und 1.000 m als akzeptierte Distanz herausgestellt. Aufgrund der spezifischen Situation und Siedlungsstruktur in Rheinberg wird eine Distanz von ca. 600 m (Isodistanz, GIS gestützt) als kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistancen definiert.

Davon zu unterscheiden sind zentrale Versorgungsbereiche wie beispielsweise *Stadtteil- oder Nahversorgungszentren*, die eine über die reine fußläufige Erreichbarkeit hinausgehende Versorgungsfunktion mit Gütern und Dienstleistungen auf Ebene einzelner Stadtteile oder -bereiche einnehmen. Folgende Sortimente bzw. Dienstleistungsangebote können als relevant für die wohnungsnahe Nahversorgung bezeichnet werden:

Tabelle 3: Angebotsbausteine der Nahversorgung

„idealtypische“ Ausstattung	Nahrungs- und Genussmittel/Lebensmittel Brot und Backwaren Fleisch- und Wurstwaren Getränke Drogerie- und Körperpflegeartikel Apothekerwaren
	Post, Bank Ärzte, Friseur, Lotto
Zusatzausstattung	Spirituosen, Tabakwaren Zeitungen, Zeitschriften Bücher, Schreibwaren Blumen
	Café, Gaststätte Reinigung, Reisebüro

Quelle: eigene Zusammenstellung

2.2 Nachfrageanalyse

Ein zweiter wichtiger Baustein der Grundlagenermittlung ist die Aktualisierung der Nachfragesituation. Sie liefert ein umfassendes Bild über das einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen der Rheinberger Bevölkerung sowie der Region und ermöglicht in der Gegenüberstellung zur Angebotssituation Rückschlüsse über den aktuellen Angebots- und Leistungsstand des Einzelhandels.

Sekundärstatistische Daten

Die modellgestützte Schätzung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft innerhalb von Einzelhandelsgutachten und -analysen zählt zu den Arbeitsschritten, die methodisch

nur unzureichend abgesichert sind. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine Daten und Angaben über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden.

Entsprechende Werte werden u. a. jährlich von der IFH Retail Consultants GmbH, Köln oder der Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung (GfK) Nürnberg herausgegeben. In der vorliegenden Untersuchung wird auf Daten der IFH Retail Consultants GmbH, Köln zurückgegriffen, die in Teilen modifiziert und an den der Erhebung zugrunde gelegten Branchenschlüssel (vgl. dazu Tabelle 1) angepasst wurden.

Diese sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes. Liegt der errechnete Wert unter dem Wert 100 (Bundesdurchschnitt), so ist die Region durch ein um den entsprechenden Prozentsatz niedrigeres Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres Kaufkraftniveau vor.

Kundenherkunftserhebung

Ein wichtiger Baustein zur Betrachtung der Nachfrageseite ist eine Kundenherkunftserhebung zur Bestimmung der räumlichen Ausdehnung des Einzugsbereichs des Einzelhandelsstandorts Rheinberg⁴. Diese Erhebung wurde in Kooperation mit ausgewählten Einzelhändlern in Rheinberg durchgeführt. Hierzu wurden in einem Zeitraum von einer Woche im Februar 2017 in rund 50 exemplarisch ausgewählten Einzelhandelsbetrieben unterschiedlicher Hauptbranche und Größenordnungen in Rheinberg (ausschließlich) der Wohnort (Gemeinde oder Postleitzahl) des jeweils zahlenden Kunden erfasst. Hierdurch ergibt sich eine valide empirische Grundlage, die neben anderen Faktoren in die Bestimmung des aktuellen Einzugsgebiets der Stadt Rheinberg eingeflossen ist (vgl. Kap. 3.2).

2.3 Städtebauliche Analyse

Die städtebauliche Analyse zielt darauf ab, aktuelle Stärken und Schwächen der Versorgungsstandorte in Rheinberg im Kontext der Siedlungsstruktur zu erfassen. Dabei liegt ein Schwerpunkt der Betrachtungen auf den *zentralen Bereichen*. Auch im Einzelhandelskonzept von 2006 sind Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche vorgenommen worden. Insgesamt werden alle vorhandenen (wie auch ggf. neue faktische oder perspektivische) zentralen Versorgungsbereiche anhand einer transparenten und einheitlichen Bewertungsmatrix überprüft und entsprechend abgegrenzt. Und dies auch mit Blick auf die jüngste Rechtsprechung zu diesem Themenkomplex. Grundlage

⁴ Auch 2005 wurde eine Kundenherkunftserhebung im Rahmen der Erstellung des ersten Einzelhandelskonzeptes durchgeführt.

hierfür bildet in jedem Fall auch eine aktuelle städtebauliche Analyse der einzelnen Standortbereiche.

Durch die Lage im Zentrum einer Stadt bzw. eines Stadtteils sind für die Prosperität eines Zentrums neben dem Einzelhandelsprofil auch städtebauliche Belange und die Organisationsstruktur verantwortlich. Für eine tiefgreifende Analyse von Geschäftszentren sind daher insbesondere die Verknüpfung und die wechselseitigen Beeinflussungen der oben beschriebenen Themenbereiche Einzelhandel, Organisation und Städtebau von Belang. Nur dadurch ist auch gewährleistet, dass im abschließenden Schritt, bei der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes, die richtigen Maßnahmen für eine nachhaltige Aufwertung und Qualifizierung der Zentren genannt werden.

Die Kriterien der städtebaulichen Analyse lauten wie folgt:

- Einzelhandelsdichte⁵
- Lage der Einzelhandelsmagneten
- Verteilung der Geschäfte
- Ausdehnung und Kontinuität der Einzelhandelslagen
- Qualität und Erhaltungszustand der Architektur
- Qualität und Erhaltungszustand des öffentlichen Raumes
- Nutzungsmischung mit Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie kulturellen Einrichtungen
- Einkaufsatmosphäre
- Räumliche und funktionale Beziehungen zwischen dem Zentrum und seiner Umgebung
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr

Die städtebauliche Analyse ist ein wichtiger integraler Bestandteil des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Rheinberg. Hierdurch können nicht nur Veränderungen seit der letzten Analyse aus dem Jahr 2006 bewertet werden, sie liefert auch die Grundlage zur Ableitung städtebaulicher Handlungsempfehlungen für die Einzelhandelsstandorte der Stadt. Gleichzeitig stellt sie aber auch einen unbedingt notwendigen Arbeitsschritt zur räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), § 9 (2a) und 34 (3) BauGB und des § 11 (3) BauNVO dar. In diesem Zusammenhang ist deutlich darauf hinzuweisen, dass die Fixierung der räumlichen Ausdehnung

⁵ Anteil der Einzelhandelsbetriebe im Vergleich zu anderen Nutzungsarten wie Gastronomie, Dienstleistungs- oder Wohnnutzungen im Erdgeschoss. Hauptlagen weisen in der Regel einen durchgehenden Einzelhandelsbesatz von ca. 90 bis 100 % auf. Bei geringeren Einzelhandelsdichten von 0 bis 25 % oder auch bei 25 bis 50 % ist demnach eine Dominanz anderer Nutzungen vorhanden. Eine sogenannte Dichtekartierung in der Innenstadt ist vorgenommen worden (vgl. Kapitel 4.3)

eines Zentrums vor dem Hintergrund aktueller Rechtsprechung⁶ keine planerische „Abgrenzungsübung“ sondern ein notwendiger Schritt ist, um eine rechtssichere Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten.

2.4 Prozessbegleitung

Wie die Erfahrungen gezeigt haben, ist die Umsetzung des besten Konzeptes nur dann möglich, wenn es gelingt, die wesentlichen Akteure sowohl in den Erarbeitungsprozess mit einzubinden als auch – auf einer breiteren Ebene – allen Akteursgruppen (insbesondere Politik, lokale Kaufmannschaft, Verwaltung) die Konsequenzen ihres Handelns (mit und ohne Konzept) aufzuzeigen. Dies wird jedoch in der Regel nicht nur durch eine entsprechende Verbreitung des Konzeptes erzielt, sondern vielmehr durch gezielte und persönliche Informationen und Diskussionen mit den Betroffenen. Aus diesem Grund wird von Seiten des Gutachters nach wie vor ein besonderer Wert auf die Vermittlung der jeweiligen Zwischen- und Endergebnisse gelegt.

Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Rheinberg wird dementsprechend durch Sitzungen mit folgenden Gruppen/Gremien begleitet:

Projektbegleitender Arbeitskreis

Der projektbegleitende Arbeitskreis hat sich während des Bearbeitungszeitraumes je nach Arbeitsfortschritt getroffen. Hier wurden die Untersuchungsinhalte diskutiert und die jeweiligen Ergebnisse als Grundlage für die weiteren Arbeitsschritte abgestimmt. Zu den Mitgliedern des Rheinberger Arbeitskreises gehörten neben dem Gutachterbüro Vertreter folgender Institutionen bzw. Gremien:

Name, Vorname	Institution
Krause-Bartsch, Dagmar	Bündnis 90/Die Grünen Rheinberg
Hage, Gerhard	Bündnis 90/Die Grünen Rheinberg
Wittmann, Klaus	CDU Rheinberg
Erasmus, Andreas	Die Linke
Becker, Herbert	FDP Rheinberg
Hackstein, Edeltraud	FDP Rheinberg
Bender, Peter	SPD Rheinberg
Madry, Jürgen	SPD Rheinberg
Brechwald, Ulrike	Rheinberger Werbegemeinschaft
Kathagen, Bärbel	Stadtmarketing Rheinberg
Schablowski, Claudia	Regionalverband Ruhr
Bommann, Wilhelm	Einzelhandelsverband Niederrhein e. V.

⁶ vgl. dazu u. a. Urteile des BVerwG vom 11.10.2007 (AZ 4 C 7.07) sowie des OVG NRW vom 25.10.2007 (AZ 7A 1059/06)

Sextro, Marc	Niederrheinische IHK
Göbert, Kerstin	Stadt Rheinberg
Helmich, Sonja	Stadt Rheinberg
Paus, Dieter	Stadt Rheinberg
Bajorat, Thomas	Stadt Rheinberg
Stubert, Eva	Junker + Kruse, Dortmund
Kruse, Stefan	Junker + Kruse, Dortmund

An folgenden Terminen wurden entsprechende Sitzungen durchgeführt:

- 1. Arbeitskreis: 21. September 2017
- 2. Arbeitskreis: 21. November 2017

Den Teilnehmern der Arbeitskreise sei für ihr Mitwirken und ihre konstruktive Mitarbeit an dieser Stelle ausdrücklich gedankt.

Einbindung der Politik

Das vom Gutachterbüro vorgelegte Einzelhandelskonzept stellt eine Entscheidungsgrundlage dar, dessen Umsetzung nicht zuletzt auch von der Akzeptanz der politischen Entscheidungsträger in der Stadt Rheinberg abhängt. Zusätzlich wurde daher in den zuständigen Fachausschüssen über die jeweiligen Ergebnisse diskutiert.

- Vorstellung und Diskussion des Untersuchungsaufbaus und erster Ergebnisse in der Sitzung des Ausschusses für Stadtentwicklung und Umwelt am 04.05.2017
- Vorstellung und Diskussion der Kernergebnisse der Analyse und der konzeptionellen Bausteine des Einzelhandelskonzept in der Sitzung des Ausschusses für Stadtentwicklung und Umwelt am 28.11.2018

3 Nachfrageseitige Rahmenbedingungen

Nachstehend folgt zur grundsätzlichen Einordnung der Einzelhandelsituation in der Stadt Rheinberg eine Übersicht der aktuellen Rahmenbedingungen, die sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch die Prosperität des Einzelhandelsstandorts Rheinberg auswirken können. Gegenüber dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2006 haben sich die standortrelevanten Rahmenbedingungen nicht wesentlich verändert. Berücksichtigt wurden vor allem Veränderungen der Einwohnerzahlen und der sortimentspezifischen Kaufkraftentwicklung. Im Sinne einer vollständigen und in sich verständlichen Fortschreibung des Konzepts werden die aktuellen nachfrageseitigen Rahmenbedingungen nachfolgend im Zusammenhang dargestellt.

3.1 Standortrelevante Rahmenbedingungen

Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung

Die rund 32.600 Einwohner⁷ zählende Stadt Rheinberg liegt im Westen des Landes Nordrhein-Westfalen in der Region Niederrhein und gehört zum Kreis Wesel. Neben Rheinberg sind die Städte Wesel, Moers, Dinslaken, Kamp-Lintfort und Neukirchen-Vluyn die größten Städte des Kreises. Die Stadt nimmt die landesplanerische Versorgungsfunktion eines Mittelzentrums ein⁸. Dieser Position und auch Funktion sind allerdings durch die hohe Konkurrenzsituation und Wettbewerbsdichte im Umland, insbesondere durch die Mittel- und Oberzentren Moers, Oberhausen und Duisburg in unmittelbarer Nähe, deutliche Grenzen gesetzt.

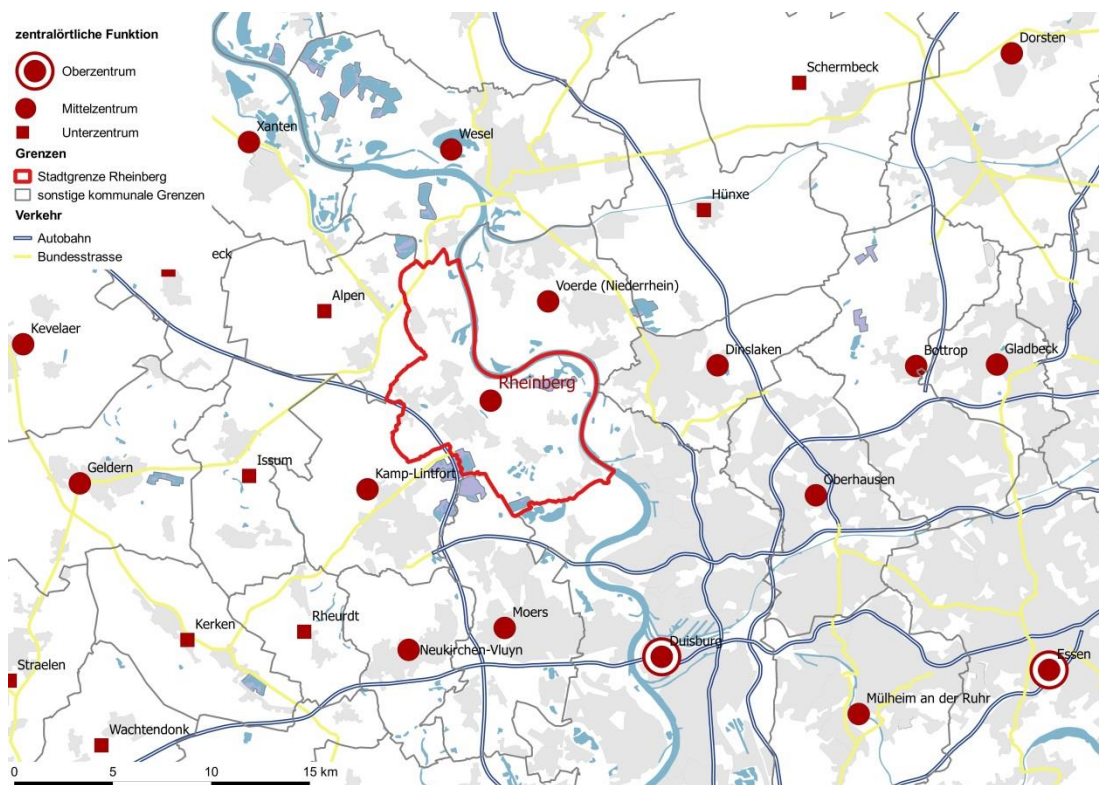
Durch die Lage zwischen Niederrhein und dem Ballungsraum Ruhrgebiet stellt Rheinberg eine Verbindung zwischen diesen beiden Bereichen dar. Dies macht die Stadt zu einem attraktiven Wohn- und Lebensstandort und ermöglicht gleichzeitig die Nähe zu verschiedenen Großstädten im Ruhrgebiet.

Aus Sicht des motorisierten Individualverkehrs ist für die Stadt Rheinberg über die Bundesautobahnen 42 und 57 eine sehr gute Anbindung an das überregionale Straßennetz gegeben. Zudem verläuft die Bundesstraße 57 durch das Stadtgebiet und gewährleistet eine gute Erreichbarkeit. Im Umkehrschluss sind allerdings auch die nahegelegenen Konkurrenzstandorte, insbesondere Moers, Duisburg und das Ruhrgebiet, gut angebunden und innerhalb von ca. 15-30 Minuten zu erreichen.

⁷ Quelle: Stadt Rheinberg, Stand: März 2017

⁸ gem. Landesentwicklungsplan NRW (LEP NRW) 2017

Karte 1: Lage der Stadt Rheinberg in der Region



Quelle: eigene Darstellung © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung

Die Stadt Rheinberg setzt sich zusammen aus der Kernstadt Rheinberg und drei weiteren Stadtbezirken Borth, Orsoy und Budberg, die sich neben dem jeweiligen Siedlungsschwerpunkt aus vielen kleineren sogenannten Wohnplätzen zusammensetzen. Die Siedlungskernbereiche weisen dabei eigene Nahversorgungsstrukturen auf. Die abgesetzten Stadtbezirke befinden sich in z.T. deutlicher Entfernung zur Kernstadt und den dort vorhandenen Versorgungsstrukturen. So liegen die Stadtbezirke Borth (im Nordwesten) und Orsoy (im Südosten) in je rund 8 km Entfernung. Budberg liegt am nächsten an der Kernstadt. Die Stadt weist damit eine disperse Siedlungsstruktur auf, welche auf die kommunale Neugliederung im Jahr 1974 zurückgeht.

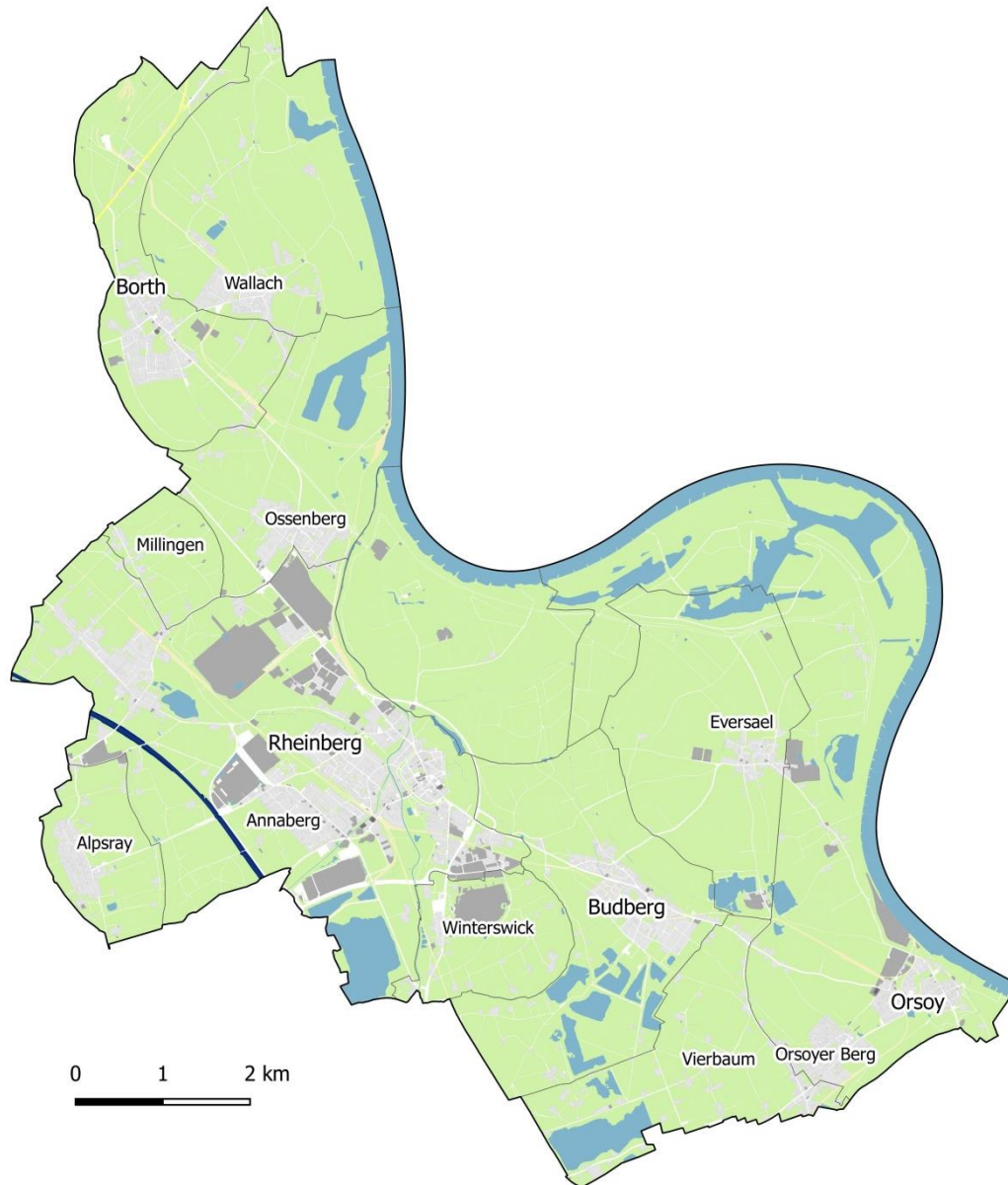
Auch wenn die von der Kernstadt abgesetzten Stadtbezirke über nennenswerte Einwohnerzahlen verfügen (Borth ca. 7.260 Einwohner, Orsoy ca. 4.540 Einwohner und Budberg ca. 4.430 Einwohner), liegt mit rund 50 % aller Einwohner der Bevölkerungsschwerpunkt in der Kernstadt Rheinberg.

Historischer Siedlungskern sowie wirtschaftliches und kulturelles Zentrum der Stadt Rheinberg ist die zentral im Siedlungskern liegende Innenstadt mit ihrer Nutzungsmischung aus Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie und öffentlichen Einrichtungen.

Insgesamt ist Rheinberg durch diese im Kern zwar kompakte und zusammenhängende Siedlungsstruktur geprägt, jedoch in den Randbereichen durch verteilt und abgesetzt in der Landschaft liegende Siedlungsbereiche gekennzeichnet. Neben der zentral gelege-

nen Innenstadt existieren in den übrigen drei Stadtbezirken Zentren mit eigenen Nahversorgungsstrukturen.

Karte 2: Siedlungs- und Stadtstruktur Rheinbergs



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Kartengrundlagen der Stadt Rheinberg

Durch die gute verkehrliche Erreichbarkeit und die attraktive naturräumliche Lage ist Rheinberg ein beliebter Wohnstandort. Seit Ende 2002 gab es einen kontinuierlichen Einwohnerzuwachs um insgesamt rund 38 %⁹.

⁹ Quelle: Stadt Rheinberg; Einwohner-Bestandsstatistik Stichtage jeweils zum 31.12. des Jahres

3.2 Einzugsgebiet des Einzelhandels in Rheinberg

Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden Mobilität im Rahmen der Versorgung mit insbesondere mittel- und langfristigen Bedarfsgütern vollziehen sich räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelszentren und Wohnorten der Nachfrager. Im Zuge zunehmender Mobilitätsanforderungen werden erhöhte Zeit- und Entfernungswiderstände sowohl für das Einkaufen als auch für die Funktionen Arbeit, Dienstleistungsanspruchnahme und Freizeitgestaltung in Kauf genommen. Andererseits ist aber auch zu berücksichtigen, dass ab spezifischen Raum-Zeit-Distanzen (Entfernung zum Einkaufsstandort) die Bereitschaft der Kunden abnimmt, diese aufzusuchen, weil wiederum andere Zentren bzw. Standorte geringere Raum-Zeit-Distanzen aufweisen. Aus diesem räumlichen Spannungsgeflecht resultiert schließlich ein Einzugsgebiet.

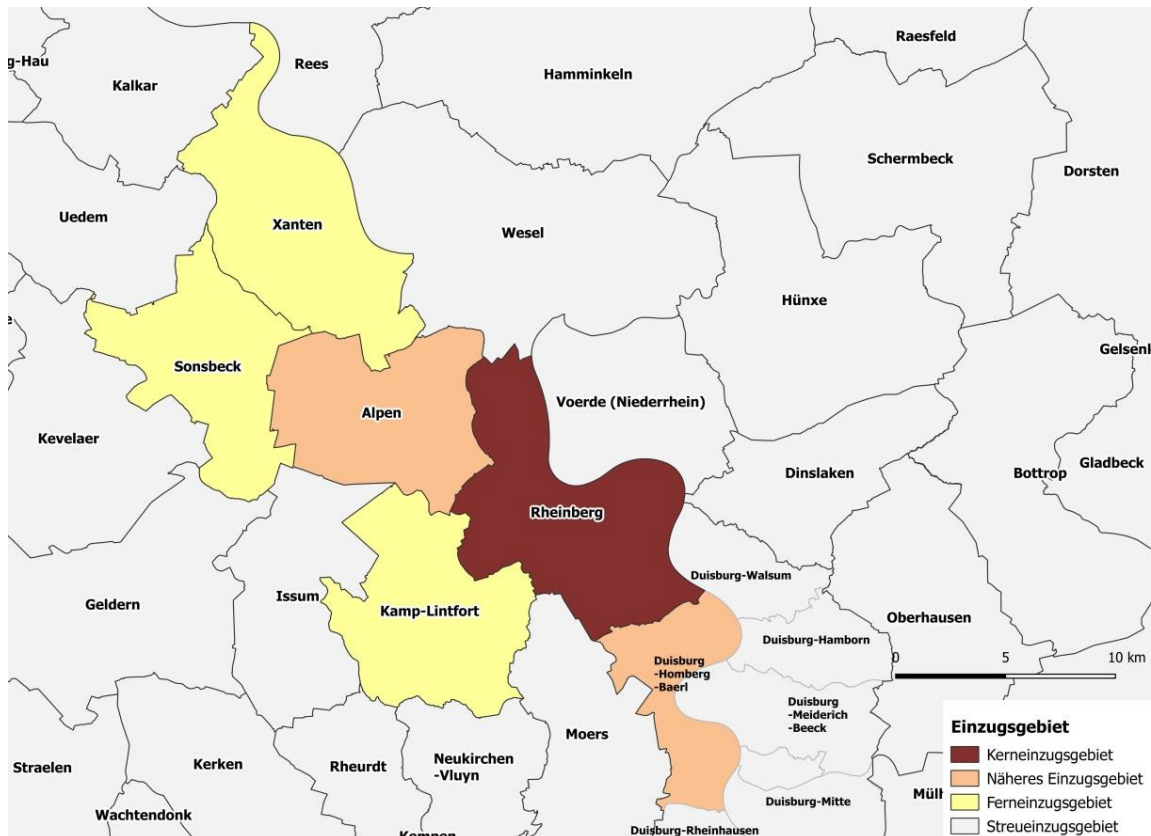
Die Abgrenzung des Einzugsgebietes dient zum einen als Indikator zur Bewertung der derzeitigen Ausstrahlungskraft des Einzelhandels in Rheinberg, zum anderen als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Neben der regionalen Wettbewerbssituation, siedlungsräumlicher, verkehrlicher sowie sozioökonomischer Rahmenbedingungen fließen hier auch die Ergebnisse der Kundenherkunftserhebung (vgl. Kap. 2) ein. Die dort ermittelten Kundenzahlen wurden in Relation zur Bevölkerungszahl des jeweiligen Herkunftsortes gesetzt, um die verhältnismäßige Bedeutung der Stadt Rheinberg als Einkaufsort ermitteln zu können. Auf Grundlage dieser sogenannten „Kundenherkunftskoeffizienten“ sowie unter Berücksichtigung der Raumwiderstände und der Einordnung bzw. Bewertung von Konkurrenzstandorten lässt sich das Einzugsgebiet der Stadt Rheinberg wie folgt abgrenzen:

Kerneinzugsgebiet

Als Kerneinzugsgebiet für den Einzelhandel in Rheinberg bietet die Stadt Rheinberg mit ihren Stadtbezirken Rheinberg, Borth, Orsoy und Budberg selbst ein Kundenpotenzial von rund 32.600 Einwohnern. Rund 84 % und damit der deutlich überwiegende Anteil der während der Kundenherkunftserhebung befragten Kunden stammen aus diesem Kerneinzugsgebiet.

Näheres Einzugsgebiet

Dem näheren Einzugsgebiet werden in der Regel (kleinere) Kommunen zugeordnet, die in direkter Nachbarschaft zu Rheinberg liegen und aufgrund des mittelzentralen Verflechtungsbereichs noch eine gewisse Orientierung zum Einkaufsstandort Rheinberg aufweisen. Dazu zählt in erster Linie das Grundzentrum Alpen. Des Weiteren stammen vergleichsweise viele Kunden aus den nördlich gelegenen Duisburger Stadtteilen Homberg, Ruhrort und Baerl, die sich auch auf der linken Rheinseite wie Rheinberg befinden. Deutlich eingeschränkt wird das Rheinberger Einzugsgebiet vor allem durch die benachbarten Mittelzentren Moers, Kamp-Lintfort und Wesel, die über eigene z.T. ausstrahlungsstarke Einzelhandelsstrukturen verfügen sowie den Rhein als naturräumliche Barriere.

Karte 3: Einzugsbereich des Rheinberger Einzelhandels

Quelle: Eigene Darstellung, © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

Ferneinzugsgebiet

Das Ferneinzugsgebiet umfasst all diejenigen Besucher und Kunden, die zwar den Einzelhandel in Rheinberg mit einer gewissen Regelmäßigkeit aufsuchen, jedoch auch räumliche Einkaufsorientierung auf andere Standorte aufweisen und nicht hauptsächlich auf den Einzelhandel in Rheinberg ausgerichtet sind. Als Ferneinzugsgebiet können die Kommunen Sonsbeck, Xanten und Kamp-Lintfort definiert werden.

Als sogenannte Streuumsätze des Einzelhandels in Rheinberg werden daneben „Zufallskäufe“ von Personen außerhalb der eigentlichen Einzugsgebiete (z. B. Reisende, Touristen etc.) bezeichnet. Der Anteil der Kunden von außerhalb des eigentlichen Einzugsgebiets liegt bei rund 1 %.

Zwischenfazit – Einzugsbereich

Insgesamt konnten die Ergebnisse der Kundenherkunftserfassung aus dem Jahr 2006 weitgehend bestätigt werden. Seinerzeit wurde eine vergleichbare Ausdehnung und Zonierung des Einzugsgebietes mit vergleichbaren Kundenanteilen definiert. Neben dem Kerneinzugsgebiet Rheinberg weisen vor allem Kunden aus Alpen und den linksrheinischen Stadtteilen von Duisburg eine stärkere räumliche Einkaufsorientierung auf den Einzelhandelsstandort Rheinberg auf. Aufgrund regionaler Kaufkraftverflechtungen und der Wettbewerbssituation können jedoch nur geringe Teile des Kaufkraftvolumens im Einzugsgebiet durch den Rheinberger Einzelhandel abgeschöpft werden. Nähere Hinweise zum Kaufkraftzufluss aus den

Umlandkommunen des Einzugsbereichs geben die im Rahmen der nachfolgenden Angebotsanalyse des Rheinberger Einzelhandels sortimentsspezifisch ermittelten Zentralitätswerte (vgl. Kap. 4).

3.3 Kaufkraftpotenzial in Rheinberg

Zur Abbildung der aktuellen Nachfragesituation wird auf sekundärstatistische Rahmen-
daten der IFH-Retail Consultants, Köln zurückgegriffen. Diese werden durch die IFH-
Marktforschung bundesweit ermittelt und aktuell fortgeschrieben. Anhand der Bevöl-
kerungszahlen und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Ge-
biet vorhandene Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und nach Warengruppen
ermitteln.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial stellt sich für die Stadt Rheinberg fol-
gendermaßen dar:

Tabelle 4: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in Rheinberg

Warengruppe	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Rheinberger Wohnbevölkerung	
	Pro Kopf (in Euro/Jahr)	Gesamt (in Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	2.439	79,4
Blumen (Indoor)/Zoo	117	3,8
Gesundheits- und Körperpflege	396	12,9
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	187	6,1
<i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	<i>3.139</i>	<i>102,2</i>
Bekleidung/Textilien	577	18,8
Schuhe/Lederwaren	155	5,0
Glas, Porzellan, Keramik/Haushaltswaren	75	2,5
Spielwaren/Hobbyartikel	145	4,7
Sport und Freizeit	121	3,9
<i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	<i>1.074</i>	<i>35,0</i>
Wohneinrichtung	131	4,3
Möbel	338	11,0
Elektro/Leuchten	187	6,1
Elektronik/Multimedia	424	13,8
Medizinische und orthopädische Artikel	81	2,6
Uhren/Schmuck	83	2,7
Baumarktsortimente	500	16,3
Gartenmarktsortimente	89	2,9
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>	<i>1.832</i>	<i>59,6</i>
<i>Sonstige</i>		
Kaufkraftpotenzial gesamt	6.080	198,0

Quelle: Eigene Berechnung nach IFH Retail Consultants Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2017, Köln

Diesem monetären Kaufkraftpotenzial liegt – unter Berücksichtigung der Einwohnerzahlen – das örtliche Kaufkraftniveau der Stadt Rheinberg zu Grunde. Die sogenannte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der örtlich vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Dabei gibt sie die Abweichung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Kaufkraft in Rheinberg vom Bundesdurchschnitt (= 100) an. Derzeit ergibt sich in Rheinberg eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 103,01 d.h. dass die Rheinberger Bevölkerung über ein leicht über dem Bundesdurchschnitt liegendes Kaufkraftniveau verfügt. Im Vergleich zum Jahr 2005 (KKZ: 101,44) ist das Kaufkraftniveau leicht gestiegen.

Im regionalen Vergleich wird deutlich, dass das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau in Rheinberg im Schnitt über dem Kaufkraftniveau der benachbarten Kommunen liegt, insbesondere deutlich über dem der Städte Kamp-Lintfort und Duisburg. Nur Alpen weist mit 104,2 einen höheren Kaufkraftindex auf.

Tabelle 5: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich

Stadt/Kreis	Einwohnerzahl (gerundet)	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau (Kaufkraftkennziffer) 2017	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen (in Mio. Euro)
Rheinberg	32.600	103,01	198,0
Wesel	60.600	99,8	355,5
Voerde (Niederrhein)	36.700	97,8	210,3
Dinslaken	67.500	101,6	40,38
Duisburg	491.200	91,9	2.623,8
Moers	104.500	100,4	617,3
Kamp-Lintfort	37.700	91,8	201,1
Alpen	12.800	104,2	78,8

Quelle: IFH Retail Consultants, Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2017
(Indexwert: Bundesdurchschnitt D = 100)

4 Aktuelle Angebotssituation in Rheinberg

Unter Berücksichtigung der im vorstehenden Kapitel beschriebenen standortrelevanten Rahmenbedingungen werden im Folgenden die Einzelhandelsstandorte und Einzelhandelsstrukturen in Rheinberg unter einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Gesichtspunkten analysiert. Hierfür wird zunächst ein gesamtstädtischer Betrachtungsbo- gen gespannt, bevor in einem vertiefenden Schritt eine räumliche Differenzierung so- wie eine Betrachtung der Grundversorgungssituation im gesamten Stadtgebiet erfol- gen.

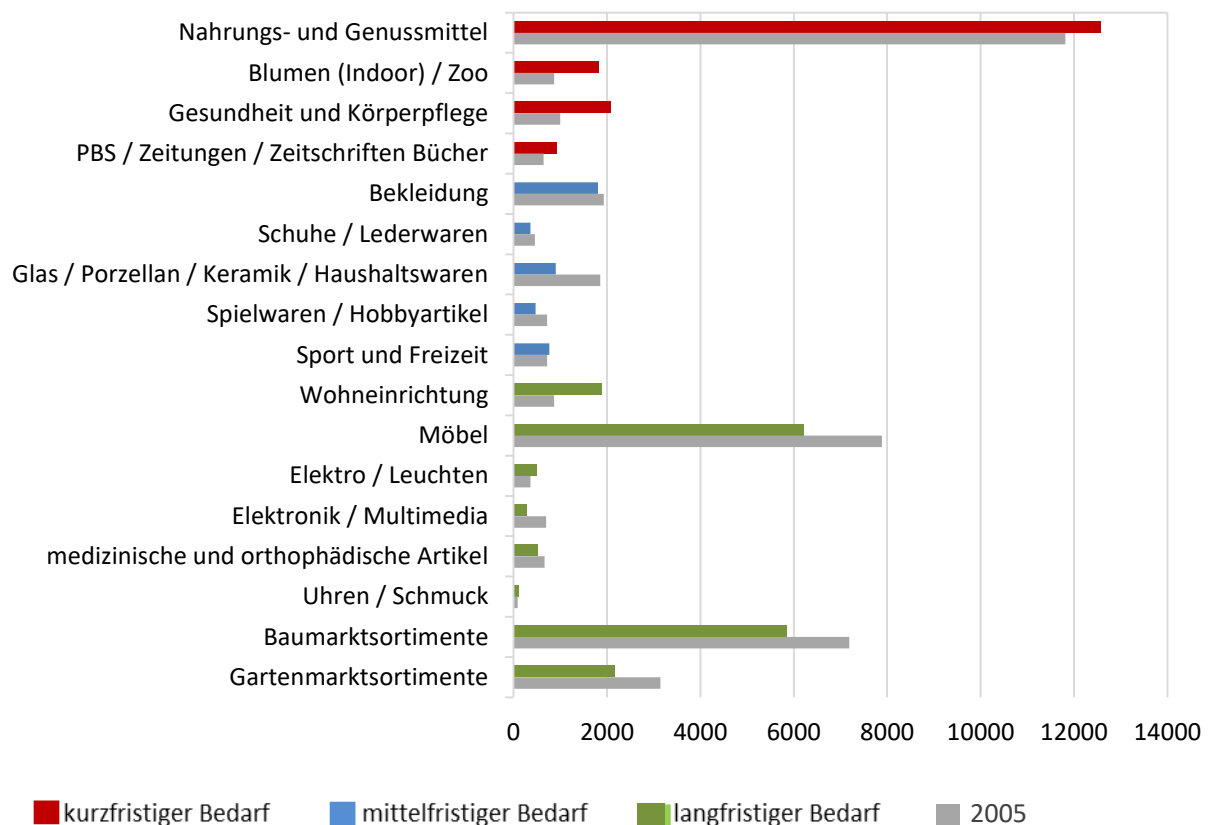
Um die Entwicklung des Einzelhandelsbesatzes vergleichbar darstellen zu können, ba- sieren die nachfolgenden Erläuterungen zur räumlich-funktionalen Angebotsstruktur auf dem bestehenden Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2006. Das heißt: Die zentra- len Versorgungsbereiche (Innenstadt, Ortsteilzentren und Nahversorgungszentrum) wurden entsprechend ihrer damaligen Funktion und Abgrenzung in die Analyse einge- stellt. Im Rahmen der Fortschreibung ist es allerdings möglich, dass sich – entsprechend der zwischenzeitlich erfolgten einzelhandelsrelevanten Entwicklungen – Veränderungen in den räumlichen Abgrenzungen ergeben haben oder damals abgegrenzte zentrale Versorgungsbereiche heute nicht mehr als solche definiert werden können (vgl. Kap. 7).

4.1 Eckdaten des Einzelhandels in Rheinberg

Auf Basis der vorhandenen Datengrundlage aus der sortimentspezifischen flächende- ckenden Erhebung aller Anbieter können differenzierte Aussagen zur Versorgungssitua- tion in Rheinberg getroffen werden. Die nachfolgenden Zahlen beziehen sich grund- sätzlich auf den Bestand zum Erhebungszeitpunkt (Januar 2017). Die wesentlichen Kennwerte des Einzelhandels in Rheinberg stellen sich zu diesem Zeitpunkt wie folgt dar:

Es bestehen **142 Betriebe** des Einzelhandels im engeren Sinne (d. h. ohne KFZ- und Brennstoffhandel, vgl. Kap. 2) mit einer **Gesamtverkaufsfläche** von rund **40.000 m²**. Seit der Erhebung im Jahr 2005 ist somit ein Verkaufsflächenrückgang um rund 2.000 m² (-5 %) festzustellen. Dieser entfällt vor allem auf die Warengruppen Glas, Porzellan, Keramik/Haushaltswaren sowie Möbel und Bau- und Gartenmarktsortimen- te. Im gleichen Zeitraum ging die Anzahl der Betriebe um 43 zurück, was darauf schlie- ßen lässt, dass seit 2005 eher kleinteilige Betriebe geschlossen haben.

Abbildung 1: Warengruppenspezifische Verkaufsflächenausstattung in Rheinberg – Vergleich 2005/2017



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebungen in den Jahren 2005 und 2017 (Junker + Kruse).

- Die **quantitativen Angebotsschwerpunkte** liegen weiterhin in der nahversorgungsrelevanten Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** (rd. 13.000 m² Verkaufsfläche; +10 %) sowie in den flächenintensiven Branchen **Möbel** und **Bau- und Gartenmarktsortimente** (zusammen rd. 14.000 m² Verkaufsfläche; -26 %).
- Im Bereich Gesundheits- und Körperpflegeartikel verdoppelte sich die Verkaufsfläche seit 2005, was insbesondere auf die Ansiedlung des Drogeriemarktes Rossmann in der Innenstadt zurückzuführen ist.
- Die **Leitbranche Bekleidung** spielt mit nur rund 2.000 m² Verkaufsfläche eine **quantitativ untergeordnete Rolle**. In den vergangenen Jahren ist diese Zahl in etwa konstant geblieben.
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb** beträgt rund **280 m²** und ist im Vergleich zu 2005 (230 m²) gestiegen, was insbesondere daran liegt, dass seither ca. 40 Einzelhandelsbetriebe weniger in Rheinberg vertreten sind bei einer leicht rückläufigen Verkaufsfläche.
- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** beträgt etwa **1,2 m²** pro Einwohner und rangiert damit – losgelöst von branchenspezifischen Betrachtungen – leicht unter dem bundesdeutschen Durchschnittswert von rund 1,4 m² pro Einwohner.

Tabelle 6: Einzelhandelsbestand in Rheinberg nach Warengruppen, Umsätze und Zentralitäten

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ² (gerundete Werte)	Umsatz (in Mio. Euro)	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	12.600	59,8	0,75
Blumen (Indoor)/Zoo	1.800	3,8	0,99
Gesundheit und Körperpflege	2.100	14,7	1,14
PBS*/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	900	7,0	1,14
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	17.400	85,3	0,83
Bekleidung	1.800	5,4	0,29
Schuhe/Lederwaren	400	1,9	0,38
GPK**/Haushaltswaren	900	2,1	0,88
Spielwaren/Hobbyartikel	500	1,7	0,37
Sport und Freizeit	800	2,5	0,63
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	4.400	13,7	0,39
Wohneinrichtung	1.900	4,0	0,93
Möbel	6.200	12,8	1,16
Elektro/Leuchten	500	1,7	0,28
Elektronik/Multimedia	300	2,2	0,16
Medizinische und orthopädische Artikel	500	3,9	1,49
Uhren/Schmuck	100	1,3	0,48
Baumarktsortimente	5.900	8,9	0,55
Gartenmarktsortimente	2.200	1,8	0,63
Überwiegend langfristiger Bedarf	17.600	36,7	0,61
sonstige	200	0,7	0,65
Gesamtsumme	39.500	136,3	0,69

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Rheinberg, Januar 2017; gerundete Werte, durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

* Papier/Büroartikel/Schreibwaren,

** Glas, Porzellan, Keramik

- Dem in der Stadt Rheinberg vorhandenen einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von fast 200 Mio. Euro** steht ein geschätztes **Jahresumsatzvolumen von rund 136 Mio. Euro** gegenüber. Daraus ergibt sich eine **Einzelhandelszentralität von 0,69** über alle Warengruppen, d. h. der erzielte Einzelhandelsumsatz liegt rund 30 % unter dem örtlichen Kaufkraftvolumen. Es sind somit per Saldo deutliche Kaufkraftabflüsse an Einzelhandelsstandorte in der Region nachweisbar. Dies entspricht zunächst – unabhängig von warengruppenspezifischen und räumlichen Betrachtungen – nicht der landesplanerischen Versorgungsfunktion der Stadt als Mittelzentrum und ist unter Berücksichtigung der regionalen Angebots- und Kon-

kurrenzsituation (z. B. zum Oberzentrum Duisburg, aber auch dem benachbarten Mittelzentrum Moers) grundsätzlich als ausbaufähiger Wert einzuordnen. Zwar ist gegenüber dem Jahr 2006 eine positive Umsatzentwicklung (rd. 122 Mio. Euro; + 12 %) zu beobachten, jedoch stieg das Kaufkraftvolumen in diesem Zeitraum deutlich stärker (+ 26 %) an.¹⁰ Dementsprechend liegt die Zentralität über alle Warengruppen jetzt etwas niedriger als im Jahr 2006 (0,77).

- In einer warengruppenspezifischen Betrachtung zeigen sich gegenüber dem Jahr 2006 deutlich niedrigere Zentralitätskennziffern vor allem in den Branchen **Nahrungs- und Genussmittel** sowie **in allen mittelfristigen Warengruppen**. Eine **deutliche Steigerung** ergibt sich hingegen in den Warengruppen **Gesundheit und Körperpflege, Blumen (Indoor)/Zoo und PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher** sowie **Wohn Einrichtung** und **Medizinische und orthopädische Artikel**. Vor dem Hintergrund der Versorgungsfunktion Rheinbergs erscheinen aus rein quantitativer Sicht insbesondere die Zentralitätswerte in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel und in nahezu allen mittelfristigen Warengruppen, allen voran Bekleidung und Schuhe, ausbaufähig. Weiterführende Betrachtungen hierzu erfolgen in den weiteren Analyseschritten zur qualitativen bzw. strukturellen sowie räumlichen Angebotsstruktur in Rheinberg. Die daraus abgeleiteten Aussagen zu Entwicklungsperspektiven des Rheinberger Einzelhandels erfolgen in Kapitel 5 dieser Untersuchung.

¹⁰ Auf Basis der IFH-Daten (damals: BBE) ergab sich 2006 anhand der damaligen Bevölkerungszahl ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen von rund 158 Mio. Euro.

Tabelle 7: Zentralitäten nach Warengruppen im Vergleich 2005 und 2017

Warengruppe	Zentralität (2005)	Zentralität (2017)
Nahrungs- und Genussmittel	0,97	0,75
Blumen (Indoor)/Zoo	0,83	0,99
Gesundheit und Körperpflege	0,43	1,14
PBS*/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	0,46	1,14
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	0,86	0,83
Bekleidung	0,42	0,29
Schuhe/Lederwaren	0,45	0,38
GPK**/Haushaltswaren	1,23	0,88
Spielwaren/Hobbyartikel	0,74	0,37
Sport und Freizeit	0,72	0,63
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	0,56	0,39
Wohneinrichtung	0,36	0,93
Möbel	1,24	1,16
Elektro/Leuchten	0,20	0,28
Elektronik/Multimedia	0,37	0,16
Medizinische und orthopädische Artikel	1,02	1,49
Uhren/Schmuck	0,36	0,48
Baumarktsortimente		0,55
Gartenmarktsortimente	0,85	0,63
Überwiegend langfristiger Bedarf	0,72	0,61
Gesamtsumme	0,77	0,69

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Rheinberg, Januar 2017; gerundete Werte, durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

* Papier/Büroartikel/Schreibwaren,

** Glas, Porzellan, Keramik

4.2 Angebotsstruktur des Einzelhandels in Rheinberg

Das Einzelhandelsangebot in Rheinberg weist auf gesamtstädtischer Ebene folgende strukturelle Merkmale auf:

Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe

- Mit fast 13.000 m² entfällt der größte Einzelanteil (rd. 32 %) der Gesamtverkaufsfläche in Rheinberg auf die nahversorgungsrelevante Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**. Auch der mit Abstand größte Teil der Betriebe (52 Betriebe, ca. 37 %) ist dieser Hauptbranche zuzuordnen, wobei in diesem Zusammenhang jedoch insbesondere auch die zahlreichen Betriebe des Lebensmittelhandwerks (v. a. Bäckereien) eine wichtige Rolle spielen. Entsprechend nimmt der Bereich Nahrungs- und Genussmittel mit rd. 60 Mio. Euro den größten Einzelanteil am Umsatz in den verschiedenen Warengruppen ein. Auch die *einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung* in dieser Warengruppe von ca. 0,39 m² liegt im Mittel des bundesdurchschnittlichen Orientierungswertes von etwa 0,35-0,40 m². Diese Werte zeigen aus rein quantitativer Sicht zunächst einen zufriedenstellenden Ausstattungsgrad in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel und unterstreichen die hohe Bedeutung dieser Sortimentsgruppen innerhalb der privaten Verbrauchsausgaben der Haushalte.
- Mit zwei Verbrauchermärkten (Rewe Center und Edeka Daniels), zwei Supermärkten (Edeka Kusenberg und Edeka Luft) und fünf Lebensmitteldiscountern (Aldi, Lidl, Netto und zwei Penny Märkten) sowie diversen Fachmärkten (v.a. Getränke) und zahlreichen Lebensmittelläden, Fachgeschäften und Betrieben des Lebensmittelhandwerks besteht eine gute **Angebots- und Betriebsformenmischung im Lebensmitteleinzelhandel** in Rheinberg. Die großen Lebensmittelmärkte im Stadtbezirk Rheinberg und Orsoy entsprechen dabei, bis auf den Penny in der Annastraße, modernen Standards hinsichtlich ihrer Betriebsgröße, der Warenpräsentation und der Stellplatzsituation. In den Stadtbezirken Borth (Edeka Luft) und Budberg (Penny) sind die vorhandenen Märkte insbesondere hinsichtlich der Betriebsgröße nicht mehr zeitgemäß und somit auch perspektivisch kein stabiler, zukunftsfähiger Baustein.
- Auch die Werte in den weiteren Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs spiegeln aus rein quantitativer Sicht zunächst eine gute Angebotsausstattung in der Stadt Rheinberg wider. Rund 2.100 m² Verkaufsfläche entfallen auf die ebenfalls nahversorgungsrelevante Warengruppe **Gesundheits- und Körperpflege**. Bedeutendster Anbieter dieser Warengruppe ist der seit der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes für Rheinberg im Jahr 2006 neu entstandene moderne Rossmann-Drogeriemarkt, der durch seine innerstädtische Lage in der Orsoyer Straße eine positive Wirkung als Frequenzerzeuger auch für die ihn umgebenden Einzelhandelslagen der Innenstadt hat. Darüber hinaus finden sich Gesundheits- und Körperpflegeartikel vor allem als Randsortimente der Lebensmittelanbieter, wo sie maßgeblich zur wohnortnahen Grundversorgung der Rheinberger Bevölkerung beitragen.

Insgesamt entfallen mit ca. 17.400 m² rund 43 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots und des Umsatzes im Rheinberger Einzelhandel auf die **Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe**. Dies liegt vor allem an dem hohen Anteil dieser Warengruppen (v. a. Lebensmittel) an den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben. Die Gesamtzentralität der Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs zeigt mit 0,83 per Saldo Kaufkraftabflüsse, insbesondere in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (Zentralität von 0,75). Insgesamt ist eine gute strukturelle Angebotsmischung zu verzeichnen, wobei jedoch einzelne Lebensmittelanbieter nicht mehr sehr zeitgemäß aufgestellt sind. Auf der anderen Seite haben sich in den letzten Jahren einige moderne, großflächige Anbieter angesiedelt (u.a. Edeka Kusenberg, Daniels und Lidl). Seit der Untersuchung aus dem Jahr 2006 ist das Verkaufsflächenangebot um rund 3.000 m² gewachsen (2006: 14.300 m²) bei einer leicht rückläufigen Zentralität (2006: 0,86). Das liegt insbesondere an einem gestiegenen Kaufkraftpotenzial und betreiber-spezifischen Flächenproduktivitäten, auf die das Büro Junker + Kruse seit einigen Jahren verstärkt zur Umsatzberechnung zurückgreifen kann.

Negativ anzumerken ist, dass die Rheinberger Innenstadt seit einigen Jahren nicht mehr über einen Lebensmittelmarkt in ihrer Innenstadt verfügt.

Detailliertere Aussagen zur wohnortnahen Grundversorgungssituation in Rheinberg folgen in Kapitel 4.4 dieser Untersuchung.

Warengruppen der überwiegend mittelfristigen Bedarfsstufe

- Im Bereich der mittelfristigen Bedarfsstufe ist die größte Verkaufsfläche mit rund **2.000 m² Verkaufsfläche** in der Warengruppe **Bekleidung** vorhanden. Die sortimentspezifische Zentralität von 0,29 weist jedoch aus rein quantitativer Sicht auf einen für ein Mittelzentrum der Größe Rheinbergs unterdurchschnittlichen Ausstattungsgrad in dieser zentralen Leitbranche des innerstädtischen Einzelhandels hin.
- In den **übrigen Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs** ist ein gewisses Angebot vorhanden, das sich aber ebenfalls für ein Mittelzentrum **als ausbaufähig erweist** bzw. auf einen erhöhten Konkurrenzdruck im Umland hindeutet. Die z.T. sehr niedrigen Zentralitätswerte spiegeln nicht die Versorgungsbedeutung eines Mittelzentrums wider. Das Angebot in der Warengruppe Glas, Porzellan, Keramik/Haushaltswaren stellt mit 0,88 den höchsten Zentralitätswert innerhalb der Bedarfsstufe. Dieser Wert ist jedoch insbesondere auf das Angebot in den größeren Lebensmittelmärkten zurückzuführen (Randsortiment).

Mit insgesamt nur ca. 4.400 m² Verkaufsfläche (Gesamtzentralität: rd. 0,39) haben die Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs einen deutlich untergeordneten Anteil am gesamtstädtischen Einzelhandelsangebot in Rheinberg bei einer für ein Mittelzentrum dieser Größenordnung insgesamt **unterdurchschnittlichen quantitativen Angebotsausstattung**. Die Zentralitätswerte weisen auf Kaufkraftabflüsse an Konkurrenzstandorte im Umland hin.

Aus rein quantitativer Sicht kann für alle mittelfristigen Warengruppen ein signifikantes Angebotsdefizit festgestellt werden, aus dem sich ein Nachholbedarf ableiten ließe.

Auch aus **qualitativer und räumlich-struktureller** Sicht bestehen **Entwicklungsmöglichkeiten**. In nahezu allen Branchen ist ein breiteres und qualifizierteres Spektrum an Fachangeboten und als Ergänzung dazu die Ansiedlung von weiteren Filialisten in der Innenstadt wünschenswert.

Warengruppen der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe

- Fast 18.000 m² Verkaufsfläche entfallen auf Waren der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe. Quantitative Angebotsschwerpunkte liegen in den Warengruppen **Bau-** (rd. 5.900 m² Verkaufsfläche) und **Gartenmarktsortimente** (rd. 2.200 m²). Diese Flächenanteile repräsentieren jedoch nicht zwangsläufig einen besonderen Stellenwert dieser Warengruppen innerhalb der Rheinberger Einzelhandelsstrukturen, sondern sind vor allem auf das flächenintensive Angebot der Betriebe dieser Warengruppen zurückzuführen. Zu nennen sind hier insbesondere der Hagebaumarkt Swertz in der Straße An der Neuweide und Blumen & Pflanzenwelt Passen an der Moerser Straße. Die Zentralität von nur 0,55 und 0,63 zeigt eine jedoch eine geringe Kaufkraftbindung bei deutlichen Kaufkraftabflüssen in die Region auf.
- Die üblicherweise ebenfalls flächenintensive Branche **Möbel** ist in Rheinberg mit nur rund 6.200 m² Verkaufsfläche vertreten. Es existiert ein größerer Möbelmarkt (Möbel Gottwald in der Straße An der Neuweide). Darüber hinaus existieren kleinere Anbieter. Die Zentralität von 1,16 lässt zwar den Schluss zu, dass sogar ein geringer Kaufkraftzufluss aus der Region zu verzeichnen ist, jedoch ist davon auszugehen, dass Kaufkraft aus Rheinberg vor allem den Standorten mit großen namhaften Möbelanbietern (z. B. Ikea Duisburg, XXXLutz Rück in Oberhausen, etc.) zufließt.
- In der Warengruppe **Wohneinrichtung** ist eine Verkaufsflächenausstattung von rund 1.900 m² festzuhalten und damit rund 1.000 m² Verkaufsfläche mehr als im Jahr 2005. Die größten Anbieter sind Eckhardt Raumausstattung in der Rheinberger Innenstadt und MN Stolle Holland am Nordring. Drei weitere kleinere Anbieter sind ebenfalls in der Innenstadt vertreten. Darüber hinaus wird das Sortiment als Randsortiment insbesondere bei den Möbelanbietern und dem Baumarkt angeboten. Insgesamt ist eine deutliche **Steigerung des Zentralitätswertes** zu verzeichnen, der 2005 noch bei **0,36** lag und heute bei annähernd **1**.
- Das Angebot in den **übrigen Warengruppen des langfristigen Bedarfs** liegt bei jeweils deutlich unter 1.000 m² Verkaufsfläche. Entsprechend gering fallen die Zentralitätswerte aus. Bis auf die Warengruppe medizinische und orthopädische Artikel (Zentralität von rund 1,5) liegen die Zentralitätswerte in den übrigen drei Warengruppen unter 0,5.

Die Verkaufsfläche in den Warengruppen dieser Bedarfsstufe ist gegenüber den Kennzahlen von 2005 um rund 4.000 m² gesunken. Dieser Verkaufsflächenrückgang entfällt nahezu ausschließlich auf die Warengruppen **Möbel** sowie **Bau- und Gartenmarktsortimente** (Schließung der Anbieter Berkamöbel und Borgers).

Differenzierung des Einzelhandelsangebotes nach Stadtbezirken**Tabelle 8: Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebotes nach Stadtbezirken**

Stadtbezirk	Einwohner	Anzahl der Betriebe	VKF in m ²	Anteil an Gesamt-VKF	Verkaufsfläche pro Einwohner in m ²	⊙ Verkaufsfläche pro Betrieb in m ²
Rheinberg	14.723	100	33.300	84,3 %	2,3	333
Borth	7.348	15	2.200	5,6 %	0,3	147
Budberg	4.775	10	1.100	2,8 %	0,2	110
Orsoy	4.177	17	2.900	7,3 %	0,7	171
Summe	31.023	142	39.500	100 %	1,3	278

Quelle: Einzelhandelserhebung Rheinberg, Januar 2017; gerundete Werte; Einwohner Quelle: Stadt Rheinberg Einwohner-Bestandsstatistik
VKF = Verkaufsfläche

- Der quantitative Einzelhandelsschwerpunkt mit 100 Betrieben und rund 33.000 m² Verkaufsfläche liegt deutlich im Stadtbezirk Rheinberg.
- In den Stadtbezirken Borth, Budberg und Orsoy wird der Großteil der Verkaufsfläche durch je einen großen Lebensmittelanbieter gestellt, wobei der Verbrauchermarkt Edeka Daniels in Orsoy der modernste und größte ist.
- Die Verkaufsfläche pro Einwohner stellt sich entsprechend der Verteilung der Verkaufsfläche und Einwohner über die Stadtbezirke ganz unterschiedlich dar. Während der Stadtbezirk Rheinberg mit einem Wert von 2,3 deutlich über dem bundesdurchschnittlichen Wert von ca. 1,5 liegt, liegen die drei übrigen Stadtbezirke deutlich darunter. Auch der gesamtstädtische Wert von 1,3 m² Verkaufsfläche pro Einwohner liegt leicht unter dem Durchschnittswert.

Neben dieser überwiegend quantitativen Betrachtung spielen für die Bewertung eines Einzelhandelsstandorts vor allem auch **qualitative** und **räumliche** Aspekte eine entscheidende Rolle. In einem weiteren Schritt wird das Einzelhandelsangebot der Stadt Rheinberg daher unter diesen Gesichtspunkten näher betrachtet.

Zwischenfazit – Angebotsstruktur des Einzelhandels in Rheinberg:

Insgesamt zeigt sich anhand der sortimentspezifischen Verkaufsflächenausstattung und der Angebotsschwerpunkte (Hauptbranchen) der Betriebe, dass in jeder Branche ein gewisses Angebot in Rheinberg vorhanden ist, was jedoch in vielen Warengruppen insbesondere des mittel- und langfristigen Bedarfs quantitativ unterdurchschnittlich ausgeprägt ist.

In vielen Branchen sind Defizite in der vorhandenen Angebotsbreite und -tiefe, der Betriebsgrößenstrukturen sowie der Angebotsqualität festzustellen, die einen Entwicklungsspielraum für quantitative, qualitative wie räumliche Verbesserungen eröffnen.

Großflächiger Einzelhandel in Rheinberg

- Aktuell existieren in Rheinberg 10 großflächige Anbieter¹¹ mit einer Verkaufsfläche von zusammen ca. 22.000 m². Obwohl diese Betriebe nur rund 7 % aller Anbieter darstellen, umfassen sie rund 55 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots.
- Mit 5 Betrieben und rund 9.000 m² Verkaufsfläche, d. h. rund 40 % der Verkaufsfläche der großflächigen Anbieter entfallen die Hälfte der großflächigen Betriebe auf Anbieter der Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel. Hier sind in erster Linie die großen Lebensmittelanbieter (Rewe, zwei Edeka Märkte, Lidl und Aldi) zu nennen, die sowohl in städtebaulich integrierten Lagen, aber auch in peripheren, nicht integrierten Lagen zu finden sind.
- Rund 8.000 m² Verkaufsfläche entfällt auf großflächige Betriebe der Hauptbranche Bau- und Gartenmarktsortimente, was auf die flächenintensiven Angebotsformen in dieser Warengruppe zurückzuführen ist. Größter Anbieter in Rheinberg ist der Hagebaumarkt Swertz mit rund 5.000 m² Verkaufsfläche in Winterswick. Zweitgrößter Betrieb ist Möbel Gottwald mit rund 4.800 m² Verkaufsfläche.
- In den typischerweise zentrenrelevanten Sortimenten (z.B. Bekleidung Schuhe, Sportartikel, etc.) ist kein großflächiger Betrieb in Rheinberg vorhanden.
- Alle großflächigen Anbieter befinden sich ausschließlich außerhalb der Innenstadt (bzw. des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt 2006), was an den üblicherweise knappen Flächenpotenzialen an solchen Standorten im Allgemeinen liegt, jedoch auch einen ersten Hinweis darauf gibt, dass es in der Rheinberger Innenstadt möglicherweise an großen Magnetbetrieben fehlt, die Frequenzen erzeugen können.

¹¹ Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Die Einstufung als großflächiger Betrieb erfolgte bislang nach § 11 (3) BauNVO ab einer Bruttogeschossfläche von rund 1.200 m². Die relevante Rechtsprechung besagt dazu, dass der Tatbestand der Großflächigkeit gegeben ist, wenn eine Verkaufsfläche von 800 m² überschritten wird (Vgl. Urteil vom 24.11.2005: BVerwG 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05).

Karte 4: Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Rheinberg



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Rheinberg, Januar 2017, Kartengrundlage der Stadt Rheinberg

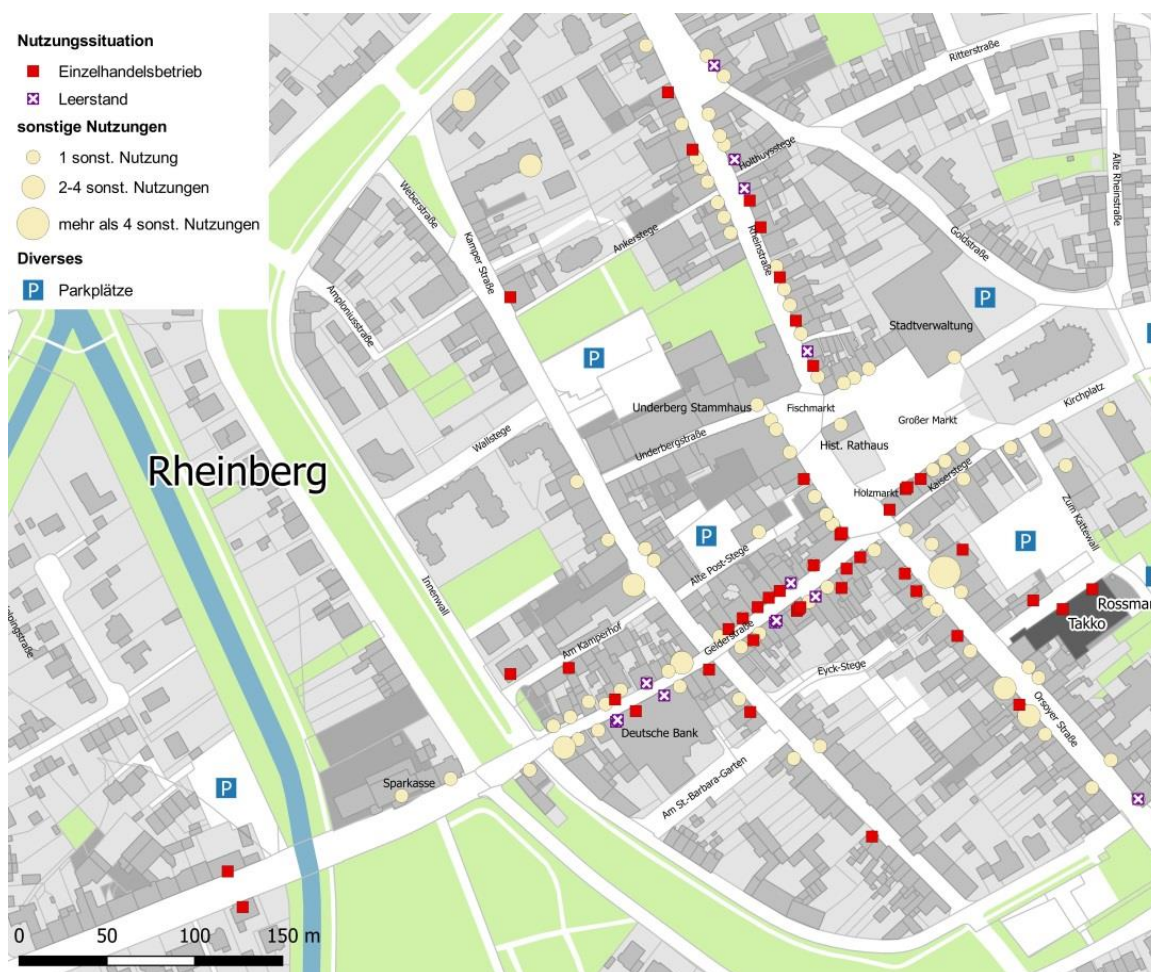
Leerstände in Rheinberg

- Zum Erhebungszeitpunkt Januar 2017 liegen im Stadtgebiet 22 Leerstände von Ladenlokalen vor. Insgesamt belaufen sich die Verkaufsflächen dieser leerstehenden Lokale auf rund 2.200 m². Dies entspricht einer Leerstandsquote von 13,4 % der Ladenlokale und 5,3 % der Verkaufsfläche.
- Markantester Leerstand ist die ehemalige Netto-Filiale an der Xantener Straße, auf die rund 600 m² leerstehende Verkaufsfläche entfallen. Weitere prägende Leerstände befinden sich vor allem in der Innenstadt entlang der Gelderstraße (ehemaliger Ihr Platz und Müller).
- Rund 59 % der Ladenleerstände (13 Ladenlokale) befinden sich im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt. Dies ist eine außergewöhnliche Tatsache, da Lokale in der Innenstadt in der Regel über eine bessere Wettbewerbsposition gegenüber La-

denlokalen in (häufig solitären) Streulagen verfügen. Die Leerstände in ebensolchen Streulagen machen in Rheinberg „nur“ 41% (9 Ladenlokale) aus.

- Die 13 leerstehenden Lokale in der Innenstadt bedeuten eine Leerstandsquote von rund 22 % der Ladenlokale in der Innenstadt. Mit etwa 1.050 m² stehen rund 13 % der Verkaufsfläche in der Rheinberger Innenstadt leer. Insbesondere auf der Gelderstraße ist mit acht leerstehenden Ladenlokalen eine räumliche Konzentration zu konstatieren.

Karte 5: Leerstände in der Rheinberger Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung im Januar 2017 und Kartengrundlage der Stadt Rheinberg

4.3 Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Rheinberg

Die konkrete räumliche Verteilung des Einzelhandels im Rheinberger Stadtgebiet ist insbesondere mit Blick auf die strukturellen Aussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung von grundlegender Bedeutung. In Rheinberg kristallisieren sich folgende **räumlich funktionale Angebotsschwerpunkte** heraus, die in besonderem Maße durch Einzelhandelsnutzungen geprägt sind:

4.3.1 Die Rheinberger Innenstadt

Die Rheinberger Innenstadt befindet sich im östlichen Bereich des Stadtbezirks Rheinberg und innerhalb des historischen Stadtgrundrisses bzw. der ehemaligen Wallanlagen. Die zentrenprägenden Nutzungen erstrecken sich entlang der Gelderstraße, Orsoyer Straße und Rheinstraße.

Die Innenstadt bildet den zentralen Einzelhandelsstandort in Rheinberg. Allerdings muss festgehalten werden, dass diese zentrale Rolle der Innenstadt nicht durch die Daten gestützt werden kann. Mit 45 Betrieben entfallen ca. 32 % aller in Rheinberg vorhandenen Einzelhandelsbetriebe auf die Innenstadt. Insgesamt befinden sich etwa 4.400 m² Verkaufsfläche in diesem Bereich, was flächenmäßig allerdings nur einem Anteil von ca. 11 % an der Gesamtverkaufsfläche entspricht. Damit ist die Innenstadt nicht der quantitative Angebotschwerpunkt innerhalb der Einzelhandelslandschaft Rheinbergs. Seit der Einzelhandelserhebung im Jahr 2005 ist zudem ein Rückgang um rund 1.000 m² Verkaufsfläche zu verzeichnen. Zu erklären ist dieser Rückgang vor allem durch den Wegfall der Drogeriemärkte Ihr Platz und Müller in der Gelderstraße. Die Fläche des ehemaligen Edeka wurde von den Neuansiedlungen (Rossmann und Takko) besetzt. Weiterhin wurden seither kleinere Betriebe geschlossen. Außer der Ansiedlung in der Orsoyer Straße haben sich seit 2006 keine größeren oder gar großflächigen Betriebe in der Innenstadt niedergelassen. Eine Entwicklung blieb also weitestgehend aus.

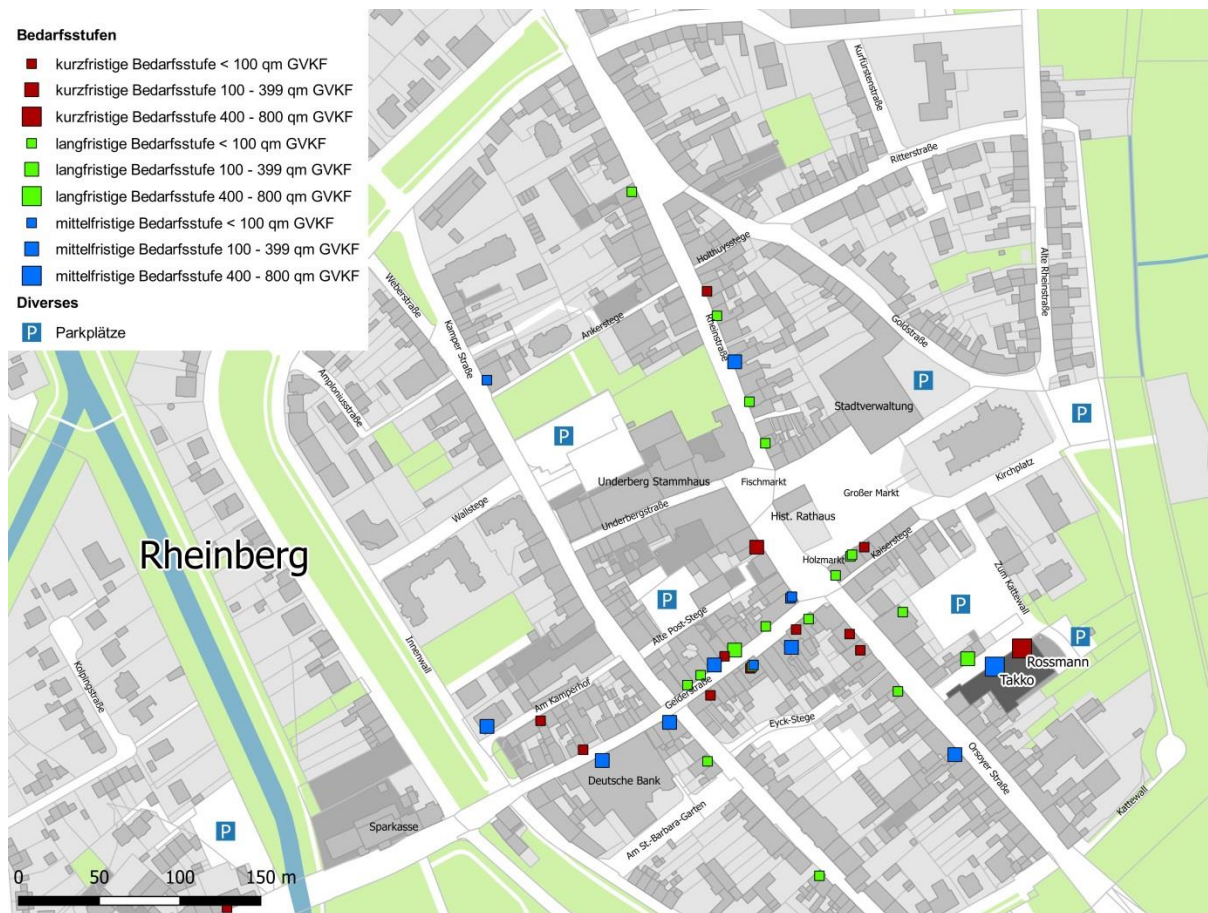
Im Vergleich zum Jahr 2006 kann in Bezug auf die Einzelhandelsdichte festgehalten werden, dass jeder Bereich um mindestens eine Kategorie nach unten gestuft wird, d.h., dass die Einzelhandelsdichte insgesamt abgenommen hat und andere Nutzungen im Verhältnis zugenommen haben. In bestimmten Teillagen der Innenstadt (z.B. an der Rheinstraße) spielt der Einzelhandel eine untergeordnete Rolle und es dominieren andere Nutzungen, wie beispielsweise Gastronomie, Dienstleistungen oder auch Leerstände.

Karte 6: Einzelhandelsdichte in der Rheinberger Innenstadt im Vergleich 2006 und 2017



Quelle: eigene Darstellung, ohne Maßstab

Karte 7: Die Rheinberger Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung im Januar 2017 und Kartengrundlage der Stadt Rheinberg

- Die **Gelderstraße** bildet eine bedeutende Einzelhandelslage innerhalb der Rheinberger Innenstadt und ist als Fußgängerzone ausgestaltet. Die städtebauliche Gestaltung ist weitgehend hochwertig. Die Gelderstraße weist im oberen Abschnitt mit bis zu 100 % eine sehr hohe Einzelhandelsdichte in den Erdgeschosszonen auf. Im unteren Abschnitt liegen zwei größere Leerstände (ehemals Ihr Platz und Müller). Die Gelderstraße ist geprägt durch eine kleinteilige Bebauungs- und Ladenstruktur, was für die Rheinberger Innenstadt aufgrund der historischen Baustrukturen typisch ist. Sortimentsschwerpunkte liegen in der Gelderstraße in den innenstadttypischen Warengruppen Bekleidung und Schuhe sowie medizinische und orthopädische Artikel. Größter Betrieb ist das alteingesessene Schuhhaus Tervooren mit rund 150 m² Verkaufsfläche gefolgt von dem Filialisten Ernsting's Family.

Fotos 1 und 2: Einzelhandelslage Gelderstraße



Quelle: eigene Aufnahmen

- Der **Große Markt**, **Fischmarkt** und **Holzmarkt** bilden einen zentralen Bereich in der Rheinberger Innenstadt. Der verkehrsberuhigte Bereich weist ein städtebaulich attraktives Ambiente mit einer hochwertigen Gestaltung des öffentlichen Raums und der Bebauung auf. Die ansässige Buchhandlung Schiffer stellt mit rund 300 m² Verkaufsfläche eines der größten Geschäfte und damit einen wichtigen Frequenzbringer für die gesamte Innenstadt dar. Die Kombination aus städtebaulicher Gestaltung, Gastronomie, Hotellerie und höherwertigem Einzelhandel macht diesen Bereich zu einem sehr attraktiven Stadtbaustein der Rheinberger Innenstadt.

Fotos 3 und 4: Einzelhandelslage Großer Markt/Holz- und Fischmarkt



Quelle: eigene Aufnahmen

- Die **Orsoyer Straße** weist deutliche Unterschiede zur Gelderstraße auf, was sowohl den Einzelhandelsbesatz als auch die städtebauliche Qualität betrifft. Neben Einzelhandelsnutzungen im Erdgeschoss existieren sowohl Dienstleistungsbetriebe als auch Wohnungen, die das Profil der Straße als Einzelhandelsstandort schwächen. Sowohl die Gestaltung der Hausfassaden als auch die Außendarstellung der Ladenlokale ist insgesamt einfach gehalten. Das Gleiche gilt für den öffentlichen Raum und die Bebauungsstruktur.
- Die seit 2006 an der Stelle des ehemaligen Anbieters Edeka entstandenen Anbieter **Rossmann** und **Takko** erfüllen eine wichtige Magnetfunktion für die Innenstadt, sind jedoch seit dieser Zeit auch die einzigen größeren Entwicklungen in der

Rheinberger Innenstadt. Einen großflächigen Betrieb lässt das Zentrum gänzlich vermissen.

- In der Orsoyer Straße gibt es sieben Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 1.400 m².

Fotos 5 und 6: Einzelhandelslage Orsoyer Straße



Quelle: eigene Aufnahmen

- Eine funktionale Anbindung der **Rheinstraße** zum Kernbereich der Innenstadt ist kaum gegeben. Der geringe Einzelhandelsbesatz weist größtenteils einen einfachen Standard auf. Magnetbetriebe sind in diesem Bereich nicht vorhanden. Insgesamt weist die Rheinstraße eine sehr geringe Passantenfrequenz auf. Der öffentliche Raum ist durch eine sehr einfache Gestaltung gekennzeichnet. Trotz vorhandener Potenziale wie der ansprechenden Baustruktur, dem klar ablesbaren Stadteingang und der Platzsituation besitzt der Bereich Rheinstraße aus einzelhandelsrelevanter Sicht nur wenig Ausstrahlungskraft.
- Das Einzelhandelsangebot an diesem Standort umfasst **ca. 800 m² Verkaufsfläche**, die sich auf acht Einzelhandelsbetriebe verteilt.

Foto 7 und Foto 8: Einzelhandelslage Rheinstraße



Quelle: eigene Aufnahmen

Das nur rund 4.400 m² Verkaufsfläche umfassende Einzelhandelsangebot in der Rheinberger Innenstadt beinhaltet zwar Waren aller Bedarfsstufen, wobei **Angebotsschwerpunkte nur gering ausgeprägt** sind. Größere Verkaufsflächenangebote gibt es in den zentrenprägenden Warengruppen der mittelfristigen Bedarfsstufe, insbesondere Bekleidung und Schuhe/Lederwaren (ca. 1.200 bzw. 300 m² Verkaufsfläche) und bei kurzfristigen Bedarfsgütern aus dem Bereichen Gesundheits- und Körperpflege (Rossmann) (vgl. Tabelle 9). Die langfristige Warengruppe Wohneinrichtungsbedarf ist mit 510 m² Verkaufsfläche ein weiterer Angebotsschwerpunkt.

Tabelle 9: Verkaufsflächenangebot in der Rheinberger Innenstadt

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ² (gerundete Werte)	Anteil an Gesamt in %
Nahrungs- und Genussmittel	230	1,8
Blumen (Indoor)/Zoo	70	3,8
Gesundheit und Körperpflege	660	31,6
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	320	34,0
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	1.280	7,3
Bekleidung	1.190	65,9
Schuhe/Lederwaren	300	80,8
GPK/Haushaltswaren	270	29,8
Spielwaren/Hobbyartikel	220	45,3
Sport und Freizeit	10	0,7
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	1.990	46,0
Wohneinrichtung	510	26,7
Möbel	20	0,2
Elektro/Leuchten	30	6,1
Elektronik/Multimedia	170	55,9
Medizinische und orthopädische Artikel	280	51,4
Uhren/Schmuck	110	95,5
Baumarktsortimente	40	0,6
Gartenmarktsortimente	20	0,7
Überwiegend langfristiger Bedarf	1.180	7,0
Gesamtsumme (inkl. Sonstiges)	4.450	11,0

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Junker + Kruse im Januar 2017

Das Einzelhandelsangebot ist – wie für Innenstadtlagen dieser Stadtgrößen typisch – **überwiegend kleinteilig strukturiert**. Die **einzigsten Magnetbetriebe** bilden derzeit der Drogeriemarkt Rossmann und der Bekleidungsanbieter Takko an der Orsoyer Straße. Neben einigen inhabergeführten Fachgeschäften (insbesondere in der Gelderstraße), die ein besonderes Qualitätsmerkmal der Rheinberger Innenstadt darstellen, sind

auch einige Filialunternehmen vorhanden, wobei sich das Angebotsniveau der Filialisten im Schnitt auf einem preisorientierten, einfachen Standard befindet (z.B. Takko, Ernsting's Family und Kodi). Namhafte und bekannte Filialisten mit Magnetwirkung sind hingegen vergleichsweise unterrepräsentiert. Ein Lebensmittelangebot ist seit der Schließung des kleinen Edeka Marktes nicht mehr in der Rheinberger Innenstadt vorhanden.

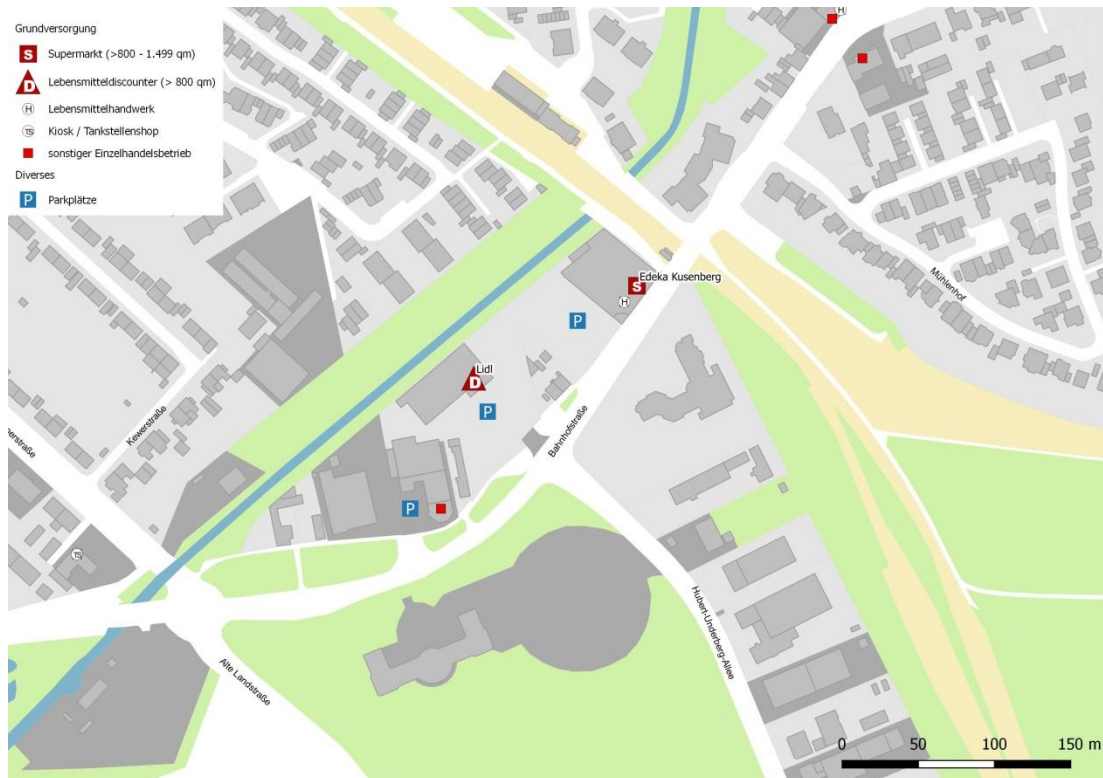
Mit 4.400 m² Verkaufsfläche (rd. 11 % der Verkaufsfläche in Rheinberg) und 45 Einzelhandelsbetrieben (ca. 32 % aller Einzelhandelsbetriebe) ist die Innenstadt **quantitativ unterdurchschnittliche aufgestellt**. Das hier vorhandene Angebot übernimmt zwar **eine gewisse Versorgungsfunktion für Rheinberg** – der in der Innenstadt Rheinbergs angesiedelte Einzelhandel mit insbesondere zentrenrelevanten Sortimenten dient einer gesamtstädtischen und z. T. stadtübergreifenden Versorgung – Allerdings kann Rheinberg die mittelzentrale Funktion auf Grund mangelnder attraktiver Angebotsformen und einer bedeutenden Konkurrenzsituation im Umland nur eingeschränkt erfüllen. Im Vergleich zur Untersuchung aus dem Jahr 2006 ist das innerstädtische Verkaufsflächenangebot insgesamt rückläufig (- 8 Betriebe; -1.000 m² Verkaufsfläche (-18 %)).

4.3.2 Weitere Angebotsschwerpunkte in Rheinberg

Zentraler Bereich Bahnhofstraße

Im Bereich **Bahnhofstraße** im Stadtbezirk Rheinberg befinden sich zwischen Kreisverkehr und Bahnlinie südwestlich der Innenstadt zwei moderne, großflächige Lebensmittelbetriebe. Der Lebensmitteldiscounter **Lidl** hat sich seit der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes 2006 erweitert und präsentiert seine Ware jetzt auf rund 1.100 m² Verkaufsfläche. Im Jahr 2009 eröffnete **Edeka Kusenberg** (mit ca. 1.300 m² Verkaufsfläche) als großflächiger Vollsortimenter am Standort. Im Vorfeld gab Edeka den kleinen Standort in der Orsoyer Straße in der Innenstadt auf.

Da in der Innenstadt kein Lebensmittelangebot mehr vorhanden ist (i.S. eines größeren Lebensmittelmarktes), ergänzt der in ca. 1 km Entfernung liegende Versorgungsschwerpunkt an der Bahnhofstraße die Innenstadt funktional, indem er die Nahversorgungsfunktion ausübt, die die Innenstadt zumindest derzeit nicht erfüllen kann. Ihm kommt neben der Grundversorgungsfunktion auch eine Nahversorgungsfunktion zu. Der ansässige Facheinzelhandel Räder Ecke für Fahrräder und Zubehör umfasst rund 400 m² Verkaufsfläche.

Karte 8: Zentraler Bereich Bahnhofstraße

Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung im Januar 2017 und Kartengrundlage der Stadt Rheinberg

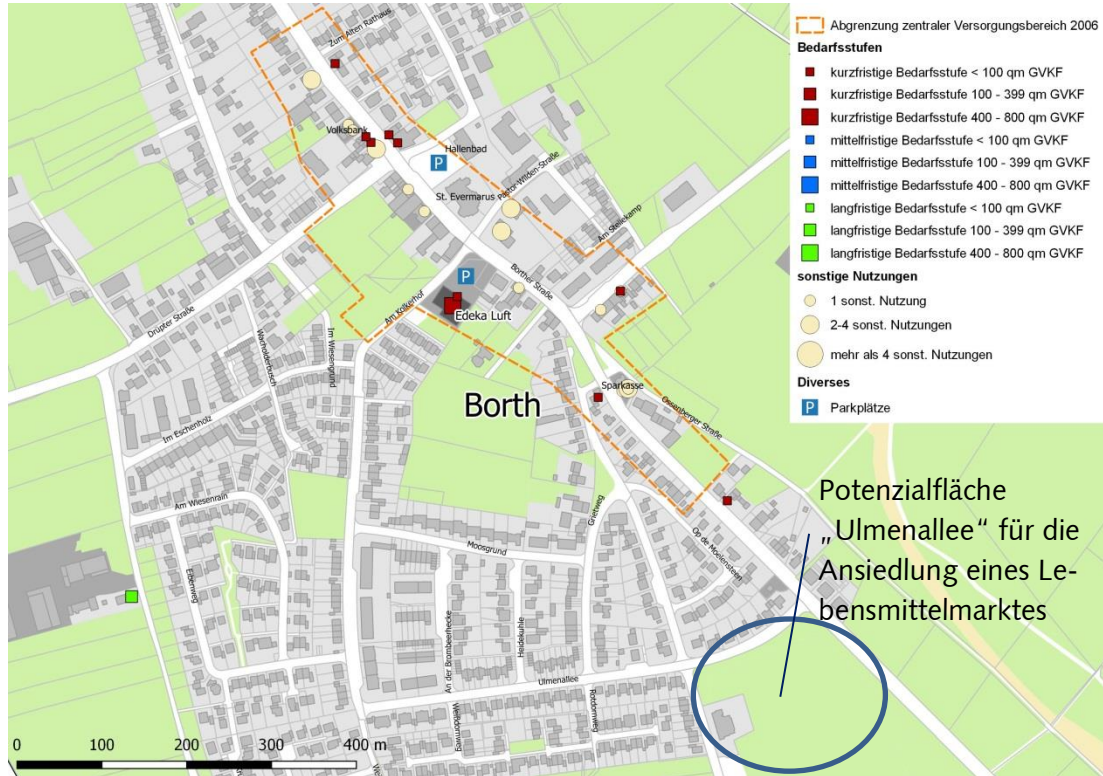
Das Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2006 definierte in den drei Stadtbezirken Borth, Budberg und Orsoy je einen zentralen Versorgungsbereich (Im Falle der Stadtbezirke Borth und Orsoy je ein sogenanntes Ortsteilzentrum, in Budberg ein Nahversorgungszentrum) innerhalb des Siedlungsgebiets. Aus heutiger Sicht lassen sich diese drei Zentren wie folgt beschreiben und hinsichtlich ihrer Versorgungsbedeutung einordnen:

Zentraler Bereich Borth

Das Ortsteilzentrum Borth erstreckt sich entlang der Borthen Straße und stellt sich als lose Bandstruktur ohne eine nennenswerte Einzelhandelsdichte dar. Der Stadtbezirk Borth vermittelt einen dörflichen Charakter. Insgesamt befinden sich dort 12 Betriebe, von denen neun im Zentralen Bereich liegen. Die Betriebe verfügen über rund 1.000 m² Verkaufsfläche. Der Schwerpunkt des Einzelhandelsangebotes liegt im Bereich Nahrungs- und Genussmittel, so dass Borth neben der Nahversorgungsfunktion auch eine Grundversorgungsfunktion für die Wohnplätze Wallach und Teile Ossenberg übernimmt. Zentraler Baustein ist der ansässige Lebensmittelvollsortimenter Edeka mit rund 750 m² Verkaufsfläche, der als Magnetbetrieb fungiert. Zudem befinden sich verschiedene ergänzende Einzelhandelsbetriebe und Dienstleister in der Nähe des Lebensmittelanbieters. Der wichtige Anbieter entspricht hinsichtlich der Betriebsgröße und Warenpräsentation nicht mehr modernen Standards und seine Stabilität und Zukunftsfähigkeit am Standort steht in Frage. Die Ansiedlung eines großflächigen Le-

bensmittelmarktes zur Aufrechterhaltung der Nahversorgung auf der Potenzialfläche an der Ulmenallee ist derzeit im Gespräch und in der Planung (vgl. hierzu auch Kapitel 7.3).

Karte 9: Zentraler Bereich Borth (mit Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs 2006)



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung im Januar 2017 und Kartengrundlage der Stadt Rheinberg

Tabelle 10: Verkaufsflächenangebot im Zentralen Bereich Borth

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ² (gerundete Werte)	Anteil an Ge- samt in %
Nahrungs- und Genussmittel	700	5,5
Blumen (Indoor)/Zoo	40	2,2
Gesundheit und Körperpflege	90	4,1
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	90	9,5
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	910	5,2
Bekleidung	20	0,8
Schuhe/Lederwaren	10	2,7
GPK/Haushaltswaren	10	1,1
Spielwaren/Hobbyartikel	10	2,1
Sport und Freizeit	-	-
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	50	1,0
Wohneinrichtung	-	-
Möbel	-	-
Elektro/Leuchten	-	-
Elektronik/Multimedia	-	-
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-
Uhren/Schmuck	-	-
Baummarktsortimente	-	-
Gartenmarktsortimente	-	-
Überwiegend langfristiger Bedarf	-	-
Gesamtsumme (inkl. Sonstiges)	960	2,4

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Junker + Kruse im Januar 2017

Foto 9 und 10: Zentraler Bereich Borth



Quelle: eigene Aufnahmen

Zentraler Bereich Budberg

Im Ortsteil Budberg sind insgesamt acht Einzelhandelsbetriebe entlang der Rheinberger Straße mit rund 800 m² Verkaufsfläche vorhanden, die ergänzt werden durch einige Dienstleistungsbetriebe. Der Schwerpunkt der Einzelhandelsanbieter liegt in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel und damit dienen die ansässigen Anbieter in erster Linie der Nahversorgung der Einwohner Budbergs sowie der Grundversorgung der umliegenden Wohnplätze und Streusiedlungen (Eversael und Teile Vierbaums). Wichtigster Anbieter in diesem Zusammenhang ist der Lebensmitteldiscounter Penny (ca. 600 m² Verkaufsfläche), dessen Verkaufsflächengröße jedoch auch nicht mehr heute gängigen Betriebsgrößen entspricht, weshalb der derzeit noch stabile Einzelhandelsbaustein möglicherweise nur bedingt als zukunftsfähiger Nahversorger in Budberg existieren kann.

Karte 10: Zentraler Bereich Budberg (mit Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs 2006)



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung im Januar 2017 und Kartengrundlage der Stadt Rheinberg

Tabelle 11: Verkaufsflächenangebot im Zentralen Bereich Budberg

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ² (gerundete Werte)	Anteil an Gesamt in %
Nahrungs- und Genussmittel	510	4,0
Blumen (Indoor)/Zoo	60	3,3
Gesundheit und Körperpflege	100	4,5
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	30	3,2
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	700	4,0
Bekleidung	40	1,9
Schuhe/Lederwaren	-	-
GPK/Haushaltswaren	20	2,2
Spielwaren/Hobbyartikel	-	-
Sport und Freizeit	10	0,7
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	70	1,4
Wohneinrichtung	10	0,5
Möbel	-	-
Elektro/Leuchten	10	1,0
Elektronik/Multimedia	10	3,4
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-
Uhren/Schmuck	-	-
Baumarktsortimente	10	0,1
Gartenmarktsortimente	-	-
Überwiegend langfristiger Bedarf	40	0,2
Gesamtsumme (inkl. Sonstiges)	810	2,0

Quelle: Einzelhandelsbestandshebung Junker + Kruse im Januar 2017

Foto 10 und 12: Zentraler Bereich Budberg

Quelle: eigene Aufnahmen

Zentraler Bereich Orsoy

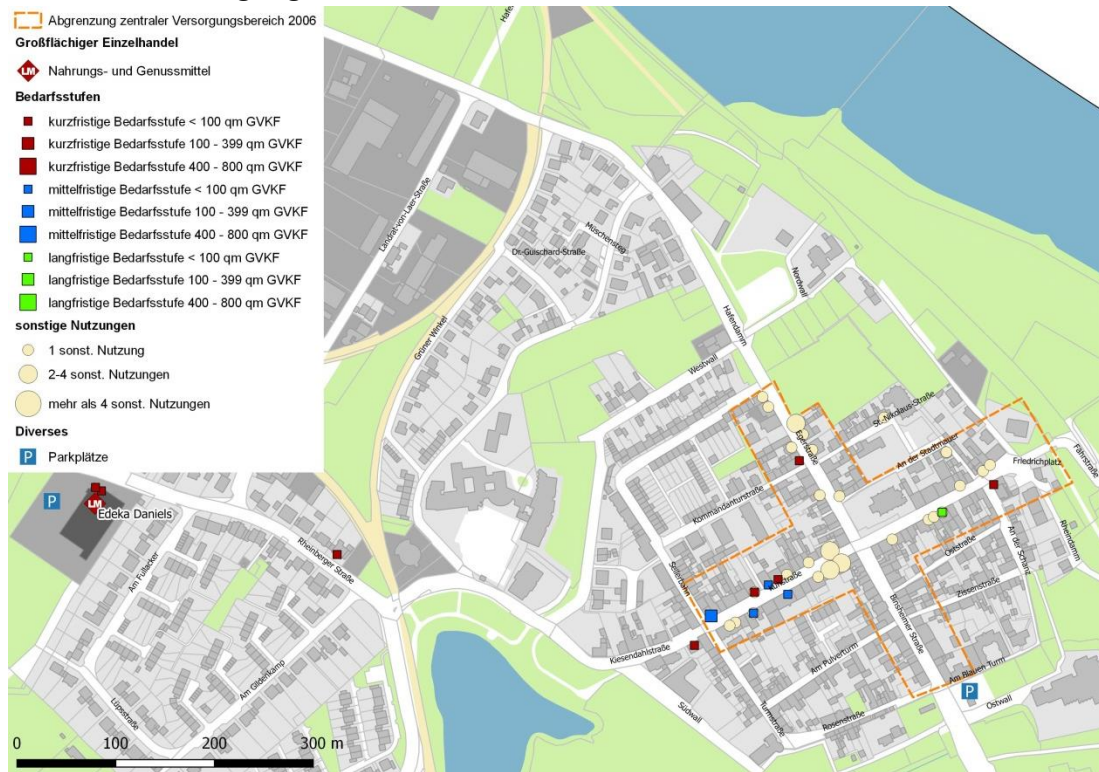
Der Zentrale Bereich Orsoy weist eine kompakte Bandstruktur entlang der Kuhstraße und Fährstraße auf. Insgesamt zeichnet sich Orsoy aufgrund seiner historischen Stadtstruktur, seiner attraktiven historischen Bausubstanz sowie der Lage am Rhein durch ein sehr ansprechendes Gesamtbild aus.

In Orsoy sind rund **3.000 m² Verkaufsfläche** vorhanden, die sich auf 17 Betriebe verteilt, von denen nur etwa 17 % im Zentralen Bereich liegen. Der größte und bedeutendste Anbieter (Edeka Daniels mit ca. 1.700 m² Verkaufsfläche) liegt in siedlungsräumlicher Randlage am Ortseingang von Orsoy¹². Die Nahversorgungsfunktion wird also außerhalb des zentralen Bereichs sichergestellt, da aufgrund der kleinteiligen Bebauungsstruktur keine geeigneten Flächen zur Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarktes im Zentrum zur Verfügung standen. Die Ansiedlung ist positiv zu werten, verfügte der Stadtbezirk im Südosten Rheinbergs im Jahr 2006 noch über kein adäquates Lebensmittelangebot i.S. eines größeren Lebensmittelmarktes. In direkter Nachbarschaft bestehen die Überlegungen seitens der Firma Netto zur Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters mit rund 1.000 m² Verkaufsfläche.

Der zentrale Bereich mit rund 600 m² Gesamtverkaufsfläche übernimmt also nur eine untergeordnete Versorgungsaufgabe im Bereich der nahversorgungsrelevanten Warengruppen. Durch seine kleinteiligen Einzelhandelsbetriebe und sein umfangreiches ergänzendes Dienstleistungs- und Gastronomieangebot erfüllt er dennoch eine zentrale Aufgabe.

¹² Der Bereich ist im derzeit gültigen Regionalplan als Allgemeiner Freiraum- und Agrarbereich ausgewiesen. Vgl. Regionalplan (GEP 99), Stand 11/2009

Karte 11: Zentraler Bereich Orsoy (mit Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs 2006)



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung im Januar 2017 und Kartengrundlage der Stadt Rheinberg

Tabelle 12: Verkaufsflächenangebot im Zentralen Bereich Orsoy

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ² (gerundete Werte)	Anteil an Ge- samt in %
Nahrungs- und Genussmittel	100	0,8
Blumen (Indoor)/Zoo	-	-
Gesundheit und Körperpflege	50	2,4
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	20	1,6
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	170	0,9
Bekleidung	220	11,9
Schuhe/Lederwaren	-	-
GPK/Haushaltswaren	-	-
Spielwaren/Hobbyartikel	-	-
Sport und Freizeit	90	11,1
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	310	7,0
Wohneinrichtung	10	0,5
Möbel	70	1,0
Elektro/Leuchten	-	-
Elektronik/Multimedia	-	-
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-
Uhren/Schmuck	10	4,5
Baumarktsortimente	-	-
Gartenmarktsortimente	-	-
Überwiegend langfristiger Bedarf	90	0,5
Gesamtsumme (inkl. Sonstiges)	570	1,4

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Junker + Kruse im Januar 2017

Foto 13 und 14: Edeka Daniels und Zentraler Bereich Orsoy



Quelle: eigene Aufnahmen

Es wird deutlich, dass die 2006 ausgewiesenen Rheinberger Ortsteil- bzw. Nahversorgungszentren teilweise deutliche Defizite hinsichtlich Angebotsumfang und -struktur aufweisen. Alle drei Zentren umfassten bereits 2006 nur jeweils knapp über 1.000 m² (im Falle des Stadtbezirks Orsoy waren es nur rund 700 m² Verkaufsfläche) je Standort. Größere Entwicklungen innerhalb der Zentren sind seither ausgeblieben. Die zwischenzeitlich erfolgte einschlägige Rechtsprechung¹³ zum Themenkomplex „Zentrale Versorgungsbereiche“ formuliert bestimmte Mindestanforderungen, die solche Nahversorgungsstandorte erfüllen müssen, um als zentrale Versorgungsbereiche (i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), § 9 (2a) und 34 (3) BauGB und des § 11 (3) BauNVO) eingestuft werden zu können. Vor dem Hintergrund dieser Anforderungskriterien sind die Rheinberger Nahversorgungsstandorte bzw. -zentren und Ortsteilzentren im Rahmen der Definition zentraler Versorgungsbereiche daher einer kritischen Prüfung unterzogen worden (vgl. dazu die Ausführungen des Kapitels 7.1).

Sonstige Einzelhandelslagen im Stadtgebiet

Sonderstandort Winterswick

Im Gewerbegebiet Winterswick im Bereich der Straßen An der Neuweide und Industriestraße ist hauptsächlich großflächiger nicht zentrenrelevanter Einzelhandel angesiedelt. Das Gewerbegebiet ist ein ausschließlich autokundenorientierter, städtebaulich nicht integrierter Standort. Der Standort besitzt stadtweite und z.T. überregionale Versorgungsbedeutung.

Der Einzelhandelsbestand weist einen Schwerpunkt im langfristigen Bedarfsbereich auf und ist durch Anbieter aus den Bereichen Möbel (Gottwald, ca. 4.800 m² Verkaufsfläche und Möbel & Sonderposten, ca. 420 m² Verkaufsfläche) und Bau- und Gartensortimente (u.a. Hagebaumarkt Swertz mit ca. 5.000 m² Verkaufsfläche) geprägt. Mit dem Getränkemarkt trinkgut befindet sich auch ein Anbieter mit nahversorgungsrelevantem Angebot am Standort. Das Einzelhandelsangebot an diesem kompakten, autokundenorientierten Standort umfasst aktuell elf Einzelhandelsbetriebe mit zusammen rund 14.000 m² Verkaufsfläche.

Der durch insbesondere großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel geprägte Sonderstandort liegt gemäß des Regionalplans für den Regierungsbezirk Düsseldorf¹⁴ in einem Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzungen (**GIB**). Diese Bereiche sind aufgrund der besonderen Standortanforderungen insbesondere für emittierende und sonstige nicht wohnverträgliche Gewerbenutzungen vorzuhalten. 2006 wurde der Sonderstandort als Entwicklungsbereich für insbesondere großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel eingeordnet.

¹³ vgl. hier insbesondere das Urteil des OVG NRW vom 15.02.2012 (Az. 10 D 32/11.NE)

¹⁴ Regionalplan (GEP 99), Stand 11/2009

Einzelhandel an der Xantener Straße¹⁵

Die Anbieter an der Xantener Straße liegen im Stadtbezirk Rheinberg ca. 1 km nordwestlich der Innenstadt in verkehrsgünstiger Lage an den Ausfallstraßen Xantener Straße bzw. Moerser Straße. Das „Fachmarktzentrum Rheinberg“, als Einheit geplant und entstanden, umfasst den Lebensmitteldiscounter Netto (ca. 780 m² Verkaufsfläche¹⁶), die beiden Fachmärkte Trink und Spare (ca. 730 m² Verkaufsfläche) und Das Futterhaus (ca. 430 m² Verkaufsfläche). Daneben gibt es noch einen kleinen Anbieter im Bereich Nahrungs- und Genussmittel (Kriemhild Mühle mit ca. 65 m² Verkaufsfläche). Der Lebensmitteldiscounter Aldi (rund 940 m² Verkaufsfläche) liegt nordöstlich des „Fachmarktzentrums Rheinberg“. Gegenüberliegend befindet sich der nicht großflächige Leerstand des ehemaligen Netto Marktes mit ca. 600 m² Verkaufsfläche¹⁷.

Die Anbieter befinden sich in **städtebaulich nicht integrierter** Lage. Zwar schließt sich im Südosten Wohnbebauung an, jedoch ist der Standortbereich nicht komplett von Wohnbebauung umschlossen. Der Siedlungsbereich schließt sich nur von einer Seite an, insbesondere in Richtung Norden und Westen grenzen keine Siedlungsflächen an. Die Anbieter richten sich demnach vornehmlich an Kunden, die den Standort mit dem Pkw aufsuchen. Sie erfüllen im Schwerpunkt eine (Pkw-orientierte) Grundversorgungsfunktion und keine (fußläufig orientierte) Nahversorgungsfunktion im Stadtbezirk Rheinberg. Das bedeutet, dass ein nicht unerheblicher Anteil des Umsatzes der ansässigen Märkte von außerhalb des Nahbereichs generiert werden muss bzw. generiert wird.

Angebotsstandort Moerser Straße

Nördlich des Gewerbegebiets Winterswick an der Moerser Straße ist ein weiterer quantitativer Verkaufsflächenschwerpunkt vorhanden. Diese Einzelhandelslage kennzeichnet sich durch zwei großflächige Betriebe, dem größten Lebensmittelanbieter in Rheinberg (Verbrauchermarkt Rewe Center mit ca. 4.100 m² Verkaufsfläche) und dem Pflanzenmarkt Blumen & Pflanzenwelt Passen mit ca. 1.100 m² Verkaufsfläche. Der Bereich liegt gemäß des Regionalplans für den Regierungsbezirk Düsseldorf¹⁸ in einem Allgemeinen Siedlungsbereich (**ASB**), ist jedoch als städtebaulich nicht integriert einzustufen. Der Lebensmittelanbieter erfüllt auch in diesem Bereich eine autokundenorientierte Grundversorgungsfunktion und hat nur eine geringe Bedeutung für die Nahversorgung.

4.4 Wohnungsnahe Grundversorgung in Rheinberg

In der Gesamtschau ist für die Stadt Rheinberg eine **aus rein quantitativer Sicht zunächst gute Angebotsausstattung** mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu verzeichnen:

¹⁵ Der Standort liegt in einem Allgemeinen Siedlungsbereich (**ASB**) gemäß des Regionalplans für den Regierungsbezirk Düsseldorf (GEP 99), Stand 11/2009.

¹⁶ Zzgl. Bäckerei mit ca. 25 m² Verkaufsfläche

¹⁷ Zzgl. Leerstand der ehemaligen Bäckerei mit ca. 40 m² Verkaufsfläche

¹⁸ Regionalplan (GEP 99), Stand 11/2009

Derzeit führen in Rheinberg **52 Einzelhandelsbetriebe** Nahrungs- und Genussmittel als Kernsortiment und zahlreiche weitere Betriebe als (dem Kernsortiment untergeordnetes) Randsortiment. Vom gesamten einzelhandelsrelevanten Angebot entfallen rund **12.600 m² Verkaufsfläche** auf diese Warengruppe, was einem Anteil von rund **einem Drittel** an der Gesamtverkaufsfläche in der Stadt Rheinberg entspricht.

Tabelle 13: Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebotes im Bereich Nahrungs- und Genussmittel nach Stadtbezirken

Stadtbezirk	Einwohner	Anzahl der Betriebe NuG	VKF NuG in m ² (gerundet)	VKF NuG/EW in m ²
Rheinberg	14.723	31	9.120	0,62
Borth	7.348	8	910	0,12
Budberg	4.775	4	590	0,12
Orsoy	4.177	9	1.980	0,47
Summe	31.023	52	12.600	0,41

Quelle: Einzelhandelserhebung Rheinberg, Januar 2017; VKF = Verkaufsfläche; NUG = Nahrungs- und Genussmittel; Bundesdurchschnitt im Bereich NuG ca. 0,40 m²/EW

Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel beträgt **0,41 m² pro Kopf** und liegt somit leicht über dem bundesweiten Durchschnittswert von 0,35 - 0,4 m². Mit rund **60 Mio. Euro Umsatz** entfallen rund **44 % des Gesamtumsatzes** des Rheinberger Einzelhandels auf die Branche Nahrungs- und Genussmittel. Der **Zentralitätswert** von **0,75** zeigt jedoch, dass der Umsatz der lokalen Einzelhandelsbetriebe in der Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel etwa 25 % unter dem sortimentspezifischen Kaufkraftvolumen der Bevölkerung Rheinberg und somit **deutlich unterhalb des Orientierungswerts einer „Vollversorgung“** (Zielzentralität: 1,0) liegt.

Die **qualitative Angebotsmischung** aus zwei Verbrauchermärkten, zwei Supermärkten und fünf Lebensmitteldiscountern sowie weiteren kleineren Lebensmittelläden, Betrieben des Lebensmittelhandwerks, Getränkefachmärkten, Kiosks, Tankstellenshops und Hofläden ist grundsätzlich positiv zu bewerten. Gleichwohl sind insbesondere im Bereich der größeren Lebensmittelmärkte auch qualitative Defizite zu beobachten: Teilweise entsprechen die Dimensionierungen der Anbieter nicht mehr heutigen Markterfordernissen und können deshalb in ihrer aktuellen Funktion nur bedingt als zukunftsfähig erachtet werden (Beispiel: Edeka in Borth oder Penny in der Annastraße in Rheinberg).

Im Hinblick auf eine möglichst flächendeckende und wohnortnahe Grundversorgung spielt neben der quantitativen Ausstattung und strukturellen Zusammensetzung des Angebots an Nahrungs- und Genussmitteln vor allem die räumliche Verteilung dieses Angebots eine wichtige Rolle.

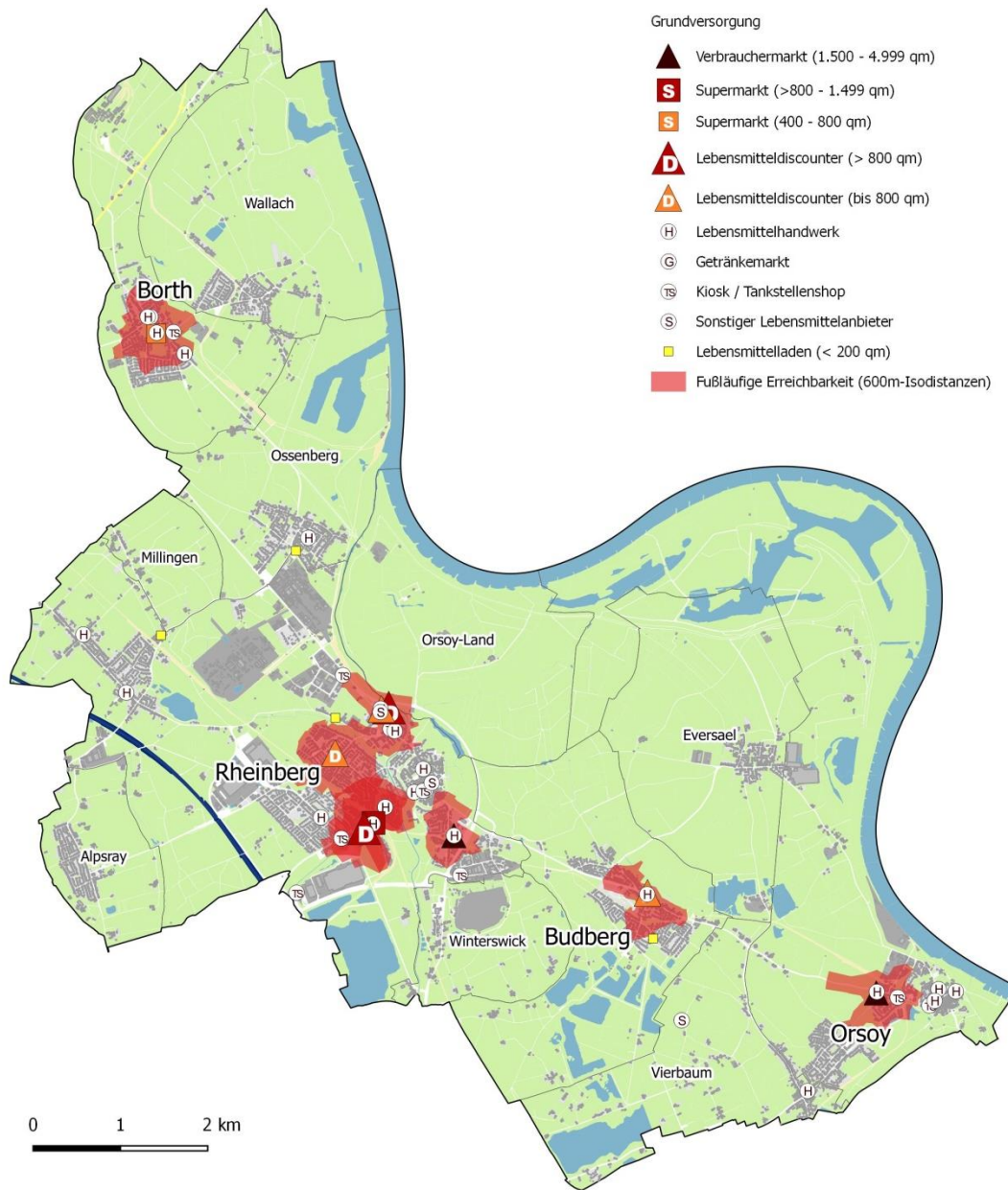
Eine gesicherte und ausreichende Grundversorgung der Wohnbevölkerung einer Stadt mit Nahrungs- und Genussmitteln setzt eine gute Erreichbarkeit der Einkaufsmöglichkeiten vom Wohnort, insbesondere zu Fuß oder mit dem Fahrrad, voraus. Zur **räumlichen Bewertung** der Einzelhandelsstandorte wird daher die fußläufige Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben ein Entfernungsmaß von ca. 500 bis 1.000 m als maximal akzeptierte Distanz herausgestellt. Dabei handelt es sich um eine kritische Zeit-Wegschwelle für Fußgängerdistanzen¹⁹. Es ist davon auszugehen, dass die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs – v.a. mit Lebensmitteln, Getränken sowie Gesundheits- und Drogerieartikeln – i.d.R. noch in einer Gehzeit von 10 Minuten möglich sein soll. In der nachfolgenden Karte die strukturprägenden Lebensmittelanbieter (ab einer Verkaufsfläche von 400 m², ohne Lebensmittelhandwerk, Getränkemarkt und Tankstellenshop/Kiosk) im Rheinberger Stadtgebiet mit einer sogenannten Isodistanz²⁰ von 600 m dargestellt.

Die Isodistanzen der **fußläufigen Einzugsbereiche** der Anbieter überlappen sich im Bereich der Bahnhofstraße durch den gemeinsamen Standort des Lebensmitteldiscounters Lidl und des Edeka Kusenbergl, sodass in diesem Bereich und den nördlich anschließenden Siedlungsgebieten (durch den Penny Markt an der Annastraße) von einer guten räumlichen Versorgung der Bevölkerung ausgegangen werden kann. In der Innenstadt und im Bereich der südwestlichen Kernstadt (Annaberg) hingegen bestehen deutliche Angebotslücken. Seit der Schließung des kleinen Supermarktes Edeka in der Orsoyer Straße ist derzeit keine Lebensmittelangebot in Form eines größeren Anbieters mehr in der Innenstadt vertreten. In diesen Bereichen besteht nur ein eingeschränktes Angebot an Nahrungs- und Genussmitteln in Form von Betrieben z.B. des Lebensmittelhandwerks.

¹⁹ Auch der Einzelhandelserlass des Landes Nordrhein-Westfalen nennt die zumutbare Grenze von 10 Gehminuten. Legt man eine Laufgeschwindigkeit von 5,4 km/h bzw. 1,5 m/s zu Grunde, wird in 10 Minuten eine Distanz von 900 m zurückgelegt. Vgl. Gem. Rd.Erl. d. Ministeriums für Stadtentwicklung, Kultur und Sport, d. Ministeriums für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr, d. Ministeriums für Umwelt, Raumordnung und Landwirtschaft u.d. Ministeriums für Bauen und Wohnen: Ansiedlung von Einzelhandelsgroßbetrieben; Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass NRW) vom 22.09.2008

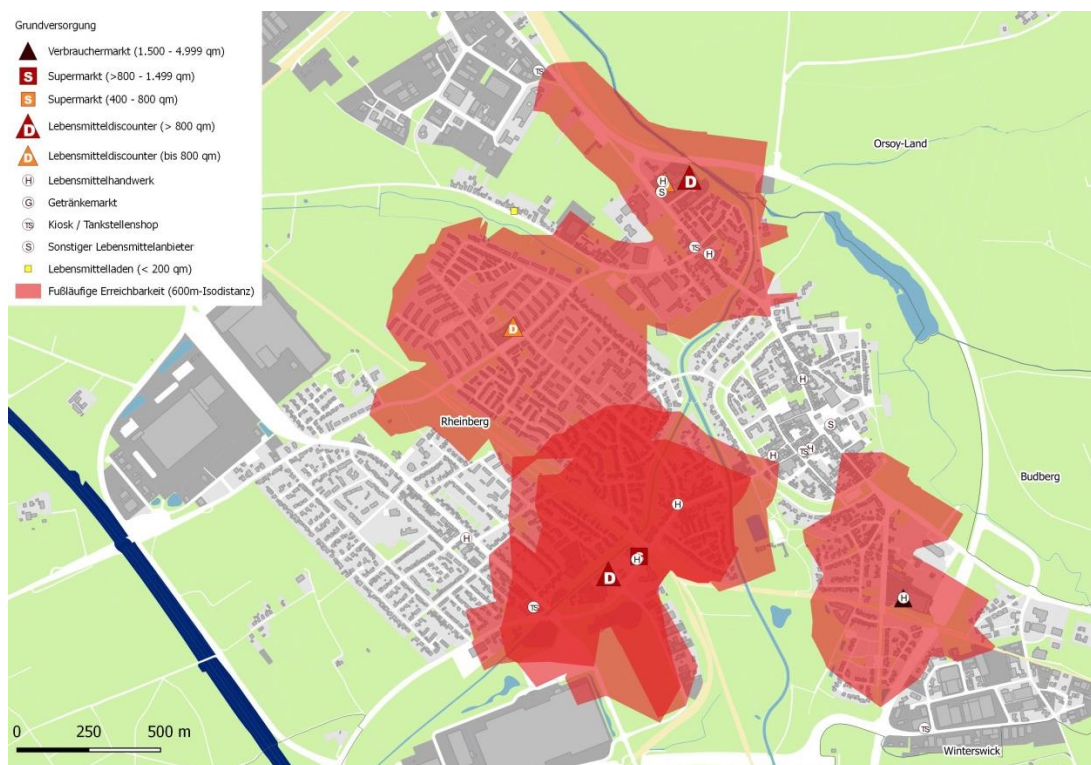
²⁰ Die Isodistanz bezeichnet die Verbindungslinien aller Orte, die von einem Ausgangspunkt aus in derselben Zeit zu erreichen sind. Hier werden anders als bei Luftlinien oder Radien tatsächlich existierende Wegebeziehungen zugrunde gelegt.

Karte 12: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Rheinberg mit 600 m – Fußwegedistanzen



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung in Rheinberg im Januar 2017 auf Karten-
grundlagen der Stadt Rheinberg

Karte 13: Strukturprägende Lebensmittelanbieter im Stadtbezirk Rheinberg mit 600 m – Fußwegedistanzen



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung in Rheinberg im Januar 2017 auf Kartengrundlagen der Stadt Rheinberg

Nördlich der Innenstadt übernehmen vor allem Aldi und Netto am Fachmarktstandort Xantener Straße eine Grundversorgungsfunktion. Südöstlich der Innenstadt können Teile der Wohnbereiche durch die Isodistanz des Verbrauchermarktes Rewe Center abgedeckt werden, dessen fußläufiger Einzugsbereich sich insbesondere östlich der Morserser Straße nicht über Siedlungsflächen erstreckt sondern Frei- bzw. Gewerbeflächen einschließt.

In Rheinberg bieten aktuell folgende solitär liegende Lebensmittelmärkte eine städtebaulich integrierte Lage mit unmittelbarem Bezug zu umliegenden Wohnsiedlungsbereichen und bilden sogenannte Nahversorgungsstandorte (ohne Zentrencharakter):

- Penny Annastraße in Rheinberg
- Edeka Luft²¹, Borthers Straße (Borth)
- Penny, Rheinberger Straße (Budberg)
- Edeka, Rheinberger Straße (Orsoy)

Diese Märkte sind aus den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen fußläufig gut erreichbar und spielen unter diesem Aspekt eine wichtige Rolle als **Nahversorgungs-**

²¹ Die Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarktes zur Aufrechterhaltung der Nahversorgung auf der Potenzialfläche an der Ulmenallee ist derzeit im Gespräch und in der Planung (vgl. hierzu auch Kapitel 7.3).

standorte. Lediglich der Edeka Supermarkt in **Orsoy** befindet sich in Siedlungsrandlage, wodurch die Nahversorgungsfunktion eingeschränkt ist, allerdings ist die Versorgungsbedeutung für den Stadtbezirk Orsoy insgesamt als sehr hoch einzuschätzen. Zudem besteht die Möglichkeit für die Einwohner Vierbaums und Orsoyer Berg sich hier mit Lebensmitteln zu versorgen.

Im Stadtbezirk **Borth** erfüllt der Supermarkt Edeka Luft durch seine städtebaulich integrierte Lage eine wichtige Nahversorgungsfunktion. Aufgrund der dispersen Siedlungsstrukturen werden die Wohnplätze Wallach und Ossenberg jedoch nicht von den fußläufigen Erreichbarkeiten des Lebensmittelvollsortimenters abgedeckt. Für die hier ansässige Bevölkerung ist der Standort jedoch ein wichtiger Grundversorgungsstandort.

Der Penny Markt im Stadtbezirk **Budberg** dient durch seine städtebaulich integrierte zentrale Lage ebenfalls für den Großteil der Bevölkerung des Stadtbezirks der Nahversorgung. Lediglich die Siedlungsrandbereiche werden durch die 600 m-Isodistanz nicht erfasst.

Hinsichtlich Flächengröße und -struktur, Außendarstellung, verkehrlicher Erreichbarkeit und Stellplatzsituation scheinen unter den genannten Märkten jedoch derzeit vor allem der Edeka Markt an der Rheinberger Straße modern und zeitgemäß aufgestellt, während der Edeka an der Borthener Straße und die beiden Penny Märkte diesbezüglich zumindest teilweise Defizite aufweist. Angebotsausweitungen oder bauliche Neustrukturierung dieser Standorte bzw. auch die Ansiedlung weiterer Anbieter sind grundsätzlich denkbar, jedoch stets kritisch hinsichtlich möglicher Auswirkungen auf die Entwicklungsperspektive im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und bestehenden Nahversorgungsstrukturen im Stadtgebiet zu überprüfen²².

Zwischenfazit – wohnortnahe Grundversorgung:

In der gesamtstädtischen Betrachtung zeigt sich in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel eine aus quantitativer Sicht zunächst gute, aber ausbaufähige Versorgungssituation. Zusätzlich besteht ebenfalls aus qualitativer und räumlicher Sicht Verbesserungsbedarf hinsichtlich der Versorgungssituation in Rheinberg.

Mit Blick auf eine möglichst wohnungsnah, fußläufig erreichbare Versorgung ist zwar eine weitgehend ausgewogene räumliche Verteilung des Angebots und eine erfreuliche Konzentration auf städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte zu erkennen, jedoch zeigen sich auch Attraktivitätsdefizite hinsichtlich der Flächengrößen und -struktur einiger Märkte. Räumliche Versorgungslücken bestehen in der Innenstadt und im Bereich Annaberg. Defizite in der fußläufigen Erreichbarkeit größerer Märkte betreffen ansonsten vor allem Siedlungsrandbereiche.

²² Die Stadt Rheinberg hat bereits eine landesplanerische Anfrage an den RVR gestellt, da es Ansiedlungs- bzw. Verlagerungsabsichten des Edeka Marktes in Borth gibt.

4.5 Fazit der aktualisierten Angebots- und Nachfrageanalyse

- Mit **142 Einzelhandelsbetrieben** auf rund **40.000 m² Verkaufsfläche** präsentiert sich die Stadt Rheinberg in der Gesamtbetrachtung über alle Warengruppen derzeit zunächst mit einer leicht unterdurchschnittlichen quantitativen Angebotsausstattung. Umgerechnet auf aktuell rund 32.600 Einwohner ergibt sich eine **Verkausflächenausstattung von rund 1,2 m² je Einwohner**, was im bundesweiten Vergleich (Bundesdurchschnitt: 1,4 m²/EW) einen **leicht unterdurchschnittlichen Wert** darstellt. Seit der Untersuchung aus dem Jahr 2006 ist ein Rückgang der Verkaufsfläche um rund 2.000 m² zu verzeichnen. Dies ist zum Großteil auf die Betriebsschließung der Anbieter Berkamöbel und Borgers (Baumarktsortimente) zurückzuführen.
- Es sind Angebote in allen Hauptbranchen zu finden, insgesamt zeigt sich jedoch aus quantitativer Sicht insbesondere im Bereich der kurzfristigen Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel eine **signifikante Angebotslücke (Zentralität von 0,75)**. **Unterdurchschnittliche Angebotsausstattungen**, die auf einen gewissen Entwicklungsspielraum hindeuten, zeigen sich weiterhin in nahezu allen mittelfristigen Warengruppen mit Zentralitätswerten unter 0,4 bei Bekleidung, Schuhe/ Lederwaren und Spielwaren/Hobbyartikel.
- Mit einem einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von ca. 200 Mio. Euro** weist Rheinberg ein im bundesweiten wie regionalen Vergleich **weitgehend leicht überdurchschnittliches Kaufkraftniveau** (Kaufkraftkennziffer: 103,01) auf. Demgegenüber steht ein jährlicher **Umsatz von rund 137 Mio. Euro** im Rheinberger Einzelhandel, so dass sich im Verhältnis eine **Zentralitätskennziffer** von rund **0,70** ergibt. Per Saldo übersteigen die Kaufkraftabflüsse aus Rheinberg ins Umland somit deutlich die Kaufkraftzuflüsse aus der Region, was **nicht der landesplanerischen Versorgungsfunktion als Mittelzentrum** entspricht. Hohe Zentralitäten und **Kaufkraftzuflüsse** zeigen sich vor allem in den kurzfristigen Warengruppen Gesundheit und Körperpflege, PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher sowie in den langfristigen Warengruppen medizinische und orthopädische Artikel und Möbel. Im **Vergleich zum Jahr 2006** ist die Zentralitätskennziffer von 0,77 auf 0,69 gesunken. **Steigerungen** ergeben sich vor allem in den kurzfristigen Warengruppen Blumen (Indoor)/Zoo, Gesundheits- und Körperpflegeartikel und PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher sowie Wohneinrichtung und medizinische und orthopädische Artikel. **Rückläufige Zentralitäten** sind vor allem in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel zu verzeichnen. Dabei spielen neben Neuan-siedlungen oder Erweiterungen (z. B. Takko und Rossmann) bzw. Betriebsaufgaben auch die Summe kleinteiliger Entwicklungen sowie eine **ungleiche Entwicklung von Umsatz und Kaufkraft innerhalb der Branchen** eine Rolle.
- Bedeutendster Angebotsstandort **ist die Rheinberger Innenstadt, jedoch nicht aus quantitativer Sicht**. Die Innenstadt präsentiert sich zwar weitgehend mit ihren kompakten städtebaulichen Strukturen und ihrer multifunktionalen Nutzungsmischung aus Einzelhandel, öffentlichen und privaten Dienstleistungsreinrichtungen sowie Kultur-/Gastronomieangeboten als attraktiver und funktionsfähiger Stand-

ort. Unter einzelhandelsseitigen Gesichtspunkten handelt es sich jedoch um ein **quantitativ unterdurchschnittlich ausgestattetes Zentrum** mit **Angebotsdefiziten** in den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs, insbesondere in den Sortimenten der Warengruppe Bekleidung/Textilien, Schuhe/Lederwaren und Elektronik/Multimedia und allen voran **Nahrungs- und Genussmitteln**.

- Auch eine Betrachtung der **qualitativen und funktionalen Angebotsstruktur** zeigt Optimierungspotenzial für den Einkaufsstandort Rheinberg. Das Angebot in einigen Branchen weist – bereits in einer rein *quantitativen* Betrachtung – gewisse Entwicklungspotenziale auf. In einer *qualitativen* Betrachtung wird darüber hinaus deutlich, dass in einigen Branchen strukturelle Verbesserungen sinnvoll sind. So sind die guten quantitativen Werte in der Hauptbranche GPK/Haushaltswaren beispielsweise vor allem auf Randsortimente außerhalb der Innenstadt zurückzuführen, während das innerstädtische Fachangebot ausbaufähig erscheint.
- Aufgrund der ausgeprägten wettbewerblichen Konkurrenzsituation zu anderen Mittel- und Oberzentren (zu nennen hier insbesondere Wesel, Duisburg und Moers) innerhalb der Region beschränkt sich das **Einzugsgebiet** des Einzelhandelsstandorts Rheinberg vor allem auf benachbarte Kommunen und hier insbesondere auf das Grundzentrum Alpen. Dies wird auch durch die aktuelle **Kundenherkunftserhebung** bestätigt. Rund 84 % der Kunden des Rheinberger Einzelhandels stammen aus Rheinberg selbst.
- Mit Blick auf eine räumlich ausgewogene **wohntnahe Grundversorgung** (Nahversorgung) wird der Bereich Bahnhofstraße als funktionaler Ergänzungsbereich Nahversorgung zur Innenstadt durch Grund- und Nahversorgungsstandorte ergänzt. Insgesamt ergibt sich eine quantitativ gute Angebotsausstattung mit Gütern des täglichen Bedarfs. Negativ zu werten ist das Fehlen eines Anbieters in der Innenstadt, da insbesondere in kleinen und mittelgroßen Städten ein Lebensmittelmarkt ein hoher Frequenzerzeuger ist. Er entfaltet eine Magnetwirkung, die auch dem übrigen Einzelhandel zugutekommt. In einer qualitativen Betrachtung des Angebotes zeigt sich Optimierungsbedarf, da einige Lebensmittelmärkte hinsichtlich Flächengröße und Sortimentsstruktur und Außendarstellung nicht mehr zeitgemäß aufgestellt sind.
- Klassische **Sonderstandorte** als Fachmarktstandorte existieren in Rheinberg an peripher gelegenen Standorten an der Xantener Straße und an der Moerser Straße. Aus quantitativer Sicht ist im Rheinberger Einzelhandel ein geringer Verkaufsflächenanteil der Innenstadt zu konstatieren. Es blieb zwar seit 2006 weitestgehend eine Angebotsverschiebung an überwiegend autokundenorientierte, städtebaulich nicht integrierte Lagen aus, was auf die konsequente Ansiedlungs- und Steuerungspraxis der Stadt Rheinberg in den vergangenen Jahrzehnten zurück geht, jedoch blieb leider auch eine Entwicklung der Innenstadt aus. Die Stadt Rheinberg sollte trotzdem ihre konsequente Ansiedlungs- und Steuerungspraxis auch zukünftig fortführen, denn sie sieht sich mit wiederkehrenden Ansiedlungsanfragen von Investoren für solche nicht integrierten Standorte konfrontiert (z.B. am Standort Xantener Straße, der derzeit konsequent als Sondergebiet überplant wird.)

Zusammenfassung Angebotsanalyse:

Insgesamt ist festzuhalten, dass der Rheinberger Einzelhandel aus rein quantitativer Sicht eine eher unterdurchschnittliche Angebotsstruktur aufweist. Es bestehen auf den ersten Blick einige nennenswerte quantitative Angebotsdefizite (u.a. Nahrungs- und Genussmittel).

Eine differenzierte Betrachtung der Angebotsstruktur unter qualitativen und funktionalen Aspekten zeigt Verbesserungspotenzial. Dies betrifft sowohl funktionale Entwicklungsspielräume in bestimmten Angebotssegmenten als auch Optimierungsbedarf hinsichtlich der Angebotsmischung (attraktive Filialisten des Standard- bis höherwertigen Angebotssegment).

Rheinberg wird seiner mittelzentralen Versorgungsfunktion für Stadt und Region momentan nur unzureichend gerecht, was sich auch in teilweise rückläufigen Zentralitäten widerspiegelt. Die Konkurrenzsituation im Umland spielt hierbei natürlich eine nicht außer Acht zu lassende Rolle.

Die Entwicklung der Innenstadt ist zuletzt eher als stagnierend bis leicht negativ zu bewerten. Das Fehlen moderner „Labels“ bzw. namhafter Betreiber aus dem Standard- und höherwertigen Segment behindert eine Profilierung und Erhöhung der Ausstrahlung des Zentrums. Größere Entwicklungen sind bis auf die Ansiedlungen an der Orsoyer Straße ausgeblieben. Die Innenstadt verfügt über keinen großflächigen Einzelhandel und auch ein Lebensmittelangebot ist nicht mehr vorhanden.

5 Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Rheinberg

Im Folgenden soll eine neutrale Einschätzung der aktuellen mittelfristigen Entwicklungsperspektiven (Prognosehorizont: 2025) des Einzelhandels in Rheinberg erfolgen. Für die Stadt als Träger der kommunalen Planungshoheit können entsprechende Aussagen als Orientierungsrahmen zur Beurteilung perspektivischer Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen von Einzelhandelsflächen dienen. In die Ermittlung der in den nächsten Jahren voraussichtlich zu erwartenden Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Rheinberg fließen folgende Faktoren ein:

Die gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation

Zur Darstellung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation wurde eine umfassende Analyse angestellt (vgl. dazu Kapitel 3 und 4). Insbesondere der branchenspezifische Verkaufsflächenbestand sowie die ermittelten einzelhandelsrelevanten Zentralitäten fließen in die Ermittlung zu künftigen Entwicklungsspielräumen ein. Aber auch qualitative Bewertungen der Angebotsstruktur sowie der räumlichen Angebotssituation sind hier von Bedeutung.

Entwicklung einzelhandelsrelevanter Umsatzkennziffern/Flächenproduktivitäten

Die Entwicklung der Flächenproduktivität²³ ist in der Vergangenheit bundesweit durch den ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die hohe Dynamik der Betriebstypenentwicklung deutlich ausdifferenziert. Zudem sind in zahlreichen Betrieben die Grenzrentabilitäten erreicht, was durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben angezeigt wird und mit Marktsättigungstendenzen einhergeht. Durch die damit verbundenen fortschreitenden Konzentrationsprozesse kann deswegen zukünftig zumindest teilweise wieder mit steigenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden. Diese Tendenzen und Perspektiven abwägend, wird für die zukünftige Entwicklung in Rheinberg von einer konstanten Flächenproduktivität ausgegangen. Der nominale Umsatz im Rheinberger Einzelhandel wird in Abhängigkeit der Entwicklungen einzelhandelsrelevanter Kennwerte, unter Einbeziehung durchschnittlicher Flächenproduktivitäten und dem Einfluss des Onlinehandels voraussichtlich nur gering ansteigen.

Bevölkerungsentwicklung in Rheinberg bis 2035

Für die Stadt Rheinberg liegt eine Bevölkerungsprognose von ALP Institut für Wohnen und Stadtentwicklung aus dem Jahr 2017²⁴ vor. Diese stellt auf das Basisjahr 2016 (31.900 Einwohner) ab. Gemäß Szenario A wird die Rheinberger Bevölkerung um ca. 3 % auf rund 30.900 sinken²⁵ (negative natürliche Bevölkerungsentwicklung). In

²³ Die Flächenproduktivität bezeichnet den Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes pro m² Verkaufsfläche.

²⁴ Vgl. ALP Institut für Wohnen und Stadtentwicklung: Bevölkerungsprognose für die Stadt Rheinberg (2035) Bericht 2017

²⁵ Vgl. ALP Institut für Wohnen und Stadtentwicklung: Bevölkerungsprognose für die Stadt Rheinberg (2035) Bericht 2017, S. 14

Szenario B steigt die Bevölkerung um rund 1 % bis 2030, danach wird ein leichter Rückgang auf rund 31.900 Einwohner bis 2035 prognostiziert²⁶.

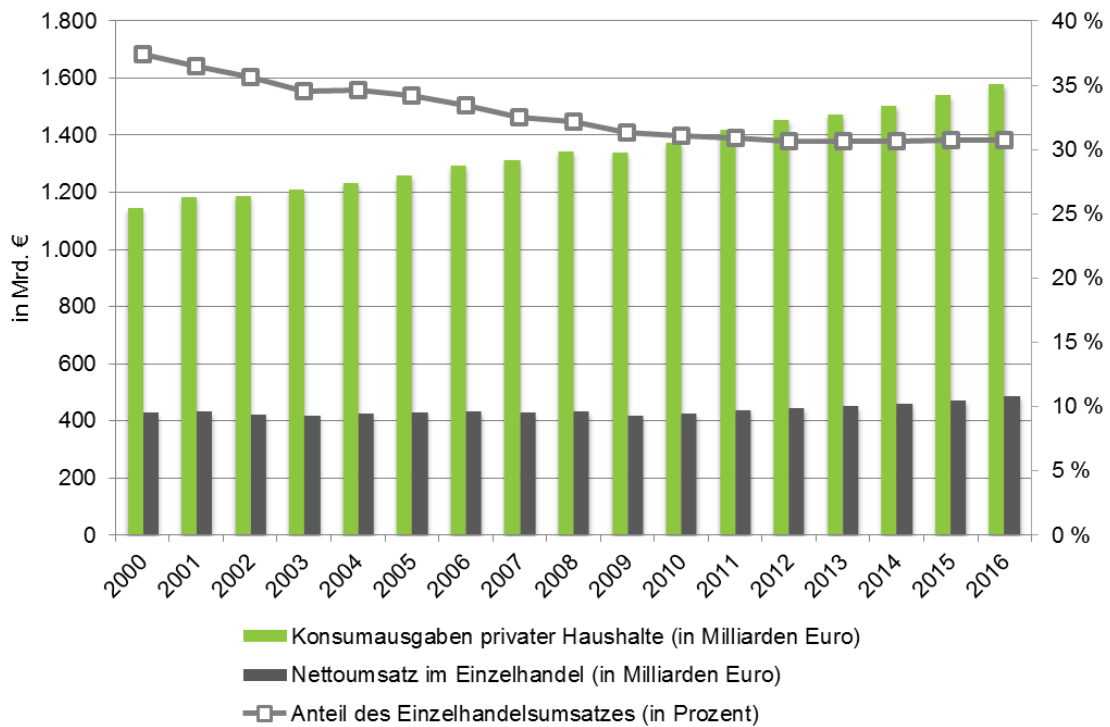
Neben der quantitativen Betrachtung werden in dem ALP Bericht auch Veränderungen innerhalb der Altersgruppen betrachtet. Es sind deutliche Zuwächse bei den älteren Bevölkerungsgruppen ab 65 Jahren abzulesen, während Bevölkerungsverluste voraussichtlich bei Kindern, Jugendlichen (bis 18 Jahre) und Erwachsenen bis 65 zu erwarten sind.

Veränderung der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben

Ein weiterer Einflussfaktor für die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage ist die Veränderung der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben. Die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben insgesamt ist grundlegend von zwei Faktoren abhängig:

- zum einen von privaten Einkommen bzw. den daraus resultierenden privaten Konsumausgaben,
- zum anderen von dem Anteil dieser Ausgaben im Einzelhandel bzw. für spezifische Einzelhandelsprodukte (Ausgabeanteile nach Warengruppen).
- Ein zusätzlicher Faktor in diesem Zusammenhang ist der Anteil der Ausgaben, die nicht dem stationären Einzelhandel, sondern dem Onlinehandel zufließen.

²⁶ Vgl. ebenda, S. 15

Abbildung 2: Anteil des Einzelhandelsumsatzes an privaten Konsumausgaben

Quelle: Statistisches Bundesamt; Hauptverband des Deutschen Einzelhandels; EHI Retail Institute, Mai 2017

Folgende bundesdeutsche Entwicklungen sind darzustellen:

- Die Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland sind in den letzten 15 Jahren um jährlich ca. zwei Prozent gestiegen.²⁷
- Deutlich zugenommen haben die Konsumausgaben u.a. für Wohnen und Energiekosten, während der **Anteil der Einzelhandelsausgaben** an den privaten **Konsumausgaben** seit 1990 um mehr als zehn Prozentpunkte auf einen Anteil von aktuell weniger als einem Drittel (29 % im Jahr 2010) zurückgegangen ist – Tendenz anhaltend²⁸.
- In der Summe stagnieren somit die einzelhandelsrelevanten Ausgaben weitestgehend. Diese Tendenz zeigt sich auch am gesamtdeutschen Einzelhandelsumsatz, der seit dem Jahr 2000 bei jährlichen Wachstumsraten zwischen -2 und +2 % nur ein sehr geringes Wachstum aufweist (2010: rund 400 Mrd. Euro)²⁹. Dieser Trend kann – in einer gewissen Spannweite – für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden.

Jedoch müssen auch **spezifische** Entwicklungen in den einzelnen **Warengruppen** bzw. im Onlinehandel berücksichtigt werden, d.h. es muss eine Prognose erfolgen, die sich

²⁷ EHI (2005-2010): Einzelhandel Aktuell. Köln; Statistisches Bundesamt 2011 (www.destatis.de); Handelsjournal et. al. (Hrsg.) (2008-2011): Factbook Einzelhandel; Handelsverband Deutschland (2014), zitiert nach www.handelsdaten.de

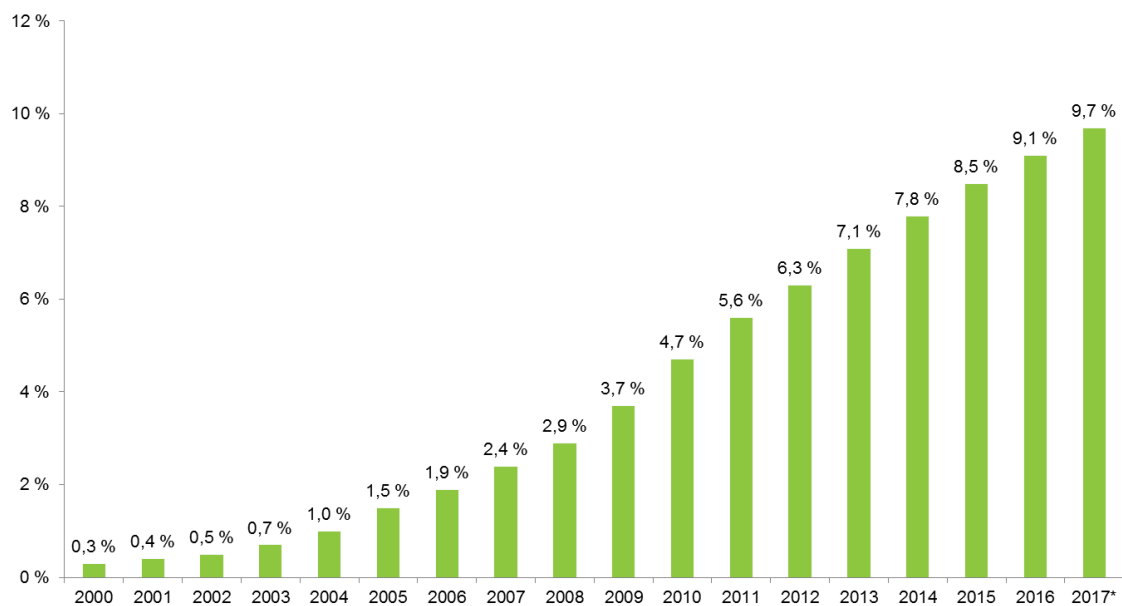
²⁸ ebenda

²⁹ ebenda

verändernde Ausgabenanteile in den einzelnen Warengruppen, die dem stationären Einzelhandel oder anderen Vertriebskanälen potenziell zufließen, berücksichtigt.

Auf den B2C-E-Commerce³⁰ (Internethandel und Versandhandel) entfällt laut HDE-Jahresbilanz ein Anteil von prognostizierten ca. 9,7 % am Gesamtumsatz des Einzelhandels im engeren Sinne (2017). Dabei bewegt sich der Anteil des Onlinehandels in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bislang unter 1 %, in typischen zentrenrelevanten Warengruppen wie Neue Medien, Unterhaltungselektronik, Bücher, Spiel- und Sportartikel, Bekleidung und Schuhe werden allerdings Anteile von z. T. deutlich mehr als 10 % am Gesamtumsatz des Einzelhandels generiert.

Abbildung 3: Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2016 (mit Prognose für 2017*)



Quelle: EHI Retail Institute auf der Grundlage von Daten des Handelsverbands Deutschland (HDE), veröffentlicht September 2017

Es ist zu beobachten, dass vor allem bestimmte Sortimentsgruppen von den Vorteilen des Onlinehandels profitieren. Gemäß Angaben des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel Deutschland wurden im Jahr 2013 rund **55 %** des im interaktiven Handel³¹ erzielten Umsatzes in den fünf Sortimentsgruppen **Bekleidung, Bücher, Unterhaltungselektronik und -artikel, Schuhe** sowie **Bild- und Tonträger** erwirtschaftet (absolut rund 21,6 Mrd. Euro von 39,3 Mrd. Euro)³². Alle übrigen Sortimentsgruppen³³

³⁰ B2C = Business to Consumer = Kommunikations- und Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen und Privatpersonen (Konsumenten, Kunden)

³¹ Zum interaktiven Handel ist neben dem Vertriebsweg „Onlinehandel“ auch der Vertriebsweg „Versandhandel“ zu zählen.

³² Vgl. Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland. Daten abrufbar unter www.bevh.org (zugegriffen am 31. März 2014)

³³ Differenziert in insgesamt 16 weitere Sortimentsgruppen: Haushaltswaren und -artikel, Hobby-, Sammel- und Freizeitartikel, Computer und Zubehör, Möbel, Spielwaren, Telekommunikation, Bürobedarf, Drogerieartikel, Bau- und Gartenmarktartikel, Kfz- und Motorradzubehör, Tierbedarf, Lebensmittel, Uhren und Schmuck, Haus- und Heimtextilien, Medikamente, Sonstiges

leisteten einen deutlich untergeordneten Beitrag zum Gesamtumsatz des interaktiven Handels. Diese seit jeher „onlineaffinen“ Sortimentsgruppen werden voraussichtlich auch zukünftig³⁴ die Umsatzzahlen und -zuwächse im Onlinehandel bestimmen.

Bei der Ermittlung künftiger Verkaufsflächenpotenziale ist vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen zu berücksichtigen, dass die rechnerischen quantitativen Entwicklungspotenziale, die im Rahmen der Modellrechnung auf dem gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumen basieren, nicht in vollem Umfang vom stationären Einzelhandel abgeschöpft werden. Dieser fällt tendenziell niedriger aus, da ein gewisser Umsatzanteil dem Onlinehandel zufließt, welcher jedoch nicht allein aus „pure-players“ besteht, sondern vor allem auch Multichannel-Konzepte umfasst. Das heißt, stationäre Einzelhändler nutzen neben dem Angebot und Verkauf ihrer Waren in einem Geschäft vor Ort auch zunehmend andere – online-basierte – Vertriebschienen.

Folglich fließen die aus dem stationären Einzelhandel „wegbrechenden Umsätze“ nicht zu 100 % in den „reinen“ Onlinehandel ab. Über eigene Online-Shops oder Online-Marktplätze (wie z.B. bei den Onlineanbietern eBay oder Amazon) bleibt dem auch stationär präsenten Einzelhandelsunternehmen ein nicht unwesentlicher, einzelhandelsrelevanter Umsatzanteil erhalten. Im Non-Food-Handel entfielen 2016 rund 22 % auf reine Online Handelsumsätze, 15 % sind dabei völlig losgelöst von Offline-Kanälen. Weitere 7 % werden zwar online bestellt, jedoch sucht der Kunde vorher noch einmal ein Geschäft auf. 50 % der Non-Food-Umsätze sind reine Offline-Umsätze, bei denen das Internet nicht beteiligt war. Am stärksten legen derzeit und in den nächsten Jahren die Multi-Channel-Umsätze zu, die inklusive Showrooming bereits 35 % der Non-Food-Umsätze ausmachen³⁵.

Die dargestellten Trends zeigen, dass der Onlinehandel einerseits zwar unbestritten eine zunehmende Konkurrenz für den stationären (insbesondere auch mittelständischen und inhabergeführten) Einzelhandel darstellt, die mögliche Verschneidung der einzelnen Vertriebswege zugleich jedoch auch eine Chance für die Entwicklung des stationären Einzelhandels sein kann. Vor allem gilt es in erster Linie, unter Berücksichtigung neuer Möglichkeiten aufgrund der Digitalisierung, die Stärken des stationären Einzelhandels zu profilieren (u.a. persönliche, qualitativ hochwertige Beratung, direkte Prüf- und Verfügbarkeit des nachgefragten Produktes) und durch eine konsequente räumliche Steuerung des einzelhandelsrelevanten Angebotes die städtischen Zentren zu erhalten bzw. weiter zu entwickeln.

Zielzentralitäten für das Jahr 2035

Die Zielzentralität definiert die angestrebte und realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung in der Region unter Berücksichtigung der raumordnerischen Versorgungsfunktion Rheinbergs als Mittelzentrum sowie der regionalen Wettbewerbssituation. Entsprechend ist von einer über das eigene Stadtgebiet hinausgehenden zentralörtlichen Versorgungsfunktion auszugehen (landesplanerisch zugewiesener Verflechtungsbereich). Insbesondere für die im angrenzenden Grundzentrum Alpen lebende Bevölkerung übernimmt die Stadt Rheinberg eine wichtige einzelhandelsbezogene Versor-

³⁴ Vgl. Lührmann (2014): Trendbarometer Einzelhandel – Retail 2014. Osnabrück: S. 32

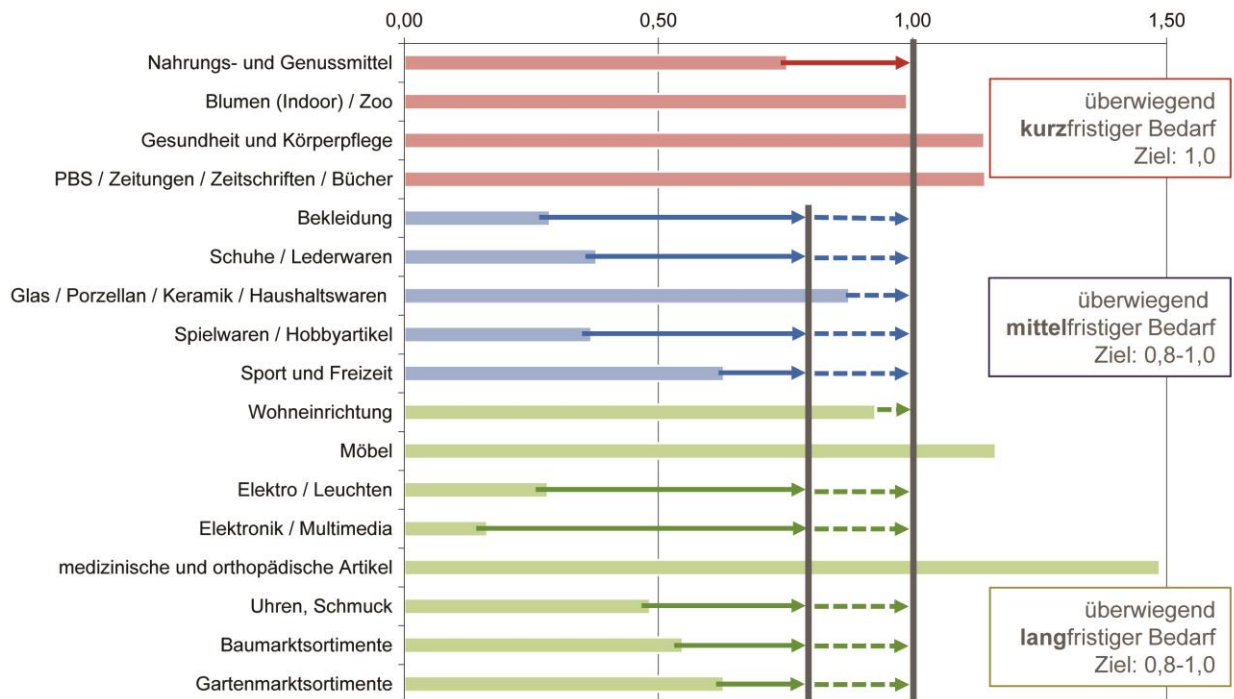
³⁵ Vgl. Heinemann, G.: Die Neuerfindung des stationären Einzelhandels, Mönchengladbach, 2017, S. 16

gungsfunktion und darüber hinaus auch eingeschränkt für die nordwestlich gelegenen Duisburger Stadtteile (insb. Baerl).

Unter Berücksichtigung dieser Aspekte lassen sich folgende Zielzentralitäten definieren:

- Im Hinblick auf eine optimale Grundversorgung der Bevölkerung im Bereich der Warengruppen des **überwiegend kurzfristigen Bedarfs** wird eine Zielzentralität von 1,0 angenommen. Dieser Wert wird heute in den Warengruppen Gesundheits- und Körperpflege und PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher bereits erreicht und zum Teil sogar nennenswert überschritten. Im Bereich Nahrungs- und Genussmittel sind aus quantitativer Sicht Entwicklungsspielräume erkennbar. In allen bestehen strukturelle Optimierungsmöglichkeiten unter qualitativen wie räumlichen Aspekten.
- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** werden Zielzentralitäten von 0,8 bis 1,0 angenommen, die zwar nicht unbedingt die mittelzentrale Versorgungsfunktion der Stadt Rheinberg in der Region widerspiegeln, jedoch der hohen Wettbewerbsdichte in der Region Rechnung tragen und ein realistisches Bild zeichnen. Die angesetzten Werte werden – mit Ausnahme der Warengruppe Glas, Porzellan, Keramik/Haushaltswaren – in allen Branchen deutlich unterschritten, was auf nennenswerte Entwicklungsspielräume hindeutet.
- Im **langfristigen Bedarfsbereich** werden Zielzentralitäten von 0,8 bis 1,0 angenommen, die der unterschiedlichen Relevanz dieser Branchen für das mittelzentrale Einzugsgebiet Rechnung tragen. So sind in den Branchen Wohneinrichtung und Möbel beispielsweise durchaus weitläufige Verflechtungen mit dem Einzugsbereich zu erwarten, während in den Branchen medizinische und orthopädische Artikel sowie Baumarktsortimente auch die jeweils „eigenen“ Angebote in den umliegenden Mittelzentren eine Rolle spielen können. In der Warengruppe Elektronik/Multimedia besteht zudem eine ausgeprägte Konkurrenz zum Onlineversandhandel. Ein relevantes quantitatives Steigerungspotenzial ist vor allem in den Branchen Möbel und Baumarktsortimente ablesbar. Darüber hinaus bestehen Arrondierungsmöglichkeiten für überwiegend kleinteilige Ergänzungen.

Abbildung 4: Zielzentralitäten des Einzelhandels in Rheinberg als rein quantitative Orientierungsgröße



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der errechneten Zentralitätskennziffern in Rheinberg

Schlussfolgerungen

Insgesamt ergeben sich in der Stadt Rheinberg aus rein quantitativer Sicht in einigen Branchen absatzwirtschaftlich tragfähige **Verkaufsflächenpotenziale** in einer relevanten Größenordnung. Das trifft insbesondere auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel zu. Aber auch gute quantitative Zentralitäten bedeuten nicht, dass künftig keine Entwicklung mehr stattfinden kann. Unter Berücksichtigung eindeutiger räumlicher Vorgaben und eines nachvollziehbaren wie widerspruchsfreien Sortiments- und Standortkonzeptes kann eine Entwicklung und Optimierung des einzelhandelsrelevanten Angebotes auch über die ermittelten quantitativen Entwicklungsspielräume hinaus sinnvoll sein. Dies gilt insbesondere dann, wenn diese Entwicklung dem **Ausbau der wohnungsnahen Grundversorgung** sowie der **Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt** dient. Bei potenziellen Ansiedlungs-, Erweiterungs- oder Verlagerungsvorhaben kommt es demnach auf folgende Aspekte an:

- Ist der avisierte Standort städtebaulich sinnvoll?
- Wie stellen sich die Größe des Vorhabens und der Betriebstyp im gesamtstädtischen Zusammenhang und im Hinblick auf die zuge dachte Versorgungsaufgabe dar?
- Welche Funktion wird der Einzelhandelsbetrieb übernehmen? Werden bestehende Strukturen ergänzt bzw. gestützt und Synergien zu bestehenden Anbietern ausgenutzt?

Jedoch kann zusätzliche Kaufkraft grundsätzlich nur bis zu einem bestimmten Maße und in bestimmten Branchen mobilisiert werden. Werden darüber hinaus Einzelhandelsvorhaben realisiert, führt dies ebenso zu Umsatzumverteilungen innerhalb der lokalen Einzelhandelslandschaft und somit zu Umsatzverlusten bzw. einer Marktverdrängung bestehender Betriebe jeweils in Abhängigkeit der Relevanz eines Vorhabens. Dies trifft insbesondere auch auf den Lebensmittelbereich zu. Schließlich wird dieser Sortimentsbereich in erster Linie am Wohnstandort nachgefragt, so dass sich eine Überversorgung auch vorrangig auf die entsprechenden Wohnsiedlungsbereiche auswirkt. In der Folge kann es zu Funktionsverlusten von Zentren bzw. Nahversorgungsstandorten sowie zu negativen städtebaulichen Auswirkungen kommen.

Die oben dargestellte (quantitative) Betrachtung der Zielzentralitäten hat somit lediglich einen „Orientierungscharakter“. Erst die Beurteilung eines konkreten Planvorhabens nach

- Art (Betriebsform und -konzept),
- Lage (Standort: Lage im Stadt- und Zentrenkontext) und
- Umfang (teilweiser oder gesamter Marktzugang des ermittelten Verkaufsflächenpotenzials)

erlaubt die Abschätzung der **absatzwirtschaftlichen Tragfähigkeit und städtebaulichen Verträglichkeit** eines Vorhabens.

So bestehen auch Möglichkeiten zur funktionalen Ergänzung des Einzelhandelsbesatzes in Rheinberg beispielsweise in einzelnen Angebotssegmenten (z. B. „Junge Mode“, Spielwaren, Bücher, Dekorationsartikel), durch die Ansiedlung weiterer qualitativ attraktiver (Filial-)Betriebe aus dem bekannten Standard- und teilweise auch höherwertigen Sortiment sowie durch die Schaffung moderner Betriebsgrößen und -typen. Magnetanbieter wie bestimmte Textilfilialisten oder auch ein moderner Verbrauchermarkt tragen maßgeblich zur Kundenbindung an einen Standort bei. Auch neuartige Marken und Konzepte sind für eine ausgewogene und attraktive Angebotsmischung für Kunden aller Altersstufen ebenso von hoher Bedeutung, wie ausreichend große Ladeneinheiten (z. B. Fachgeschäfte mit „mittleren“ Betriebsgrößen von mehr als 200 m² bzw. auch 400 m² Verkaufsfläche).

Vor allem geht es auch um die **räumliche Einzelhandelsentwicklung**. So bestehen in der Stadt Rheinberg nach wie vor Potenziale zur Konzentration insbesondere zentrenprägender Warengruppen innerhalb der Innenstadt. Während Standorte, die nicht dem zentralen Versorgungsbereich oder ergänzenden Nahversorgungsstandorten zugeordnet sind grundsätzlich eher kritisch zu beurteilen sind, können Vorhaben an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten zur qualitativen wie räumlichen **Verbesserung und Attraktivierung des Einzelhandelsangebots**, insbesondere auch in der Innenstadt, führen.

Mit dem vorliegenden Einzelhandelskonzept wird eine klare politische und planerische Zielvorstellung fortgeschrieben, die eine räumliche und funktionale Gliederung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung mit einer klaren arbeitsteiligen Struktur ausgewählt

ter Einzelhandelsstandorte auch weiterhin beinhaltet. Dieses Entwicklungskonzept und eine darauf basierende konsequente Anwendung des baurechtlichen und planerischen Instrumentariums ermöglichen auch zukünftig eine zielgerichtete Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Rheinberg und stellen für die verantwortlichen Akteure aus Einzelhandel, Verwaltung und Politik einen langfristigen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen und eine wichtige Argumentations- und Begründungshilfe für die bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung dar.

Es ist festzuhalten, dass die **Einordnung potenzieller Neuvorhaben, Erweiterung oder Umnutzung von Einzelhandelsflächen in einen städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Kontext** unabdingbar ist.

Generell gilt,

Einzelhandelsansiedlungen sind unter anderem sinnvoll, wenn...

- ...sie die zentralörtliche Funktion Rheinbergs als Mittelzentrum und die Versorgungssituation in der Stadt sichern und verbessern,
- ...sie den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt den Ergänzungsbereich Bahnhofstraße und Nahversorgungsstandorte in ihrer Funktion stärken,
- ...sie zu einer räumlichen Konzentration des Einzelhandels an städtebaulich sinnvollen Standorten beitragen,
- ...die wohnortnahe Grundversorgung gesichert und verbessert wird,
- ...neuartige oder spezialisierte Anbieter zu einer Diversifizierung des Angebotsspektrums beitragen

6 Fortschreibung des Leitbilds und der Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes für Rheinberg

Die Betrachtung der aktuellen Angebots- und Nachfragesituation (vgl. Kapitel 3 und Kapitel 4) sowie die Überlegungen zu daraus ableitbaren Entwicklungsperspektiven (vgl. Kapitel 5) zeigen, dass sich **Entwicklungsspielräume** nach wie vor für stadtentwicklungspolitisch wünschenswerte Standorte **im Sinne einer räumlichen und qualitativen Verbesserung der Angebotssituation** ergeben.

Weiterhin sind Entwicklungsabsichten sowie unverhältnismäßige Angebotsverschiebungen zentrenrelevanter Sortimente an Angebotsstandorte, die nicht den zentralen Versorgungsbereichen i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO oder ergänzenden (städtebaulich wünschenswerten) Sonder- bzw. Ergänzungsstandorten zugeordnet sind, kritisch zu bewerten.

Die vorangegangenen Analysen stellen die Basis für die im Folgenden dargestellten allgemeinen und konkreten Handlungsempfehlungen dar. Dabei gilt es vor allem, die räumliche Angebotsstruktur mit einer Konzentration auf die Rheinberger Innenstadt zu sichern und zu profilieren, die wohnungsnah Grundversorgung zu erhalten bzw. zu stärken sowie ergänzende Einzelhandelsstandorte zentrenverträglich weiterzuentwickeln. Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Rheinberg umfasst im Wesentlichen die nachfolgend aufgelisteten konzeptionellen Bausteine:

- Räumliches Entwicklungsleitbild (vgl. Kapitel 6.1)
- Ziele der Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kapitel 6.2)
- Räumliches Standortstrukturmodell (vgl. Kapitel 6.3)
- Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches (vgl. Kapitel 7.1)
- Definition von Ergänzungsstandorten und Empfehlungen zu deren zentrenverträglichen Weiterentwicklung (vgl. Kapitel 7.2)
- Identifikation und Definition solitärer Nahversorgungsstandorte zur Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung (vgl. Kapitel 7.3)
- Rheinberger Sortimentsliste (vgl. Kapitel 8)
- Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kapitel 9)

6.1 Fortschreibung des übergeordneten Entwicklungsleitbilds

Der Einzelhandelsstandort Rheinberg soll seinen Potenzialen entsprechend gefördert werden. Insbesondere gilt es weiterhin, die klare räumliche Angebotsstruktur mit **Konzentration auf die Innenstadt** zu bewahren und zu profilieren. In diesem Zusammenhang ist eine Verschärfung der innerkommunalen Konkurrenzsituation zu vermeiden und der Entwicklungsfokus auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, den Er-

gänzungsbereich Bahnhofstraße sowie eine wohnortnahe Grundversorgung beizubehalten.

Dazu hat sich das gesamtstädtische **Leitbild der „räumlich-funktionalen Gliederung“** grundsätzlich etabliert und in der Umsetzung bewährt. Es setzt einen klaren räumlichen wie funktionalen Rahmen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung: Der Einzelhandel wird weiterhin in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen, der ökonomischen Rahmenbedingungen und in funktionaler Ergänzung auf ausgewählte Einzelhandelsschwerpunkte im Rheinberger Stadtgebiet konzentriert. Eine stringente Steuerung seitens der Stadt Rheinberg innerhalb dieser „Leitplanken“ ermöglicht die Chance einer sinnvollen und zukunftsfähigen räumlich-funktionalen Entwicklung des Einzelhandels.

Es ist dementsprechend **fortzuschreiben** und an die **aktuelle Einzelhandelsentwicklung** im Stadtgebiet (*u. a. konzeptionelle Überplanung von Ortsteil- oder Nahversorgungszentren als städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte, an denen die wohnungsnahe Grundversorgung zu sichern ist sowie eine gleichzeitige räumliche Neudefinition bestehender zentraler Versorgungsbereiche*) **anzupassen**.

- Aus **ökonomischer Sicht** wird durch die Berücksichtigung klarer sortiments- und größenspezifischer Zielvorstellungen ein ruinöser Verdrängungswettbewerb vermieden. Durch klare räumlich-funktionale Strukturen und Vorgaben kann die Ausstrahlung des Einzelhandels verbessert und (möglicherweise) eine bessere Ausschöpfung des Kaufkraftvolumens der Bevölkerung erreicht werden. Durch ergänzende Zielvorgaben seitens der Stadt Rheinberg (vgl. Kapitel 6.2) bleiben Investitions- und Ansiedlungsinteressen, insbesondere auch im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, erhalten. Mögliche Entwicklungsimpulse zur Stärkung bzw. Erweiterung des Einzelhandelsstandorts Rheinberg können – durch das Zusammenwirken von gesamtstädtischem Entwicklungsleitbild und definierten Zielen zur Einzelhandelsentwicklung – entsprechend planerisch gefördert und gelenkt werden. Es besteht die Chance einer zukunftsfähigen Verstärkung von sinnvollen und tragfähigen Einzelhandelsstrukturen.
- Aus politischer und planerischer Sicht ist die Anwendung des Leitbildes mit einer stringenten Planungs- und Steuerungspraxis verbunden; die Planungs- und Investitionssicherheit – sowohl auf Seiten der Investoren als auch der bestehenden Betreiber – ist somit weiterhin gegeben. Die Stadtplanung wird ihrer Steuerungsfunktion für die Stadtentwicklung gerecht und die aktive Rolle von Politik und Verwaltung in der Stadtplanung bleibt erhalten. Durch die Förderung einer in sich verträglichen und ergänzenden Arbeitsteilung des Rheinberger Einzelhandels wird zudem das Entwicklungsziel eines attraktiven und lebendigen städtebaulich-funktionalen Zentrums unterstützt. Eine stringente Anwendung des Leitbilds setzt sowohl positive Signale nach innen als auch nach außen. Einzelinteressen werden der Stadtentwicklung nachgeordnet und es entstehen diesbezüglich keine Abhängigkeiten.
- Aus rechtlicher Sicht nutzt die Stadtplanung auch weiterhin ihre umfangreichen gesetzlichen Eingriffs- und Lenkungsmöglichkeiten, was eine zielgerichtete und kon-

sequente Anwendung des rechtlichen Instrumentariums bedeutet. Städtebauliche Begründungen, z. B. im Rahmen von Bauleitverfahren, werden erleichtert.

Zwischenfazit – Entwicklungsleitbild

Das Entwicklungsleitbild „räumlich-funktionale Gliederung“, d. h. räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Rheinberg in Abhängigkeit von Größen- und Sortimentsstrukturen, ist in sich konsequent und hat sich bewährt. Es erfolgen klare räumliche Begrenzungen und Zuweisungen von Einzelhandelsfunktionen im Stadtgebiet. Hierdurch wird eine direkte und stringente Ansprache von Betreibern und Investoren ermöglicht, die auch die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt berücksichtigt.

Aus der Sicht des Gutachters trägt das Leitbild zu einer Optimierung der Angebotsstruktur in der Stadt Rheinberg bei. Durch eine derartige Steuerung der Einzelhandelsentwicklung wird eine weitere Angebotsverschiebung zu Lasten der Innenstadt und integrierten Versorgungsstandorte minimiert. Gleichzeitig kann die mittelzentrale Ausstrahlungskraft Rheinbergs ausgebaut werden. Bei einer Vernachlässigung des Steuerungsauftrags seitens der Stadt wäre langfristig ein nachhaltiger Bedeutungsverlust sowohl der Innenstadt als auch des Einzelhandelsstandorts Rheinberg insgesamt nicht zu verhindern.

6.2 Fortschreibung der Ziele zur Einzelhandelsentwicklung

Bereits im Einzelhandelskonzept des Jahres 2006 wurden – basierend auf der damaligen einzelhandelsspezifischen Situation in Rheinberg und den daraus resultierenden Bewertungen – übergeordnete Steuerungs- und Handlungsleitlinien zur Einzelhandelsentwicklung definiert. Nach Aktualisierung der Grundlagenanalysen, in Anbetracht der zwischenzeitlichen Einzelhandelsentwicklung sowie der Erfahrungen im Umgang mit dem Einzelhandelskonzept ist zu empfehlen, an den grundlegenden Zielen zur Einzelhandelsentwicklung festzuhalten und diese – entsprechend der aktuellen Nachfrage- und Angebotssituation – fortzuschreiben und anzupassen.³⁶

Konkret wird folgender überarbeiteter Zielkatalog vorgeschlagen, welcher der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Rheinberg zugrunde zu legen ist:

Erhaltung und Stärkung der landesplanerischen Versorgungsfunktion als Mittelzentrum

Ein bedeutendes stadtentwicklungsrelevantes Ziel für die Stadt Rheinberg bleibt weiterhin die Erfüllung ihrer raumordnerisch zugewiesenen Funktion als Mittelzentrum mit zentralen Versorgungsfunktionen für die Stadt Rheinberg und die Gemeinden des nä-

³⁶ Es sei an dieser Stelle explizit darauf hingewiesen, dass es in diesem Zusammenhang nach wie vor nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu verhindern, sondern die möglichen Entwicklungen auf bestimmte Standorte bzw. Standortbereiche zu lenken, so dass sowohl neue als auch bestehende Betriebe – unter Berücksichtigung einer geordneten Stadtentwicklung – davon profitieren.

heren Umlandes. Diese wird, rein quantitativ und ohne jede (allerdings zwingend erforderliche) räumliche Differenzierung betrachtet, derzeit nur unzureichend erfüllt (Einzelhandelszentralität von rund 0,70).

Weitere Ansiedlungsanfragen – insbesondere auch von Betrieben mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Angeboten – offenbaren ein anhaltendes Investitionsinteresse für den Standort Rheinberg. Diesbezüglich würde eine Entwicklung von Standorten außerhalb der städtebaulich dafür vorgesehenen Versorgungsstandorte eine Angebotsverschiebung auch in städtebaulich nicht integrierte Lagen bedeuten, was sich in Rheinberg bspw. an der Xantener Straße bereits vollzogen hat. Ein vordringliches Ziel der Stadtplanung in Rheinberg bleibt es, einer solchen drohenden oder bestehenden räumlichen „Schieflage“ und ausgeprägten innerkommunalen Konkurrenzsituation innerhalb der Stadt zu begegnen und die mittelzentrale Versorgungsfunktion gesamtstädtisch auszubauen. Ein Fokus liegt in diesem Zusammenhang insbesondere auf der Innenstadt als „Aushängeschild“ der Stadt sowie auf einer zentrenverträglichen Weiterentwicklung ergänzender Angebotsstandorte im Stadtgebiet. Dabei ist insbesondere ein attraktiver Branchen- und Betriebstypenmix in der Innenstadt von hoher Bedeutung für die überörtliche Attraktivität eines Einkaufsstandorts Rheinbergs und die Kundenbindung in zentrenrelevanten Sortimenten.

Sicherung eines attraktiven und wettbewerbsfähigen Einzelhandelsangebotes sowie der gesamtstädtischen Versorgungsstruktur

Die **Attraktivität** eines Einkaufsstandorts bestimmt sich durch die *Quantität* des Einzelhandelsangebotes (gemessen in Quadratmetern Verkaufsfläche), seine strukturelle Zusammensetzung (Vielfalt der Warengruppen, Sortimentstiefe, Betriebsformen und -konzepte sowie Betriebsgrößenordnungen) sowie die *Qualität* des vorhandenen Angebots. Nur durch ein Miteinander dieser Komponenten kann es gelingen, den Einzelhandelsstandort Rheinberg auch zukünftig attraktiv zu gestalten und längerfristig zu sichern. Ein Ziel bleibt es daher, ein im oben genannten Sinne vielfältiges und gut strukturiertes Angebot zu erlangen, das der Versorgungsfunktion der Stadt Rheinberg innerhalb der Region gerecht wird.

Von grundlegender Relevanz ist in diesem Zusammenhang die Formulierung klarer **räumlich-struktureller Prioritäten**.

Sicherung und Stärkung einer räumlich-funktional gegliederten Versorgungsstruktur mit einer zukunftsfähigen „Arbeitsteilung“ der Einzelhandelsstandorte gemäß Entwicklungsleitbild

Wesentliche Grundlage für eine regional konkurrenzfähige und attraktive gesamtstädtische Einzelhandelssituation der Stadt Rheinberg ist eine ausgewogene, räumlich und funktional gegliederte Versorgungsstruktur. Eine funktionale Arbeitsteilung zwischen den verschiedenen Einzelhandelsstandorten ist unabdingbar, um Doppelungen im Einzelhandelsangebot sowie Überschneidungen von Einzugsgebieten mit potenziell negativen Folgewirkungen zu vermeiden. Eine bedeutende Rolle spielt hier insbesondere die bestehende Konzentration von zentrenrelevanten Einzelhandelsangeboten im zentralen Versorgungsbereich der Rheinberger Innenstadt sowie grundversorgungsrelevanten Sortimenten an ergänzenden Nahversorgungsstandorten.

Im Gegensatz dazu kann eine hierarchisch und funktional nicht gegliederte Öffnung neuer oder eine Stärkung vorhandener (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Strukturen (wie z. B. den peripheren Ergänzungsstandorten, an denen bereits heute eine umfanglich Angebotskonzentration an nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu beobachten ist) zu einer Schwächung der bestehenden Einzelhandelsstruktur führen und einen ruinösen Wettbewerb schüren.

Für eine langfristig zielorientierte und erfolgreiche Siedlungsentwicklung im Sinne des räumlichen Entwicklungsleitbildes ist daher eine klare, räumlich-funktionale Gliederung der städtischen Einzelhandelsstandorte unerlässlich. Eine Funktionsteilung zwischen dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und den Nahversorgungsstandorten auf der einen sowie ergänzenden Sonderstandorten auf der anderen Seite ist dabei unabdingbar, so dass eine wechselseitige Ergänzung der Angebote angestrebt werden kann.

Stärkung der Einzelhandelszentralität sowie der Funktionsvielfalt der Rheinberger Innenstadt (Fokussierung auf die Innenstadt)

Die europäische Stadttradition weist insbesondere den innerstädtischen Geschäftszentren eine herausgehobene Funktion zu. Die Rheinberger Innenstadt stellt den historisch, siedlungsräumlich und städtebaulich wichtigsten Einzelhandelsstandort innerhalb der Stadt Rheinberg dar, der sich vor allem durch seine Multifunktionalität (Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Verwaltung, Wohnen etc.) auszeichnet. Quantitativ wird die Rheinberger Innenstadt dieser Funktion nicht oder nur unzureichend gerecht. Seit 2006 blieben Entwicklungen in der Innenstadt weitestgehend aus. Diese Vielfalt jedoch ist prägend für die Attraktivität einer Innenstadt und sollte in Rheinberg gestärkt werden. Die Konzentration städtebaulicher und infrastruktureller Investitionen in der Innenstadt zeigt den Stellenwert, den die Stadt dem Ziel der Entwicklung und Qualifizierung der Innenstadt bereits in der Vergangenheit beigemessen hat.

Auch zukünftig soll der Fokus der Einzelhandelsentwicklung (insbesondere der Entwicklung von klein- wie großflächigen Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) auf die Rheinberger Innenstadt gerichtet werden. Dieser Standort genießt oberste Priorität innerhalb der Standortstruktur der Stadt Rheinberg, dem sich alle weiteren Standorte vor dem Hintergrund einer hierarchischen und arbeitsteiligen Gliederung unterzuordnen haben. Für den Einzelhandelsstandort Innenstadt ist eine weitere Qualifizierung des Angebots, beispielsweise durch Ergänzungen der Sortimentsstrukturen und der Betriebsformen bzw. -größenstrukturen, anzustreben. Die Ansiedlung moderner Filialisten und Magnetbetriebe sowie weiterer Fachgeschäfte mit attraktiven zentrenrelevanten Angeboten kann zu einem gut strukturierten Angebotsmix aus inhabergeführten Fachgeschäften und überregionalen Filialisten und somit zur Attraktivierung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt sowie dem Einzelhandelsstandort Rheinberg allgemein beitragen.

Sicherung und Stärkung einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung im Stadtgebiet durch ein Netz funktionsfähiger Nahversorgungsstandorte

Es soll eine wohnungsnah (und somit auch fußläufige) und möglichst flächendeckende Versorgung ermöglicht werden. Ein über verschiedene Betriebsformen reichendes und

möglichst dichtes Grundversorgungsangebot ist nicht nur unter sozialen und kommunikativen Aspekten ein wichtiger Bestandteil eines zukunftsfähigen Einzelhandelskonzepts. Häufig bilden Lebensmittelanbieter eine wichtige Magnetfunktion auch für weitere Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung). Zunehmend stehen diesen planerisch wie gesamtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten jedoch insbesondere im ländlichen Raum betriebswirtschaftliche Notwendigkeiten³⁷ gegenüber, die eine Umsetzung dieses Zieles erschweren. Besonders trifft diese Problematik auf Siedlungsrandbereiche und/oder Wohnsiedlungsbereiche mit geringen Einwohnerzahlen zu. Daher muss unbedingt darauf geachtet werden, eine räumlich (Standorte) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und -größen) abgestufte und ausgewogene Grundversorgungsstruktur im Rheinberger Stadtgebiet zu schaffen bzw. zu erhalten. Ein primäres Ziel sollte es sein, die vorhandenen Nahversorgungsstandorte zu erhalten und (so weit es geht) qualitativ zu verbessern und zu stärken.

Zentrenverträgliche Weiterentwicklung von ergänzenden Einzelhandelsstandorten für (großflächige) Einzelhandelsbetriebe mit regionaler Ausstrahlungskraft

Bei Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen bestehender Betriebe an allen Standorten außerhalb der Innenstadt ist jeweils die Verträglichkeit und Kompatibilität des Vorhabens mit den formulierten gesamtstädtischen Zielen und Empfehlungen zu überprüfen. An geeigneten städtebaulich nicht integrierten Standorten im Stadtgebiet sind Angebotsausweitungen in nicht zentrenrelevanten Sortimenten nach einer solchen positiven Einzelfallprüfung prinzipiell möglich, Neuansiedlungen oder Erweiterungen von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten (über den genehmigten Bestand hinaus) sind an nicht integrierten Standorten jedoch in der Regel auszuschließen.

Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe

Die mit Hilfe des Baurechts geschaffenen bzw. abgesicherten Gewerbegebiete sind der eigentlichen Zielgruppe, nämlich Handwerk und produzierendem Gewerbe, zuzuführen. Da diese Betriebe oftmals nicht in der Lage sind mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für Grund und Boden zu konkurrieren, ist insbesondere in den Gewerbe- und Industriegebieten der komplette Ausschluss von Einzelhandel (mit Ausnahme des Handwerkerprivilegs) eine mögliche Entwicklungsoption.

Vermeidung „neuer“ Einzelhandelsstandorte und Verhinderung konterkarierender Planungen

Die räumliche Bündelung von Einzelhandelsbetrieben an städtebaulich und siedlungsstrukturell sinnvollen Standorten ist gemäß des stadtentwicklungspolitischen Leitbildes einer „Stadt der kurzen Wege“ anzustreben. Insbesondere eine kompakte Innenstadt mit kurzen Wegen ist hierbei eine wichtige Voraussetzung für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger urbaner Räume. Darüber hinaus dient auch ein möglichst flächendeckendes Netz an funktional gegliederten Versorgungsstandorten einer bevölkerungsnahen Versorgung sowie einer Reduzierung der notwendigen Verkehrswege. Vor diesem Hintergrund ist es das Ziel der Stadtentwicklung, keine zusätzlichen Handels-

³⁷ Mindestgrößen zur attraktiven Präsentation eines entsprechenden Warensortiments haben entsprechende Mindestumsätze zur Folge, die wiederum ein entsprechendes Kaufkraftpotenzial im näheren Einzugsgebiet bedingen.

standorte – an städtebaulich wie stadtentwicklungspolitisch ungewünschten Standorten – zu schaffen.

Vor dem Hintergrund der aufgezeigten Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Rheinberg (vgl. Kap. 5) besteht grundsätzlich keine Notwendigkeit zur Ausweisung von neuen Einzelhandelsstandorten (Agglomerationen) außerhalb der Innenstadt und der bestehenden Ergänzungsstandorte. Eine Öffnung neuer (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der definierten Entwicklungsbereiche (vgl. Kap. 7) bewirken in der Regel eine Schwächung bestehender Standortstrukturen und haben ggf. einen ruinösen Wettbewerb zur Folge. Hierbei gilt es auch vor allem zu berücksichtigen, dass ein einmal für „Einzelhandelsnutzungen geöffneter Standort“ nur sehr schwer anschließend wieder einer anderen Nutzung zugeführt werden kann und somit der Umnutzungsdruck im Falle einer möglichen Einzelhandelsbrache enorm groß werden kann. Die Umsetzung der bestehenden Entwicklungsspielräume ist somit vorwiegend auf die bestehende Standortstruktur auszurichten.

Mit Hilfe einer weiterhin konsequenten Anwendung des Planungsinstrumentariums sollten jene Planungen, die den Entwicklungsspielräumen und Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Rheinberg entgegenstehen, ausgeschlossen werden.

6.3 Fortschreibung des räumlichen Standortstrukturmodells

Auf Basis der in der Nachfrage- und Angebotsanalyse gewonnenen Erkenntnisse, dem räumlichen Entwicklungsleitbild für die Stadt Rheinberg sowie unter Berücksichtigung der übergeordneten Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung werden die räumlichen Angebotsschwerpunkte im Rheinberger Stadtgebiet unter **städtebaulichen** und **funktionalen Gesichtspunkten** in ein arbeitsteiliges Standortstrukturmodell eingeordnet.

Maßgeblichen Einfluss auf die Einstufung eines Angebotsstandortes in das **weiterentwickelte Standortstrukturmodell** haben das derzeitige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot sowie die städtebauliche Gestalt des Standortes. Hierbei fließen neben dem Verkaufsflächenbestand und der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe insbesondere auch die städtebauliche Struktur und Gestaltung als Kriterien in die Beurteilung mit ein. Ein weiterer wesentlicher Gesichtspunkt ist die städtebauliche und stadtentwicklungsrelevante Zielvorstellung, die mit dem jeweiligen Standort verbunden sein soll.

Als Grundgerüst des aktuellen Standortstrukturmodells dient die bereits im Jahr 2006 festgelegte Standortstruktur des Rheinberger Einzelhandels, die in ihren Grundzügen beibehalten sowie unter Berücksichtigung der seitdem eingetretenen einzelhandelsseitigen Entwicklungen fortgeschrieben wird. Aktuell sind folgende Standortkategorien im Stadtgebiet vorzufinden:

Abbildung 5: Standortstrukturmodell für die Stadt Rheinberg



Quelle: eigene Darstellung

Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Dieser Zentrentyp soll vor allem durch folgende Merkmale gekennzeichnet sein:

- gesamtstädtische und regionale Versorgungsbedeutung,
- möglichst vollständiges Einzelhandelsangebot im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich – mit Wettbewerbssituationen,
- vielfältiger Größen- und Betriebsformenmix, hoher Anteil an kleinteiligem Facheinzelhandel,
- breit gefächertes und umfangreiches, in Wettbewerbssituationen befindliches einzelhandelsnahes Dienstleistungs-, Kultur- und Gastronomieangebot sowie öffentliche Dienstleistungen

Die **Rheinberger Innenstadt** wird nach wie vor als **zentraler Versorgungsbereich** mit örtlicher und überörtlicher Bedeutung definiert. Der Angebotsstandort erfüllt die Voraussetzungen, um sich gemäß der durch die Rechtsprechung³⁸ entwickelten Kriterien als bauplanungsrechtlich schützenswerter zentraler Versorgungsbereich zu qualifizieren.

Zentraler Versorgungsbereich Ergänzungsbereich Bahnhofstraße

³⁸ „'Zentrale Versorgungsbereiche' sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Ein ‚Versorgungsbereich‘ setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Gemeinde – gegebenenfalls auch nur eines Teils des Gemeindegebiets – insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind. [...]. Das Adjektiv zentral ist nicht etwa rein geografisch [...] zu verstehen, [...] es hat vielmehr eine funktionale Bedeutung. [...]. Dem Bereich muss [...] die Funktion eines Zentrums für die Versorgung zukommen. [...]. Hiervon ausgehend können als ‚zentrale Versorgungsbereiche‘ angesehen werden: Innenstadtzentren [...] Nebenzentren [...] Grund- und Nahversorgungszentren [...]“ (Quelle: OVG NRW, Urt. v. 11.12.2006 – 7 A 964/05). vgl. hierzu ergänzend die Ausführungen in Kapitel 7.

- Anbieter im zentralen Versorgungsbereich ergänzen den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Rheinberg funktional um den Baustein der Nahversorgung, da in der Innenstadt derzeit kein strukturprägender Lebensmittelmarkt vorhanden ist
- Die Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln ist jedoch eine zentrale Aufgabe von zentralen Versorgungsbereichen
- gesamtstädtische und regionale Versorgungsbedeutung,
- Einzelhandelsangebot beschränkt sich innerhalb des kurzfristigen Bedarfsbereichs auf die Versorgung mit Lebensmitteln und weitere nahversorgungsrelevante Sortimente (als Randsortimente der Lebensmittelmärkte, jedoch nicht als eigenständiger Betrieb³⁹)
- Darüber hinaus kein zusätzlicher ergänzender Einzelhandel (insbesondere im Bereich der zentrenrelevanten Warengruppen)

Zentraler Versorgungsbereich „Ortsteilzentrum“ (entfällt)

Dieser Zentrentyp soll vor allem durch folgende Merkmale gekennzeichnet sein:

- Versorgungsfunktion für den Stadtbezirk oder Teile davon
- Vollständiges Angebot im kurzfristigen Bedarfsbereich mit Wettbewerbssituation (in der Regel mindestens ein Lebensmittelvollsortimenter und -discounter vorhanden),
- ergänzende kleinflächige (uns auch großflächige) Anbieter und Randsortimente aus dem mittel- und langfristigen Bedarfsbereich, hinsichtlich der gesamten Warenpalette unvollständig,
- Wettbewerb am Angebotsstandort z.T. gegeben,
- Umfassendes einzelhandelsnahes Dienstleistungsangebot, tlw. im Wettbewerb
- Gastronomie

Zentraler Versorgungsbereich „Nahversorgungszentrum“ (entfällt)

Dieser Zentrentyp soll vor allem durch folgende Merkmale gekennzeichnet sein:

- Versorgungsfunktion für den Ortsteil bzw. umliegende Wohngebiete (Versorgungsgebiet von rund 5.000 – 10.000 Einwohnern),
- breites Einzelhandelsangebot im kurzfristigen Bedarfsbereich – mit Wettbewerbssituation (in der Regel mindestens ein Lebensmittelvollsortimenter und -discounter vorhanden),
- ergänzende kleinflächige Anbieter und Randsortimente aus dem mittel- und langfristigen Bedarfsbereich, hinsichtlich der gesamten Warenpalette lückenhaft und wenig differenziert,

³⁹ Vgl. hierzu Kapitel 7.3

- kaum Wettbewerb am Angebotsstandort,
- geringes bzw. eingeschränktes Dienstleistungsangebot,
- ggf. vereinzelt Gastronomie

Die gemäß dem **Einzelhandelskonzept 2006 eingestuften zentralen Versorgungsbereiche Borth und Orsoy** (Ortsteilzentren) und **Budberg** (Nahversorgungszentrum) werden zukünftig als solitäre Nahversorgungsstandorte (s.u. und vgl. Kap. 7.3) eingestuft. In ihrem jetzigen Angebot verfügen sie aktuell nicht über das notwendige strukturprägende Mindestangebot im kurzfristigen Bedarfsbereich mit über den unmittelbaren Nahbereich hinaus reichenden Versorgungsfunktionen. Zudem sind Neuansiedlungen oder Erweiterungen aufgrund der fehlenden räumlichen Entwicklungspotenziale (bestehende bauliche Situation und Nutzungsdichte) am Angebotsstandort zukünftig nicht zu erwarten, so dass das hier lokalisierte Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot (insbesondere unter Berücksichtigung der zuvor definierten Merkmale) sowohl aktuell als auch perspektivisch nicht die Funktion eines **Nahversorgungszentrums** übernehmen kann.

(Solitäre) Nahversorgungsstandorte

Als solitäre Nahversorgungsstandorte qualifizieren sich jene Standorte in städtebaulich integrierter Lage, an denen zumeist ein einzelner strukturprägender Einzelhandelsbetrieb lokalisiert ist und die in funktionaler und städtebaulicher Hinsicht nicht die Kriterien eines Zentrums erfüllen. Sie dienen der ergänzenden (auch) fußläufigen Nahversorgung der Rheinberger Bevölkerung, die nicht allein durch den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt geleistet werden kann. Grundsätzlich stellen die solitären Nahversorgungsstandorte ein bauplanungsrechtliches Schutzgut dar. Sie sind bei der Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters im Rahmen einer Verträglichkeitsuntersuchung i. S. v. § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Neuansiedlungen und Verlagerungen dürfen sich nicht städtebaulich negativ (i. S. einer Funktionsgefährdung und einer Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes) auf die wohnungsnahе Versorgung der Bevölkerung auswirken.

In Rheinberg sind derzeit folgende Angebotsstandorte als solitäre Nahversorgungsstandorte zu definieren:

- Annastraße (derzeit: Penny)
- Borthner Straße (derzeit Edeka Luft⁴⁰) (Borth)
- Rheinberger Straße (derzeit Penny) (Budberg)
- Rheinberger Straße (derzeit: Edeka) (Orsoy)

⁴⁰ Die Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarktes zur Aufrechterhaltung der Nahversorgung auf der Potenzialfläche an der Ulmenallee ist derzeit im Gespräch und in der Planung (vgl. hierzu auch Kapitel 7.3).

Sonstige Grundversorgungsstandorte

Als sonstige Standorte des Lebensmitteleinzelhandels qualifizieren sich jene Standorte in städtebaulich nicht integrierter Lage, an denen zumeist ein einzelner strukturprägender Einzelhandelsbetrieb lokalisiert ist. Sie dienen – primär für PKW-orientierte Kundenschaft – der ergänzenden Grundversorgung der Rheinberger Bevölkerung, die nicht allein durch den zentralen Versorgungsbereich geleistet werden kann. Da diese Standorte aber aufgrund ihrer Lage keinen Beitrag zur ergänzenden fußläufigen Nahversorgung leisten, stellen sie im Umkehrschluss auch kein bauleitplanerisches Schutzgut dar.

In Rheinberg sind auf Basis der Bestandserhebung die Angebotsstandorte des derzeitigen

- Netto Marktes und Aldi Marktes an der Xantener Straße sowie
- Rewe Center an der Moerser Straße

als sonstiger Grundversorgungsstandort in städtebaulich nicht integrierter Lage zu definieren.

In Hinblick auf die **Neuansiedlung** von Einzelhandelsbetrieben sollte auf städtebaulich nicht integrierte Standorte in der Regel nicht zurückgegriffen werden.

Sonderstandorte

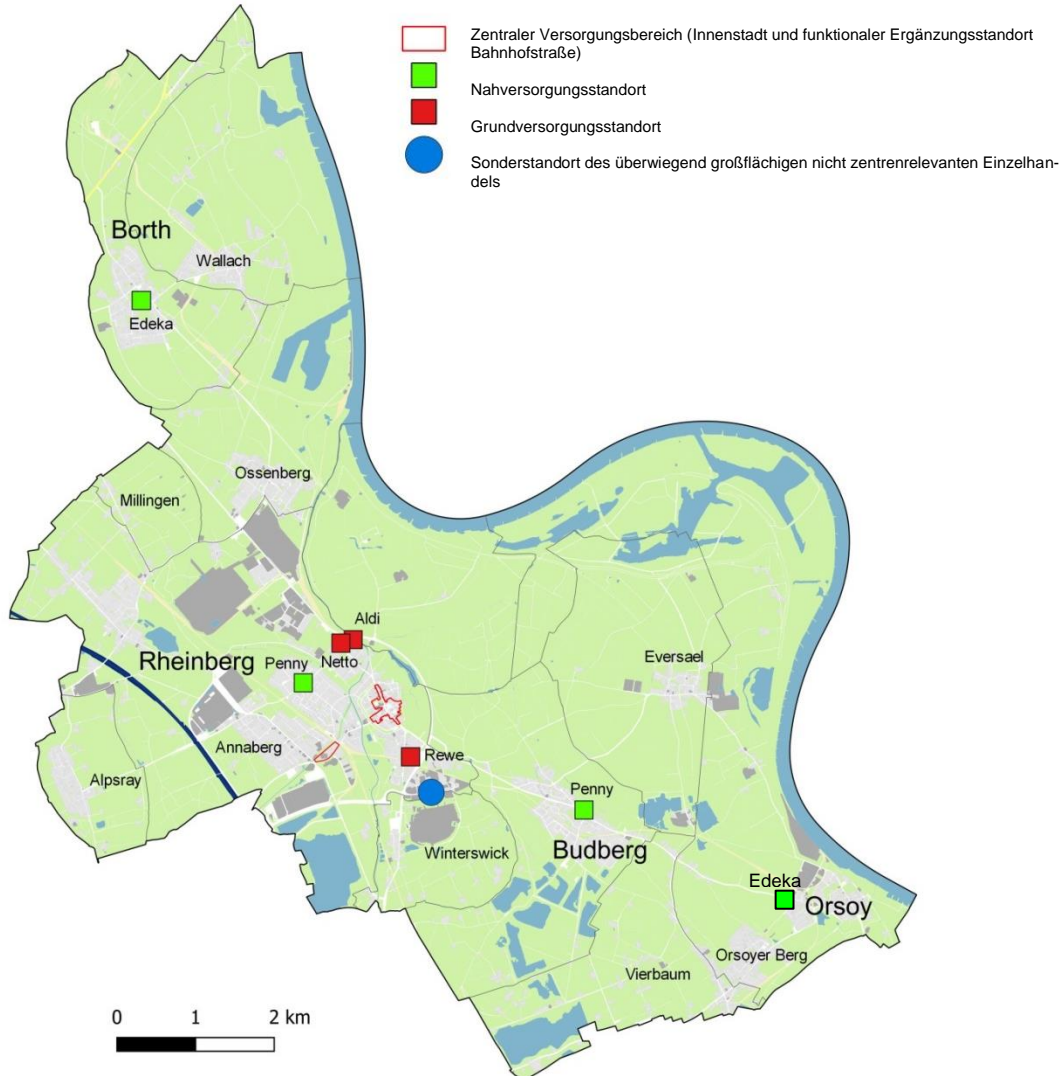
Diese Angebotsstandorte sind vor allem gekennzeichnet durch folgende Merkmale:

- Mindestens teilstädtische(s) und teilweise auch überörtliche(s) Einzugsgebiet/Versorgungsbedeutung,
- Angebotsschwerpunkte in bestimmten Warengruppen, regelmäßig hoher Verkaufsflächenanteil nicht zentrenrelevanten Einzelhandels, zudem auch Sortimente der Grundversorgung (zumeist in Form von Lebensmittelmärkten) vorhanden,
- autokundenorientierte Standorte in peripherer Lage,
- kaum Wettbewerb am Angebotsstandort,
- überwiegend großflächiger Einzelhandel, auch in Standortgemeinschaft,
- i. d. R. kein oder nur rudimentäres Dienstleistungsangebot.

Entsprechend der vorangestellten Kriterien kann der Angebotsstandort Winterswick als ergänzender Sonderstandort bezeichnet werden. Diese Standorte dienen zukünftig als funktionale Ergänzungsstandorte für überwiegend (großflächigen) nicht zentrenrelevanten Einzelhandel. Aufgrund der hohen bestehenden Angebotsausstattungen und der daraus resultierenden innerkommunalen Konkurrenzsituation sind Angebotsausweitungen an diesen Standorten in nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten (über den genehmigten Bestand hinaus) mit Blick auf die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt sowie der wohnortnahen Grundversorgung an städtebaulich integrierten Standorten restriktiv zu behandeln bzw. kritisch zu prüfen. Trotz der weitreichenden Einzugsgebiete und ihrer Versorgungsfunktion können die Sonderstandorte aufgrund ihrer siedlungsräumlichen Lage sowie städtebaulichen, gestalterischen und funktionalen Struktur nicht als schützenswerte zentrale Versorgungsbereiche i.S.v. § 34 (3) oder auch § 2 (2) bzw. 9 (2a) BauGB eingestuft werden.

Die räumliche Verteilung der zuvor definierten, versorgungsstrukturell bedeutsamen Standortbereiche in Rheinberg stellt sich wie folgt dar:

Karte 14: Perspektivische Standortstruktur in Rheinberg



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung in Rheinberg im Januar 2017 auf Karten-
grundlagen der Stadt Rheinberg

7 Entwicklungsbereiche des Einzelhandels in Rheinberg

7.1 Zentrale Versorgungsbereiche

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition des zentralen Versorgungsbereiches unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven dient als unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung. Sie stellt deshalb ein Pflichtelement des Einzelhandelskonzeptes für Rheinberg dar. Dem Begriffspaar „zentraler Versorgungsbereich“ kommt dabei eine besondere Bedeutung zu, nimmt es doch durch die Novellierungen des Baugesetzbuches (BauGB) in den Jahren 2004, 2007 sowie 2011 (und hier insbesondere die neugefassten §§ 2 (2), 34 (3) und 9 (2a) BauGB) im Hinblick auf die Einzelhandelssteuerung eine zentrale Stellung als schützenswerter Bereich ein.

Begriffsdefinition

Unter *Zentralen Versorgungsbereichen* sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde oder Stadt zu verstehen, denen aufgrund von Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.⁴¹ Dabei kann es innerhalb einer Kommune durchaus mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (z. B. Innenstadt und Nebenzentren). Auch *Grund- und Nahversorgungszentren* können zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass in diesen Bereichen mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und/oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, die einen bestimmten Einzugsbereich, wie etwa Quartiere größerer Städte oder auch gesamte kleinere Orte, vorwiegend mit Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs und gegebenenfalls auch teilweise mit Waren des mittelfristigen Bedarfs versorgen. Zudem muss die Gesamtheit der vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereiches und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sein, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereiches – und sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- und Nahversorgung – zu erfüllen.⁴²

Sonderstandorte (wie z. B. Fachmarktzentren) und solitäre Nahversorgungsstandorte gehören demnach nicht zu den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen im Sinne der Gesetzgebung, auch wenn sie eine beachtliche Versorgungsfunktion für ihr Umfeld erfüllen können.

Unstrittig – sowohl in der bisherigen Rechtsprechung als auch der aktuellen Literatur⁴³ – ist, dass sich zentrale Versorgungsbereiche ergeben können aus

- planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen),

⁴¹ vgl. u. a. BVerwG, Urteil vom 11. Oktober 2007 – 4 C 7.07

⁴² vgl. u. a. OVG NRW, Urteil vom 19.06.2008 – 7 A 1392/07, bestätigt durch das Bundesverwaltungsgericht im Urteil vom 17.12.2009 – BVerwG Az. 4 C 2.08

⁴³ vgl. u. a. Olaf Reidt, Die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben – die rechtliche Bedeutung des neuen § 34 Abs. 3 BauGB. In: UPR 7/2005, Seite 241ff sowie Kuschnerus, Ulrich; Der standortgerechte Einzelhandel; Bonn, 2007

- raumordnerischen und/oder städtebaulichen Konzeptionen (wie z. B. dem Einzelhandelskonzept) oder auch
- tatsächlichen örtlichen Verhältnissen.

Dabei müssen entsprechende Standortbereiche nicht bereits vollständig als zentraler Versorgungsbereich entwickelt sein. Somit ist also auch das Entwicklungsziel ein zu prüfendes Kriterium! Es muss aber zum Genehmigungszeitpunkt eines (in der Regel großflächigen) Einzelhandelsansiedlungs- oder auch -erweiterungsvorhabens im Rahmen von Planungskonzeptionen eindeutig erkennbar sein!⁴⁴

Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen

Mittlerweile ist auch weitgehend die Frage geklärt, welche Kriterien an die (räumliche) Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche anzulegen sind. Die Abgrenzung sowie funktionale Definition eines zentralen Versorgungsbereiches unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Rheinberg dient als **unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung**. Vorrangiges Ziel ist dabei die Sicherung/Entwicklung der Rheinberger Innenstadt sowie die Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung unter besonderer Berücksichtigung (städtischer) gewachsener Versorgungsstrukturen. In diesem Zusammenhang sei nochmals darauf hingewiesen, dass im Sinne der aktuellen Rechtsgrundlage (u. a. i. S. v. § 2 (2) BauGB, § 9 (2a) BauGB und § 34 (3) BauGB) sogenannte zentrale Versorgungsbereiche als schützenswerte Bereiche einzustufen sind.

Im Sinne des Einzelhandelskonzeptes für Rheinberg ist als **zentraler Versorgungsbereich** jener Bereich im Stadtgebiet zu verstehen, der eine funktionale Einheit mit einem breiten Nutzungsspektrum aus den Bereichen Einkaufen, Versorgen und Dienstleistungen bildet, also in erster Linie die Rheinberger Innenstadt. Im Falle der Stadt Rheinberg ergibt sich aber auch die Besonderheit, dass der Bereich Bahnhofstraße eine den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt ergänzende Funktion im Bereich der Nahversorgung übernimmt, die derzeit nicht innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt übernommen wird.

Wichtige Abgrenzungskriterien eines zentralen Versorgungsbereiches ist der Besitz der Erdgeschosszonen mit Geschäftsnutzungen, die fußläufige Erreichbarkeit und funktionale Verknüpfungskriterien, die z. B. auch anhand von Passantenströmen festgehalten werden können. Die Fixierung der räumlichen Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches ist nicht als planerische „Abgrenzungsübung“ zu sehen, sondern ein notwendiger Schritt, um die Voraussetzungen für Dichte, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten und letztendlich Prosperität zu schaffen. Es wird somit deutlich, dass neben **funktionalen** Aspekten auch **städtebauliche** Kriterien zur **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches** heranzuziehen sind.

Funktionale Kriterien

- Einzelhandelsdichte im Erdgeschoss

⁴⁴ Bei einer Beurteilung eines Vorhabens nach § 34 (3) BauGB sind jedoch gemäß der Rechtsprechung nur Auswirkungen auf bestehende zentrale Versorgungsbereiche zu berücksichtigen

- Passantenfrequenz
- Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger)
- Multifunktionalität der Nutzungen

Städtebauliche Kriterien

- städtebaulich integrierte Lage (wohnsiedlungsräumlich integrierte Lage)
- Baustruktur
- Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsinfrastruktur
- Gestaltung des öffentlichen Raums
- Ladengestaltung und -präsentation

Bei der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches sind auch künftige Entwicklungsperspektiven (Folgenutzungen angrenzender Flächen, Nachnutzungen von Leerständen etc.) berücksichtigt worden. Hierbei handelt es sich um **perspektivische Ansiedlungs- bzw. Ergänzungsflächen**, die im unmittelbaren räumlichen Kontext zu bestehenden Einzelhandelslagen des zentralen Versorgungsbereiches stehen und diesen – im Falle einer Ansiedlung bzw. Bebauung – sinnvoll ergänzen können. Eine aktuelle Bebauung bzw. Nutzung auf dieser Fläche ist nicht als Ausschlusskriterium zu werten. Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der relevanten Kriterien durchzuführen.

Der Vorteil dieser einheitlich zugrunde gelegten Kriterien liegt sowohl in der Transparenz der Vorgehensweise, aber auch in der Tatsache, dass für zukünftige Diskussionen und Entscheidungen ein entsprechender Kriterienkatalog vorliegt, so dass im Falle kleinräumiger Veränderungen die Kompatibilität zu den anderen Abgrenzungen in der Regel gewährleistet bleibt.

Die Abgrenzungen wurden auf Basis der vorgestellten Kriterien und mit Kenntnis der zum Zeitpunkt der Bearbeitung erkennbaren Grundstückszuschnitte vorgenommen. Sie dienen als klare räumliche Bezugsrahmen für zukünftige Einzelhandelsentwicklungen („Entwicklungsbereiche“). Ausnahmsweise sind Modifikationen dieser Abgrenzungen dann möglich und städtebaulich sinnvoll, wenn sie – unter Einbeziehung der Ziele und Ansiedlungsregeln dieses Einzelhandelskonzepts – folgende Kriterien beachten:

- Die Erweiterungsfläche dient der Stärkung der bestehenden Strukturen innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs.
- Sie muss unmittelbar an die bisherige Abgrenzung angrenzen.
- Die geplante Nutzung auf der Erweiterungsfläche hat ihre funktionale Ausrichtung (Eingangssituation) eindeutig zur Erschließungsachse des zentralen Versorgungsbereichs; (Vermeidung einer „zweiten Reihe“ oder Erschließung von „hinten“).

Abschließend sei in diesem Zusammenhang noch darauf hingewiesen, dass eine Verständigung über die Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches einerseits sowie andererseits auch der ergänzenden Versorgungsstandorte insbesondere im Hinblick auf die bauleitplanerische Feinsteuerung zwingend geboten ist, stellen sie doch die räumliche Bezugsebene für die Differenzierung der einzelhandelsrelevanten Sortimente in

zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente dar. Hierfür ist die Herleitung und der Beschluss einer ortsspezifischen Sortimentsliste (sog. Rheinberger Sortimentsliste; siehe Kapitel 8) unabdingbar.

In der folgenden Karte wird der zentrale Versorgungsbereich der Rheinberger Innenstadt auf mikroräumlicher Ebene möglichst parzellenscharf abgegrenzt. Die Abgrenzung wurde auf Basis der vorgestellten Kriterien vorgenommen und ist als klarer räumlicher Bezugsrahmen für zukünftige Einzelhandelsentwicklungen („Entwicklungsbereiche“) heranzuziehen.

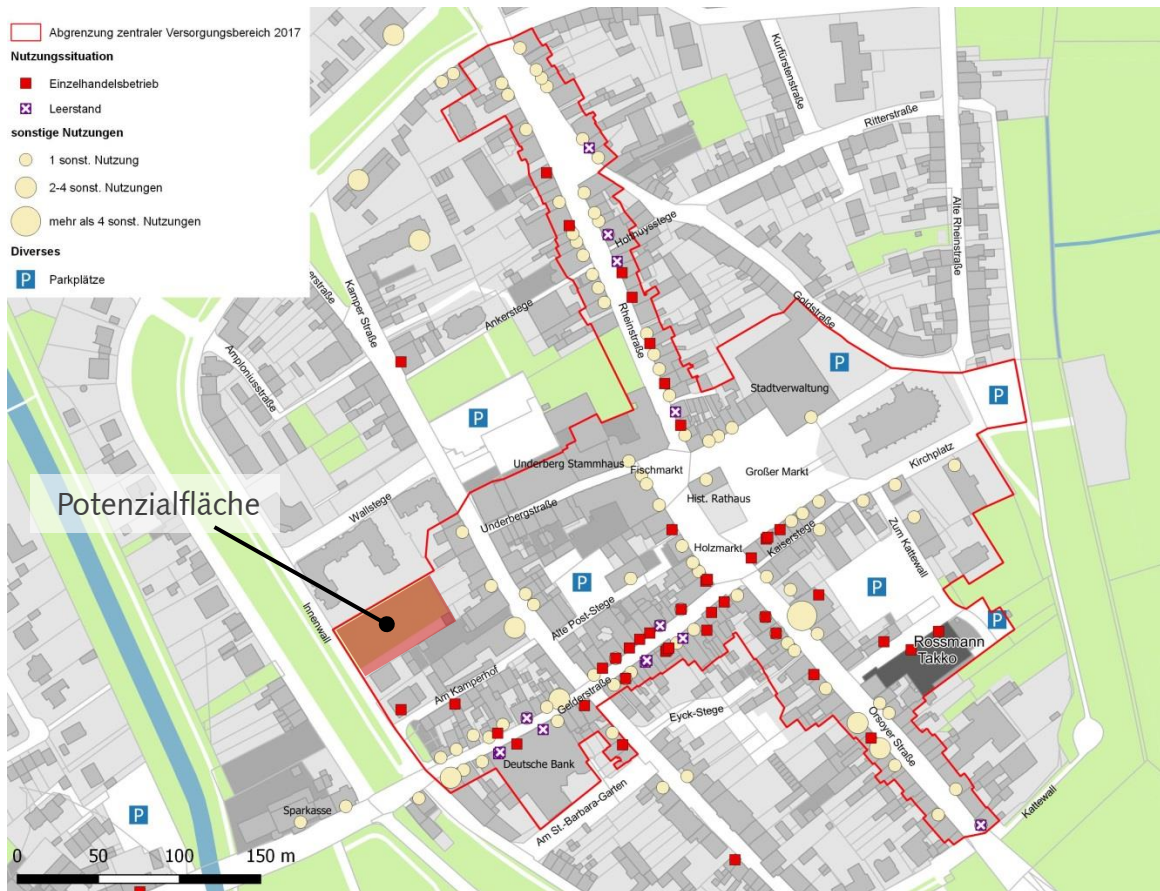
Empfehlungen zur zukünftigen Entwicklung und die Bewertung aktueller Planungen werden vor dem Hintergrund der in Kapitel 6.2 konkretisierten Ziele der Einzelhandelsentwicklung vorgenommen. Unter Berücksichtigung der benannten Abgrenzungskriterien sind die im Jahr 2006 abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche Rheinbergs überprüft worden. Die gemäß dem **Einzelhandelskonzept 2006 eingestuften zentralen Versorgungsbereiche Borth und Orsoy** (Ortsteilzentren) und **Budberg** (Nahversorgungszentrum) erfüllen heute nicht mehr die funktionalen und städtebaulichen Kriterien eines Ortsteil- bzw. Nahversorgungszentrums (vgl. Kapitel 6.3), so dass diese Angebotsstandorte in der aktuellen Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für Rheinberg nachfolgend nicht mehr als zentrale Versorgungsbereiche, sondern als (solitäre) Nahversorgungsstandorte zur wohnortnahen Grundversorgung eingestuft werden müssen.

7.1.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Rheinberg

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt weist eine gewachsene Struktur innerhalb des Walls auf. Auf Grundlage der Analyse (vgl. dazu Kapitel 4.3) wurde die bisherige Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt (i.S. der §§ 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO) überprüft und in Teilen modifiziert (siehe dazu Karte 15).

Gegenüber der Abgrenzung aus dem Jahre 2006 sind die Bereiche rund um die Kirche St. Peter im östlichen Teil der Innenstadt mit den im rückwärtigen Bereich liegenden Parkplätzen (u.a. der Stadtverwaltung) in die Abgrenzung 2017 hinzugenommen worden. Die Bereiche Eyck-Steige und Am St.-Barbara-Garten südlich der Gelder Straße hingegen besitzen keine Bedeutung für den innerstädtischen Einzelhandel und fallen entsprechend aus der neuen Abgrenzung raus. Ansonsten orientiert sich die Abgrenzung 2017, anders als noch vor 11 Jahren an den konkreten Parzellengrenzen, wodurch sich einen sehr viel ausdifferenziertere und nicht mehr generalisierte Linienführung ergibt. Unter Berücksichtigung der zuvor aufgeführten Abgrenzungskriterien ergibt sich der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt, wie in nachfolgender Karte dargestellt.

Karte 15: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebung im Januar 2017; Kartengrundlage der Stadt Rheinberg

Die **räumliche Ausdehnung** des zentralen Versorgungsbereichs der Rheinberger Innenstadt wird aus städtebaulicher Sicht vor allem durch den Verlauf der Gelder Straße, die am Holzmarkt und Großer Markt mündet und die Achse Orsoyer Straße/Rheinstraße definiert. Die Grenzen des zentralen Versorgungsbereichs stoßen dabei jeweils auf den Innenwall, der die Innenstadt umgibt. Der Kernbereich rund um die Märkte ist geprägt durch das historische Rathaus sowie das Gebäude der Stadtverwaltung und die St. Peter Kirche mit Kirchplatz.

Markante Gebäude und Nutzungen mit einer zentrenprägenden Funktion innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs sind neben dem Underberg Stammhaus auch das Hotel Am Fischmarkt und der Kamper Hof, ein Veranstaltungsort in historischem Gebäude an der Kamper Straße.

Innerhalb der Abgrenzung ist insbesondere entlang der **Gelder Straße und am Holzmarkt** die größte Nutzungsdichte an Einzelhandelseinrichtungen festzustellen. Die Straße ist geprägt durch eine kleinteilige Bebauungs- und Ladenstruktur, was für die Rheinberger Innenstadt aufgrund der historischen Baustrukturen typisch ist. Sortimentschwerpunkte liegen in der Gelderstraße in den innenstadttypischen Warengruppen Bekleidung und Schuhe sowie medizinische und orthopädische Artikel.

Die Orsoyer Straße ist Standort der größten Anbieter in der Innenstadt und besitzt deshalb eine hohe Bedeutung für die Innenstadt, wohingegen die Rheinstraße aus Einzelhandelsicht keine besondere Position einnimmt. Hier dominieren andere Nutzungen, wie Gastronomie und Dienstleister. Der geringe Einzelhandelsbesatz an der Rheinstraße weist größtenteils einen einfachen Standard auf. Magnetbetriebe sind in diesem Bereich nicht vorhanden. Insgesamt weist die Rheinstraße dadurch eine sehr geringe Passantenfrequenz auf.

Unter Berücksichtigung der bestehenden Entwicklungsoptionen für den Einzelhandel in Rheinberg (vgl. Kap. 5) und Zielsetzungen zur Stärkung und Entwicklung u.a. der Innenstadt (vgl. Kap. 6.2) ist im Westen am Innenwall eine Potenzialfläche innerhalb der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt. Hier bestehen – in der ansonsten durch dichte und kleinteilige Bebauungs- und Nutzungsstrukturen geprägten Innenstadt – räumliche Entwicklungsoptionen für Nutzungsergänzungen.

Insgesamt gibt es in der Rheinberger Innenstadt nur geringe Kundenfrequenzen, da, bis auf die größeren Bausteine an der Orsoyer Straße (Rossmann und Takko) kein größerer attraktiver Magnetbetrieb vorhanden ist, der als Frequenzerzeuger dient. Durch die Ansiedlung von Magnetbetrieben aus den Bereichen Lebensmittel oder Bekleidung können Frequenzbringer angesiedelt werden, die für die gesamte Innenstadt positive Effekte mit sich bringen und die Besucherfrequenz erhöhen würden. Die Ansiedlung eines Kundenmagneten mit einem gewissen Verkaufsflächenanspruch wird durch die sehr kleinteiligen Baustrukturen erschwert, kann aber beispielsweise durch die Zusammenlegung mehrerer kleiner Ladenlokale ermöglicht werden. Denkbar wäre die Revitalisierung der Leerstände an der Gelder Straße. Grundsätzlich sollte zukünftig eine Konzentration des Einzelhandels auf den Kernbereich stattfinden, um dort eine hohe Einzelhandelsdichte und attraktive Einzelhandelsbetriebe zu erhalten.

Mit der vorgenommenen **Abgrenzung** des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt liegt aus gutachterlicher Sicht eine adäquate Dimensionierung, auch im Sinne einer potenziellen Angebotsausweitung, vor. Mit Blick auf die **weitere Entwicklung** und Wahrung der städtebaulichen Stabilität der Innenstadt ist es auch zukünftig ratsam sie „von Innen nach Außen“ zu entwickeln und die einzelhandelsrelevante Entwicklung auf die bestehenden Haupt- und Nebenlagen zu konzentrieren, um einen funktionalen Bezug einzelner Lagen mit dem eigentlichen Kern der Innenstadt zu gewährleisten. Dabei spielt ein funktionsfähiges städtebaulich kompaktes Grundgerüst mit starken Eckpunkten und Eingangsbereichen eine entscheidende Rolle.

Entwicklungsziele und -empfehlungen

Oberstes Ziel bleibt die Sicherung und **langfristige Stärkung** der innerstädtischen Versorgungsfunktion durch vorrangige Lenkung des zentrenrelevanten, insbesondere des großflächigen Einzelhandels in den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich. Vor diesem Hintergrund können folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen formuliert werden:

- Erhalt, **Ausbau** und nachhaltige Sicherung einer attraktiven Versorgungsstruktur und -qualität in der Rheinberger Innenstadt mit Fokus auf dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt.

- Ausweitung des Angebotsspektrums und Attraktivitätssteigerung der Innenstadt, insbesondere durch zielgerichtete, branchenspezifische (auch qualitative) Weiterentwicklungen mit Schwerpunkt in zentrenrelevanten Sortimenten.
- Profilierung und Positionierung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt gegenüber Wettbewerbsstandorten durch qualitative und funktionale Verbesserungen des Angebots in zentrenprägenden Leitbranchen und Ergänzung des Angebotsspektrums um weitere attraktive Anbieter (insbesondere des standardisierten bis höherwertigen Sortiments) sowie adäquater Betriebsgrößen für moderne Fachgeschäfte.
- Sicherung und Ausbau der attraktiven und multifunktionalen Angebotsmischung auch mit ergänzenden Dienstleistungs- und Gastronomieangeboten sowie öffentlichen und kulturellen Einrichtungen.
- Sicherung bzw. Wiederherstellung der Grundversorgung für die in der Innenstadt sowie im näheren Umfeld lebende Bevölkerung durch Schaffung nahversorgungsrelevanter Angebote in der Innenstadt. Für die Rheinberger Innenstadt wäre die Ansiedlung eines modernen Lebensmittelmarktes als Magnetbetrieb für den überwiegend kleinteilig strukturierten bestehenden Einzelhandel mit größter Priorität zu verfolgen. Dies setzt natürlich das Vorhandensein geeigneter Flächen voraus, was sich in der Rheinberger Innenstadt als schwierig erweist. Lediglich am Innenwall existiert eine Potenzialfläche, die sich jedoch aufgrund der Größe nicht für die Ansiedlung eines größeren, strukturprägenden Lebensmittelmarktes eignet. Der Bereich zwischen Orsoyer Straße und Zum Kattewall in der Nähe des ehemaligen Edeka Marktes und heutiger Standort von Rossmann und Takko ist hinsichtlich einer Lebensmittelmarktansiedlung auch immer mal wieder im Fokus.
- Weitere Steigerung der Attraktivität und Aufenthaltsqualität der Innenstadt, beispielsweise durch Sicherung der kompakten und vernetzten städtebaulichen Grundstruktur, attraktive Angebotsformen an neuralgischen Punkten der Innenstadt sowie ggf. weitere gestalterische Verbesserungen auch in Kombination mit gastronomischen Nutzungen.

7.1.2 Zentraler Versorgungsbereich Ergänzungsbereich Bahnhofstraße

Zentraler Versorgungsbereich Ergänzungsbereich Bahnhofstraße

Aufgrund der sehr kleinteiligen baulichen Struktur in der Innenstadt Rheinbergs, die die Ansiedlung von zeitgemäßen Angebotsformen mit größeren Verkaufsflächen kaum ermöglicht, ergab sich bereits 2006 der Bedarf für einen weiteren, die Innenstadt **ergänzen**, Einzelhandelsstandort. Da sich diese Situation durch die Schließung des kleinen Edeka Supermarktes an der Innenstadt in Verbindung mit der Neueröffnung eines großflächigen Edeka Marktes an der Bahnhofstraße weiter manifestiert hat, wird dieser Bereich auch zukünftig als zentraler Versorgungsbereich i.S. der ergänzenden Funktion zur Innenstadt aufgenommen.

Dieser Ergänzungsstandort Nahversorgung stellt einen weiteren zentralen Versorgungsbereich mit Schwerpunkt Nahversorgung dar (zur Abgrenzung vgl. Karte 19) und

befindet sich an der Bahnhofstraße zwischen Kreisverkehr und Bahnlinie. Durch den Schwerpunkt der Anbieter im Bereich der nahversorgungsrelevanten Warengruppen geht der Standort eine Arbeitsteilung mit der Innenstadt ein. Mit Blick auf die Innenstadtentwicklung und die gesamtstädtischen Nahversorgungsstrukturen wird derzeit kein Bedarf gesehen, das Lebensmittelangebot auszuweiten. Insbesondere auch deshalb nicht, weil die Anbieter sich modern und zukunftsfähig aufgestellt haben. Weiterhin soll im zentralen Versorgungsbereich auch kein zusätzlicher ergänzender Einzelhandel mit sonstigen nahversorgungsrelevanten und insbesondere zentrenrelevanten Angeboten entstehen, um die arbeitsteilige Struktur mit der Innenstadt nicht zu gefährden.

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Bahnhofstraße ist enger gefasst als noch im Jahr 2006, lässt den westlichen Bereich außen vor und orientiert sich weitestgehend an den Zuschnitten der Grundstücke der drei großen Anbieter am Standort (vgl. nachfolgende Karte). Die Engerfassung ist deshalb erfolgt, da der Lebensmitteldiscounter Lidl seit der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes 2006 auf rund 1.100 m² Verkaufsfläche erweitert hat und sich im Jahr 2009 Edeka Kusenberg (mit ca. 1.300 m² Verkaufsfläche) als großflächiger Vollsortimenter am Standort angesiedelt hat. Im Vorfeld gab Edeka den kleinen Standort in der Orsoyer Straße in der Innenstadt auf. Der zentrale Versorgungsbereich verfügt heute also über zwei moderne und zukunftsfähige Lebensmittelanbieter, so dass das Entwicklungsziel für diesen zentralen Versorgungsbereich aus dem Jahr 2006 erfüllt ist, das weitere Ansiedlungen im Lebensmittelbereich zur Stabilisierung der Nahversorgungsfunktion bzw. eine Verlagerung des kleinen Anbieters aus der Innenstadt vorsah. Er besitzt heute eine gesamtstädtische und regionale Versorgungsbedeutung und erfüllt die ihm zugedachte Funktion.

Karte 16: Zentraler Versorgungsbereich Ergänzungsbereich Bahnhofstraße



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebung im Januar 2017; Kartengrundlage der Stadt Rheinberg

Folgende Aussagen aus dem bestehenden Einzelhandelskonzept für die Stadt Rheinberg aus dem Jahr 2006 sind den zentralen Versorgungsbereich Bahnhofstraße betreffend weiterhin gültig, sofern sie nicht mittlerweile umgesetzt wurden:

Um die Funktion „Ergänzungsstandort“ besser steuern zu können und eine Verlagerung der quantitativen Schwerpunkte zwischen Innenstadt und dem Ergänzungsstandort Nahversorgung zu verhindern, ist zur planungsrechtlichen Absicherung des Standortes die Ausweisung als qualifiziertes Sondergebiet erforderlich, falls noch nicht geschehen. In diesem Zusammenhang sollten Aussagen zu Gesamtverkaufsflächen-Obergrenzen (die sich am Bestand orientieren sollten) getätigt werden, da die Verkaufsflächengewichtung zwischen Innenstadt und Ergänzungsstandort auch zukünftig zu Gunsten der Innenstadt ausfallen muss, um diese nicht zu schwächen. Zudem erscheint es sinnvoll, kleine Betriebsformen⁴⁵ (z. B. unter 400 m²) auszuschließen, um keine direkte Konkurrenzsituation zur bestehenden Innenstadt aufzubauen.

Gänzlich ausgeschlossen werden sollte die Ansiedlung eines Drogeriemarktes sowie Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten i.S.d. Rheinberger Sortimentsliste (vgl. Tabelle 14).

⁴⁵ Bereits existierende Einzelhandelsbetriebe genießen dabei Bestandsschutz.

7.1.3 Ehemalige Ortsteil- bzw. Nahversorgungszentren

Die im Konzept aus dem Jahr 2006 abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche **Ortsteilzentren Borth** und **Orsoy** sowie das **Nahversorgungszentrum Budberg** können sowohl aufgrund ihres derzeitigen Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatzes (vgl. Kapitel 4.3) als auch aufgrund der fehlenden Entwicklungsperspektiven nicht mehr als zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen werden.

Die in der Rechtsprechung definierten „idealtypischen“ Ausstattungsmerkmale von Nahversorgungszentren sowie die funktionalen und städtebaulichen Kriterien zur Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches werden an diesen Angebotsstandorten nicht erfüllt.

Somit wird von gutachterlicher Seite empfohlen, die Steuerungsmöglichkeiten des Einzelhandelskonzeptes den örtlichen Gegebenheiten anzupassen und diese Angebotsstandorte nicht als zentrale Versorgungsbereiche auszuweisen. Das bedeutet allerdings nicht, dass zukünftig keine Erweiterungen bestehender Betriebe oder Ansiedlungen kleinteiliger Einzelhandelsbetriebe mit insbesondere auch nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten an diesen beiden Angebotsstandorten stattfinden können, sofern sie sich nicht negativ auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt oder die wohnortnahen Versorgungsstrukturen in Rheinberg auswirken (vgl. hierzu Grundsatz 1 in Kapitel 9).

Der Erhalt des noch bestehenden kleinteiligen nahversorgungsrelevanten Angebotes sowie eine mögliche quantitative Ergänzung der wohnungsnahen Grundversorgung sind nach wie vor wünschenswert.

7.2 Sonderstandorte des Einzelhandels in Rheinberg

Neben der Innenstadt und dem Ergänzungsstandort Nahversorgung an der Bahnhofstraße besteht mit einem peripher gelegenen und vorwiegend autokundenorientierten Einzelhandelsstandort in Rheinberg ein weiterer räumlicher Angebotsschwerpunkt im Stadtgebiet, der über ein teil-/gesamstädtisches sowie teilweise auch regionales Einzugsgebiet verfügt. Dabei handelt es sich um eine Agglomeration von Fachmärkten mit Angebotsschwerpunkten sowohl im nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich (z. B. Möbel und baumartspezifische Sortimente) als auch mit grundversorgungsrelevantem Angebot (Getränke).

Im Sinne der Ergänzungsfunktion zur Innenstadt ist eine zentrenverträgliche Sicherung und Weiterentwicklung dieser Sonderstandorte möglich. Das bedeutet, dass der perspektivische Entwicklungsschwerpunkt bei der Sicherung und ggf. dem Ausbau von Fachmarktangeboten mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment liegen soll.

Sonderstandort Winterswick

Der Sonderstandort Winterswick liegt in peripherer, städtebaulich nicht integrierter Lage im Bereich der Straßen An der Neuweide und Industriestraße. Er ist hauptsächlich durch großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel geprägt. Der Standort besitzt

durch seine Angebotsbausteine stadtweite und z.T. überregionale Versorgungsbedeutung.

Der Einzelhandelsbestand weist einen Schwerpunkt im langfristigen Bedarfsbereich auf und ist durch Anbieter aus den Bereichen Möbel (Gottwald, ca. 4.800 m² Verkaufsfläche und Möbel & Sonderposten, ca. 420 m² Verkaufsfläche) und Bau- und Gartensortimente (u.a. Hagebaumarkt Swertz mit ca. 5.000 m² Verkaufsfläche) geprägt. Mit dem Getränkemarkt trinkgut befindet sich auch ein Anbieter mit nahversorgungsrelevantem Angebot am Standort. Das Einzelhandelsangebot an diesem kompakten, autokundenorientierten Standort umfasst aktuell elf Einzelhandelsbetriebe mit zusammen rund 14.000 m² Verkaufsfläche.

Der durch insbesondere großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel geprägte Sonderstandort liegt gemäß des Regionalplans für den Regierungsbezirk Düsseldorf⁴⁶ in einem Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzungen (**GIB**). Diese Bereiche sind aufgrund der besonderen Standortanforderungen insbesondere für emittierende und sonstige nicht wohnverträgliche Gewerbenutzungen vorzuhalten. 2006 wurde der Sonderstandort als Entwicklungsbereich für insbesondere großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel eingeordnet. Die neue konzeptionelle Einordnung 2017 des Sonderstandortes sieht aufgrund der regionalplanerischen Einstufung als GIB keine weitere großflächige Einzelhandelsentwicklung vor. Die bestehenden Betriebe genießen Bestandsschutz. Die Bestandssicherung und die regionalplanerischen Vorgaben sind entsprechend bauleitplanerisch umzusetzen.

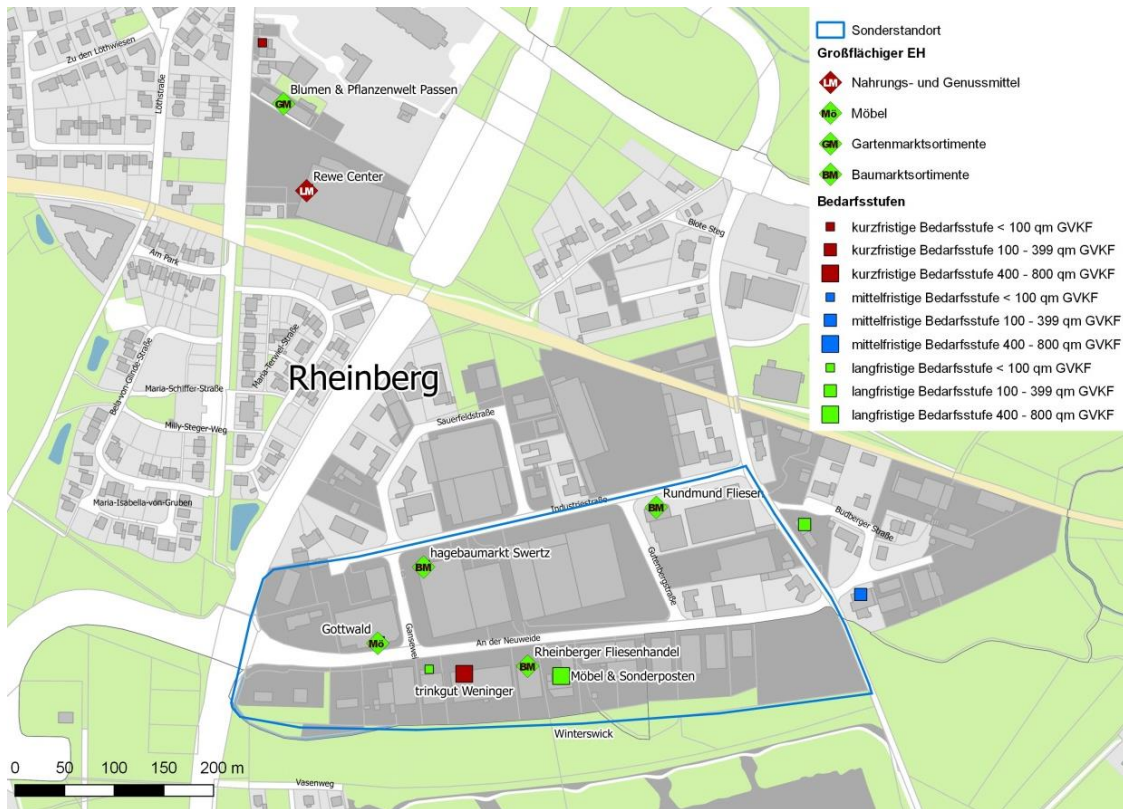
Grundsätzlich ist aus konzeptioneller Sicht für den Sonderstandort Winterswick folgendes festzuhalten:

- Als **Entwicklungsziel** kann die Sicherung in der Funktion als Ergänzungsstandort zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt formuliert werden. **Nicht zentrenrelevante Angebotsausweitungen** sind grundsätzlich konzeptionell möglich.
- Ansiedlungs- und Umstrukturierungsperspektiven ergeben sich für Betriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment.
- Eine Ausweitung nahversorgungs- oder zentrenrelevanter Angebote über den genehmigten Bestand hinaus soll vor dem Hintergrund der formulierten städtebaulichen Zielsetzung zur Sicherung und zum Ausbau der zentralen Versorgungsbereiche Innenstadt und Ergänzungsbereich Bahnhofstraße und der wohnortnahen Grundversorgungsstrukturen nicht stattfinden.

Im Falle von Ansiedlungsanfragen im Bereich des insbesondere großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandels müsste die Stadt Rheinberg einen entsprechenden Ansiedlungsstandort definieren, der im Regionalplan als **ASB** (Allgemeiner Siedlungsbereich) ausgewiesen ist.

⁴⁶ Regionalplan (GEP 99), Stand 11/2009

Karte 17: Sonderstandort Winterswick



Quelle: eigene Darstellung auf Kartengrundlage der Stadt Rheinberg
 Hinweis: die Abgrenzung von Sonderstandorten hat – anders als bei zentralen Versorgungsbereichen (vgl. Kap. 7.1.) keine rechtlich bindende Wirkung. Neuansiedlungen oder Erweiterungen können die dargestellten Grenzen im Bedarfsfall – beispielsweise unter Einbeziehung angrenzender Grundstücke/Parzellen – überschreiten.

Zwischenfazit - Sonderstandorte:

Bei der Weiterentwicklung des Sonderstandortes Winterswick bzw. der Entwicklung eines neu zu definierenden Sonderstandortes ist darauf zu achten, dass diese in funktionaler Ergänzung zum Einzelhandelsangebot in den zentralen Versorgungsbereichen Innenstadt und Ergänzungsbereich Bahnhofstraße geschieht und sich weder zu Lasten dieser städtebaulich schützenswerten Bereiche noch zu Lasten der wohnungsnahen Grundversorgung im gesamten Stadtgebiet auswirkt. Weiterhin ist aus landesplanerischer Sicht darauf zu achten, dass der Bereich als Allgemeiner Siedlungsbereich (ASB) im Regionalplan ausgewiesen ist.

Ansiedlungs- und Umstrukturierungsperspektiven ergeben sich entsprechend vor allem für Betriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment.

Einer Ausweitung nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente (über den genehmigten Bestand hinaus) ist hingegen restriktiv zu begegnen. Alle Sonderstandorte müssen dementsprechend bauleitplanerisch abgesichert sein, wobei bestehende Anbieter mit zentren- oder nahversorgungsrelevantem Kernsortiment dabei grundsätzlich Bestandsschutz genießen.

7.3 Integrierte solitäre Standorte zur Nahversorgung

Die Sicherstellung einer möglichst umfassenden, engmaschigen Nahversorgung im Rheinberger Stadtgebiet ist ein zentrales stadtentwicklungsrelevantes Ziel der Stadt Rheinberg und rechtfertigt die räumliche Lenkung entsprechender Investitionen an die städtebaulich dafür geeigneten Standorte. Eine funktionierende Nahversorgung bedeutet, Einkaufsangebote mit Waren des täglichen Bedarfs (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Zeitschriften) und ergänzende Dienstleistungen (z. B. Post, Bank, Reinigung) so dezentral und wohnortnah vorzuhalten, dass eine fußläufige Erreichbarkeit für möglichst viele Einwohner möglich und zumutbar ist.

Da eine solche flächendeckende, wohnungsnah Grundversorgung innerhalb Rheinbergs nicht ausschließlich über den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt bzw. den Ergänzungsbereich Nahversorgung an der Bahnhofstraße sichergestellt werden kann, decken die **städtebaulich integriert gelegenen solitären Nahversorgungsstandorte** räumliche Versorgungslücken ab. Solitäre Nahversorgungsstandorte dienen heute (und perspektivisch) der ergänzenden wohnungsnahen Grundversorgung, die in Rheinberg nicht allein durch die zentralen Versorgungsbereiche geleistet werden kann. Deshalb besitzt die Zielsetzung, eine möglichst flächendeckende, wohnortnahe Grundversorgung im gesamten Stadtgebiet durch funktionsfähige **ergänzende Nahversorgungsstandorte** zu sichern, ebenfalls hohe Priorität.

Siedlungsräumlich integrierte Nahversorgungsstandorte sind städtebaulich schutzwürdig, weil sie neben den zentralen Versorgungsbereichen einen wichtigen Baustein zur Sicherstellung der wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung darstellen. Sie sind daher bei Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters – unabhängig, ob innerhalb oder außerhalb Rheinbergs – bei einer städtebaulichen Verträglichkeitsprüfung u. a. im Sinne des § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Anders als zentrale Versorgungsbereiche werden sie jedoch nicht räumlich abgegrenzt. Die Schutzwürdigkeit eines solitären Nahversorgungsstandortes bezieht sich dabei immer auf seine ausgeübte Funktion als Nahversorger. Dieser Schutzstatus stellt ausdrücklich keinen Wettbewerbschutz für Einzelbetriebe oder bestimmte Anbieter dar (keine wettbewerbliche Schutzfunktion). Die Schutzwürdigkeit entfällt zum Beispiel, wenn der Bestandsbetrieb am jeweiligen solitären Nahversorgungsstandort dasselbe Einzugsgebiet bedient wie das zu prüfende Vorhaben, das sich ebenfalls in städtebaulich integrierter Lage befindet. Sonstige (solitäre) Standorte strukturprägender Lebensmittelanbieter in städtebaulich nicht integrierter Lage erhalten diesen städtebaulichen Schutzcharakter nicht, da sie aufgrund ihrer siedlungsräumlichen Randlage nicht primär der verbrauchernahen fußläufigen Versorgung dienen.

Zum Erhebungszeitpunkt können in Rheinberg folgende solitäre Nahversorgungsstandorte in städtebaulich integrierter Lage im Stadtgebiet mit strukturprägenden nahversorgungsrelevanten Anbietern (ab 400 m² Verkaufsfläche) definiert werden:

- Annastraße (derzeit: Penny)

- Borthner Straße (derzeit Edeka Luft⁴⁷) (Borth)
- Rheinberger Straße (derzeit Penny) (Budberg)
- Rheinberger Straße (derzeit: Edeka) (Orsoy)

Entwicklungsempfehlungen

Für den zukünftigen Umgang mit solitären Nahversorgungsstandorten können aus gutachterlicher Sicht folgende Empfehlungen gegeben werden:

- Eine **Sicherung** der oben aufgeführten, unter versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten positiv zu wertenden **Nahversorgungsstandorte** ist grundsätzlich zu empfehlen. Das bedeutet, eine mögliche Erweiterung oder Umstrukturierung dieser Nahversorgungsbetriebe – insbesondere als wettbewerbsmäßige Anpassung des Bestandes an aktuelle Erfordernisse – kann positiv begleitet werden, sofern das jeweilige Vorhaben nicht über die Nahversorgungsfunktion hinausgeht (s. u.).
- Im Falle des **Stadtbezirks Borth** ist eine Erweiterung des einzigen strukturprägenden Lebensmittelanbieters Edeka am Standort im städtebaulichen Zentrum nicht möglich, da keine Erweiterungsflächen zur Verfügung stehen. Eine Erweiterung zur Standortsicherung und Aufrechterhaltung der Nahversorgungsfunktion in dem Stadtbezirk ist jedoch ein wichtiges städtebauliches Ziel der Stadt Rheinberg und unter konzeptionellen Gesichtspunkten unbedingt zu empfehlen. Eine solche Erweiterung in Borth geht (zwangsläufig) mit einer Verlagerung einher. Als geeignete Fläche hat sich der Bereich südlich der Ulmenallee herausgestellt, der zwar nicht mehr ganz so vorbildlich siedlungsräumlich integriert ist, trotzdem kann dort die Nahversorgung und insbesondere Grundversorgung der Bevölkerung Borths sichergestellt werden und die Fläche ist daher positiv zu werden. Im Zentrum Borths steht derzeit keine Fläche zur Verfügung.
- Aber auch eine **perspektivische Entwicklung neuer integrierter Nahversorgungsstandorte** kann vor allem dann sinnvoll und möglich sein, wenn dadurch räumliche Versorgungslücken geschlossen werden können und die Betriebe tatsächlich überwiegend der Nahversorgung dienen. Räumlich-strukturelle Angebotsdefizite in der Nahversorgung konnten in Rheinberg derzeit neben der Innenstadt und dem Bereich Annaberg vor allem in den Siedlungsrandbereichen ausgemacht werden. Eine Ansiedlung neuer Anbieter ist nur dann realistisch und sinnvoll, wenn der Standort über eine entsprechende Mantelbevölkerung im Nahbereich verfügt, die aus betriebswirtschaftlicher Sicht die Eröffnung eines neuen Standortes rentabel machen würde. Angesichts der heutigen Marktzutrittsgrößen von Lebensmitteldiscountern ab etwa 1.000 m² Verkaufsfläche und von Lebensmittelvollsortimentern ab rd. 1.200 m² ist dies in der Regel erst ab einem Kaufkraftpotenzial von mindestens rd. 5.000 Einwohnern im Versorgungsgebiet der Fall. Bei weniger Einwohnern wären die Märkte auf Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Versorgungsgebiets angewiesen. Damit einhergehende Umverteilungseffekte gefährden unter Umständen die Anbieter im zentralen Versorgungsbereich bzw. an sonstigen solitären

⁴⁷ Die Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarktes zur Aufrechterhaltung der Nahversorgung auf der Potenzialfläche an der Ulmenallee ist derzeit im Gespräch und in der Planung.

Nahversorgungsstandorten.

- Der Stadt Rheinberg liegt eine ergänzende Stellungnahme des Büros Junker+Kruse vor, die sich mit möglichen Größenordnungen von Nahversorgern (Ansiedlung oder Erweiterung) aufgrund der besonderen siedlungsräumlichen Gegebenheiten auseinandersetzt. Es wurden Größenordnungen von verschiedenen potenziellen Lebensmittelanbietern ermittelt, die aus Gutachtersicht der Nahversorgung in den verschiedenen Stadtbezirken dienen⁴⁸.

Als wesentliche Bedingung muss in jedem Fall gelten, dass von Erweiterungen wie Neuansiedlungen keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt oder die wohnortnahen Grundversorgungsstrukturen im übrigen Stadtgebiet ausgehen. Dazu muss das jeweilige Vorhaben folgende **Kriterien** erfüllen:

- nahversorgungsrelevantes Kernsortiment,
- städtebauliche Integration (in Wohnsiedlungsbereiche), d. h.
- auch fußläufig erreichbar (max. 5 Minuten Fußweg entsprechen in der Regel einer 600 m – Wegedistanz),
- möglichst keine oder eine nur geringe Überschneidung mit den fußläufigen Einzugsbereichen entsprechender Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen (räumliche Versorgungslücken im Stadtgebiet abdecken),
- eine am Nachfragevolumen der Bevölkerung im funktionalen Versorgungsgebiet orientierte, maßvoll dimensionierte Größenordnung: Soll-Umsatz des Betriebs ist nicht höher als die realistisch abschöpfbare sortimentspezifische Kaufkraft im unmittelbaren Versorgungsgebiet (eine diesbezügliche Orientierungshilfe bietet die Ansiedlungsregel 1 in Kapitel 9 dieser Untersuchung).

Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der genannten Kriterien durchzuführen. Insbesondere Siedlungsrandbereiche oder dünn besiedelte Ortsteile bieten in der Regel kein ausreichendes ökonomisches Potenzial für größere Lebensmittelmärkte, die dort allein der Nahversorgung der ansässigen Bevölkerung dienen.

- **Neuansiedlungen von Drogeriemärkten** sind angesichts der üblichen Flächengrößen von (teilweise deutlich) mehr als 500 m² und den entsprechend großen Einzugsbereichen **vor allem im räumlichen Kontext des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt** sinnvoll. Weitere Standorte außerhalb der Innenstadt sind daher auch unter Berücksichtigung der bereits bestehenden Kaufkraftabschöpfung nicht sinnvoll⁴⁹.
- Auch Anbieter, die ihren Standort in Siedlungsschwerpunkten haben und von zahlreichen Kunden zu Fuß oder mit dem Fahrrad aufgesucht werden, können auf Pkw-Kunden nicht verzichten. Nur wenn genügend Stellplätze vorhanden sind und

⁴⁸ Vgl. Junker+Kruse; Berechnung der Nahversorgungsrelevanz von Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben von Lebensmittelmärkten in den Zentren der Rheinberger Stadtbezirke; Untersuchung im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzept für die Stadt Rheinberg, Dez. 2017

⁴⁹ Siehe hierzu auch Kapitel 9.1 (Exkurs: Drogeriemarkt-Standorte in der Stadt Rheinberg)

An- und Abfahrt auch während der Spitzenzeiten weitgehend reibungslos verlaufen, bleibt ein Anbieter attraktiv und kann im Wettbewerb bestehen. Im Dialog mit den Inhabern oder Betreibern sollten daher praktikable Lösungen zur **Sicherstellung der bequemen Erreichbarkeit** gefunden werden.

- Die **Integration zusätzlicher Funktionen und Dienstleistungen in bestehende Betriebe** erhöht die Attraktivität und sichert damit die Wettbewerbsfähigkeit eines Anbieters. Die Ergänzung von Einzelhandelsbetrieben mit kommunalen Angeboten oder Dienstleistungen (z. B. Post, Bank) zu „kleinen Nahversorgungszentren“ erzeugt Synergie und verbessert die Standortqualität oft entscheidend. Möglich ist dabei auch die Kombination mit anderen frequenzerzeugenden Einrichtungen wie Tankstellen oder Systemgastronomie (Fast Food/Imbiss). Während discountorientierte Filialisten diese Chancen in der Regel selbst erkennen und die Initiative ergreifen, fehlen bei inhabergeführten Geschäften oft Bereitschaft und Know-how zum Wandel, so dass von kommunaler Seite aktiv der Dialog gesucht und Hilfestellung angeboten werden sollte.
- Die Ansiedlung größerer Märkte ist allein zur Nahversorgung der Wohnbevölkerung in kleineren Stadtteilen bzw. Wohnplätzen und Siedlungsrandbereichen ökonomisch oft nicht tragfähig. Deshalb sind auch **alternative kleinteilige Angebotsformen** wie „Dorfläden“, sog. „Convenience-Stores“ oder Nachbarschaftsläden sinnvoll. Diese setzen jedoch ein hohes Maß an bürgerlichem Engagement voraus.

Zwischenfazit – Wohnortnahe Grundversorgung durch integrierte Nahversorger:

Übergeordnetes Ziel ist die Sicherung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet, die sich auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und die integrierten Nahversorgungsstandorte im Stadtgebiet stützt. Insofern sind sowohl die Sicherung und Weiterentwicklung bestehender Nahversorgungsstandorte als auch perspektivische Neuentwicklungen sinnvoll und möglich, wenn diese Standorte tatsächlich der Nahversorgung der Bevölkerung der umliegenden Wohnsiedlungsbereiche dienen und negative Auswirkungen auf die Innenstadt oder die sonstige wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet ausschließen sind. Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Rheinberg dient der Umsetzung dieses Ziels.

7.4 Weitere Angebotsstandorte in Rheinberg

Angebotsstandort Xantener Straße⁵⁰ und Moerser Straße:

Die Analyse der Angebots- und Nachfrageseite der Rheinberger Einzelhandelslandschaft hat ergeben, dass es dringend zu empfehlen ist, die Standortbereiche Xantener Straße und auch Moerser Straße (insbesondere im Baustein des Lebensmittelanbieters) im Sinne der fortgeschriebenen Konzeptaussagen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes 2017 als Sondergebiet zu überplanen und auf den Bestand festzusetzen.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass es ein übergeordnetes Ziel der Stadt Rheinberg ist, eine Sicherung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt sowie eine möglichst flächendeckende wohnortnahe Grundversorgung zu gewährleisten.

Der Geltungsbereich des bestehenden Bebauungsplans Nr. 33 Xantener Straße ist weder ein zentraler Versorgungsbereich noch ein unter städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten sinnvoller und positiv zu bewertender Standort. Durch seine primäre Ausrichtung auf den Autokunden, kommt ihm innerhalb des Standortgefüges der Stadt keine besondere, schützenswerte Versorgungsbedeutung zu. Mit Blick auf den schützenswerten zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sowie den Ergänzungsstandort Nahversorgung an der Bahnhofstraße und den Nahversorgungsstandort an der Annastraße (derzeit Penny) ist jegliche Ansiedlung oder Erweiterung bestehender Betriebe im Bereich nahversorgungsrelevanter und zentrenrelevanter Einzelhandel i.S.d. Rheinberger Sortimentsliste an städtebaulich nicht integrierten Standorten, wie ihn die beiden Standortbereiche darstellen, zu vermeiden.

⁵⁰ Das Büro Junker+Kruse hat eine Stellungnahme zum Bebauungsplan Nr. 33 Xantener Straße vor dem Hintergrund aktualisierter konzeptioneller Aussagen der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Rheinberg ergänzt. Vgl. Junker + Kruse: Gutachterliche Stellungnahme zum Bebauungsplan Nr. 33 Xantener Straße vor dem Hintergrund aktualisierter konzeptioneller Aussagen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Rheinberg, Mai 2017
Der Bebauungsplan (Sondergebiet Einzelhandel an der Xantener Straße) ist bereits in Aufstellung.

8 Fortschreibung der Rheinberger Sortimentsliste

Neben der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs und der Definition der Sonderstandorte sowie solitären Nahversorgungsstandorte stellt die „Rheinberger Sortimentsliste“ ein wichtiges Instrument zur Steuerung der gesamtstädtischen Einzelhandelsentwicklung dar. Insbesondere für die Umsetzung der Zielvorstellungen des Einzelhandelskonzeptes in der Bauleitplanung ist eine weiterführende Differenzierung zwischen **nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten** und **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** notwendig⁵¹.

Grundsätzlich orientiert sich die Fortschreibung der Sortimentsliste an den Einschätzungen und Festlegungen des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2006. Einzelne Neubewertungen tragen sowohl veränderten Marktbedingungen (wie Betriebsformenwandel im Einzelhandel, kundenseitige Inanspruchnahme etc.), insbesondere aber auch Veränderungen in der spezifischen Angebotssituation und den zukünftigen Entwicklungsabsichten in Rheinberg Rechnung.

Rechtliche Einordnung von Sortimentslisten

Eine Sortimentsliste ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung höchstrichterlich anerkannt⁵². Dabei steht in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifisch differenzierten Einzelhandels zu räumlich und funktional bestimmten zentralen Versorgungsbereichen (gemäß §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 34 (3), 9 (2a) BauGB, § 11 (3) BauNVO) sowie die Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben im Vordergrund der Betrachtungen. Sortimentslisten sind z. B.

- für Sortimentsbindungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel (insbesondere mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten),
- bei der Zulässigkeit, dem Ausschluss bzw. der ausnahmsweisen Zulässigkeit des sortimentspezifischen Einzelhandels in unterschiedlichen Baugebieten nach §§ 1-11 BauNVO unter Bezugnahme auf § 1 (5) und (9) BauNVO sowie
- bei sortimentspezifischen Festsetzungen in einfachen Bebauungsplänen im bislang unbeplanten Innenbereich nach § 9 (2a) BauGB relevant.

Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bauplanungsrechts kann – mit Hilfe der Sortimentslisten – beispielsweise in Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO sowie in bislang unbeplanten Innenbereichen nach § 9 (2a) BauGB nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel gänzlich ausgeschlossen und dadurch das Zentrenggefüge geschützt werden⁵³. Denn für die Zentrenstruktur einer Kommune können nicht nur großflächige Einzelhandelsbetriebe oder Einkaufszentren außerhalb der dafür bestimmten zentralen Versorgungsbereiche, sondern

⁵¹ vgl. dazu U. Kuschnerus: Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, Rd.Nr. 485

⁵² vgl. dazu u. a. den Beschluss des Bundesverwaltungsgerichts vom 10.11.2004 (BVerwG – 4 BN 33.04) sowie auch das Urteil des Oberverwaltungsgerichts für das Land Nordrhein-Westfalen vom 30.1.2006 (OVG NRW – 7 D 8/04.NE)

⁵³ vgl. dazu das Urteil des OVG NRW vom 25.10.2007 (OVG 7 A 1059/06)

auch der nicht großflächige Einzelhandel (bis zu 800 m² Verkaufsfläche) mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten negative städtebauliche Auswirkungen haben. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Lebensmittel-discountern oder Fachmärkten mit zentrenrelevanten Kernsortimenten. Diese operieren zuweilen bewusst knapp unterhalb der Großflächigkeitsgrenze, um nicht gemäß § 11 (3) BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden.

Zur Steuerung des Einzelhandels ist daher eine ortsspezifische Sortimentsliste notwendig, die einen Bezug zu den **lokalen Verhältnissen**, aber auch zu den **lokalen Entwicklungsperspektiven** aufweist. Ein Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung reicht nicht aus, ist rechtsfehlerhaft und kann zur Unwirksamkeit von sich darauf berufenden Bebauungsplänen führen⁵⁴.

Begriffsdefinition

Da es in der Planungspraxis durchaus unterschiedliche Definitionen grundlegender Begriffe gibt, wird im Folgenden ein Kriterienkatalog dargelegt, nach dem nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente⁵⁵ zu unterscheiden sind. Im Hinblick auf diese in der Praxis übliche Differenzierung bestimmen die rechtlichen Rahmenbedingungen, der Standort an dem die Sortimente angeboten werden sowie eine mögliche Zielformulierung die Zuordnung zu einer der genannten Kategorien.

- **Zentrenrelevante Warengruppen** sind in der Regel für einen attraktiven Warengruppenmix notwendig und bedürfen einer zentralen Lage, da sie sich nicht nur durch die hohe Erzeugung von Besucherfrequenzen und ihre hohe Ausstrahlungskraft auszeichnen, sondern ihrerseits auch selbst auf andere Frequenzbringer angewiesen sind. Dementsprechend sind solche Sortimente in zentralen Lagen am stärksten vertreten und verfügen idealerweise über eine hohe Seltenheit bzw. Überschussbedeutung. Ferner weisen sie Kopplungsaffinitäten zu anderen Einzelhandelsbranchen bzw. Zentrenfunktionen auf, haben überwiegend einen relativ geringen Flächenanspruch und lassen sich häufig als sogenannte „Handtaschensortimente“ Pkw-unabhängig transportieren. Insbesondere den Warengruppen und Sortimenten der mittelfristigen Bedarfsstufe kommt hierbei eine hohe Leitfunktion für die Innenstadt zu.
- **Nahversorgungsrelevante Sortimente** sind eine Teilgruppe der zentrenrelevanten Sortimente und dienen der kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfsdeckung. Sie nehmen insbesondere in Klein- und Mittelstädten, aber auch in Grund- und Nahversorgungszentren zentrenprägende Funktionen ein. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche kann bei entsprechender Dimensionierung im Sinne einer wohnortnahen Grundversorgung sinnvoll sein. Unter Be-

⁵⁴ vgl. dazu auch die Urteile des OVG NRW vom 3.6.2002 (OVG NRW, 7a D 92/99.NE) sowie vom 30.1.2006 (OVG NRW, 7 D 8/04.NE)

⁵⁵ Als Sortiment wird die Gesamtheit der von einem Handelsbetrieb angebotenen Warenarten (-sorten) verstanden. Der typische Charakter des Betriebes wird von seinem Kernsortiment (z. B. Möbel, Nahrungsmittel, Getränke) bestimmt. Das Randsortiment dient der Ergänzung des Angebotes und muss sich dem Kernsortiment deutlich unterordnen (z. B. Glas/Porzellan/Keramik im Möbelhaus).

rücksichtigung des Einzelfalls sind daher hier sachgerechte Standortentscheidungen mit dem Ziel, eine möglichst verbrauchernahe Versorgung mit z. B. Lebensmitteln oder Gesundheit und Körperpflegeartikeln zu gewährleisten und den Regelungsinhalten des § 11 (3) BauNVO sowie betriebsbedingter Anforderungen zu entsprechen, zu treffen.

- Bei **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** handelt es sich schwerpunktmäßig um solche Waren, die zentrale Standorte nicht prägen und aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten werden (z. B. Baustoffe). Angesichts ihrer meist sehr großen Flächenansprüche (z. B. Möbel) haben diese Sortimente in der Regel – wie auch in Rheinberg – für den innerstädtischen Einzelhandel keine oder nur eine sehr untergeordnete Bedeutung und besitzen somit im Umkehrschluss keine oder nur sehr geringe Folgewirkung(en) für die zentralen Einkaufsbereiche. Allerdings ist bei diesen Betrieben zunehmend die Problematik der Randsortimente von Bedeutung. So weisen z. B. Möbelmärkte in den Randsortimenten, die nicht selten 10 % der Gesamtverkaufsfläche (und mehr) umfassen, ein umfangreiches Sortiment im Bereich der Haushaltswaren oder Heimtextilien auf, das in seinen Dimensionen teilweise das Angebot in zentralen Lagen übertreffen kann. Durch die zunehmende Bedeutung für den betrieblichen Umsatz ist eine aus Betreibersicht forcierte Ausweitung der zentrenrelevanten Sortimente zu beobachten.

Landesplanerische Vorgaben in NRW

Bei der Aufstellung der ortstypischen Sortimentsliste sind auch die landesplanerischen Vorgaben zur Unterscheidung zentrenrelevanter und nicht zentrenrelevanter Waren zu berücksichtigen. Im Landesentwicklungsplan NRW⁵⁶ (LEP NRW, Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel) mit neuen Zielen und Grundsätzen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels in NRW sind zentrenrelevante Leitsortimente benannt, die in besonderem Maße die Angebotsstruktur nordrhein-westfälischer Innenstädte prägen. Die Leitsortimente gemäß Anlage 1 sind bezugnehmend auf Ziel 6.5-2 des LEP NRW zu beachten und unterliegen somit nicht der kommunalen Abwägung.

Folgende zentrenrelevante Leitsortimente werden LEP NRW definiert:

Anlage 1

- Papier/Bürobedarf/Schreibwaren,
- Bücher,
- Bekleidung, Wäsche,
- Schuhe, Lederwaren,
- medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel,
- Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik,

⁵⁶ Vgl. Landesentwicklungsplan NRW – in Kraft getreten im Februar 2017 - (LEP NRW) Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel mit neuen Zielen und Grundsätzen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels in NRW

- Spielwaren,
- Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Teilsortimente Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte),
- Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto – ohne Elektrogroßgeräte, Leuchten),
- Uhren, Schmuck

und

- Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant),
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant).

In der kommunalen Planungspraxis ergeben sich aufgrund der Definition der zentrenrelevanten Sortimente Zuordnungsfragen zu einzelnen Sortimenten, da die gebräuchlichen Sortimentslisten i.d.R. stärker differenziert sind. Darüber hinaus ergeben sich teilweise unterschiedliche Sortimentseinteilungen bzw. -benennungen. Im Rahmen der Aufstellung der Rheinberger Sortimentsliste wurden neben den landesplanerischen Vorgaben insbesondere bei den Sortimenten, die nicht eindeutig den zentrenrelevanten Sortimentsgruppen zuzuordnen sind, die lokale Situation sowie die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Rheinberg näher betrachtet. Die Zentrenrelevanz kann in Einzelfällen in Abhängigkeit von dem vorhandenen Angebotsbestand in den jeweiligen Zentren und in Abhängigkeit von der städtebaulichen Situation differieren.

Herleitung der Rheinberger Sortimentsliste

Die Sortimentsliste stellt einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung der städtebaulichen Leitvorstellungen dar. Kuschnerus⁵⁷ stellt im Sinne der Rechtssicherheit folgende Vorgehensweise als sachgerecht bei der Erstellung von Sortimentslisten dar:

- Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes werden die tatsächlich vorhandenen, typischerweise als zentrenrelevant angesehenen Sortimentsgruppen im zentralen Versorgungsbereich, die durch die Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen, nach ihrem Umfang ermittelt (Sortimente, Verkaufsflächen).
- Die Aufnahme dieser Sortimente in die Liste der zentrenrelevanten Sortimente unterliegt regelmäßig keinen Bedenken, auch wenn dieselben Sortimente gegebenenfalls an anderen – solitären, städtebaulich nicht integrierten Standorten – angeboten werden, wenn entsprechende städtebauliche Zielvorstellungen im Gesamtkonzept formuliert werden, die ein weiteres Angebot dieser Sortimente im zentralen Versorgungsbereich begründen.
- In der Rechtsprechung ist darüber hinaus anerkannt, sogenannte „zentrumbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen. Diese

⁵⁷ vgl. Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, Rd.Nr. 530

Sortimente können als zentrenrelevant in die ortsspezifische Liste aufgenommen werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzeptes/ Einzelhandel- und Einzelhandelskonzeptes notwendig).

- Eine ortsspezifische Liste kann durchaus mit generellen Auflistungen übereinstimmen, sie kann aber auch zu gewissen Abweichungen gelangen. Entscheidend ist, dass die konkrete Ausgestaltung der gemeindespezifischen Liste auf **die örtlichen Verhältnisse abgestimmt und im Hinblick auf die sich hieraus ergebenden konkreten städtebaulichen Erfordernisse motiviert** ist.

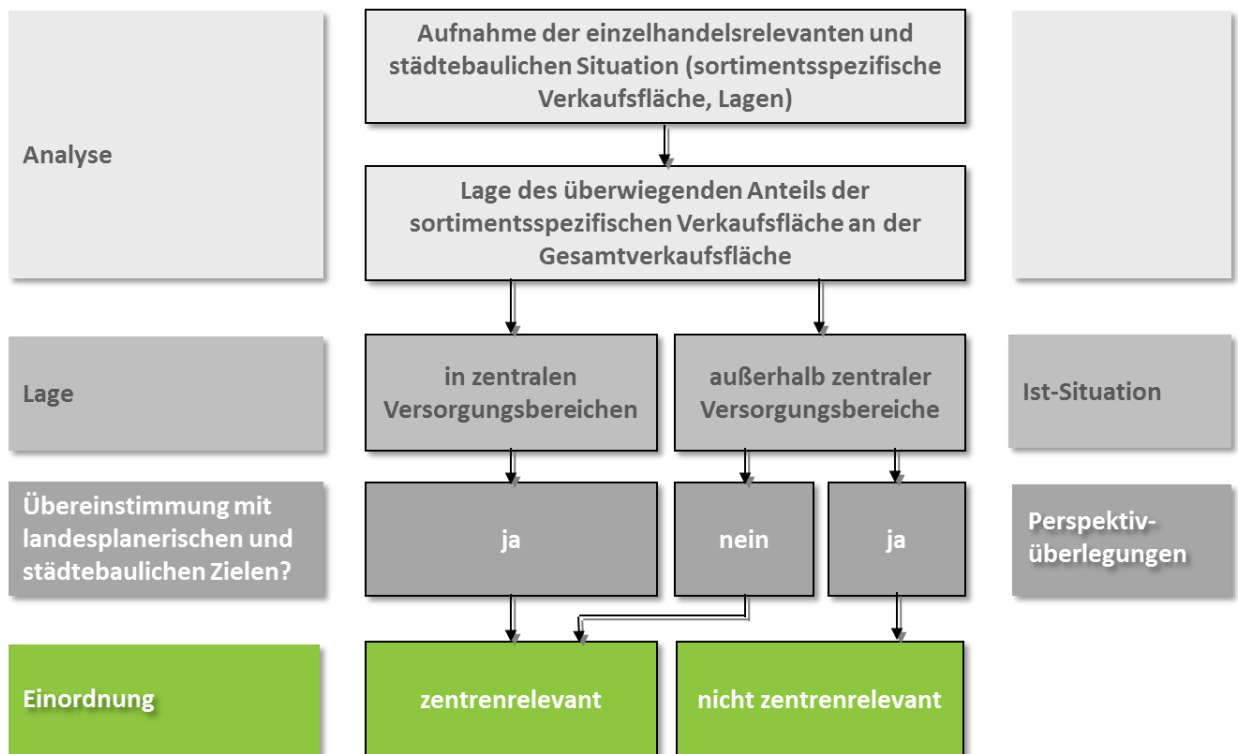
Die Zentrenrelevanz ergibt sich demnach vor allem aus

- der konkreten Verteilung der Einzelhandelsangebote in der Stadt Rheinberg selbst,
- der Leit- oder Magnetfunktion einzelner Anbieter bzw. Sortimente, Kopplungsaffinitäten, quantitativen oder qualitativen Angebotsschwerpunkten, Betriebsstrukturen etc., aber auch
- der allgemeinen Bedeutung der entsprechenden Warengruppen für zentrale Einzelhandelslagen in Rheinberg.

Auch wenn das entsprechende Sortiment möglicherweise derzeit nicht oder nur zu einem geringen Anteil im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt von Rheinberg vorrätig ist, sie aber für die Attraktivität und Lebensfähigkeit des Rheinberger Zentrums besonders wichtig ist, kann eine Warengruppe als zentrenrelevant definiert werden, sofern deren Realisierung realistisch ist.

Das folgende Schaubild visualisiert auf Basis der dargelegten Ausführungen das Vorgehen zur Bestimmung der Zentrenrelevanz der angebotenen Sortimente in der Stadt Rheinberg:

Abbildung 6: Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten



Quelle: eigene Darstellung

Basierend auf der differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des Einzelhandels in Rheinberg sowie unter Berücksichtigung der im Hinblick auf die Methodik bei der Erstellung von Sortimentslisten dargelegten Kriterien werden die einzelnen Sortimente zunächst aufgrund ihres überwiegenden, zum Zeitpunkt der Erhebung bestehenden, Verkaufsflächenanteils in den Lagen innerhalb bzw. außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt in Rheinberg aufgeteilt. Unter Berücksichtigung künftiger stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen zur Stärkung der gewachsenen zentralen Strukturen in Rheinberg ergibt sich die im Folgenden dargestellte Rheinberger Sortimentsliste mit einer Differenzierung von nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten:

Tabelle 14: Sortimentsliste für die Stadt Rheinberg

zentrenrelevante Sortimente	
<i>hiervon nahversorgungsrelevant</i>	
Backwaren/Konditoreiwaren*	Handarbeitsartikel/Kurzwaren/Meterware/Wolle*
Fleisch- und Metzgereiwaren*	Heim- und Kleintierfutter*
Getränke*	Heimtextilien, Gardinen/Dekostoffe*
<i>Nahrungs- und Genussmittel*</i>	Kunstgewerbe/Bilder und Bilderrahmen
<i>Drogeriewaren/Körperpflegeartikel*</i>	<i>Lederwaren/Taschen/ Koffer/Regenschirme</i>
<i>Freiverkäufliche Apothekenwaren (pharmazeutische Artikel)*</i>	<i>Medizinische und orthopädische Artikel</i>
(Schnitt-)blumen*	Musikinstrumente und Zubehör
Zeitungen/Zeitschriften*	<i>Papier, Büroartikel, Schreibwaren*</i>
	<i>Schuhe</i>
<i>Bekleidung</i>	<i>Spielwaren</i>
<i>Bücher</i>	<i>Sportartikel/Sportkleingeräte*</i>
Elektrokleingeräte*	<i>Sportbekleidung und Sportschuhe*</i>
<i>Elektronik/Multimedia</i>	<i>Uhren/Schmuck</i>
<i>Glaswaren/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren*</i>	Wohndekorationsartikel
Nicht zentrenrelevante Sortimente <i>(keine abschließende Auflistung)</i>	
Angler- und Jagdartikel, Waffen	Kinderwagen
Bauelemente, Baustoffe*	Lampen, Leuchten, Leuchtmittel*
Baumarktspezifisches Sortiment*	Möbel (inkl. Küchen)*
Bettwaren*/Matratzen*	Pflanzen/Samen*
Campingartikel (u. a. Campingkocher, Isomatten, Schlafsäcke, Zelte)*	Sportgroßgeräte
Elektrogroßgeräte*	Teppiche (Roll- und Einzelware)*
Fahrräder und technisches Zubehör	Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen (indoor)*
Gartenartikel/-geräte*	Zoologische Artikel (inkl. lebende Tiere)*
Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör (inkl. Kindersitze)*	

Quelle: eigene Darstellung,

* Verkaufsfläche mehrheitlich außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

kursiv: stets zentrenrelevantes Sortiment lt. LEP NRW Kapitel 6.5 Anlage 1

rot dargestellt: Sortiment derzeit nicht in Rheinberg vertreten

Die vorliegende Rheinberger Sortimentsliste ist, wie eingangs erläutert, ein Ergebnis der gutachterlichen Analysen und Einschätzungen, der landesplanerischen Vorgaben des LEP NRW sowie der städtebaulichen Zielsetzungen der Stadt Rheinberg. Sie ist uneingeschränkt im gesamten Stadtgebiet anwendbar. Gegenüber der bestehenden Sortimentsliste aus dem Jahr 2006 ergeben sich durch redaktionelle Änderungen einerseits und die geänderte Sortimentssystematik andererseits kleinteilige Veränderungen.

Es sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass es sich bei der Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente um keine abschließende Liste handelt.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass für nahezu alle als nicht zentrenrelevant eingestuft Sortimente der tatsächliche Verkaufsflächenschwerpunkt auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt liegt. Besonders deutlich wird dies beispielsweise bei Teilsortimenten den Warengruppen Möbel sowie Bau- bzw. Gartenmarktsortimente, die teilweise zu 100 % außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs angeboten werden.

In Bezug auf die zentrenrelevanten Sortimente zeigt sich hingegen ein differenziertes Bild: Hier ist der Angebotsschwerpunkt einzelner Sortimente nicht im zentralen Versorgungsbereich konzentriert, wie es unter städtebaulich-versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten wünschenswert wäre (beispielsweise Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren, Heimtextilien, Gardinen/Dekostoffe, Sportbekleidung und Sportartikel).

Die konkrete Einstufung einzelner Sortimente lässt sich wie folgt näher erläutern:

- Im Verkaufsflächenbestand befinden sich fast alle **nahversorgungsrelevanten Sortimente** mehrheitlich nicht innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt, sondern vor allem in städtebaulich integrierten Lagen, wo sie einen Beitrag zur wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung leisten. Zugleich befinden sich nicht unbeträchtliche Anteile der Verkaufsfläche in diesen Sortimenten auch an den Sonderstandorten oder anderen städtebaulich nicht integrierten Lagen. Dabei besitzen insbesondere Lebensmittel- und Drogeriemärkte eine wichtige Frequenzbringer- und Magnetfunktion für städtische Zentren und bilden somit zentrenbedeutsame Bausteine. Nicht nur im Hinblick auf die Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt, sondern auch unter dem Gesichtspunkt der wohnungsnahen Grundversorgung ist es wichtig, nahversorgungsrelevante Sortimente in der Innenstadt zu stärken. Eine Verdichtung/Ausdehnung des sortimentspezifischen Angebotes an den Sonderstandorten oder anderen städtebaulich nicht integrierten Standorten im Stadtgebiet über das bereits genehmigte Maß hinaus ist dagegen im Sinne des Schutzes sowie der Aufrechterhaltung eines engmaschigen Grundversorgungsnetzes – u. a. auch mit funktionsfähigen wie kleinteiligen Nahversorgungsstandorten – konsequent zu verhindern. Aus diesen Gründen sind alle nahversorgungsrelevanten Sortimente zugleich auch zentrenrelevant.
- **Getränke** werden zwar zuweilen nicht mehr als zentrenrelevant angesehen, wenn diese in Kisten und größeren Mengen in **Getränkemärkten** eingekauft werden. Eine generelle Definition als nicht zentrenrelevantes Sortiment ist jedoch problematisch, da nicht nur die Artikelgruppe, sondern das ganze Sortiment bewertet wird. Das in einem solchen Markt hauptsächlich angebotene Getränkesortiment gehört zweifellos zu den nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Der Getränkemarkt ist kein spezielles Sortiment mit großem Flächenbedarf, sondern eine Betriebsform neben anderen Betriebsformen, in denen (auch) Getränke verkauft werden. Dass in einem Getränkemarkt Getränke auf großen Flächen angeboten werden, kann nicht die Annahme rechtfertigen, dass Getränke typischerweise und damit generell einen großen Flächenbedarf erzeugen. Eine Differenzierung zwischen Getränken, die in

Getränkemärkten angeboten werden einerseits und Getränken, die in anderen Betriebstypen angeboten werden andererseits, ist bei der bauleitplanerischen Einzelhandelssteuerung nicht vorgesehen und wäre in der Praxis auch nicht einzuhalten. Getränke werden auch kistenweise in Lebensmittelmärkten verkauft und ebenso finden sich Einzelflaschen (u. a. hochwertige Weine/Sekt/Spirituosen) auch in Getränkemärkten. Zudem ist die Betriebsform Getränkemarkt häufig in zentralen Bereichen zu finden und nicht zwangsläufig auf Standorte außerhalb der Zentrenstruktur angewiesen.

- Die Sortimentsgruppen **Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren, Heimtextilien, Gardinen/Dekostoffe, Sportbekleidung und Sportartikel** sind anteilig überwiegend nicht im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu finden, zählen jedoch zum festen Bestandteil eines attraktiven und breit gefächerten Angebots eines innerstädtischen Geschäftszentrums. Die Angebotsbreite und -tiefe in diesen innerstädtischen Leitsortimenten sind wesentlich für die Ausstrahlungskraft eines Zentrums sowie seine kundenseitige Inanspruchnahme. Daher sind diese Sortimentsgruppen zwingend in ihrer Gesamtheit als zentrenrelevant einzustufen, was auch durch die landesplanerischen Vorgaben gestützt wird.
- **Zoologische Artikel** (inkl. lebende Tiere und Tiernahrung) gibt es heute fast ausschließlich in Zoofachmärkten. Auch in Rheinberg werden diese Sortimente zu über 90 % außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs angeboten. Eine Weiterentwicklung in diesen Angebotssegmenten ausschließlich auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu beschränken erscheint den aktuellen Entwicklungen moderner Fachanbieter dieser Branche sowie den realen Gegebenheiten in Rheinberg nicht angemessen. Diese Sortimentsgruppen werden insofern als nicht zentrenrelevant definiert.
- Das Sortiment **Elektrogroßgeräte** wird heute zu 100 % außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt. Zudem spricht dieses Sortiment nur kleine Teile der Bevölkerung an und hat daher keine herausragende Relevanz für die Erzeugung von Besucherströmen in einem zentralen Versorgungsbereich. Zudem ist eine Integration bestimmter Anbieter dieses Sortiments in Innenstädte unter dem Gesichtspunkt der „Transportfähigkeit“ des Sortiments als schwierig zu betrachten. Insofern wird dieses Sortiment abweichend zu 2006 **als nicht zentrenrelevant definiert**.
- Das Sortiment **Fahrräder und technisches Zubehör** wird in Rheinberg im Schwerpunkt durch den Anbieter Räder Ecke am Ergänzungsstandort Nahversorgung Bahnhofstraße angeboten. Für die Innenstadt Rheinbergs stellt das Sortiment hingegen kein prägendes dar. Marktseitig ist ein Trend zu großflächigen Fachmärkten außerhalb zentraler Lagen zu beobachten (z.B. Megabike, LuckyBike). Derzeit findet in vielen Kommunen eine intensive Diskussion im Zusammenhang mit der Differenzierung des Sortiments Fahrräder von der übergeordneten Warengruppe Sportartikel statt. Sportartikel besitzen unbestritten, insbesondere unter Berücksichtigung von Sportbekleidung und -schuhen, eine wichtige Magnetfunktion für innerstädtische Zentren. Fachabteilungen und Spezialgeschäfte einzelner Warengruppen tragen darüber hinaus zur Vielfalt des Angebotes bei. Großflächige Anbie-

ter außerhalb zentraler Lagen – mit vergleichbaren Angeboten – verschärfen in der Regel den Wettbewerb. Vielfach ist aber auch zu beobachten, dass die Entwicklungschancen der Anbieter in den Zentren begrenzt sind und diese nach Standorten außerhalb der Zentren streben, an denen sie ihre Waren zeitgemäß anbieten können. Vor dem Hintergrund der mittelfristigen Sicherung und Stärkung eines modernen Angebotes in diesem Sortiment im Rheinberger Stadtgebiet wird das Sortiment Fahrräder und technisches Zubehör abweichend zu 2006 **als nicht zentrenrelevant eingeordnet**.

9 Ansiedlungsregeln zur Einzelhandelsentwicklung

Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes bilden gesamtstädtische **stadtentwicklungspolitische Zielvorstellungen für die Stadt Rheinberg** (vgl. Kapitel 6.2) die übergeordnete Betrachtungsebene, aus der grundsätzliche Strategien zur künftigen räumlichen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Rheinberg abgeleitet werden.

Diese als **Ansiedlungsregeln** formulierten Leitlinien zum zukünftigen Umgang mit Einzelhandelsbetrieben bilden Grundlagen für die Bewertung einzelner Standorte hinsichtlich ihrer Eignung als perspektivische Einzelhandelsstandorte und helfen, potenzielle Ansiedlungs- wie Erweiterungsvorhaben hinsichtlich ihrer Zentrenverträglichkeit zu beurteilen.

Der wesentliche Vorteil dieser **gesamtstädtischen Betrachtungsweise** ist, dass mögliche Summenwirkungen von unterschiedlichen Vorhaben, aber auch des bereits vorhandenen Einzelhandelsbestands außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt berücksichtigt werden. Dadurch können Umsatzumverteilungen die städtebauliche Relevanzschwelle – abweichend zur Einzelfallbetrachtung – (z. T. deutlich) übersteigen und somit mögliche negative städtebauliche Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur aufgezeigt werden.

Die nachfolgend aufgeführten Regelungen basieren weitgehend auf der bisherigen Steuerungspraxis in Rheinberg und entwickeln diese unter Berücksichtigung der aktuellen Rechtsprechung fort, so dass diese Grundsätze auch zukünftig bei der Neuansiedlung, Verlagerung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben angewandt werden können.

Zur Verbindlichkeit und Anwendung dieser Ansiedlungsregeln ist vorab noch folgendes herauszustellen:

- die Regeln haben **keine unmittelbare Wirkung**, sondern stellen Grundsätze für die politische Willensbildung und Entscheidungsfindung sowie die Bauleitplanung dar,
- für die Zulässigkeit von Vorhaben ist uneingeschränkt die **bauplanungsrechtliche Situation** maßgebend,
- die Grundsätze betreffen **zukünftige Einzelhandelsentwicklungen**, d. h. sie gelten für Neuansiedlungen, Erweiterungen und Verlagerungen von Betrieben,
- **bestehende** bzw. genehmigte **Einzelhandelsbetriebe** bleiben – bezogen auf den genehmigten Bestand – von den formulierten Regeln unberührt (**Bestandsschutz**).

9.1 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

Ansiedlungsregel 1:

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollen zukünftig nur noch im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und Ergänzungsstandort Bahnhofstraße sowie – je nach Lage und Verkaufsflächendimension – zur wohnortnahen Grundversorgung an integrierten (Nahversorgungs-)standorten angesiedelt werden.

Die maximale Dimensionierung eines Betriebes soll sich an der jeweiligen Versorgungsfunktion des Standortes orientieren:

Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Rheinberg/Ergänzungsstandort Bahnhofstraße: **gesamstädtische Versorgungsfunktion**
(solitäre) Nahversorgungsstandorte: **Versorgungsfunktion für umliegende Siedlungsgebiete/Wohnplätze/den jeweiligen Stadtbezirk oder für ein funktional zugewiesenes Versorgungsgebiet**

Einzelhandelsbetriebe können außerhalb der Rheinberger Innenstadt in städtebaulich integrierten Lagen (z. B. in Mischgebieten und Allgemeinen Wohngebieten) möglich sein, wenn sie

- der Nahversorgung dienen (d. h. die Kaufkraftabschöpfung eine Quote von in der Regel bis zu 50 %⁵⁸ der sortimentspezifischen Kaufkraft im Nahbereich im Stadtbezirk Rheinberg sowie im funktional zugewiesenen Versorgungsgebiet in den drei übrigen Stadtbezirken Borth, Orsoy und Budberg nicht übersteigt⁵⁹),
- städtebaulich in Wohnsiedlungsbereiche integriert sind,
- auch fußläufig für möglichst viele Menschen erreichbar sind (i. d. R. 600 m-Distanz),
- keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und die wohnortnahen Versorgungsstrukturen zu erwarten sind.

Erläuterungen:

Neuansiedlungen sowie Erweiterungen bestehender Betriebe mit dem Angebotschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich sollen vor dem Hintergrund geschehen, **die Nahversorgung zukünftig zu sichern und zu verbessern.**

⁵⁸ Üblicherweise wird von einer Quote von 35 % ausgegangen. Auch der nicht mehr gültige Einzelhandelserlass NRW sieht die sogenannte 35 % Regel vor. Für die Stadt Rheinberg, die sich siedlungsräumlich dadurch kennzeichnet, dass sie neben der Kernstadt drei weitere Stadtbezirke aufweist, die z.T. in deutlicher Entfernung zur Kernstadt und den dort vorhandenen Versorgungsstrukturen liegen und die jeweils über ein großes ökonomische Potenzial verfügen (Einwohner über 4.000), ist der Gutachtenvorschlag die Quote zur Berechnung der Nahversorgungsrelevanz von bis zu 50 % anzusetzen.

⁵⁹ Das Büro Junker+Krusse hat in einer ergänzenden Untersuchung funktionale Versorgungsgebiete für die einzelnen Stadtbezirke hergeleitet und definiert.
Vgl. Junker+Krusse; Berechnung der Nahversorgungsrelevanz von Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben von Lebensmittelmärkten in den Zentren der Rheinberger Stadtbezirke; Untersuchung im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzept für die Stadt Rheinberg, Dez. 2017

Standorte für Einzelhandelsbetriebe (sowohl großflächige als auch kleinflächige) mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen daher zukünftig grundsätzlich **im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt** liegen. Da die Nahversorgung jedoch nicht ausschließlich über die Innenstadt gewährleistet werden kann, und im Falle der Stadt Rheinberg derzeit auch nicht gewährleistet ist, sind unter bestimmten Bedingungen auch ergänzende Nahversorgungsstandorte im Sinne einer flächendeckenden Nahversorgung möglich. Sie dürfen die wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet jedoch nicht im Bestand gefährden bzw. gewünschte Entwicklungen beeinträchtigen.

In **städtebaulich integrierten Lagen** außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt und des zentralen Versorgungsbereichs Ergänzungsstandort Bahnhofstraße können klein- und großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sinnvoll und möglich sein, wenn dadurch eine Versorgungslücke im Nahbereich geschlossen werden kann. Neben der Voraussetzung einer vorrangigen Nahversorgungsfunktion ist hierbei sicherzustellen, dass vom Vorhaben keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich oder die Standortstruktur im Sinne des Einzelhandelskonzepts ausgehen.

Für die Ermittlung einer möglichen verträglichen Dimensionierung bietet die Gegenüberstellung von zu erzielendem Vorhabenumsatz und verfügbarer Kaufkraft im Nahbereich des Vorhabens sowie die Ermittlung der Distanz des Vorhabens zum schützenswerten zentralen Versorgungsbereich eine Möglichkeit zur **Operationalisierung** der genannten Kriterien.

Von einer **Nahversorgungsfunktion** kann demnach ausgegangen werden, wenn

- es sich um einen **städtebaulich integrierten Standort** handelt und
- die **sortimentspezifische Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens** im funktionalen Versorgungsgebiet an einem städtebaulich integrierten Standort bei einer Quote von bis zu 50 % der sortimentspezifischen Kaufkraft (in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel)⁶⁰ der Bevölkerung (Orientierungswert) liegt.

Als **städtebaulich integrierte Lage** im Sinne des Einzelhandelskonzeptes werden Standorte definiert, deren direktes Umfeld in mindestens zwei Haupt-Himmelsrichtungen von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist und für die eine fußläufige Erreichbarkeit gegeben ist, ohne dass städtebauliche Barrieren (wie zum Beispiel Hauptverkehrsstraßen ohne geeignete Querungsmöglichkeiten oder Bahngleise) den Standort von der Wohnbebauung separieren.

Als **funktionales Versorgungsgebiet** ist regelmäßig derjenige Bereich zu definieren, den das Planvorhaben fußläufig versorgen soll:

Im Falle eines Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhabens im kompakten Siedlungsbereich der Kernstadt Rheinberg würde ein zu versorgendes Gebiet als Nahbereich definiert werden, da es hier dichter bebaute, zusammenhängende Siedlungsbereiche gibt.

⁶⁰ Diese liegt derzeit bei rund 2.439 Euro pro Rheinberger Einwohner (IFH Retail Consultants, Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2017).

Dieser entspricht der fußläufigen Erreichbarkeit in der Regel in einer Entfernung von rd. 600 m, um die vorstehenden Bedingungen zu erfüllen.

Um auch in dünner besiedelten oder aufgelockerten Siedlungsbereichen mit geringerer Bevölkerungsdichte, die ansonsten über keine eigenständigen Versorgungsstrukturen verfügen, eine funktionierende und zukunftsfähige Nahversorgung zu ermöglichen, kann bei der Einordnung und Bewertung (Einzelfallprüfung) auf größere Siedlungsbereiche innerhalb Rheinbergs zurückgegriffen werden, die räumliche/funktionale Beziehungen zu dem Planvorhabenstandort aufweisen können (funktional zugewiesenes Versorgungsgebiet). In den drei übrigen Stadtbezirken Borth, Orsoy und Budberg, kann daher der gesamte Stadtbezirk als zu versorgendes Gebiet definiert werden.

In jedem Fall ist bei der möglichen Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebes mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment **in städtebaulich integrierter Lage eine Einzelfallbetrachtung unter Einbeziehung der o. a. Indikatoren durchzuführen** sowie eine dezidierte Abwägung aller einzelhandelsrelevanten städtebaulichen Belange erforderlich.

Eine über den Bestandsschutz hinausgehende Erweiterung der bestehenden sowie eine Ansiedlung von zusätzlichen nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben an den **Sonderstandorten** oder anderen **städttebaulich nicht integrierten Standorten** ist hingegen auszuschließen. Insbesondere Standorte innerhalb von Gewerbe- und Industriegebieten (mögliche Ausnahmen: Kioske und „Convenience-Stores“, Verkaufsstätten i.S.d. „Handwerkerprivilegs“ s.u.) sind ausdrücklich ausgeschlossen, um den Charakter dieser Gebiete zu erhalten.

Verkaufsstätten mit nahversorgungsrelevanten Artikeln von produzierenden, weiterverarbeitenden oder Handwerksbetrieben („Handwerkerprivileg“) können auch in städtebaulich nicht integrierten Lagen (z. B. in GE-Gebieten) ausnahmsweise zugelassen werden, wenn die Verkaufsfläche

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

Exkurs: Drogeriewaren in der Stadt Rheinberg

Entwicklungen der Drogeriemarkt-Branche

Mit der Schlecker-Insolvenz im Jahre 2012 erlebten die Anzahl und der Umsatz der Drogeriemärkte in Deutschland einen deutlichen Einbruch. Die Zahl sank von 2011 bis 2012 von rund 10.250 auf 3.855 Märkte und damit um mehr als 60 %. Damit einher ging eine deutliche Ausdünnung des Filialnetzes, was vor allem in dünner besiedelten Bereichen und im ländlichen Raum zu Versorgungslücken führte. Der Umsatz der Branche sank von 13,5 Mrd. Euro im Jahre 2011 auf 11,8 Mrd. Euro im Jahre 2012 um rund 13 %. Seither hat sich der Umsatz jedoch sehr gut erholt. Auch die Anzahl der Betriebe ist stetig angestiegen, wobei die Anzahl der Betriebe aus dem Jahre 2011

längst nicht erreicht wird. Im Jahre 2015 sind es 4.475 Märkte. Das entspricht einem Anteil von 43 % gegenüber 2011. Dabei ist festzuhalten, dass besonders die Wettbewerber dm-drogerie markt und Rossmann deutliche Entwicklungen erfahren haben. Die „neuen“ Märkte unterscheiden sich sowohl in den Verkaufsflächengrößen (500-800 m²) deutlich von Schlecker-Märkten (150-250 m²), als auch im Angebot sowie im Erscheinungsbild (breiteres Angebot, niedrige Regal, breitere Gänge, Lichtdesign etc.). Die Unternehmen wählen für die Ansiedlung von Drogeriemärkte vor allem Standorte mit hoher Kundenfrequenz, guter Verkehrsanbindung (guten Parkmöglichkeiten, Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr) und entsprechend hohen Umsatzerwartungen (und nicht wie Schlecker mit geringen Ladenmieten in Randlagen oder Vorstädten). Folgende Standorte stehen im Blickwinkel der Expansion:

- innerstädtische 1A und 1B-Lagen
- Einkaufszentren
- Fachmarktzentren
- Nahversorgungs- und Stadtteilzentren
- Verbundstandorte mit gut frequentierten Lebensmittelmärkten

Die Expansionsbestrebungen der Unternehmen zielen damit nicht nur auf Lagen in den städtischen Zentren (zentralen Versorgungsbereichen) ab, sondern auch auf Lagen außerhalb der Zentren. Dabei handelt es sich sowohl um wohnsiedlungsräumlich integrierte Standorte als auch um nicht integrierte Standorte (an Hauptverkehrsstraßen oder in Gewerbegebieten bzw. an Fachmarktstandorten). Nicht zuletzt aufgrund ihrer Gesamtverkaufsfläche entwickeln moderne Drogeriemärkte außerhalb der Zentren jedoch eine Ausstrahlungskraft, die deutlich über den Nahbereich hinausreicht, so dass ihnen i. d. R. keine reine Nahversorgungsfunktion zukommt. Dabei findet aufgrund der Flächenansprüche, die unter 800 m² und damit der Großflächigkeit liegen, häufig keine eingehende planerische Auseinandersetzung mit entsprechenden Ansiedlungsbegehren statt.

Situation in der Stadt Rheinberg:

In der Stadt Rheinberg geben u.a. aktuelle Anfragen zu künftigen Drogeriemarkt-Standorten im Stadtgebiet Anlass zur Diskussion dieser Thematik und der künftigen Steuerungsstrategie im Rahmen der Stadtentwicklung. In der vorliegenden Stellungnahme wird die spezifische Situation der Drogeriemärkte bzw. des Angebotes an Drogeriewaren in Rheinberg erläutert und eine Handlungsempfehlung zum planerischen Umgang mit diesem Sortiment gegeben.

Das Angebot an Drogeriewaren wird in der Stadt Rheinberg, wie auch in vielen anderen Städten, vor allem in Fachmärkten (Drogeriemärkten), Fachgeschäften (Parfümerien) sowie als typisches Randsortimenten in Lebensmittelmärkten (Verbrauchermarkt Lebensmittelsupermarkt, Lebensmitteldiscounter) angeboten. Der einzige Drogeriemarkt in Rheinberg (Rossmann) ist erst in jüngster Zeit angesiedelt worden und übernimmt seit dem Weggang des Edeka Marktes in der Innenstadt eine herausragende Magnetfunktion für das Zentrum. Die Suche nach weiteren geeigneten innerstädti-

schen Flächen für die Ansiedlung von Drogeriemärkten ist vor dem Hintergrund des hohen Anteils kleinteiliger Strukturen in der Rheinberger Innenstadt nicht einfach, so dass auch Flächen außerhalb der Innenstadt nachgefragt werden⁶¹.

Zur absatzwirtschaftlichen Tragfähigkeit von Drogeriewaren in der Stadt Rheinberg ist folgendes festzuhalten:

In Rheinberg leben rund 32.600 Einwohner. Diese verfügen über ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Warengruppe Drogerie/Parfümerie/Kosmetik (ohne pharmazeutische, medizinische Artikel) von 281 Euro/Kopf bzw. 9,2 Mio. Euro insgesamt. Legt man die Flächenproduktivitäten der Marktführer zugrunde (2016: dm-drogerie markt 7.170 Euro/m² Verkaufsfläche⁶²; Rossmann 5.330 Euro/m² Verkaufsfläche⁶³) und geht davon aus, dass die Umsätze von Drogeriewaren zu rund 40 % von Drogerien selbst getätigt werden ergibt sich (bei rechnerischer 100 % Abschöpfung der lokalen Kaufkraft) ein Potenzial für einen Drogeriemarkt mit Betriebsgrößen von 500 bis 800 m² Verkaufsfläche.

Das zeigt, dass Rheinberg aus rein quantitativer Sicht gut ausgestattet ist. Dies belegt auch der hohe Zentralitätswert von 1,14 (vgl. Kapitel 4.1). Handlungsdruck entsteht vor allem aufgrund einzelbetrieblicher Ansprüche. **Das bedeutet jedoch nicht, dass es keine Ansiedlung von Drogeriemärkten in Rheinberg mehr geben kann**, sondern bei dem bereits ausgeschöpften Kaufkraftpotenzial ist der Standort umso entscheidender. Wünschenswert wäre diesbezüglich mehr Wettbewerb innerhalb der Innenstadt.

Für eine Stadt der Größe Rheinbergs und der im Verhältnis zum gesamtstädtischen Angebot geringen Verkaufsfläche in der Innenstadt muss **der räumliche Ansiedlungsschwerpunkt für einen Drogeriemarkt aus versorgungsstruktureller Sicht der zentrale Versorgungsbereich der Rheinberger Innenstadt sein**. Drogeriemärkte sind in der Regel hoch frequentierte Geschäfte. **Diese Frequenzen sollten in Rheinberg unbedingt innerhalb der Innenstadt generiert werden und keinesfalls außerhalb.**

9.2 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten

Ansiedlungsregel 2:

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente) sollen zukünftig nur noch im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt angesiedelt werden.

Standorte für **großflächige Einzelhandelsbetriebe** i. S. v. § 11 (3) BauNVO mit zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Rheinberger Sortimentsliste (ohne nahver-

⁶¹ Der Stadt Rheinberg liegt u.a. die Anfrage zur Ansiedlung eines dm Drogeriemarktes am Standort Xantener Straße vor und auch im Stadtbezirk Orsoy besteht das Interesse zur Ansiedlung eines Drogeriemarktes im räumlichen Kontext zum Edeka Markt Daniels.

⁶² Quelle: gfk auf basis von tradedimensions, stand 31.12.2016 veröffentlicht in Retail Real estate Report geRmany 2017 | 2018 Hahn Gruppe

⁶³ ebenda

sorgungsrelevante Kernsortimente gemäß Ansiedlungsregel 1) sollen konsequent im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt liegen.

Standorte für **nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe** mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen ebenfalls im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt liegen. Innerhalb der Siedlungsbereiche (z. B. in Allgemeinen Wohngebieten (WA), Dorfgebieten (MD) oder Mischgebieten (MI) gemäß Baunutzungsverordnung) sind nicht-großflächige Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment möglich, wenn sie der spezifischen Versorgung der Bevölkerung im Versorgungsgebiet des Standorts dienen („Gebietsversorger“).

Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten **sollen sich nicht im zentralen Versorgungsbereich Ergänzungsbereich Bahnhofstraße** ansiedeln, um die arbeitsteilige Struktur mit der Innenstadt nicht zu gefährden.

Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen nicht in **Gewerbe- und Industriegebieten** oder anderen **städtebaulich nicht integrierten Lagen** angesiedelt werden.

Ausnahme: Verkaufsstätten mit zentrenrelevanten Artikeln von produzierenden, weiterverarbeitenden oder Handwerksbetrieben („Handwerkerprivileg“) können auch in städtebaulich nicht integrierten Lagen (z. B. in GE-Gebieten ausnahmsweise zugelassen werden, wenn die Verkaufsfläche

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

Erläuterungen:

Um die Zukunftsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt mit seiner gesamtstädtischen Versorgungsfunktion zu gewährleisten bzw. auch in Teilen wiederherzustellen und so das Standortgefüge innerhalb des Rheinberger Stadtgebietes attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend, die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern. Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen demnach zukünftig in den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt der Stadt Rheinberg gelenkt werden, um diesen Standort in seiner Versorgungsbedeutung zu sichern und weiter zu entwickeln sowie einen ruinösen, städtebaulich schädlichen Wettbewerb der verschiedenen Einzelhandelsstandorte untereinander zu vermeiden. Dies gilt insbesondere für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment.

Eine **räumliche Lenkung** von Einzelhandelsentwicklungen innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs im Sinne einer positiven Innenstadtentwicklung ist dabei zu empfeh-

len. Insbesondere bei Neuansiedlungen von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten folgende Kriterien geprüft werden:

- die Lage des Vorhabenstandortes, insbesondere im Hinblick auf die Möglichkeit einer städtebaulichen Verknüpfung mit bestehenden Strukturen zur künftigen Nutzung von Synergien,
- die Größe (Verkaufsfläche) und das Warenangebot (Betriebstyp, Warenangebot) des Vorhabens vor dem Hintergrund einer kommunalen und regionalen Verträglichkeit sowie
- die Funktion im Sinne einer Ergänzung/Diversifizierung des bestehenden Angebotes.

Die Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt erfasst auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe. Auch diese Betriebe sind funktionsbestimmend für den zentralen Versorgungsbereich. Daher impliziert der Grundsatz einen **konsequenten Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt** in Rheinberg. Insbesondere die Ansiedlung mehrerer kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs kann in der Summenwirkung dazu führen, dass die Funktionsfähigkeit der Innenstadt beeinträchtigt wird. Die Zielsetzung der Erhaltung und **Entwicklung** des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt erfordert es, auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe möglichst auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu lenken.

Jedoch sieht der Gesetzgeber unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit (mit Ausnahme des § 34 Absatz 3 BauGB) keinen Prüfbedarf und damit auch keinen expliziten Regelungsbedarf. Trifft dies auf Lebensmittelmärkte in der überwiegenden Mehrheit der Ansiedlungsfälle sogar zu, muss dies für andere zentrenrelevante Branchen (wie z. B. Bekleidung, Schuhe, Elektronik) klar verneint werden. Fachmärkte mit einer Größenordnung von beispielsweise 500 m² Verkaufsfläche erreichen schnell relativ hohe Verkaufsflächenanteile im Verhältnis zu dem jeweiligen sortimentspezifischen Angebot im betroffenen zentralen Versorgungsbereich, so dass spätestens in der Summe mehrerer solcher Vorhaben städtebauliche Folgewirkungen sehr wahrscheinlich wären. Will man dies verhindert wissen, ist die Konsequenz ein gänzlicher Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel in Gebieten außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs. Ist dies z. B. in Gewerbe- und Industriegebieten, in Sondergebieten ohne Einzelhandelsvorprägung sowie in reinen Wohngebieten städtebaulich sinnvoll und rechtlich auch einfach umsetzbar, so schwer – auch und insbesondere im Hinblick auf die politische Vermittelbarkeit dieser möglichen Erforderlichkeit – stellt sich dieser **Ausschluss für Mischgebiete** bzw. für **allgemeine Wohngebiete** dar.

Auch die Stadt Rheinberg weist, ebenso wie zahlreiche andere Kommunen, z. T. traditionell gewachsene kleinere Versorgungsangebote und -strukturen auf, die in der Regel durch kleinflächige, inhabergeführte Fachgeschäfte mit zentrenrelevanten Sortimenten geprägt sind. Für diese soll das Konzept keine existenzgefährdenden Rahmenvorgaben formulieren, was i. d. R. auch einem politischen Konsens und damit den städtebauli-

chen Zielvorstellungen der Stadt entspricht. Für Mischgebiete und Allgemeine Wohngebiete ist daher im **Einzelfall** zu prüfen, ob ein konsequenter Ausschluss zentrenrelevanten Einzelhandels oder eine Zulässigkeit im Sinne einer ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes bzw. den stadtentwicklungspolitischen Zielvorstellungen der Stadt Rheinberg entspricht. Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment können somit ausnahmsweise auch in den Siedlungsbereichen realisiert werden. Voraussetzung ist, dass von solchen Einrichtungen keine Negativauswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich zu erwarten sind. Dies ist in der Regel dann anzunehmen, wenn Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten der ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden dienen, d.h. die Kongruenz zwischen dem Umsatzvolumen des jeweiligen Planvorhabens und der jeweiligen Kaufkraft im Versorgungsbereich des Standorts gewährleistet ist. Bezogen auf die in Rheinberg vorhandenen Siedlungsstrukturen trifft dies fast ausnahmslos auf kleinteilige Betriebseinheiten mit in der Regel weniger als 100 m² Verkaufsfläche zu.

9.3 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten

Ansiedlungsregel 3:

Großflächige Einzelhandelsbetriebe⁶⁴ im Sinne von § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Rheinberger Sortimentsliste sollen zukünftig im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und vorrangig an einem dafür vorgesehenen Sonderstandort angesiedelt werden. Zentrenrelevante Randsortimente großflächiger Betriebe außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt sind auf ein städtebaulich verträgliches Maß zu begrenzen.

Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne von § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Rheinberger Sortimentsliste können im **zentralen Versorgungsbereich Innenstadt** liegen. Bei der nach § 11 (3) BauNVO erforderlichen bauleitplanerischen Zulassungsentscheidung ist im Einzelfall zu prüfen, ob die Ansiedlung eines derartigen Betriebes mit den städtebaulichen Zielsetzungen für den zentralen Versorgungsbereich vereinbart werden kann.

Daneben wird empfohlen, bauleitplanerische Standortentscheidungen für großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment auf einen definierten **Sonderstandort** zu konzentrieren. Voraussetzung hierfür ist, dass der avisierte Standortbereich Bestandteil eines im Regionalplan ausgewiesenen Allgemeinen Siedlungsbereichs (ASB) ist.

⁶⁴ Es ist darauf hinzuweisen, dass Grundsatz 3 ausschließlich Regelungen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment betrifft, da sowohl das Bauplanungsrecht als auch die übergeordnete Landesplanung keine Ermächtigungsgrundlagen zur Steuerung des kleinflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandels bereitstellen. So kann – per Definition – ein kleinteiliger Einzelhandelsbetrieb mit nicht -zentrenrelevantem Kernsortiment die Versorgungsfunktion eines zentralen Versorgungsbereiches, die sich im Wesentlichen auch durch das Angebot zentrenrelevanter Sortimente definiert, nicht negativ beeinflussen.

Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe ($\leq 800 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche) mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment sind planungsrechtlich auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche möglich (z. B. im MI, GE). Im Sinne der Ziele des Einzelhandelskonzepts der Stadt Rheinberg sollte vor Öffnung neuer Standorte für nicht zentrenrelevanten Einzelhandel die Option einer Konzentration an bestehenden Standorten geprüft werden.

Zentrenrelevante Randsortimente von großflächigen Einzelhandelsbetrieben im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sind im Rahmen einer Sondergebietsfestsetzung so zu beschränken, dass schädliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich vermieden werden. Im Regelfall sollten die zentrenrelevanten Randsortimente 10 % der Gesamtverkaufsfläche nicht überschreiten, wobei ggf. weiterführende Beschränkungen für ein Einzelsortiment sinnvoll und notwendig sein können (Einzelfallprüfung erforderlich). Die zulässige Randsortimentsfläche darf nicht von nur einem Sortiment belegt werden. Zwischen dem Kernsortiment und dem Randsortiment muss ein funktionaler Zusammenhang bestehen. In Einzelfällen kann auch eine weitergehende Beschränkung mit Blick auf die Zielsetzungen zur Entwicklung und Erhaltung des zentralen Versorgungsbereiches sinnvoll sein.

Erläuterungen:

Als Vorrangstandort für die **Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment** definiert das Einzelhandelskonzept einen Sonderstandort. Insbesondere unter Berücksichtigung der gesamtstädtischen Verkehrs- und Lieferströme sowie der bestehenden Einzelhandelsvorprägungen an diesen Ergänzungsstandorten ist die Konzentration großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment an diesen Standorten empfehlenswert. Darüber hinaus können derartige Betriebe auch in der Innenstadt realisiert werden soweit Auswirkungen gemäß § 11 (3) BauNVO ausgeschlossen werden können und das Vorhaben die Entwicklungsziele und -empfehlungen des zentralen Versorgungsbereiches nicht beeinträchtigt.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten (Kern-)Sortimenten führen regelmäßig sogenannte **Ergänzungs- oder Randsortimente**. Während von nicht zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb des städtebaulich-funktionalen Zentrums (beispielsweise in Möbelhäusern) Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb des Zentrums den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandelskonzepts widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat (bei Möbelanbietern z. B. Glas/Porzellan/Keramik oder Wohndekorationsartikel). Diese zentrenrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter funktionaler Bezug zum Kernsortiment vorhanden ist, zulässig sein. Daher sieht das Einzelhandelskonzept für die Stadt Rheinberg eine Begrenzung auf 10 % der gesamten Verkaufsfläche vor. Aufgrund der kleinteiligen

Angebotsstrukturen in zentralen Versorgungsbereichen sollte darüber hinaus sichergestellt werden, dass die Randsortimentsfläche nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. Demnach sollte weiterhin angegeben sein, wie groß die Fläche für ein einzelnes Sortiment maximal sein darf. Eine städtebauliche und landesplanerische Verträglichkeit sollte dabei ggf. im Einzelfall geprüft werden.

Bestehende großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment, die außerhalb eines zu definierenden ergänzenden Sonderstandortes in städtebaulich nicht integrierten Standorten liegen, unterliegen grundsätzlich dem Bestandschutz. Eine (wettbewerbsmäßige) Anpassung der Betriebe im Sinne einer Erweiterung der bestehenden Verkaufsflächen oder einer Veränderung der sortimentspezifischen Aufstellung des jeweiligen Betriebes sollte im Rahmen von Einzelfallprüfungen und unter Beachtung der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes bewertet werden.

9.4 Prüfschema zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung

Um zukünftig eine Vereinfachung und deutliche Beschleunigung sowohl der Beurteilung als auch der sich daran gegebenenfalls anschließenden formellen Planungsschritte zu ermöglichen, wird ein Prüfschema empfohlen, das eine **erste Bewertung** von neuen Plan- und Erweiterungsvorhaben im Hinblick auf ihre Kompatibilität mit dem Einzelhandelskonzept und der dort formulierten Standorthierarchie sowie den vorgeschlagenen Zielen und Ansiedlungsregeln ermöglicht. Grundsätzlich sei jedoch angemerkt, dass dieses Prüfschema nur eine erste **Grobbewertung** ermöglichen soll und z.B. eine – im Einzelfall erforderliche – **konkrete städtebauliche Wirkungsanalyse in keiner Weise ersetzen kann**.

Tabelle 15: Ansiedlungsempfehlungen für Einzelhandelsbetriebe nach Lage und Größe (Prüfschema)

Standortkategorie	Einzelhandelsbetriebe mit <u>nahversorgungsrelevantem</u> Kernsortiment (gemäß Ansiedlungsregel 1)	Einzelhandelsbetriebe mit <u>zentrenrelevantem</u> Kernsortiment (gemäß Ansiedlungsregel 2)	Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit <u>nicht zentrenrelevantem</u> Kernsortiment (gemäß Ansiedlungsregel 3)
Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	ja	ja	ja ¹
Zentraler Versorgungsbereich Bahnhofstraße	ja	nein	nein
solitäre Nahversorgungsstandorte	ja (in Abhängigkeit von Kaufkraftabschöpfung sowie Nahversorgungsfunktion) keine Ansiedlung von Drogeriemärkten	nein	nein
Sonderstandorte	nein (mit Ausnahme bereits genehmigter Flächen)	nein (mit Ausnahme bereits genehmigter Flächen)	ja ^{1,2}
sonstige GE- und GI-Gebiete	nein	nein	nein
MI-/WA-Gebiete	ja (Einzelfallprüfung, Voraussetzungen: städtebaulich integriert, Nahversorgungsfunktion, Zentrenverträglichkeit) keine Ansiedlung von Drogeriemärkten	Nicht-großflächige Betriebe (Einzelfallprüfung (insb. in MI/WA/§ 34-Gebieten): Versorgungsfunktion für den Nahbereich. Zentrenverträglichkeit)	nein

¹ Die Ansiedlungsempfehlungen gelten vorbehaltlich der konkreten bauplanungsrechtlichen Zulässigkeit und der Abwägung mit anderen Belangen im Bauleitplanverfahren sowie der bauordnungsrechtlichen Zulässigkeit (vgl. hierzu insbesondere § 11 (3) BauNVO).

² Die Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente ist zentrenverträglich zu gestalten: Außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt sind sie auf bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche zu begrenzen, wobei ein Einzelsortiment mit Blick auf die Zielsetzungen zur Entwicklung und Erhaltung des zentralen Versorgungsbereichs ggf. weiter beschränkt sein kann/sollte.

Quelle: eigene Darstellung

Anhang

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Warengruppenspezifische Verkaufsflächenausstattung in Rheinberg – Vergleich 2005/2017	30
Abbildung 2:	Anteil des Einzelhandelsumsatzes an privaten Konsumausgaben	67
Abbildung 3:	Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2016 (mit Prognose für 2017*)	68
Abbildung 4:	Zielzentralitäten des Einzelhandels in Rheinberg als rein quantitative Orientierungsgröße	71
Abbildung 5:	Standortstrukturmodell für die Stadt Rheinberg.....	81
Abbildung 6:	Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten	108

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Sortimentspezifische Erhebungssystematik Junker + Kruse	11
Tabelle 2:	Definition von Lagekategorien	14
Tabelle 3:	Angebotsbausteine der Nahversorgung.....	16
Tabelle 4:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in Rheinberg.....	27
Tabelle 5:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich	28
Tabelle 6:	Einzelhandelsbestand in Rheinberg nach Warengruppen, Umsätze und Zentralitäten.....	31
Tabelle 7:	Zentralitäten nach Warengruppen im Vergleich 2005 und 2017	33
Tabelle 8:	Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebotes nach Stadtbezirken	37
Tabelle 9:	Verkaufsflächenangebot in der Rheinberger Innenstadt.....	45
Tabelle 10:	Verkaufsflächenangebot im Zentralen Bereich Borth.....	49
Tabelle 11:	Verkaufsflächenangebot im Zentralen Bereich Budberg	51
Tabelle 12:	Verkaufsflächenangebot im Zentralen Bereich Orsoy.....	54
Tabelle 13:	Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebotes im Bereich Nahrungs- und Genussmittel nach Stadtbezirken	57
Tabelle 14:	Sortimentsliste für die Stadt Rheinberg.....	109
Tabelle 15:	Ansiedlungsempfehlungen für Einzelhandelsbetriebe nach Lage und Größe (Prüfschema)	125

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage der Stadt Rheinberg in der Region	22
Karte 2:	Siedlungs- und Stadtstruktur Rheinbergs.....	23
Karte 3:	Einzugsbereich des Rheinberger Einzelhandels.....	25
Karte 4:	Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Rheinberg	39
Karte 5:	Leerstände in der Rheinberger Innenstadt	40
Karte 6:	Einzelhandelsdichte in der Rheinberger Innenstadt im Vergleich 2005 und 2017	41
Karte 7:	Die Rheinberger Innenstadt	42
Karte 8:	Zentraler Bereich Bahnhofstraße	47
Karte 9:	Zentraler Bereich Borth (mit Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs 2006)	48
Karte 10:	Zentraler Bereich Budberg (mit Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs 2006)	50
Karte 11:	Zentraler Bereich Orsoy (mit Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs 2006)	53
Karte 12:	Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Rheinberg mit 600 m – Fußwegedistanzen	59
Karte 13:	Strukturprägende Lebensmittelanbieter im Stadtbezirk Rheinberg mit 600 m – Fußwegedistanzen.....	60
Karte 14:	Perspektivische Standortstruktur in Rheinberg.....	85
Karte 15:	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	90
Karte 16:	Zentraler Versorgungsbereich Ergänzungsbereich Bahnhofstraße	94
Karte 17:	Sonderstandort Winterswick	97

Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

Begriff	Erläuterung
Einzelhandel im engeren Sinne	Absatz von Waren an Endverbraucher ohne Kraftfahrzeughandel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie rezeptpflichtige Apothekenwaren.
Einzelhandelsbetrieb	Ein Einzelhandelsbetrieb ist ein Betrieb, der ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher verkauft. Hierzu zählen u. a. alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Fachgeschäfte, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf von Herstellern an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebes oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Factory-Outlet-Center) erfolgt.
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Verschiedene Institute (GfK, IFH RETAIL CONSULTANTS) ermitteln diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen (jährlich aktualisiert).
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Teileinheit vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf gibt die prozentuale Abweichung der Pro-Kopf-Einzelhandelsrelevanten-Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Die Kennziffern werden z. B. von der Gesellschaft für Konsum- Markt- und Absatzforschung (GfK) in Nürnberg oder der IFH RETAIL CONSULTANTS in Köln ermittelt und jährlich aktualisiert.
Einzelhandelsrelevante Zentralität	Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt/Region stellt ein Kriterium nicht zuletzt für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar, denn sie ist Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, zur lokal gebundenen Kaufkraft zusätzliche Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels anzuziehen. Die Einzelhandelszentralität ist damit eine Maßzahl für den Kaufkraftzufluss oder den Kaufkraftabfluss einer Gemeinde. Die gesamtstädtische Zentralität sagt jedoch nichts darüber aus, welche räumlichen Teilbereiche einer Gemeinde/Region zu dieser Zentralität beitragen. Hierzu ist eine weitergehende Analyse erforderlich.

Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer	Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine regionale Ausstrahlung hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deuten auf mögliche Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin. Differenziert nach Warengruppen lassen sich auch auf dieser Ebene entsprechende Bewertungen vornehmen.
Fachmarkt	Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m ² Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder einige wenige Branchen des mittel- oder langfristigen Bedarfs (Non-Food, ausgenommen Kfz-Handel), meist Standorte außerhalb zentraler Einkaufsbereiche mit guter Pkw-Erreichbarkeit (v. a. in Gewerbe- und Sondergebieten, an Ausfallstraßen, im Außenbereich von Städten), Dominanz des Selbstbedienungsprinzips. (Beispiele: Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt, Unterhaltungselektronikfachmarkt, Drogeriefachmarkt).
GPK	Gängige Sortimentsgruppenbezeichnung für „Glas/Porzellan/Keramik“.
Großflächiger Einzelhandel	Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m ² unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, da von ihnen (als zu widerlegende Vermutungsregel) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u. a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.
Kaufkraftabfluss	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die am Ort vorhandenen Anbieter nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte/das Umland oder in den Versand-/Internethandel abfließt. Kaufkraftabflüsse zeigen die räumliche Einkaufsorientierung der ansässigen Bevölkerung auf.
Kaufkraftbindung	Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner einer Gemeinde/Region, der vom örtlichen Einzelhandel gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.
Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotential	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.

Kernsortiment/Rand-sortiment	Zwischen den Begriffen Kernsortiment und Randsortiment besteht insofern eine Wechselbeziehung, da das Randsortiment zu einem spezifischen Kernsortiment lediglich hinzutritt und dieses gleichsam ergänzend durch solche Waren anreichert, die jedenfalls eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Wichtigkeit deutlich untergeordnet sein (i. d. R. bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Randsortimente sind damit nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment sachlich zugeordnet und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnet sind.
Lebensmitteldiscounter	Lebensmittelmarkt ohne Bedienungselemente (z. B. Käse- oder Wursttheke) mit deutlich eingeschränkter Artikelzahl (ca. 1.000 bis 3.000 Artikel) im Vergleich zu z. B. Supermärkten (Artikelzahl ca. 7.500). Angebotsschwerpunkte sind Lebensmittel und Drogerieartikel sowie Randsortimente (Aktionswaren), die einen bedeutsamen Bestandteil der Marketingstrategie von Lebensmittel-discountern ausmachen; z. B. Aldi, Penny, Lidl, Netto. Verkaufsfläche ab 800 – 1.300 m ² .
Lebensmittelvollsortimenter	Im Praxisgebrauch wird der Begriff des „Lebensmittelvollsortimenter“ zur Abgrenzung gegenüber den „Lebensmitteldiscountern“ verwendet. Im Vergleich zum Discounter (rd. 1.000 bis 3.000 Artikel) verfügt der Vollsortimenter über Bedienelemente (Wurst-/Käsetheke) und vor allem ein deutlich breiteres und tieferes Sortiment im Schwerpunktbereich Lebensmittel. Das Spektrum der Lebensmittelvollsortimenter reicht von Supermärkten über Verbrauchermärkte bis hin zu SB-Warenhäusern. Diese Betriebsformen unterscheiden sich untereinander vor allem hinsichtlich der Verkaufsflächengröße (400 m ² bis teilweise mehr als 10.000 m ²) und der Anzahl der angebotenen Artikel (zwischen rd. 7.000 bis 60.000 Artikel).
Nahversorgungsrelevantes Sortiment	Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnortnah (auch fußläufig) nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sind (bzw. sollten auch) zentrenrelevant sein.
Nahversorgungsstandort	Ein Nahversorgungsstandort ist ein (meist solitärer) Einzelhandelsstandort und kann z. B. aus einem Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmitteldiscounter bestehen. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit i. d. R. kein zentraler Versorgungsbereich). Ein Nahversorgungsstandort ist lediglich in städtebaulich integrierten Lagen anzutreffen.
Nahversorgungszentrum	Ein Nahversorgungszentrum verfügt über eine erkennbare städtebauliche Einheit (z. B. durch Platz oder Straßengestaltung) und liegt im Siedlungsgefüge integriert in räumlicher Nachbarschaft zu Wohngebieten. Es stellt ein lokales Versorgungszentrum dar, welches überwiegend der Nahversorgung im Bereich der kurzfristigen

Nicht zentrenrelevante Sortimente	Bedarfsdeckung dient. Die Angebotsstruktur wird in der Regel durch einen Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmittel-discounter, Lebensmittelfachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie vereinzelt kleineren Fachgeschäften bestimmt. Darüber hinaus sind zum Teil Dienstleistungsbetriebe, wie beispielsweise Friseur, Bank, Sonnenstudio angegliedert.
SB-Warenhaus	Nicht zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich i. d. R. durch hohen Flächenanspruch, geringe Kopplungsaktivitäten und, aufgrund ihrer Größe, eingeschränkte Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Bau- und Gartenmärkte, Möbelanbieter) keine Bedeutung, so dass sie insbesondere an nicht integrierten Standorten vorhanden sind, an denen sie eine gute verkehrliche Erreichbarkeit und ausreichend große Flächen vorfinden. Ein Gefährdungspotential für gewachsene Zentren ist bei den nicht zentrenrelevanten Sortimenten i. d. R. nicht gegeben. Problematisch ist in diesem Zusammenhang allerdings der Anteil zentrenrelevanter Randsortimente, die i. d. R. als ergänzende Sortimente von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten angeboten werden (z. B. GPK/Haushaltswaren in Möbelhäusern) und, je nach Größenordnung, durchaus negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in den zentralen Bereichen einer Gemeinde haben kann.
Sonderstandort bzw. Ergänzungsstandort	Einzelhandelsgroßbetrieb mit Bedienungselementen. Verkaufsfläche mindestens 3.000 m ² bzw. 5.000 m ² , umfassendes Sortiment mit <u>Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel</u> (> 50 % Verkaufsflächenanteil); Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z. B. Real, Marktkauf, Kaufland).
Sortimentsliste (ortstypische)	Sonder-/Ergänzungsstandorte des Einzelhandels sind Standorte des i. d. R. großflächigen Einzelhandels. Es handelt sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe sowohl mit zentren- als auch mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten (z. B. Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine autokundenorientierte Lage. Eine ortstypische Sortimentsliste ist eins der wesentlichen Steuerungsinstrumente im Rahmen der Bauleitplanung. Sie nimmt eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten vor, um in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional definierten zentralen Versorgungsbereichen vornehmen zu können. Bei der Erstellung der Sortimentsliste wird der aktuell vorhandene Bestand berücksichtigt; es können allerdings auch zentrenrelevante Sortimente aufgenommen werden, die noch nicht angeboten werden (perspektivisches Kriterium). Dabei muss eine Sortimentsliste immer auf die gemeindespezifische Situation abgestellt werden, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen und den Entwicklungsperspektiven einer Gemeinde besitzt. Bei der Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste sind

zudem die auf Landesebene vorgegebenen Zielaussagen (z. B. durch Landesentwicklungsprogramme oder Einzelhandelserlasse) zu berücksichtigen.

Stadtteilzentrum

Ein Stadtteilzentrum stellt eine städtebauliche Einheit dar. Aus städtebaulicher Sicht ist es i. d. R. abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge und liegt in räumlicher Nähe zu Wohngebieten. Es dient zum einen der Nahversorgung und zum anderen der Grundversorgung eines Stadtteils (bzw. Versorgungsbereiches) mit Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Die Angebotsstruktur ist gekennzeichnet durch Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmitteldiscounter (z. T. mit Konkurrenzsituation), Lebensmittelgeschäft und Lebensmittelhandwerksbetriebe. Darüber hinaus umfasst das Einzelhandelsangebot Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs, jedoch z. T. in geringer Tiefe und Breite. Darüber hinaus sind zentrentypische Dienstleistungen (z. B. Bank, Versicherungsbüro, Post, Friseur, Reisebüro, Ärzte, Gastronomie, aber auch Freizeit- und Verwaltungseinrichtungen) vorhanden.

(Städtebaulich) Integrierte Lage

Eine Legaldefinition des Begriffs der „städtebaulich integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne eines Einzelhandelskonzeptes werden hierbei Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der jeweiligen Stadt/Gemeinde integriert und weitestgehend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sind, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreicht, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Dabei werden auch teilintegrierte Standorte, die nicht vollständig von Wohnbebauung umgeben sind, in dieser Kategorie erfasst. Konkret werden alle Standorte als städtebaulich integriert eingestuft, die von mehr als zwei Seiten von zusammenhängender Wohnbebauung umgeben sind, ohne dass städtebauliche Barrieren wie Autobahnen oder Bahngleise den Standort von der Wohnbebauung separieren.

Supermarkt (= Lebensmittelmarkt)

Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m² – max. 1.500 m². Deutlicher Angebotsschwerpunkt (> 80 % der Verkaufsfläche) im Bereich Nahrungs- und Genussmittel einschl. Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs, aber Bedienungselemente (Käse- und Wursttheke) und Selbstbedienungsprinzip. Weitgehender Verzicht auf Aktionswaren und zentrenrelevante Randsortimente.

Umsatzkennziffer

Umsatzkennziffern bringen die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland zum Ausdruck. Berechnungsgrundlage ist die Umsatzsteuerstatistik, wobei diese regional bereinigt werden muss. Der Umsatz in Euro gibt den gesamten im jeweiligen Gebiet getätigten Einzelhandelsumsatz an. Der Umsatz pro Kopf gibt einen Durchschnittsbetrag des Einzelhandelsumsatzes für jeden Einwohner des Gebietes an. Die Umsatzkennziffer pro Kopf stellt somit die prozentuale Abweichung des Pro-Kopf-Umsatzes vom Durchschnitt der Bundesrepublik (Indexwert = 100) dar. Abweichungen über den Basiswert deuten auf einen umsatzstärkeren Einzelhandel im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deutet auf vergleichsweise niedrigere Umsätze im Einzelhandel in der

untersuchten Region hin, und kann somit Hinweise auf die Attraktivität einer Stadt als Einzelhandelsstandort geben.

Verbrauchermarkt

Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von 1.500 – 3.000 bzw. 5.000 m², breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Angebotsschwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, aber mit zunehmender Größe nehmen die Verkaufsflächenanteile von Non-Food-Artikeln zu. Überwiegend Selbstbedienung, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort auch autokundenorientiert.

Verkaufsfläche

Gemäß des Urteils des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) sind in die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes auch Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden können, die Vorkassenzone sowie ein ggf. vorhandener Windfang einzubeziehen. Ohnehin gilt die Definition, dass Verkaufsfläche diejenige Fläche ist, die dem Verkauf dient, einschließlich der Gänge, Treppen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen, Schaukasten, und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.

Verkaufsflächenausstattung je Einwohner	<p>Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche (gesamstädtisch oder auch branchenspezifisch) bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl (der Gemeinde/Region) ist ein quantitativer Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsgebietes.</p>
Zentraler Versorgungsbereich	<p>Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt.</p> <p>Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (innerstädtisches Hauptzentrum sowie Stadtteil-/Neben oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, wobei eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen muss. Innerhalb der Innenstadt setzt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandel und Dienstleistungen ab. Bei dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt handelt es sich somit lediglich um einen Teil der durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt geprägten Innenstadt. Die Innenstadt „als Ganzes“ übernimmt dabei über den Einzelhandel hinausgehende Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur und Erholung.</p> <p>Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereiches hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind: Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie). Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung/-präsentation.</p>
Zentrenrelevante Sortimente	<p>Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich durch Besucherfrequenzerzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Warensortimente mit Zentrenrelevanz eine hohe Bedeutung, die mit zunehmender Sortimentsüberschneidung der an den nicht integrierten Standorten geführten Warensortimente geschwächt werden kann. Insbesondere Betriebe, die an dezentralen bzw. städtebaulich nicht integrierten Standorten angesiedelt werden, können durch das Angebot von zentrenrelevanten Sortimenten, d. h. durch Angebotsüberschneidungen bei gleichzeitig wesentlich günstigeren Wettbewerbsbedingungen (Standortvorteile u. a.</p>

aufgrund günstiger Miet- bzw. Grundstückspreise; geringen Betriebes- und Personalkosten, besserer (Pkw-) Erreichbarkeit; kostenfreiem Parken), zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Stadtteilzentren beitragen. Die von zentrenrelevanten Sortimenten ausgehenden Gefährdungspotentiale für gewachsene Zentren sind zudem abhängig von der Größe und der zentralörtlichen Bedeutung der Kommune (z. B. kann der Lebensmitteleinzelhandel in Grundzentren - angesichts der daraus resultierenden Kundenfrequenz, von denen auch Anbieter in anderen Branchen profitieren - durchaus zentrentragend sein). Im Hinblick auf die Verwendung von ortstypischen Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzelfallbezogene bzw. stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z. B. in Form von Positiv-, Negativlisten).

Zielzentralität

Berechnungsgröße zur modelltheoretischen Ermittlung von Entwicklungspotenzialen. Die Zielzentralität definiert eine – gemessen an der Versorgungsfunktion eines Einzelhandelsstandorts – realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung im Einzugsgebiet.