Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Weilerswist – Entwurf

AUFTRAGGEBER: Gemeinde Weilerswist

PROJEKTLEITUNG: Monika Kollmar, Dipl.-Geogr. | Niederlassungsleiterin
Patrick Bergmann, M. Sc. Humangeografie

Köln, 03.03.2023

GMA
Forschen. Beraten. Umsetzen.

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist das Dokument nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Im vorliegenden Dokument verzichten wir aus Gründen der besseren Lesbarkeit darauf, immer die männliche und weibliche Schriftform zu verwenden. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

Quelle Titelbild: eigene Aufnahme GMA

Forschen. Beraten. Umsetzen.

Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg / Dresden / Hamburg / Köln / München

Niederlassung Köln
Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführerin: Birgitt Wachs

Tel 0221 / 989438-0 / Fax 0221 / 989438-19
office.koeln@gma.biz / www.gma.biz

Vorbemerkung

Im März 2022 beauftragte die Gemeinde Weilerswist die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, mit der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Gemeinde Weilerswist. Ziel der Analyse ist es, vor dem Hintergrund der bisherigen Einzelhandelsentwicklung sowie vorliegenden Anfragen zur Verlagerung von Lebensmittelmärkten im Gemeindegebiet ein Konzept zur Sicherung und Weiterentwicklung der Versorgungsstrukturen zu erarbeiten. Unter Berücksichtigung der Nachfrage- und Angebotssituation des Einzelhandels in der Gemeinde Weilerswist werden Entwicklungsmöglichkeiten für den Einzelhandel sowie Ziele und Grundsätze für die planungsrechtliche Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel aufgezeigt.

Für die Bearbeitung der vorliegenden Untersuchung erfolgten im Mai 2022 eine Erhebung des Einzelhandelsbestandes im Gemeindegebiet sowie eine Kartierung der sonstigen zentrenprägenden Nutzungen (z. B. Dienstleistung, Gastronomie) und der Leerstände in der Ortsmitte von Weilerswist durch GMA-Mitarbeiter. Darüber hinaus wurde im Mai und Juni 2022 eine Online-Haushaltsbefragung durchgeführt. Zudem fanden während der Erarbeitung des Gutachtens Fachgespräche mit verschiedenen Einzelhändlern in Weilerswist sowie eine intensive Abstimmung mit der Verwaltung statt.

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

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, 03.03.2023
KO/BNP-aw

Inhaltsverzeichnis Seite

I. Grundlagen 7

1. Ausgangslage und Aufgabenstellung 7

2. Anforderungen an das Einzelhandelskonzept 8

2.1 Anforderung 1: Das Einzelhandelskonzept als ganzheitliches strategisches Entwicklungsinstrument 9

2.2 Anforderung 2: Das Einzelhandelskonzept zur rechtssicheren räumlichen Steuerung des Einzelhandels 9

2.3 Anforderung 3: Das Einzelhandelskonzept als Anpassungsstrategie zu veränderten Konsumverhalten und Flächenbedarfen 11

3. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel 15

3.1 Bauplanungsrecht 15

3.1.1 Gebiete mit Bebauungsplan 15

3.1.2 Gebiete ohne Bebauungsplan 16

3.2 Landesplanung 16

3.3 Aufgabe und Bedeutung von kommunalen Einzelhandelskonzepten 18

4. Zentrale Versorgungsbereiche 19

4.1 Begriff „Zentraler Versorgungsbereich“ 19

4.2 Abgrenzung und Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche 20

5. Methodik und Untersuchungsablauf 21

II. Einzelhandelsrelevante Rahmendaten der Gemeinde Weilerswist 24

1. Räumliche Einordnung und verkehrliche Anbindung 24

2. Siedlungsstruktur, Bevölkerungsentwicklung und wirtschaftliche Rahmenbedingungen 24

III. Auswertung der Haushaltsbefragung in Weilerswist 28

1. Einkaufshäufigkeit in Weilerswist und im Umland 29

2. Onlinehandel 29

3. Einkaufsorientierung 30

3.1 Kurzfristiger Bedarf 30

3.2 Mittelfristiger Bedarf 31

3.3 Langfristiger Bedarf 33

4. Gründe für oder gegen einen Einkauf in Weilerswist 35

5. Bewertung des Einzelhandelsstandortes Weilerswist 36

6. Verbesserungsvorschläge 39

7. Verkehrsmittelwahl und Bewertung der Verkehrs- und Parkplatzsituation 40

IV. Angebots- und Nachfragesituation 42

1. Angebotssituation 42

1.1 Einzelhandelsbestand in der Gemeinde 42

1.2 Einzelhandelsbestand nach Ortsteilen 44

1.3 Einzelhandelsbestand nach Standortlagen 44

1.4 Nahversorgungssituation 46

2. Nachfragesituation in Weilerswist 50

3. Zusammenfassende Bewertung und Empfehlungen 51

3.1 Kennziffern zum Einzelhandel 51

3.1.1 Verkaufsflächenausstattung 51

3.1.2 Zentralitätskennziffer 52

3.2 Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsbesatzes in Weilerswist 53

V. Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Weilerswist 58

1. Städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung 58

2. Sortimentskonzept 59

2.1 Begriffsdefinition 59

2.2 Kriterien zentren- / nahversorgungsrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente 61

2.3 Sortimentsliste der Gemeinde Weilerswist 62

3. Standortkonzept 64

3.1 Zentren und Standortstruktur in Weilerswist 64

3.2 Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte Weilerswist 67

3.3 Sonstige Lagen 71

3.3.1 Siedlungsräumlich integrierte Lagen (u. a. Nahversorgungsstandorte) 71

3.3.2 Siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen (v. a. Gewerbegebiete) 72

4. Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung in Weilerswist 72

4.1 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Ortsmitte Weilerswist 74

4.2 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches (sonstige Lagen) 74

4.2.1 Siedlungsräumlich integrierte Lagen (inkl. Nahversorgungsstandorte) 74

4.2.2 Siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen 75

5. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes 76

Verzeichnisse 78

I. Grundlagen

1. Ausgangslage und Aufgabenstellung

Die Gemeinde Weilerswist (rd. 18.500 Einwohner) liegt im Landkreis Euskirchen und ist in der zentralörtlichen Gliederung Nordrhein-Westfalens als Grundzentrum eingeordnet. Damit ist ihr die Aufgabe zugewiesen, insbesondere die örtliche Grundversorgung zu sichern. Mit einem Edeka Supermarkt und einem Norma Lebensmitteldiscounter in der Ortsmitte sowie mehreren Lebensmittelmärkten (u. a. Rewe, Lidl, Aldi, Netto, Penny) im Gewerbegebiet zwischen A 61 und der Bahntrasse im östlichen Bereich des Kernortes liegt grundsätzlich eine gute Lebensmittelversorgung vor. Allerdings befindet sich ein Großteil der Nahversorgungsmärkte in autokundenorientierten Lagen.

Im Rahmen eines ISEK, das seinen Schwerpunkt auf den Kernort Weilerswist legt, soll nun ein gesamtgemeindliches Einzelhandelskonzept erstellt werden, welches auch die Ortsteile mit umfasst. Da in den vergangenen Jahren in Weilerswist umfangreiche Wohngebiete erschlossen wurden und auch im mittelfristigen Zeithorizont von weiteren Wohngebietsentwicklungen auszugehen ist, wird die Einwohnerzahl perspektivisch weiter steigen. Dies stellt Fragen der Nahversorgung in den Mittelpunkt des zu erstellenden Einzelhandelskonzeptes.

Derzeit plant Aldi am Bestandsstandort in der Robert-Bosch-Straße eine Erweiterung von ca. 900 m² auf 1.300 m² Verkaufsfläche.[1] Darüber hinaus soll ein Netto-Lebensmittelmarkt als Nahversorger für Hausweiler-Derkum und die umliegenden Ortsteile im südlichen Gemeindegebiet an die Euskirchener Straße in Hausweiler angesiedelt werden. Bislang konzentrieren sich die Lebensmittelanbieter im in Nord-Süd-Richtung langgestreckten Gemeindegebiet auf den Kernort Weilerswist.

Vor dem Hintergrund der Erstellung des ISEK, der geplanten Wohnbauentwicklung sowie der anstehenden Planungen zur Sicherung und Weiterentwicklung der Nahversorgung soll ein Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Weilerswist als städtebauliches Gesamtkonzept entsprechend den Vorgaben des LEP NRW und des Einzelhandelserlass NRW 2021 erarbeitet werden. Dabei ist auch die europäische und nationale Rechtsprechung zur Einzelhandelssteuerung und zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche zu berücksichtigen.

Der vorliegende Bericht umfasst im Wesentlichen folgende Inhalte:

- Darstellung der allgemeinen Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung
- Darstellung der planungsrechtlichen Rahmenbedingungen zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel
- Darstellung und Interpretation der Ergebnisse der Online-Haushaltsbefragung vom Mai / Juni 2022
- Darstellung und Bewertung des Einzelhandelsangebotes in Weilerswist
- Analyse der gegenwärtigen Nachfragesituation
- Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebotes

[1] Die Baugenehmigung für die Erweiterung liegt bereits vor. Aldi plant einen Umbau der Filiale innerhalb der nächsten zwei Jahre.

- Empfehlungen zur Sicherung und Stärkung der Nahversorgungsstrukturen im Gemeindegebiet
- Städtebauliche Zielsetzungen für die Einzelhandelsentwicklung in Weilerswist
- Erstellung der Sortimentsliste für die Gemeinde Weilerswist
- Ableitung der Zentren- und Standortstruktur
- Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs nach funktionalen und städtebaulichen Kriterien
- Darstellung des Handlungsbedarfs und der Perspektiven für den zentralen Versorgungsbereich
- Empfehlungen zur Einzelhandelssteuerung unter Berücksichtigung der regionalplanerischen und landesplanerischen Entwicklungsziele sowie der Rechtsprechung (v. a. EuGH)

2. Anforderungen an das Einzelhandelskonzept

In den zurückliegenden Jahren haben sich der Handel selbst und seine Umfeldbedingungen in Deutschland wie in Europa gewandelt:

- Der Handel verändert sich ständig: Die Einzelhandelsunternehmen setzen in einem ausdifferenzierten Wettbewerb der Betriebsformen[2], Standorte und Vertriebskanäle[3] zunehmend auf **ganzheitliche Marktbearbeitungsstrategien**[4].
- In der europäischen Konkurrenz der Regionen und im regionalen Wettbewerb der Zentralen Orte stehen die **strategischen Zielsetzungen für die Handelsentwicklung** auf dem Prüfstand.[5]
- Die **rechtlichen Rahmenbedingungen** haben ebenfalls Veränderungen erfahren. Hier ist neben der landes- und regionalplanerischen Steuerung zunächst die mittlerweile ausdifferenzierte Rechtsprechung (z. B. hinsichtlich der Begrifflichkeiten, der Festsetzungs- und Abgrenzungserfordernisse zentraler Versorgungsbereiche) zu nennen. Zudem beobachtet die EU die räumliche Einzelhandelssteuerung kritisch.[6]

---

2 Nach Standorten werden etwa im Lebensmitteleinzelhandel vom gleichen Betreiber unterschiedliche Betriebsformen eingesetzt, so z. B. kleinere Lebensmittelvollsortimenter wie auch größere Supermärkte oder SB-Warenhäuser.

3 Umgangssprachlich auch Multi-Channel-Selling oder Omni-Channeling.

4 Bis hin zu vertikalen Marktbearbeitungsstrategien im Textilhandel oder im Möbeleinzelhandel. Dort nutzen einzelne Anbieter die ganze Wertschöpfungskette vom Entwurf der Produkte über die Fertigung, eigene Logistik bis hin zur Beschickung in die Vertriebskanäle stationärer Handel und Onlinehandel, um Wettbewerbsvorteile auf unterschiedlichen Ebenen zu generieren.

5 Vgl. hierzu exemplarisch Handelsmonitor Oberrhein 2008 – 2017: Untersuchung zur Einzelhandelsentwicklung und raumordnerischen Steuerungswirkung zum großflächigen Einzelhandel 2008 – 2017.

6 Dabei ist auf das Urteil des Europäischen Gerichtshofs (Urteil C-31/16) vom 30. Januar 2018 hinzuweisen, wonach Beschränkungen von Einzelhandelsnutzungen in Bauleitplänen am Maßstab der Europäischen Dienstleistungsrichtlinie (RL 2006/123/EG) zu messen sind. Damit sind sie auf Verstöße gegen das Diskriminierungsverbot sowie auf ihre europarechtliche Erforderlichkeit und Verhältnismäßigkeit zu prüfen. Niederlassungsfreiheit bedeutet aus GMA-Sicht hier, dass für ansiedlungswillige Unternehmen auch Standorte ermöglicht werden; einer Kontingentierung von Standorten oder Verkaufsflächen – etwa bedingt durch

Um den Handelsstandort Weilerswist in einem sich dynamisch ändernden Marktumfeld zukunftsfähig aufstellen zu können, ist neben der strategischen und planungsbezogen Erstellung des Einzelhandelskonzeptes eine ganzheitliche Betrachtung unabdingbar.[7] Teilaspekte dieser Betrachtung sind neben der positiven Entwicklung der Kaufkraft der Wohnbevölkerung auch die Wettbewerbsverschärfung durch den Onlinehandel.

Das Einzelhandelskonzept der Gemeinde Weilerswist ist in diesem Sinne als strategisches Steuerungsinstrument zu verstehen und aus folgenden Gründen notwendig:

- Der Einzelhandel ist **ganzheitlich, strategisch und städtebaulich geordnet** zu entwickeln (Anforderung 1, Kapitel I., 2.1).
- Das Konzept muss ein **rechtssicheres räumliches Entwicklungsinstrument** sein (Anforderung 2, Kapitel I., 2.2), um so eine belastbare und transparente Steuerung von Einzelhandelsvorhaben zu gewährleisten. Es muss in die übergeordneten Planungssysteme der Landes- und Regionalplanung gemäß den rechtlichen Anforderungen eingebettet sein.
- Veränderte **Konsum- und Flächenentwicklungen** machen es notwendig, die Schlussfolgerungen zur strategischen Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandortes Weilerswist zu überprüfen (Anforderung 3, Kapitel I., 2.3).

Mit der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes kann die Gemeinde Weilerswist den Wandel im Handel aktiv gestalten und begleiten. Ein solches Konzept bildet die fachliche Grundlage für die Bewertung von Einzelhandelsvorhaben und für eine rechtssichere Steuerung über die Bauleitplanung.

2.1 Anforderung 1: Das Einzelhandelskonzept als ganzheitliches strategisches Entwicklungsinstrument

Für das Grundzentrum Weilerswist sind der Erhalt (Mindestziel) und ggf. der Ausbau der zentralörtlichen Versorgungsfunktion (Maximalziel) mit leistungsfähigen, vitalen und starken Einzelhandelsstandorten wesentliche Ziele der Einzelhandelsentwicklung. Deshalb sind im Einzelhandelskonzept die Möglichkeiten zur Erreichung dieser Ziele des Einzelhandels herauszuarbeiten, sortiments- bzw. standortbezogen abzuwägen und in ein strategisches Gesamtkonzept einzuarbeiten. Das Einzelhandelskonzept ist eine informelle Entwicklungs- und Planungsgrundlage. Erst mit Beschluss des Gemeinderates wird es zu einem Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB, das im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen ist.

2.2 Anforderung 2: Das Einzelhandelskonzept zur rechtssicheren räumlichen Steuerung des Einzelhandels

Im Baugesetzbuch ist als Grundsatz der Einzelhandelssteuerung zunächst der **Schutz und die Stärkung zentraler Versorgungsbereiche** verankert. Die Rechtsprechung hat die Anforderungen

eine wie auch immer wahrgenommenen Marktsättigung – hat die Europäische Kommission eine klare Absage erteilt.

7 Neben dem sehr dynamischen Handel werden vermehrt städtebauliche Aspekte (Verknüpfung von Handel mit anderen Funktionen der (Innen-)Städte im Wettbewerb der Standorte) zu berücksichtigen sein.

an die Begründung, Abgrenzung und die Inhalte dieser Gebietskategorie präzisiert[8]; durch die räumliche Konzentration wichtiger Einzelhandelsbetriebe auf zentrale Versorgungsbereiche sollen diese gestärkt werden.

Ein weiterer Aspekt der Begründung planerischer Steuerung ist die **Sicherung und Weiterentwicklung der verbrauchernahen Versorgung**. Auch in der Baunutzungsverordnung wird die verbrauchernahe Versorgung als „Schutzgut" genannt (vgl. § 11 Abs. 3 BauNVO). Bürger denken beim Einkauf oft an den Lebensmitteleinkauf; auch in Weilerswist kommt der Nahversorgung eine wichtige Rolle zu. Ferner stellt auch die **Sicherung des jeweiligen Baugebietscharakters**[9] bei anhaltender Flächenknappheit eine oft verfolgte Zielsetzung der Einzelhandelssteuerung dar.

Das **Urteil des Europäischen Gerichtshofs** vom 30. Januar 2018 unterstreicht die Anforderungen an kommunale Planungskonzepte, die immer städtebaulich zu begründen sind.[10] In einer gesonderten Mitteilung der Europäischen Kommission wird verdeutlicht, wie wichtig ein zeitnaher und zügiger Marktzugang in Form von „Verkaufsstellen" für Einzelhändler ist.[11] In der Folge sind insbesondere wirtschaftliche Bedarfsprüfungen, die letztlich zu einer wirtschaftlichen Bewertung einer Einzelhandelsaktivität führen, untersagt. Dagegen sind Regelungen für die weitere Einzelhandelsentwicklung, die städtebauliche und raumordnerische Ziele verfolgen, grundsätzlich möglich.

Wo Kommunen die weitere Handelsentwicklung auf Grundlage städtebaulicher Ziele steuern, haben sich kommunale Einzelhandelskonzepte mit Einsatz der folgenden Instrumente als rechtssicher erwiesen:

- **Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche** aufgrund nachvollziehbarer Kriterien (z. B. Versorgungsfunktion über den Nahbereich hinaus)
- Ableitung einer **ortsspezifischen Liste** zur sortimentsgenauen Steuerung (Sortimentsliste)
- **Zuweisung von Entwicklungsmöglichkeiten** zu einzelnen Standortkategorien / Ausschluss von Handelstätigkeit an anderen Standorten

Mit Ratsbeschluss auf Grundlage von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB wird das Einzelhandelskonzept im Rahmen der kommunalen Planungshoheit als Entwicklungskonzept beschlossen. Somit dient es als Grundlage für alle einzelhandelsrelevanten Vorhaben.

Für die großmaßstäbliche Einzelhandelsentwicklung und raumordnerische Bewertung von Einzelhandelsgroßprojekten sind – neben den einschlägigen Vorschriften des BauGB und der

8 Vgl. Urteile BVerwG (27.03.2013), Az. BVerwG 4 CN 7.11 und OVG NRW (28.01.2014), Az 10 A 152/13.

9 Durch den generellen bzw. gezielten Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten sind diese für das produzierende und verarbeitende Gewerbe zu sichern.

10 Vgl. Urteil des EuGH vom 30.01.2018 (C-31/16).

11 Vgl. Mitteilung der Kommission an das europäische Parlament, den Rat, den europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen (2018): Ein den Anforderungen des 21. Jahrhunderts gewachsener europäischer Einzelhandel. Drucksache 127/18, Dokument COM(2018) 219 final vom 19.08.2018, Brüssel. Hierin setzt sich die Kommission mit der vielerorts beklagten Dauer und Komplexität der Niederlassungsverfahren in den Ländern der Union auseinander. Die Beschränkungen von Einzelhandelsnutzungen in Bauleitplänen haben sich am Maßstab der europäischen Dienstleistungsrichtlinie zu messen.

BauNVO – die Ziele der Raumordnung und Landesplanung festgelegt im Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen 2017 (LEP NRW) zu beachten (vgl. Kapitel I., 3). Das Einzelhandelskonzept dient als notwendiges Vermittlungsinstrument zwischen den raumordnerischen Anforderungen auf Ebene der Landes- und Regionalplanung und den bauleitplanerischen und bauordnungsrechtlichen Prozessen auf kommunaler Ebene.

2.3 Anforderung 3: Das Einzelhandelskonzept als Anpassungsstrategie zu veränderten Konsumverhalten und Flächenbedarfen

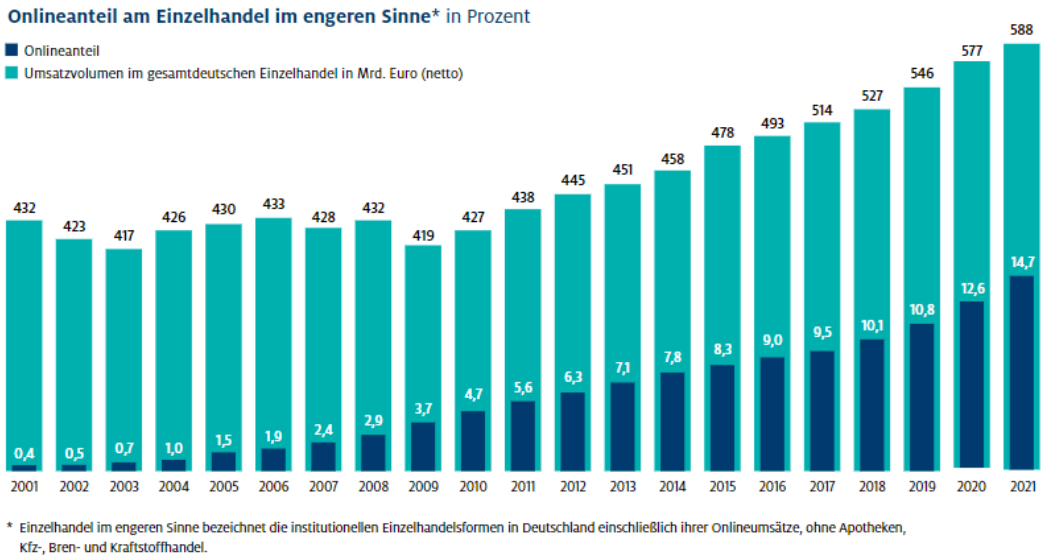
Diskussionen zur Einzelhandelsentwicklung waren in Deutschland noch bis vor wenigen Jahren v. a. durch den Gegensatz von „Grüner Wiese“ und innerstädtischen Geschäftslagen geprägt. Seit Beginn des letzten Jahrzehnts bestimmt jedoch die fortgeschrittene Digitalisierung und aktuell die möglichen Folgen der Corona-Pandemie maßgeblich die Diskussion um die Zukunft des stationären Einzelhandels:

- War die Einzelhandelsentwicklung bis in die beginnenden 2010er Jahre noch durch ein beachtliches Verkaufsflächenwachstum gekennzeichnet, hat sich das Flächenwachstum bundesweit mittlerweile deutlich abgeschwächt bzw. ist gänzlich zum Stillstand gekommen.
- Obwohl der gesamte Handelsumsatz infolge des insgesamt guten konjunkturellen Umfelds in Deutschland während der letzten Dekade kontinuierlich anstieg, entfällt ein guter Teil des Umsatzwachstums auf den Onlinehandel (vgl. Abbildung 1).
- Durch die hohe Inflation wird für 2023 jedoch eine andere Entwicklung erwartet; so wird sich der Umsatzzuwachs nicht halten können. Gemäß HDE führt vielerorts der russische Krieg in der Ukraine zu einer schlechteren Konsumstimmung und zur Verunsicherung der Verbraucher hinsichtlich der steigenden Inflation und Verbraucherpreise in Kombination mit Sorgen um die Stabilität von Arbeitsplätzen und Einkommen, sodass daraus eine Konsumzurückhaltung resultiert. Nach Angaben des HDE stieg der Verbraucherpreisindex im Vergleich zum Vorjahresmonat im Oktober 2021 für Lebensmittelsortimente auf 16,1 %, für Nonfood-Gebrauchs- und Verbrauchsgüter auf 7,1 %. Insgesamt lag der Verbraucherpreisindex im Oktober 2022 bei ca. 10,4 % gegenüber dem Vorjahresmonat.[12] Auch im November blieb die Inflationsrate im Vergleich zum Vorjahresmonat mit + 10 % konstant hoch.[13] Inwieweit sich diese Entwicklungen jedoch langfristig niederschlagen, ist bisher noch nicht abzusehen.

12 Quelle: HDE Konsummonitor Preise 2022/2023, S. 3

13 Destatis.de

Abbildung 1: Umsatzentwicklung im deutschen Einzelhandel zwischen 2001 und 2021



Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE), Online Monitor 2022

Die **Nahversorgung** gilt als wesentlicher **Treiber** der **Umsatz- und Einzelhandelsentwicklung.** Allerdings werden an attraktive Grund- und Nahversorgungsstandorte nach wie vor hohe funktionale und emotionale Anforderungen gestellt. Einer wohnortnahen Grundversorgung kommt vor dem Hintergrund der zentralen stadtentwicklungspolitischen Ziele der „Stadt der kurzen Wege“ und „Verkehrsmengenreduzierung“ eine hohe Bedeutung zu.

Infolge der fundamentalen Entwicklungen auf technologischer Seite unterscheiden viele Handelsunternehmen daher kaum noch zwischen „stationär“ und „virtuell“, sondern ermöglichen dem „hybriden Kunden“ den Zugang zur Ware sowohl „online“ als auch „offline“ (vgl. Abbildung 2). Diese Entwicklungen bleiben nicht ohne Auswirkungen auf die Ausbildung unterschiedlicher Betriebstypen im Einzelhandel, die zukünftig auch in verschiedenen Mischformen auftreten werden.

Abbildung 2: Anforderungen an Grund- und Nahversorgungstandorte

Grund- und Nahversorgung

Funktionale Ebene

- umfassende Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs (Lebensmittel, Drogeriewaren)
- immer erreichbar
- lange Öffnungszeiten
- Parken
- Erreichbarkeit mit ÖPNV
- Ladestationen für E-Mobility

Emotionale Ebene

- Adressbildung
- Kontakt, Gespräche mit Nachbarn
- Dienstleister, Gastronomieverbund
- Zugehörigkeits- und Heimatgefühl
- Wohlfühl- und Aufenthaltsqualität
- Bedienung, Beratungskompetenz

Quelle: GMA-Grundlagenforschung und -Darstellung 2023

Abbildung 3: Konsumententrends des „hybriden Kunden“

Discount-Shopping vs. stärkeres Qualitäts- und Regionalbewusstsein

Convenience-Shopping und Zeitersparnis vs. Nachhaltigkeit, bewusster Einkauf

No parking, no business vs. umweltverträgliche Mobilität

Smart Shopping, Multi-Channeling vs. Markteinkauf, Fachgeschäfte vor Ort

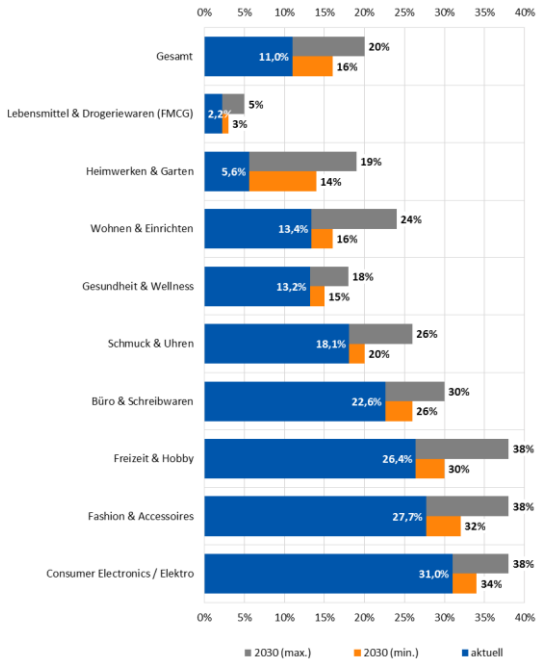
Quelle: GMA-Grundlagenforschung und -Darstellung 2020

Die Folgen der **Digitalisierung als Treiber der weiteren Einzelhandelsentwicklung** sind im Nonfood-Segment bereits deutlich spürbar. Dabei zählen Textil- und Schuhanbieter sowie Elektronik- und Buchhandel zu den innenstadtorientierten Sortimenten, welche die höchsten Umsatzanteile abgegeben haben. Im **Lebensmittelbereich** zeigt sich aktuell, dass die (kosten-)intensiven Bemühungen der Händler zum Aufbau ihrer Marktanteile bislang nur geringen Erfolg haben.

Gerade in Städten trifft die onlineaffine Kundschaft i. d. R. auf ein sehr **engmaschig gewobenes Netz an Nahversorgern**[14].

Insbesondere in den vergangenen Monaten – angetrieben durch die Corona-Pandemie mit ihren Einschränkungen im stationären Handel und Tendenzen in Teilen der Bevölkerung, verstärkt Lieferdienste in Anspruch zu nehmen um Einkaufswege zu verringern / zu vermeiden – sind in großstädtischen Räumen vermehrt **Schnelllieferdienstanbieter** in den Markt getreten, die Lebensmitteleinkäufe per Fahrrad / E-Bike liefern (z. B. Gorillas, Flink, Foodpanda). Dies hat bereits spürbaren Folgen für den Immobilienmarkt, wo in den Zentren eine verstärkte Nachfrage nach mittelgroßen Flächen als Lebensmittellager der Lieferdienste vorherrscht,

Abbildung 4: Onlinemarktanteile und Entwicklungsszenarien des Onlinehandels bis 2030



Quelle: GMA-Berechnungen 2023 auf Basis von HDE Online-Monitoren der letzten Jahre sowie Veröffentlichungen des bevh

14 Z. T. auch mit erweiterten Öffnungszeiten; Kioske und Eckläden gestalten die Grenze zur Gastronomie fließend und sind teilweise bis weit in die Abendstunden geöffnet.

z. B. in Altflächen ehemaliger Lebensmittelmärkte, in denen bereits die notwendigen technischen Rahmenbedingungen wie Kühleinrichtungen vorliegen[15]. Im ländlichen Raum bzw. einwohnerschwächeren Räumen hingegen, wo der Onlinelebensmittelhandel einen deutlich größeren Mehrwert im Sinne einer Versorgungssicherheit darstellen könnte, wurde bislang noch kein nachhaltig rentables Geschäftsmodell entwickelt. Kostendruck und Umweltschutz lassen eine ökonomisch nachhaltige Lösung der „Logistik der letzten Meile" kaum möglich erscheinen.[16] Aktuell versucht eine Reihe von Unternehmen im ländlichen Raum kleinteilige Spezialkonzepte ohne Personal, also SB-Läden in standardisierter Bauweise zu etablieren, welchen die Kunden per App oder mit EC- und Kreditkarte betreten können und auf diese Weise auch bezahlen (z. B. teo von tegut). Ob dieser Trend nachhaltig andauert, werden die kommenden Jahre zeigen.

Einigkeit besteht darin, dass der **digitale Handel als ergänzender Vertriebskanal** seinen festen Platz in der Konsumentenwelt gefunden hat. Insbesondere die zentrenrelevanten Sortimente (z. B. Fashion und Accessoires, Bücher und Medien) werden vergleichsweise stark vom Onlinehandel bedient (vgl. Abbildung 4). Demnach werden in diesen Warengruppen künftig weniger Verkaufsflächen nachgefragt.

An gut im Markt positionierten Standorten eröffnen sich hingegen auch für den stationären Handel weiterhin Chancen, da Entwickler und Handelsunternehmen vorrangig dort Standorte nachfragen werden. Hier ist am ehesten mit einer Zunahme im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel zu rechnen, während grundsätzlich von einer Stagnation des sonstigen Einzelhandels auszugehen ist. Dennoch ist in der City – wenngleich überschaubar – auch von Entwicklungspotenzialen im zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Handel auszugehen. Im Ergebnis lässt die aktuelle Entwicklung eine Dreiteilung erwarten:

- **Zentrale Innenstadtlagen** und ausreichend große Einkaufszentren **von Metropolen und Großstädten** können nach wie vor eine anhaltend hohe Flächennachfrage erzeugen. Dort ist die Grundlage für einen guten Branchenmix mit attraktiven Marken und ausgeprägten Synergien vorhanden (z. B. Gastronomie, Kultur).
- Eine differenzierte Betrachtung ist für die **Mittelstädte** vorzunehmen, wo die Herausforderungen durch den digitalen Wandel am größten sind. Unter Einzelhandelsgesichtspunkten werden jenen Zentren die größten Entwicklungschancen zugesprochen, die es ähnlich wie die Großstädte schaffen, ein umfassendes, freizeitorientiertes Angebot vorzuhalten und die von einem weitreichenden Einzugsgebiet profitieren können.
- Die Handelsbedeutung von **Kleinstädten** wird bis auf wenige Ausnahmen (z. B. Kultur- oder Tourismusorte) deutlich zurückgehen und sich auf die Nahversorgung (Lebensmittelmärkte, Drogeriemärkte u. a.) beschränken.

15 Vgl. u. a. „Der Supermarkt sattelt aufs Fahrrad um", Immobilienzeitung vom 15.07.2021, IZ 28/2021, S. 1

16 Vgl. u. a. Supermarkt statt online, Pressemitteilungen z. B. in der Süddeutschen Zeitung, Stuttgarter Zeitung, Hamburger Abendblatt et al.; 24.05.2018; Onlinelebensmittelhandel: die Verkürzung der letzten Meile; hi-heute.de; 07.08.2018, S. 4 ff.

3. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel

Städte und Gemeinden haben mit dem BauGB und der Baunutzungsverordnung (BauNVO) ein planungsrechtliches Instrumentarium zur Hand, mit dem die Standortentwicklung im Einzelhandel gesteuert werden kann.

3.1 Bauplanungsrecht

3.1.1 Gebiete mit Bebauungsplan

In Gebieten mit Bebauungsplänen kommt es auf deren Festsetzungen an. Werden in Bebauungsplänen die in der BauNVO bezeichneten Baugebiete festgelegt, sind Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe der §§ 2 bis 9 BauNVO – teils ausdrücklich als Läden oder Einzelhandelsbetriebe, teils allgemein als Gewerbebetriebe – in allen Baugebieten möglich[17]:

- Sie sind zulässig in allgemeinen und besonderen Wohngebieten sowie in urbanen Gebieten, Dorf-, Misch-, Gewerbe- und Industriegebieten (§§ 4 bis 9 BauNVO),
- in Kleinsiedlungsgebieten und reinen Wohngebieten können sie als Ausnahme zugelassen werden (§§ 2 und 3 Bau NVO).

Für Einzelhandelsgroßbetriebe enthält der **§ 11 Abs. 3 BauNVO** eine Sonderregelung für alle Baugebiete:

> *„1. Einkaufszentren,*
>
> *2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,*
>
> *3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,*
>
> *sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.*
>
> *Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“*

[17] Dies gilt auch für solche Vorhaben, die in einem unbeplanten Innenbereich nach § 34 BauGB liegen, bei dem die Eigenart der näheren Umgebung jedoch einem der Baugebiete der BauNVO entspricht.

Wenn die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsvorhabens die Grenze zur Großflächigkeit und die Geschossfläche die Regelvermutungsgrenze nach § 11 Abs. 3 BauNVO überschreitet, so ist zunächst davon auszugehen, dass das Vorhaben den Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegt und damit kern- oder sondergebietspflichtig ist. Bei einem großflächigen Einzelhandelsbetrieb, der auf Grund seiner Art der Regelung des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegt, kann somit die Regelvermutung unabhängig von den tatsächlichen Auswirkungen des Vorhabens nicht überwunden werden.

Handelt es sich dagegen um einen Betrieb, der aus städtebaulichen oder betrieblichen Gründen gerade nicht unter die Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO fällt, obwohl er mehr als 800 m² Verkaufsfläche und mehr als 1.200 m² Geschossfläche aufweist, liegt eine sogenannte atypische Fallgestaltung vor.[18] Dann sind in einem nächsten Schritt die konkreten Auswirkungen des Vorhabens zu prüfen. Sollten keine potenziellen Auswirkungen ermittelt werden, sind solche Betriebe auch in anderen Gebietstypen der BauNVO zulässig (z. B. Baustoffhandel in einem Gewerbegebiet oder Lebensmittelhandel in einem Mischgebiet)[19].

3.1.2 Gebiete ohne Bebauungsplan

Nach § 34 Abs. 1 BauGB ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der zu überbauenden Grundstücksfläche in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und gleichzeitig die Erschließung gesichert ist. Nach § 34 Abs. 2 BauGB ist hinsichtlich der Art der baulichen Nutzung die BauNVO anzuwenden, wenn die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete der BauNVO (z. B. Gewerbegebiet, Mischgebiet) entspricht. Nach § 34 Abs. 3 BauGB dürfen vom Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Ansiedlungsgemeinde oder in einer Nachbarkommune ausgehen. Gemäß § 34 Abs. 3a BauGB kann im Einzelfall (z. B. bei Erweiterungen) vom Erfordernis des Einfügens abgewichen werden, wenn der Bestandsbetrieb zulässigerweise errichtet wurde, die Erweiterung städtebaulich vertretbar und unter Würdigung nachbarlicher Interessen mit den öffentlichen Belangen vereinbar ist. Für Einzelhandelsbetriebe, welche die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung beeinträchtigen oder schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden haben können, kann vom Erfordernis des Einfügens in die Eigenart der näheren Umgebung dagegen nicht abgewichen werden.

3.2 Landesplanung

Für den großflächigen Einzelhandel setzt der LEP NRW 2017 folgende Ziele und Grundsätze fest:

„6.5 Großflächiger Einzelhandel

Ziele und Grundsätze

6.5-1 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen

18 Eine betriebliche Atypik kann z. B. bei einem schmalen und schwer transportablen Warenangebot vorliegen (z. B. Baustoffhandel), eine städtebauliche Atypik z. B. bei einem Nahversorger, der vorrangig die Bevölkerung in einem fußläufigen Einzugsbereich versorgt und einen klaren Angebotsschwerpunkt bei Waren des täglichen Bedarfs hat.

19 Dies gilt auch für solche Vorhaben, die nach § 34 Abs. 2 BauGB zu bewerten sind, da die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete der BauNVO entspricht.

Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung dürfen nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden.

6.5-2 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur in zentralen Versorgungsbereichen

Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur

- *in bestehenden zentralen Versorgungsbereichen sowie*
- *in neu geplanten zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrierten Lagen, die aufgrund ihrer räumlichen Zuordnung sowie verkehrsmäßigen Anbindung für die Versorgung der Bevölkerung zentrale Funktionen des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs erfüllen sollen, dargestellt und festgesetzt werden.*

Zentrenrelevant sind

- *die Sortimente gemäß Anlage 1 und*
- *weitere von der jeweiligen Gemeinde als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (ortstypische Sortimentsliste).*

Ausnahmsweise dürfen Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dargestellt und festgesetzt werden, wenn nachweislich:

- *eine Lage in den zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere der Erhaltung gewachsener baulicher Strukturen oder der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild nicht möglich ist und*
- *die Bauleitplanung der Gewährleistung einer wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient und*
- *zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden."*

„6.5-3 Ziel Beeinträchtigungsverbot

Durch die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

6.5-4 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche

Bei der Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll der zu erwartende Gesamtumsatz der durch die jeweilige Festsetzung ermöglichten Einzelhandelsnutzungen die Kaufkraft der Einwohnerinnen und Einwohner der jeweiligen Gemeinde für die geplanten Sortimentsgruppen nicht überschreiten.

6.5-5 Ziel Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, relativer Anteil zentrenrelevanter Randsortimente

Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen nur dann auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden, wenn

der Umfang der zentrenrelevanten Sortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche beträgt und es sich bei diesen Sortimenten um Randsortimente handelt.

6.5-6 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente

Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente eines Sondergebietes für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen 2.500 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten.

6.5-7 Ziel Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel

Abweichend von den Festlegungen 6.5-1 bis 6.5-6 dürfen vorhandene Standorte von Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen als Sondergebiete gemäß § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung dargestellt und festgesetzt werden. Dabei sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen in der Regel auf die Verkaufsflächen, die baurechtlichen Bestandsschutz genießen, zu begrenzen. Wird durch diese Begrenzung die zulässige Nutzung innerhalb einer Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit aufgehoben oder geändert, sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen auf die zulässigen Verkaufsflächenobergrenzen zu begrenzen. Ein Ersatz zentrenrelevanter durch nicht zentrenrelevante Sortimente ist möglich. Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn dadurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden erfolgt.

6.5-8 Ziel Einzelhandelsagglomerationen

Die Gemeinden haben dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche entgegenzuwirken. Darüber hinaus haben sie dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche entgegenzuwirken. Sie haben sicherzustellen, dass eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden durch Einzelhandelsagglomerationen vermieden wird.

6.5-9 Grundsatz Regionale Einzelhandelskonzepte

Regionale Einzelhandelskonzepte sind bei der Aufstellung und Änderung von Regionalplänen in die Abwägung einzustellen.

6.5-10 Ziel Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung

Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung sind, soweit von § 12 Absatz 3a Satz 1 Baugesetzbuch kein Gebrauch gemacht wird, nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Festlegungen 6.5-1, 6.5-7 und 6.5-8 entsprechen; im Falle von zentrenrelevanten Kernsortimenten haben sie zudem den Festlegungen 6.5-2 und 6.5-3, im Falle von nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten den Festlegungen 6.5-4, 6.5-5 und 6.5-6 zu entsprechen."

3.3 Aufgabe und Bedeutung von kommunalen Einzelhandelskonzepten

Kommunale Einzelhandelskonzepte dienen v. a. der Erarbeitung von Leitlinien für eine zielgerichtete und nachhaltige Einzelhandelsentwicklung. Diese werden in Form eines Zentren- und Sortimentskonzeptes konkretisiert. Das im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes erarbeitete **Sortimentskonzept** (sog. „Sortimentsliste") stellt einen gutachterlichen Vorschlag zur künfti-

gen Einstufung der Sortimente in nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente dar. Mithilfe des **Standortkonzeptes** soll eine Funktionsteilung zwischen zentralen und dezentralen Einzelhandelslagen erfolgen. Der Fokus liegt dabei v. a. auf der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, deren Lage, Ausdehnung und Funktion im Einzelhandelskonzept definiert wird. Die Grundlage des Sortiments- und Standortkonzeptes stellt die aktuelle Einzelhandelssituation in der jeweiligen Kommune dar, die im Rahmen der Konzepterarbeitung erhoben und ausgewertet wird.

Ein Einzelhandelskonzept ermöglicht folglich die Steuerung des Einzelhandels auf gesamtstädtischer Ebene. Dabei stellt es zunächst eine informelle Planungsgrundlage ohne rechtliche Bindungswirkung gegenüber Dritten dar. Durch einen Beschluss des jeweiligen Rates wird diese informelle Planungsgrundlage zu einem Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB und ist damit im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen. Im begründeten Einzelfall kann die Kommune von den Vorgaben eines Einzelhandelskonzeptes abweichen. Dies mindert jedoch das städtebauliche Gewicht des Konzeptes und stellt letztlich seine Steuerungswirkung und die rechtliche Bedeutung in Frage.

4. Zentrale Versorgungsbereiche

Im Folgenden wird zunächst der Begriff „Zentraler Versorgungsbereich“ erläutert. Anschließend werden die wesentlichen Kriterien zur Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen dargestellt.

4.1 Begriff „Zentraler Versorgungsbereich“

Der Begriff des „zentralen Versorgungsbereiches“ ist Bestandteil der planungsrechtlichen Grundlagen und in verschiedenen Schutznormen verankert. Mit der Novellierung des Baugesetzbuches im Jahr 2004 und der Einführung des zusätzlichen Absatzes 3 in § 34 BauGB erfuhr der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches im Baugesetz einen wesentlichen Bedeutungszuwachs[20]:

- **§ 11 Abs. 3 BauNVO** weist großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige vergleichbare großflächige Handelsbetriebe, die sich u. a. „auf die Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche in der Stadt oder in anderen Städten nicht nur unwesentlich auswirken können“, ausdrücklich nur Kerngebieten und speziell für diese Nutzung festgesetzten Sondergebieten zu.
- **§ 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB** in der seit dem 20. Juli 2004 geltenden Fassung erweitert das interkommunale Abstimmungsgebot dahin, dass sich Städte sowohl gegenüber Planungen anderer Städte als auch gegenüber der Zulassung einzelner Einzelhandelsnutzungen auf „Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche“ berufen können.
- **§ 34 Abs. 3 BauGB** knüpft die Zulässigkeit von Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich, die sonst nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB zuzulassen wären, zusätzlich daran, dass

[20] Quelle: Kuschnerus, Bischopink, Wirth (2018): Der standortgerechte Einzelhandel. 2. Auflage. Bonn. vhw-Verlag, S. 87 f.

von ihnen „keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Stadt oder in anderen Städten“ zu erwarten sein dürfen.

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

Nach **§ 1 Abs. 6 BauGB** sind bei der Aufstellung der Bauleitpläne insbesondere „die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ zu berücksichtigen. Durch diese unterschiedlichen Schutznormen sind zentrale Versorgungsbereiche unter verschiedenen Aspekten geschützt. Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches wurde als unbestimmter Rechtsbegriff eingeführt, sodass keine allgemein gültige Definition vorliegt. Das OVG Münster führt in einem Urteil (Beschluss vom 11.12.2006, 7 A 964/05) hierzu aus:

> *„Zentrale Versorgungsbereiche“ sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Stadt, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Stadt zukommt. Ein „Versorgungsbereich“ setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Stadt - ggf. auch nur eines Teiles des Gemeindegebietes - insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind. […].*

Entscheidend ist, dass der zentrale Versorgungsbereich eine städtebaulich integrierte Einzelhandelslage darstellt und nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine zentrale Funktion für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich übernimmt[21]. In diesem Bereich ist Einzelhandel vorhanden, welcher aufgrund Qualität und Umfang einen über die eigenen Grenzen und über den unmittelbaren Nahbereich hinausgehenden Einzugsbereich hat[22].

Für einen zentralen Versorgungsbereich ist die Konzentration verschiedener Versorgungseinrichtungen maßgeblich, wobei der Einzelhandel durch Komplementärnutzungen (bspw. Dienstleister, Ärzte, Gastronomie / Hotellerie, öffentliche Einrichtungen) ergänzt wird.

4.2 Abgrenzung und Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche

Bei der Festlegung eines zentralen Versorgungsbereiches handelt es sich um eine Abwägung unterschiedlicher Kriterien, wenngleich die städtebauliche Integration und die Versorgungsfunktion als **„Muss-Kriterien“** gelten. Die Abgrenzung[23] erfolgt anhand der faktischen Prägung, wobei folgende Anforderungen mindestens erfüllt sein müssen:

- **Städtebaulich integrierte Lage**: Diese ist durch die Einbettung in eine bzw. Zuordnung zu einer zusammenhängenden Wohnbebauung charakterisiert, d. h. es muss ein baulicher Zusammenhang mit einem Wohngebietsbezug mit Gewicht vorliegen. Fußläufige Austauschbeziehungen zwischen Wohnumfeld und Einzelhandel sind Voraussetzung. Städtebauliche, natürliche oder topografische Barrieren zwischen Geschäftslage und Wohnbereichen (z. B. Autobahn, Flüsse, Geländesprünge) mindern die Integrationsfähigkeit

21 vgl. u. a. BVerwG Urteil 4 C 7.07 vom 11.10.2007 bzw. Urteil 4 C 2.08 vom 17.12.2009.

22 vgl. u. a. OVG Sachsen, Bautzen, Urteil vom 13.05.2014; AZ 1 A 432 / 10, juris RN 30 ff.

23 BVerwG, Urteil vom 11.11. 2007; BVerwG, Urteil vom 17.12.2009.

einer Lage, schließen sie jedoch per se nicht aus. Entscheidend ist die fußläufige Anbindung, welche über ergänzende Hilfsmittel (z. B. Ampelanlagen, Querungshilfen) sichergestellt werden kann. Grundlage ist die Bewertung der konkreten Situation vor Ort.

- **Zusammenhängende Versorgungslage:** Die vorhandenen oder geplanten Einzelhandelsbetriebe müssen in einem räumlichen und funktionalen Kontext stehen. Dies wird v. a. durch kurze Entfernungen zwischen den Geschäften und wenigen Lücken im Besatz, z. B. durch reine Wohnhäuser, wahrgenommen.
- **Magnetbetriebe:** Eine hohe Kundenfrequenz wird maßgeblich von „Magnetbetrieben" gewährleistet, wozu (großflächige) Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Drogeriemärkte, Kauf- und Warenhäuser zählen. Auch informelle Planungen können eine Rolle spielen, sofern diese von einer Kommune als Arbeitsgrundlage für ihre Planungen verwendet werden[24] und sich die Planungsabsichten bereits konkretisiert haben[25].
- In Abgrenzung zu Solitärstandorten des Einzelhandels zeichnen sich zentrale Versorgungsbereiche durch **Einzelhandel** und **ergänzende Nutzungen** (z. B. Dienstleister, Gastronomie, Kultur, Freizeit, öffentliche Einrichtungen) aus.
- **Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus:** Die Betriebe in einem zentralen Versorgungsbereich können sowohl einen überörtlichen Versorgungsbereich als auch einen bestimmten örtlich begrenzten Teilraum als Versorgungsbereich abdecken. Ein übergemeindliches Einzugsgebiet ist nicht Voraussetzung. Auch Betriebe in einer Lage, welche auf die Nahversorgung eines örtlich begrenzten Einzugsgebietes zugeschnitten sind, können einen zentralen Versorgungsbereich ausmachen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherung der wohnortnahen Versorgung. Ein zentraler Versorgungsbereich muss jedoch einen über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich haben und über den unmittelbaren Nahbereich hinauswirken.

Der Idealzustand eines zentralen Versorgungsbereichs ist durch eine durchgängige, kompakte Geschäftslage gekennzeichnet. Die Längenausdehnung spielt i. S. der **fußläufigen Erreichbarkeit** eine entscheidende Rolle. Ein weiterer Faktor ist die Anbindung an den **öffentlichen Personennahverkehr** und eine ausreichende **Pkw-Erreichbarkeit**.

5. Methodik und Untersuchungsablauf

Die vorliegende Untersuchung stützt sich auf eine umfassende Datenbasis. Dabei handelt es sich um überwiegend primärstatistisches Datenmaterial, welches durch die GMA erfasst und ausgewertet wurde. Darüber hinaus standen der GMA sekundärstatistische Daten der Gemeinde Weilerswist, des statistischen Bundesamtes und des Landesbetriebs für Information

[24] vgl. OVG Lüneburg, Beschluss vom 30.11.2005, 1ME172/05.

[25] d. h. die Umsetzung muss in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erfolgen, vgl. VG München, Urteil vom 07.11.2005, M8K05.1763.

und Technik Nordrhein-Westfalen (IT NRW) zur Verfügung. Nachfolgend werden die im Rahmen der Erarbeitung des vorliegenden Gutachtens durchgeführten **primärstatistischen Erhebungen** in Kürze vorgestellt.

Die **Angebotssituation** wurde durch eine flächendeckende Vor-Ort-Aufnahme der genutzten Verkaufsflächen aller Einzelhandelsbetriebe[26] im gesamten Gemeindegebiet von Weilerswist im Mai 2022 erfasst.

Die Erhebung erfolgte auf Grundlage der in Tabelle 1 angeführten Sortimentsgruppen. Für die Darstellung und Auswertung der Einzelhandelsdaten wurden die einzelnen Sortimente den in Tabelle 1 aufgeführten Branchen zugeordnet.

Tabelle 1: GMA-Branchensystematik

Branche	Sortimente	Bedarfs-gruppe
Nahrungs- und Genussmittel	Lebensmittel (inkl. Back- und Fleischwaren), Reformwaren, Getränke, Spirituosen, Tabak	kurzfristiger Bedarf
Gesundheit/ Körperpflege	Drogerie, Kosmetik, Parfümerie- / Apotheker- / Sanitätswaren	kurzfristiger Bedarf
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf, Zeitschriften	Schnittblumen, Zimmerpflanzen, zoologischer Bedarf, Zeitschriften	kurzfristiger Bedarf
Bücher, Schreib- / Spielwaren	Bücher, Schreib-, Papierwaren, Büroartikel (inkl. Büromaschinen), Bastelbedarf, Spielwaren (ohne PC-Spiele), Modellbau	mittelfristiger Bedarf
Bekleidung, Schuhe, Sport	Oberbekleidung, Damen-, Herren-, Kinderbekleidung, Schuhe, Lederwaren, Handtaschen, Koffer, Schirme, Hüte, Sport (Bekleidung, Schuhe)	mittelfristiger Bedarf
Elektrowaren, Medien, Foto	Elektrohaushaltsgeräte, Telekommunikation (Telefon, Fax, Mobil- und Smartphones), Unterhaltungselektronik (Audio, Video, Spiele, Speichermedien, Foto), Informationstechnologie (Computer, Drucker etc.)	langfristiger Bedarf
Hausrat, Einrichtung, Möbel	GPK (Glas / Porzellan / Keramik), Haushaltswaren, Möbel (inkl. Matratzen, Gartenmöbel, Badmöbel, Spiegel, Küchenmöbel / -einrichtung), Antiquitäten, Kunst, Rahmen, Bilder, Heimtextilien (Haus-, Tischwäsche, Bettwäsche, Bettwaren, Gardinen, Wolle, Stoffe), Leuchten und Zubehör	langfristiger Bedarf
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf (inkl. Gartencenter, Pflanzen, Sanitär, Holz, Tapeten, Farben, Lacke), Teppiche, Bodenbeläge (Laminat, Parkett)	langfristiger Bedarf
Optik / Akustik, Uhren / Schmuck	Optik, Hörgeräte (inkl. Service-Flächen), Uhren, Schmuck	langfristiger Bedarf
Sonstige Sortimente	Autozubehör (ohne Multimedia), Motorradzubehör, -bekleidung, Sportgeräte (Fahrräder, Camping, u. a.), Sonstiges (Musikalien, Waffen, Gebrauchtwaren, Second-Hand, Münzen, Stempel, Briefmarken, Nähmaschinen)	langfristiger Bedarf

GMA-Darstellung 2023

26 Darunter ist der „Einzelhandel im engeren Sinne“ bzw. der „funktionale Einzelhandel“ zu verstehen. Dieser umfasst den Absatz von Waren an den Endverbraucher ohne den Handel mit Kraftfahrzeugen und Brennstoffen.

Verkaufsfläche wird in dieser Analyse wie folgt definiert:

> *„Verkaufsfläche ist die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Flächen für Warenpräsentation (auch Käse-, Fleisch- und Wursttheken), Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone" und Windfang. Ebenso zählen zur Verkaufsfläche auch Pfandräume (ohne Fläche hinter den Abgabegeräten), Treppen, Rolltreppen und Aufzüge im Verkaufsraum sowie Freiverkaufsflächen. Nicht dazu gehören reine Lagerfläche und Flächen, die der Vorbereitung / Portionierung der Waren dienen sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc. (vgl. hierzu auch BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005).*

Darüber hinaus erfolgte im Rahmen der Einzelhandelsbestandserfassung auch eine Zuordnung der Betriebe zu den folgenden **Lagekategorien**:

- **Zentrale Lagen:** Lagen im zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte Weilerswist basieren auf der Neuabgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches laut vorliegendem Einzelhandelskonzept.
- **Siedlungsräumlich integrierte Lagen:** Lagen mit zusammenhängender Bebauung und Wohngebietsbezug mit Gewicht (u. a. Nahversorgungsstandorte Parkallee und Hausweiler-Derkum).
- **Siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen:** Lagen mit keinem bzw. nur geringem Wohngebietsbezug (z. B. Gewerbegebiet Bonner Straße).

Zur Darstellung wesentlicher Standortlagen des Einzelhandels in der Gemeinde Weilerswist sind über den Einzelhandelsbesatz hinaus weitere Informationen über sonstige innenstadttypische Nutzungsstrukturen von Bedeutung. Zusätzlich zur Einzelhandelserhebung erfolgte eine **Aufnahme der Erdgeschossnutzungen** in der Ortsmitte von Weilerswist. Neben den genutzten Einheiten (z. B. Gastronomie, Dienstleistung) wurden dabei auch leerstehende Ladeneinheiten erfasst. Die Auswertung erfolgte auf Basis einer kartografischen Darstellung. Die Ergebnisse der Kartierungen dienen u. a. als wichtige Grundlage der sachgerechten Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches.

Im Rahmen intensiver Vor-Ort-Arbeiten wurden durch Mitarbeiter der GMA auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen der verschiedenen Einzelhandelslagen im Weilerswister Gemeindegebiet analysiert und bewertet. Die Analyse der städtebaulichen Situation stellt im Zusammenwirken mit den vorhandenen Nutzungen einen unerlässlichen Arbeitsschritt für eine sachgerechte Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche einer Kommune dar.

Zur Darstellung der Kaufkraftströme, zur Einschätzung der Einkaufs- und Verbrauchsgewohnheiten sowie zur Bewertung des Einzelhandelsstandortes wurde im Mai und Juni 2022 eine **online-basierte Haushaltsbefragung** in Weilerswist durchgeführt. Die Befragung dient zur Fundierung und Anreicherung der gutachterlichen Aussagen und verbessert somit den Informationsgehalt des Konzeptes.

Darüber hinaus erfolgte eine **persönliche Befragung der örtlichen Einzelhändler**, um Einschätzungen der Einzelhändler zur Einzelhandelssituation in Weilerswist zu erhalten sowie um Anregungen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde zu erfragen.

II. Einzelhandelsrelevante Rahmendaten der Gemeinde Weilerswist

1. Räumliche Einordnung und verkehrliche Anbindung

Die Gemeinde Weilerswist liegt im Nordosten des Kreises Euskirchen innerhalb des Regierungsbezirkes Köln und ist in der landesplanerischen Hierarchie des Landes Nordrhein-Westfalen als Grundzentrum eingestuft. In unmittelbarer Nachbarschaft befinden sich die Mittelzentren Erftstadt, Brühl, Bornheim und Euskirchen sowie die Grundzentren Swisttal und Zülpich. Die nächstgelegenen Oberzentren Köln und Bonn liegen knapp 20 km nordöstlich bzw. östlich von Weilerswist (vgl. Karte 1).

Die verkehrliche Anbindung der Gemeinde Weilerswist an das überregionale Straßenverkehrsnetz wird insbesondere durch die Autobahnen A 61 und A 1 sichergestellt und ist insgesamt als gut zu bewerten. Für die regionale Anbindung des Gemeindegebietes stellen neben den genannten Autobahnen diverse Landes- und Kreisstraßen die wesentlichen Verkehrsträger dar. Weilerswist verfügt über einen Bahnhof im östlichen Bereich des Kernortes. Von dort aus besteht Anschluss in Richtung Köln, Euskirchen und Kall. Darüber hinaus ist auf den Busbahnhof Weilerswist hinzuweisen, welcher unmittelbar südlich an den Bahnhof angrenzt. Von hier aus verkehren diverse örtliche und regionale Buslinien.

2. Siedlungsstruktur, Bevölkerungsentwicklung und wirtschaftliche Rahmenbedingungen

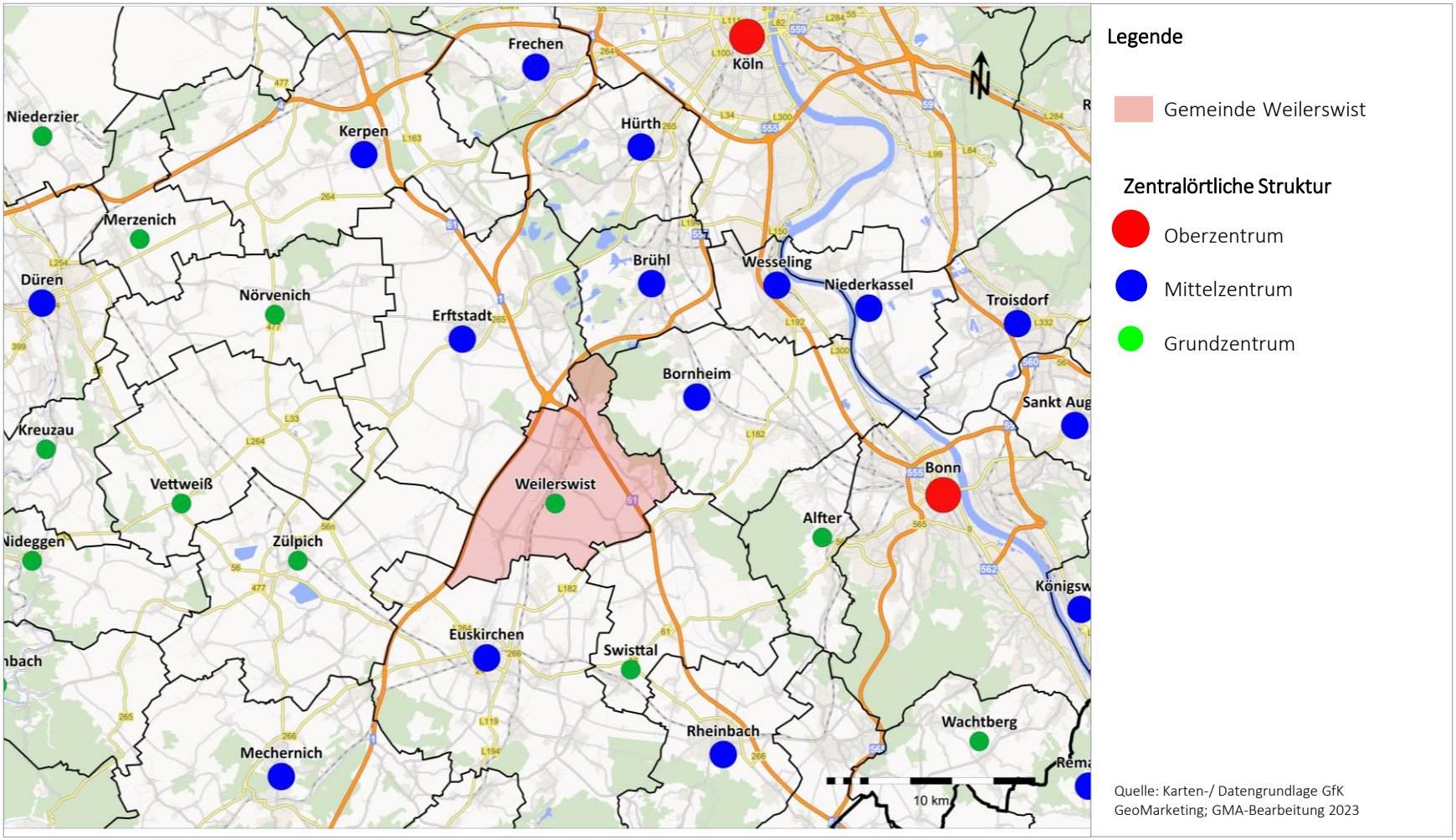
Insgesamt leben in Weilerswist derzeit 18.497 Einwohner. Diese verteilen sich auf den Kernort Weilerswist sowie die umliegenden 13 Ortsteile. Mit einem Einwohneranteil von rd. 48 % (8.940 Einwohner) bildet der Kernort den deutlichen Siedlungsschwerpunkt (vgl. Tabelle 2). Großvernich (2.598 Einwohner), Lommersum (2.000 Einwohner) und Metternich (1.979 Einwohner) stellen die nächstgrößeren Ortsteile der Gemeinde dar. In den sonstigen Ortsteilen sind geringere Bevölkerungswerte festzuhalten.

Tabelle 2: Bevölkerung in Weilerswist, 2021

Ortsteil	Einwohner (31.12.2021)	Anteil
Weilerswist	8.940	48 %
Großvernich	2.598	14 %
Kleinvernich	720	4 %
Horchheim	26	<1 %
Metternich	1.979	11 %
Müggenhausen	347	2 %
Neukirchen	138	1 %
Schwarzmaar	32	<1 %
Hausweiler	477	3 %
Derkum	360	2 %
Ottenheim	743	4 %
Bodenheim	102	1 %
Schneppenheim	35	<1 %
Lommersum	2.000	11 %
Gesamt	**18.497**	**100 %**

Quelle: Gemeinde Weilerswist, Stand: 31.12.2021, nur Hauptwohnsitze.

Karte 1: Lage der Gemeinde Weilerswist und zentralörtliche Struktur in der Region



Quelle: Karten-/ Datengrundlage GfK GeoMarketing; GMA-Bearbeitung 2023

Übersicht 1: Standortprofil der Gemeinde Weilerswist

zentralörtliche Funktion	Grundzentrum
Einwohner (31.12.2021) [1]	18.497
Bisherige Einwohnerentwicklung: Gemeinde Weilerswist[2] Kreis Euskirchen[3] Nordrhein-Westfalen[3]	2012 – 2019 deutlich steigend (+ 12,7 %) steigend (+ 3,7 %) steigend (+ 2,1 %)
Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex 2022:[4] Gemeinde Weilerswist Landkreis Euskirchen Nordrhein-Westfalen	Bundesdurchschnitt = 100 überdurchschnittlich (105,8) leicht unterdurchschnittlich (97,4) leicht unterdurchschnittlich (99,3)
Zentralitätskennziffer 2022:[4] Gemeinde Weilerswist Landkreis Euskirchen	Bundesdurchschnitt = 100 unterdurchschnittlich (62,0) leicht überdurchschnittlich (104,4)
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort (30.06.2021)[5]	4.660
Pendlersaldo (30.06.2020)[5]	- 2.782 (3.550 Einpendler – 6.332 Auspendler)
Arbeitslosenquote (2021)[6] Gemeinde Weilerswist Landkreis Euskirchen Nordrhein-Westfalen	 k. A. 5,9 % 7,3 %

1 Quelle: Gemeinde Weilerswist, Stand: 31.12.2021, nur Hauptwohnsitze.

2 Quelle: Gemeinde Weilerswist, Stand: jew. 31.12., nur Hauptwohnsitze.

3 Quelle: IT: NRW 2023, Fortschreibung des Bevölkerungsstandes auf Basis des Zensus 2011, Stand: jew. 31.12.

4 Quelle: MB-Research 2022.

5 Quelle: Bundesagentur für Arbeit 2021.

6 Quelle: Bundesagentur für Arbeit 2021 bezogen auf zivile Erwerbspersonen.

GMA-Zusammenstellung 2023

Für den Zeitraum zwischen 2012 und 2021 konnte für Weilerswist ein deutliches Bevölkerungswachstum um rd. 12,7 % (ca. 2.089 Personen) nachgewiesen werden.[27] Auch im Landkreis Euskirchen und in Nordrhein-Westfalen ist eine positive Bevölkerungsentwicklung im Vergleichszeitraum festzustellen, obschon die Zuwachsraten hier deutlich niedriger sind (+ 3,7 % im Landkreis Euskirchen bzw. + 2,1 % in Nordrhein-Westfalen).[28]

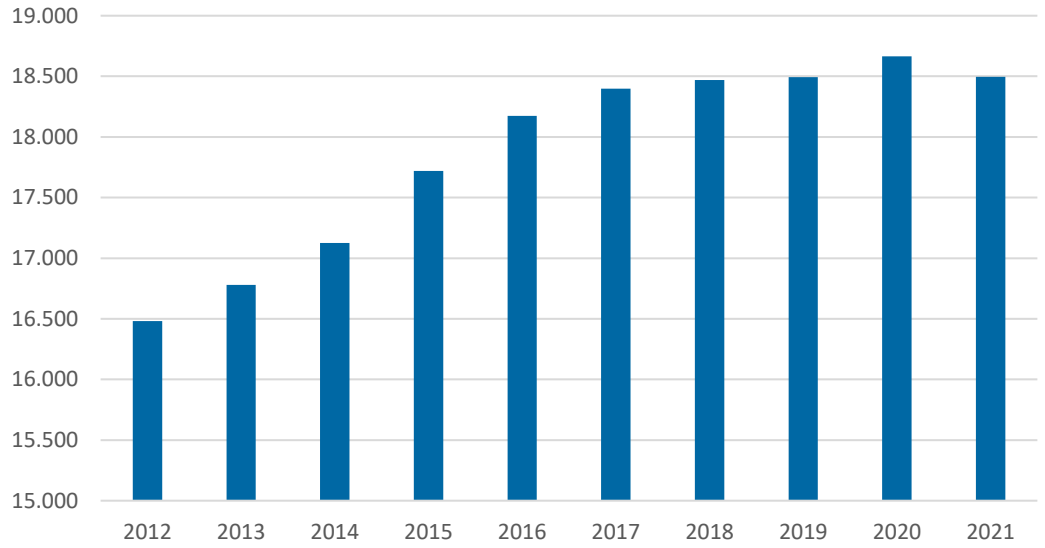
Auch in den kommenden Jahren ist für die Gemeinde Weilerswist und den Landkreis Euskirchen eine positive Bevölkerungsentwicklung anzunehmen. Bis zum Jahr 2030 ist in Weilerswist ein Wachstum der Bevölkerung um rd. 612 Einwohner bzw. ca. 3,5 % gegenüber 2021 zu erwarten, für den Landkreis Euskirchen wird gegenüber 2021 ein Wachstum um rd. 4.870 Einwohner (ca. + 2,5 %) prognostiziert. Gemäß den Festlegungen im Regionalplanentwurf für den Regierungsbezirk Köln (Stand Dezember 2021) sind insbesondere südlich des Neubaugebietes

27 Quelle: Gemeinde Weilerswist, Stand: jeweils 31.12., nur Hauptwohnsitze

28 Quelle: IT.NRW, Stand: jeweils 31.12. Die Angaben der Fortschreibung des Bevölkerungsstandes auf Basis des Zensus weichen leicht von den Meldedaten der Städte und Gemeinden ab und liegen i. d. R. unterhalb der Einwohnermeldedaten.

Weilerswist Süd weitreichende Siedlungserweiterungsflächen in Weilerswist vorgesehen. Demgegenüber geht die Bevölkerungsvorausberechnung von einer stagnierenden Bevölkerungsentwicklung im Bundesland Nordrhein-Westfalen (- 0,2 %) aus. [29]

Abbildung 5: Bevölkerungsentwicklung in Weilerswist, 2012 – 2021



Quelle: Gemeinde Weilerswist, Stand: jeweils 31.12., nur Hauptwohnsitze.

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort betrug Mitte 2021 rd. 4.660 Personen. Weilerswist weist mit rd. 6.332 Auspendlern gegenüber 3.550 Einpendlern einen deutlich negativen Pendlersaldo auf.[30] Mit einer Arbeitslosenquote von 5,9 % liegt der Landkreis Euskirchen unter dem nordrhein-westfälischen Durchschnitt (7,3 %).[31]

29 Quelle: IT.NRW 2022, Gemeindemodellrechnung (Gemeinde Weilerswist) bzw. Bevölkerungsvorausberechnung (Landkreis Euskirchen , NRW) auf Basis des Einwohnerbestandes zum 01.01.2021.

30 Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2021.

31 Quelle: Bundesagentur für Arbeit, bezogen auf zivile Erwerbspersonen, Stand: 2021.

III. Auswertung der Haushaltsbefragung in Weilerswist

Im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes der Gemeinde Weilerswist wurde im Mai und Juni 2022 eine **online-basierte Haushaltsbefragung** durchgeführt. Durch die Befragung ist es möglich, Aussagen über die Einkaufsorientierung, das Verbraucherverhalten und die aktuelle Versorgungsbedeutung des Weilerswister Ortskerns zu erhalten. Sie dient damit der Anreicherung der gutachterlichen Aussagen und der Verbesserung des Informationsgehaltes des Konzeptes. Insgesamt haben 528 Personen an der Haushaltsbefragung teilgenommen, davon die überwiegende Mehrheit aus Weilerswist selbst.

Übersicht 2: Statistische Merkmale der Haushaltsbefragung

Merkmal	Attribut	Anzahl	in %
Geschlecht	weiblich	337	64
	männlich	189	36
	divers	1	< 1
Alter	unter 25 Jahre	6	1
	25 – 39 Jahre	135	26
	40 – 64 Jahre	348	66
	65 Jahre und älter	38	7
Wohnort	Weilerswist (Kernort)	311	60
	nördliche Ortsteile[1]	129	24
	südliche Ortsteile[2]	77	15
	sonstiger Wohnort (außerhalb von Weilerswist)	3	< 1
Haushaltsgröße	1 Person	43	8
	2 Personen	189	36
	3 Personen	117	22
	4 Personen oder mehr	177	34

GMA-Haushaltsbefragung 2022, n= 526-528 (alle Befragte, ohne k.A.)

[1] nördliche Ortsteile: Kleinvernich, Großvernich, Horchheim, Metternich.

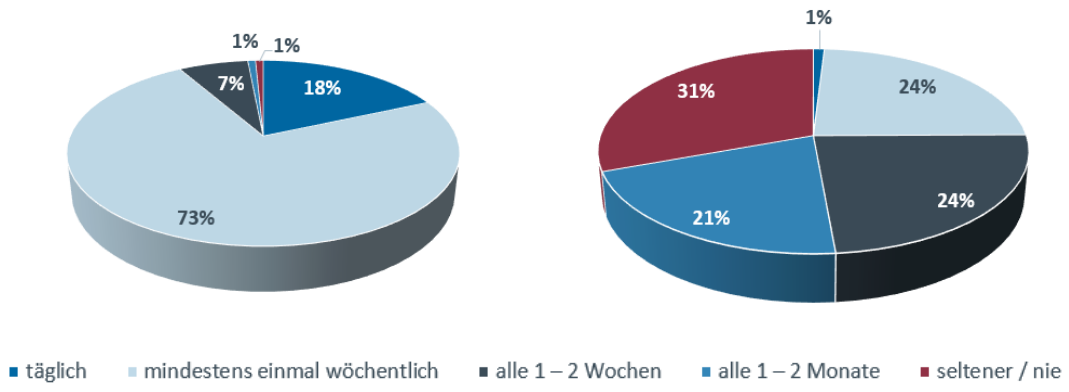
[2] südliche Ortsteile: Lommersum, Hausweiler, Derkum, Ottenheim, Neukirchen, Müggenhausen, Schwarzmaar.

Die Haushaltsbefragung wurde als sogenannte nicht-probabilistische Methode durchgeführt. Nicht-probabilistische Methoden sind selbstrekrutierende Verfahren; alle interessierten Bürger konnten an der Befragung teilnehmen, sodass keine kontrollierte Stichprobe aus der Grundgesamtheit ausgewählt wurde. Untersuchungsgegenstand der Befragung ist der Haushalt, wobei demografische Merkmalsausprägungen zur besseren Einordnung der Ergebnisse nachrichtlich übernommen werden. Diese dienen nicht zur Begrenzung der Stichprobe. Bei der Betrachtung der Altersverteilung der teilgenommenen Personen fällt auf, dass die Altersgruppen der unter 25-Jährigen sowie der über 64-Jährigen unterrepräsentiert sind. Solche Ergebnisse sind jedoch nicht ungewöhnlich. Die Altersverteilung bei nicht-probabilistischen Verfahren variiert stark von der gewählten Befragungsmethode. Eine der Grundgesamtheit entsprechende Altersverteilung der Bürger kann durch das offene Verfahren häufig nicht erreicht werden und ist nicht das Ziel der Befragung. Vielmehr soll jedem Bürger die Möglichkeit eingeräumt werden, an der Befragung teilzunehmen.

1. Einkaufshäufigkeit in Weilerswist und im Umland

Im Rahmen der Haushaltsbefragung wird zunächst die **Einkaufshäufigkeit** in Weilerswist ermittelt. Rund 18 % der Befragten kaufen täglich in Weilerswist ein, und von rd. 73 % wird der dortige Einzelhandel mindestens einmal wöchentlich für einen Einkauf aufgesucht (vgl. Abbildung 6). Mit rd. 91 % zeichnet sich ein sehr hoher Stammkundenanteil[32] ab. Dazu kaufen rd. 7 % der Befragten alle 1 – 2 Wochen in Weilerswist ein, lediglich knapp 2 % kaufen nur alle 1 – 2 Monate, seltener oder nie hier ein.

Abbildung 6: Einkaufshäufigkeit in Weilerswist (links) sowie in auswärtigen Gemeinden / Städten (rechts)



GMA-Haushaltsbefragung 2022, links: n = 527 (alle Befragte, ohne k.A.), rechts: n = 528 (alle Befragte)

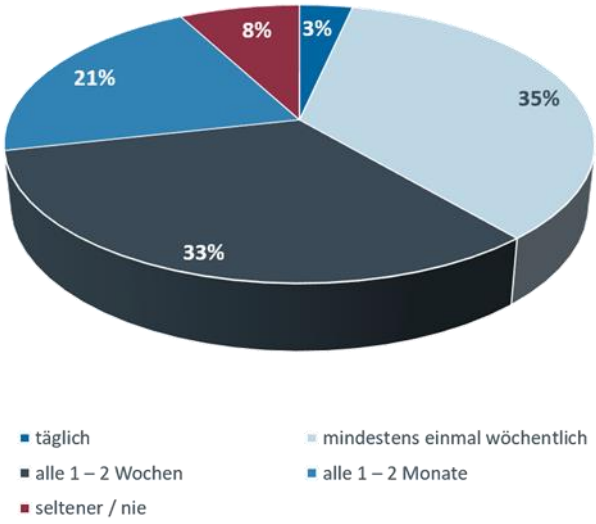
Gleichzeitig geben etwa 69 % der Befragten an, auch regelmäßig (mindestens alle 1 – 2 Wochen) in auswärtigen Städten und Gemeinden einkaufen zu gehen. Hier wird die räumliche Nähe zum Oberzentrum Köln und zum Mittelzentrum Euskirchen ersichtlich (siehe auch Kapitel III., 3).

2. Onlinehandel

Neben der Einkaufshäufigkeit im stationären Handel in Weilerswist wurden die Haushalte auch nach der **Häufigkeit des Onlineeinkaufs** befragt (vgl. Abbildung 7). Hierbei ist festzuhalten, dass hier mehr als zwei Drittel alle 1 -2 Wochen oder häufiger aktiv werden. Gleichzeitig geben etwa ein Fünftel der Befragten an, nur alle 1 – 2 Monate online einzukaufen. Lediglich 8 % greifen seltener oder nie auf den Onlinehandel zurück. Diese Zahlen verdeutlichen die Bedeutung des Onlinehandels als Konkurrenz für den stationären Einzelhandel in Weilerswist.

32 Als Stammkunden werden alle Kunden gezählt, die einmal wöchentlich oder häufiger in Weilerswist einkaufen.

Abbildung 7: Häufigkeit des Onlineeinkaufs



GMA-Haushaltsbefragung 2022, n = 526 (alle Befragte, ohne k.A.).

3. Einkaufsorientierung

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

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

3.1 Kurzfristiger Bedarf

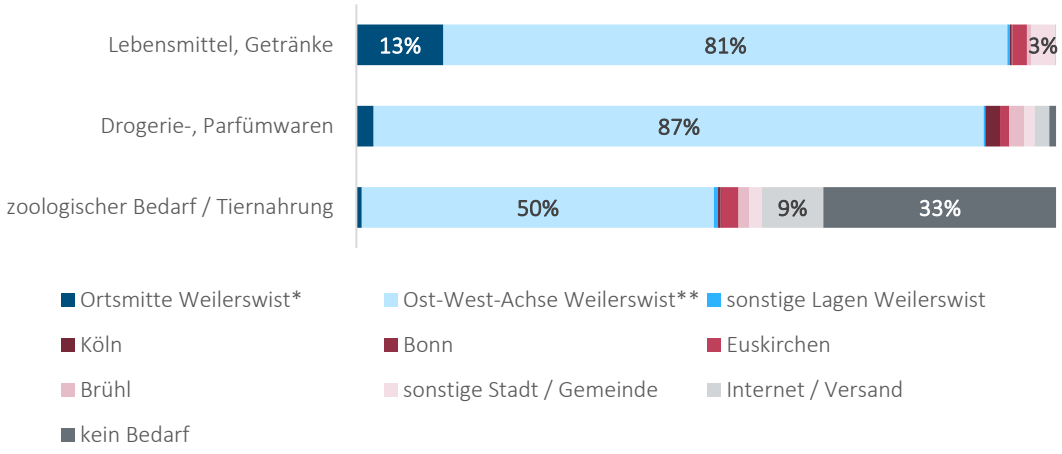
Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** zeigt sich die stärkste Einkaufsorientierung der Befragten auf Weilerswist. Insbesondere geben rd. 94 % der Befragten an, **Lebensmittel und Getränke** im Gemeindegebiet von Weilerwist einzukaufen (vgl. Abbildung 8). Dabei werden vor allem die Lebensmittelanbieter im Standortbereich Bonner Straße / Parkallee (Ost-West-Achse Weilers-

wist, u. a. mit Rewe, Aldi, Lidl, Penny, Netto) bevorzugt aufgesucht. Die hohe Einkaufsorientierung ist hier in erster Linie auf die gute Ausstattung im Nahrungs- und Genussmittelsegment im Kernort von Weilerswist zurückzuführen (vgl. Kapitel IV., 1.5).

Im Bereich **Drogerie- und Parfümeriewaren** zeigt sich mit insgesamt rd. 90 % ebenfalls eine starke Orientierung auf den Weilerswister Einzelhandel. In diesem Sortiment zeigt sich eine eindeutige Orientierung auf den Standortbereich Bonner Straße / Parkallee (ca. 87 % Einkaufsorientierung) und die dort vorhandenen Angebotsstrukturen (v. a. dm und Randsortimente der hier ansässigen Lebensmittelanbieter).

Waren des **zoologischen Bedarfs / Tiernahrung** werden zu rd. 52 % in Weilerswist und hier insbesondere im Bereich Bonner Straße / Parkallee mit dem dort vorhandenen Zoofachmarkt Fressnapf (50 %) gekauft. Dieser vergleichsweise geringe Wert ist darauf zurückzuführen, dass rd. 33 % der Befragten angaben, keinen Bedarf in diesem Bereich zu haben. Demnach wird ein Großteil der Waren dieses Sortiments in Weilerswist erworben. Auch zeigt sich, dass die Einkaufsorientierung auf die Städte im Umland (v. a. Euskirchen, Brühl) bei Waren des zoologischen Bedarfs / Tiernahrung sehr gering ausfällt; dazu werden gewisse Anteile über Internet / Versand bezogen (ca. 9 % Einkaufsorientierung).

Abbildung 8: Einkaufsorientierung im kurzfristigen Bedarfsbereich



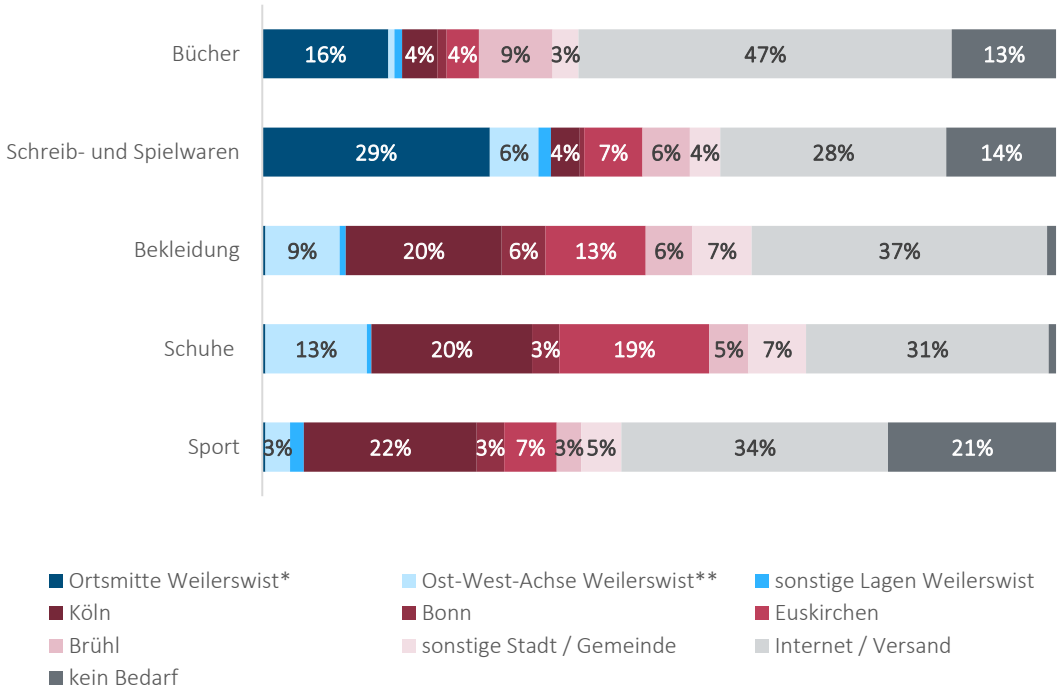
* Ortsmitte Weilerswist: Nord-Süd-Achse Kölner Str. (u.a. mit Edeka, Norma)
** Ost-West-Achse Weilerswist: Bonner Str. / Parkallee (u.a. mit Rewe, Lidl, Aldi, Penny, dm, Fressnapf)
GMA-Haushaltsbefragung 2022, n = 511 – 527 (alle Befragte, ohne k.A.).

3.2 Mittelfristiger Bedarf

Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** ist der Wettbewerb zu den umliegenden Einkaufsstädten sowie zum Onlinehandel deutlich stärker ausgeprägt. Für die Gemeinde Weilerswist sind dabei lagebedingt vielfältige Einkaufsbeziehungen standortprägend, wobei das Oberzentrum Köln und in einigen Sortimenten das Mittelzentrum Euskirchen als wesentliche Konkurrenzstandorte im Vordergrund stehen. Dominierend im mittelfristigen Bedarfsbereich ist allerdings der Onlinekauf. Dieser nimmt in Weilerswist eine besonders starke Bedeutung ein und liegt in den einzelnen Sortimenten meist sogar noch über dem bundesweiten Durchschnitt (vgl. Abbildung 4). Differenziert nach Standortlagen innerhalb Weilerswists sticht je nach Sortiment entweder die Versorgungsfunktion der Ortsmitte Weilerswists (bei Büchern, Schreib- und Spielwaren)

oder die des Standortbereichs Bonner Straße / Parkallee („Ost-West-Achse Weilerswist“ bei Bekleidung, Schuhe) hervor (vgl. Abbildung 9).

Abbildung 9: Einkaufsorientierung im mittelfristigen Bedarfsbereich



* Ortsmitte Weilerswist: Nord-Süd-Achse Kölner Str. (u.a. mit Edeka, Norma)

** Ost-West-Achse Weilerswist: Bonner Str. / Parkallee (u.a. mit Rewe, Lidl, Aldi, dm, Kik, Ernsting‘s family, K+K Schuhcenter)

GMA-Haushaltsbefragung 2022, n = 515 – 524 (jew. alle Befragte, ohne k.A.).

Bücher werden von fast einem Fünftel der Befragten in der Weilerswist selbst eingekauft. Den umliegenden Städten kommen, mit Ausnahme von Brühl (9 %), eher nachrangige Versorgungsbedeutungen zu. Hingegen ist der Onlinehandel hier besonders stark ausgeprägt. Fast die Hälfte der Befragten deckt ihren Bedarf an Büchern über das Internet.

Im Sortimentsbereich **Schreib- und Spielwaren** werden insgesamt rd. 36 % der Waren im Gemeindegebiet von Weilerswist erworben. Hier liegt mit 29 % ein Schwerpunkt auf der Ortsmitte von Weilerswist und dem dort ansässigen Schreibwarengeschäft in der Kölner Straße. Auch bei Schreib- und Spielwaren nehmen Internet und Versand (ca. 28 %) einen höheren Stellenwert im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (vgl. Abbildung 4) ein. Leicht erhöhte Abwanderungstendenzen sind zudem nach Euskirchen (rd. 7 %) und Brühl (6 %) festzustellen.

Besonders im Bereich **Bekleidung** ist eine starke Orientierung auf das Oberzentrum Köln festzustellen, wo etwa ein Fünftel der befragten Teilnehmer Bekleidung bevorzugt einkauft. Insgesamt kaufen nur ca. 11 % der Befragten Bekleidung in Weilerswist ein. Der Onlineeinkauf spielt in diesem Sortiment mit rd. 37 % die wichtigste Rolle.

Etwas höher fällt die Einkaufsorientierung der Befragten auf Weilerswist in der Warengruppe **Schuhe** aus, was v. a. mit dem vorhandenen Angebotsformat in der Parkallee (v. a. mit Schuhfachmarkt K+K Schuhcenter) zusammenhängt. Während ca. 14 % der Befragten Weilerswist

präferieren, suchen 20 % bevorzugt Köln und 19 % Euskirchen auf. Etwa 31 % der Befragten und damit wiederum die Mehrheit bestellen Schuhe im Internet.

Waren des Sortimentsbereichs **Sport** werden von nur etwa 5 % der Befragten in Weilerswist gekauft. Die sehr geringe Einkaufsorientierung auf Weilerswist hängt mit dem Fehlen wesentlicher Anbieter in diesem Segment zusammen. Die Auswärts- bzw. Onlineorientierung der Warengruppe liegt insgesamt bei rd. 74 %, wobei das Internet (ca. 34 %) und das Oberzentrum Köln (ca. 22 %) mit Abstand als bedeutendste Konkurrenten fungieren. Gut ein Fünftel der Befragten hat in diesem Sortiment kein Bedarf.

3.3 Langfristiger Bedarf

Waren des **langfristigen Bedarfs** zeichnen sich dadurch aus, dass sie i. d. R. nur aperiodisch nachgefragt, d. h. in großen Zeitabständen angeschafft werden und eine hohe Lebensdauer aufweisen. Hier zeigt sich bei den teilnehmenden Bürgern eine eher unterdurchschnittliche Einkaufsorientierung auf Weilerswist, auch aufgrund des teilweise nur sehr geringen Angebotes.

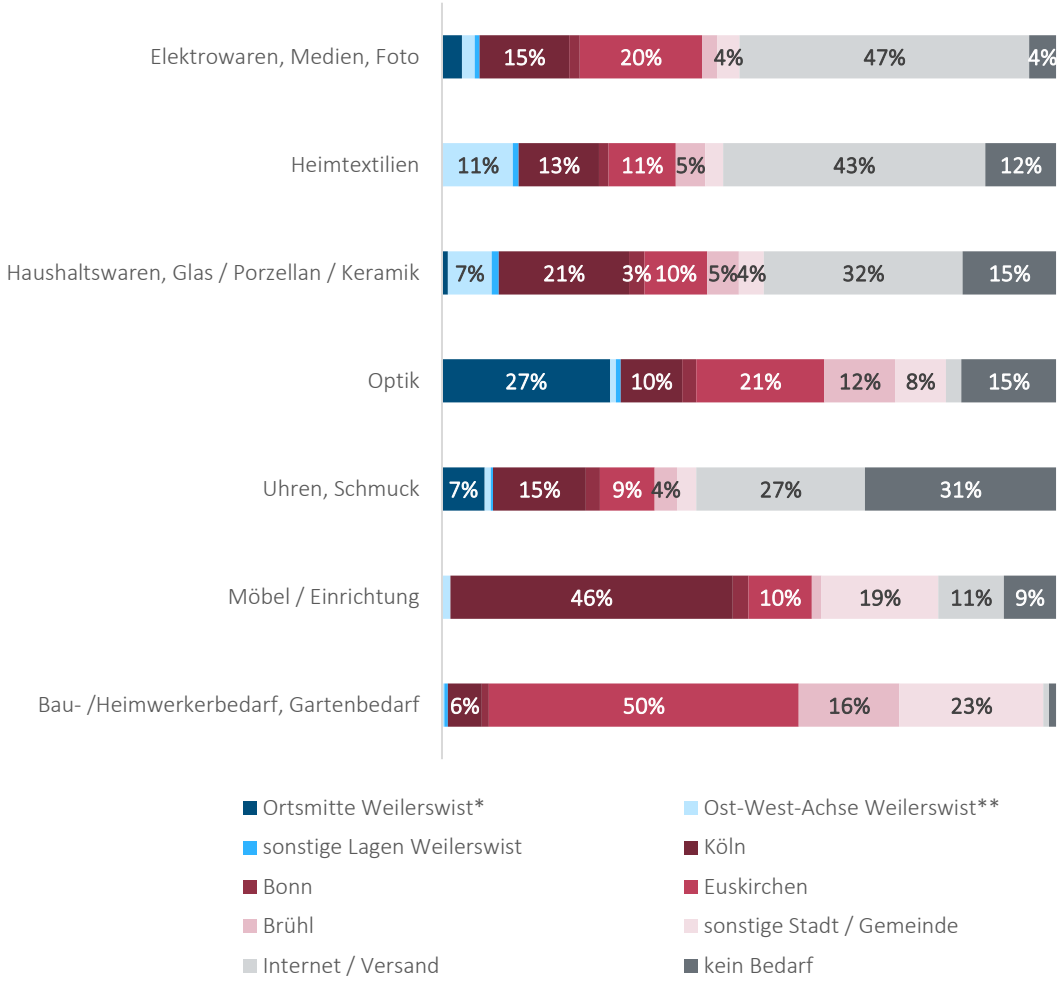
In den Warengruppen des langfristigen Bedarfs ist die höchste Versorgungsbedeutung der Gemeinde Weilerswist als Einkaufsstandort im Bereich **Optik** festzustellen; fast ein Drittel der Befragten nennen die Gemeinde als favorisierte Einkaufsstätte, wobei hier insbesondere die Ortsmitte Weilerswists (27 %) hervorsticht. Unter Berücksichtigung, dass etwa 15 % der Befragten keinen Bedarf für dieses Sortiment haben, liegt hier eine gute Einkaufsorientierung auf Weilerswist vor; obschon auch vermehrt auf das Angebot im Mittelzentrum Euskirchen (ca. 21 %) zugegriffen wird. Die Einkaufsorientierung auf die Oberzentren Köln und das Mittelzentrum Brühl liegen hier bei ca. 10 % bzw. 12 %.

Noch nennenswerte Einkaufsorientierungen auf Weilerswist betreffen die Sparten **Heimtextilien** (ca. 13 % bei rd. 76 % Auswärts- und Onlineorientierung) sowie **Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik** (ca. 9 % bei rd. 75 % Auswärts- und Onlineorientierung).

Im unteren Bereich der Bandbreite liegt die Einkaufspräferenz für den Standort Weilerswist bei **Uhren / Schmuck** (ca. 8 %) sowie **Elektrowaren, Medien, Foto** (ca. 6 %). Neben dem Oberzentrum Köln kommt insbesondere bei der Sortimentsgruppe Elektrowaren, Medien, Foto dem Onlinehandel eine bedeutende Rolle zu, welcher von ca. 47 % genannt wird. Damit liegt die Einkaufsorientierung auf das Internet bei diesem Sortiment nochmals deutlich über dem Bundesdurchschnitt (ca. 31 %; vgl. Abbildung 4).

Nahezu keine Einkaufsorientierung auf Weilerswist wird in den Bereichen **Möbel / Einrichtung** und **Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf** erzielt. Hier geben jeweils lediglich 1 % der Befragten Weilerswist als bevorzugten Einkaufsort für diese Segmente an. Insbesondere die Standorte Köln (ca. 46 % Einkaufsorientierung bei Möbel / Einrichtungen) und Euskirchen (rd. 50 % Einkaufsorientierung bei Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf) treten hier in Konkurrenz mit der Gemeinde Weilerswist. Dies hängt letztlich mit dem kaum vorhandenen Angebot in Weilerswist (u. a. Jysk, Just Home & Garden sowie weitere kleinteilige Spezialgeschäfte) und starken Wettbewerbsstandorten in Köln (v. a. bei Möbel; u. a. mit 2 x IKEA, 2 x Porta) und Euskirchen (v. a. bei Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf; u. a. mit OBI, Hagebaumarkt, Hammer) zusammen.

Abbildung 10: Einkaufsorientierung im langfristigen Bedarfsbereich



* Ortsmitte Weilerswist: Nord-Süd-Achse Kölner Str. (u.a. mit Edeka, Norma)
** Ost-West-Achse Weilerswist: Bonner Str. / Parkallee (u.a. mit Rewe, Lidl, Aldi, Penny, dm, Tedi, JYSK)
GMA-Haushaltsbefragung 2022, n = 505 – 525 (jew. alle Befragte, ohne k.A.).

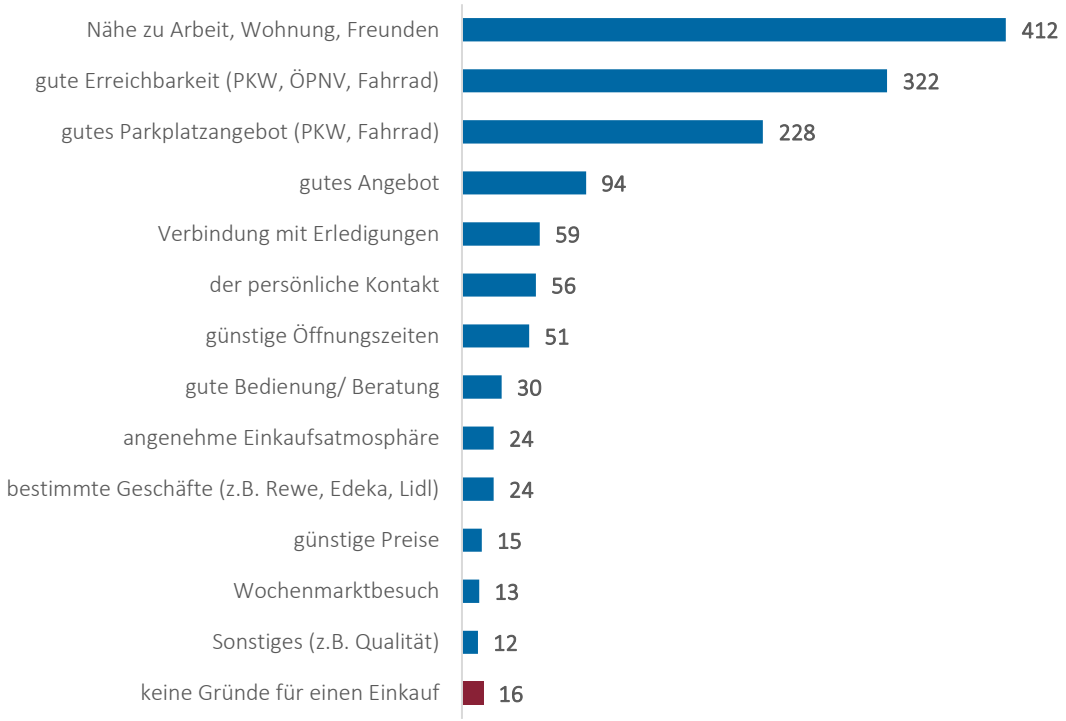
Zusammenfassend ist festzuhalten, dass der Einkaufsstandort Weilerswist insbesondere in **Konkurrenz zu dem nahegelegenen Oberzentrum Köln und dem Mittelzentrum Euskirchen sowie dem Internet- / Versandhandel** steht. Die größten Abwanderungstendenzen sind insbesondere in den langfristigen Bedarfssegmenten Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf (hier v. a. nach Euskirchen) und Möbel / Einrichtung (hier v. a. nach Köln) sowie bei den innenstadtprägenden Warengruppen Bekleidung, Sport und Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik festzustellen. Im Bereich Elektrowaren, Medien, Foto sowie bei Büchern und Heimtextilien bezieht darüber hinaus ein hoher Anteil der Befragten die entsprechenden Waren über das Internet. In den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfsbereiches dokumentieren die Befragungsergebnisse überwiegend eine ausgeprägte Orientierung auf Weilerswist.

4. Gründe für oder gegen einen Einkauf in Weilerswist

Die Einkaufshäufigkeit an einem bestimmten Ort ist abhängig von objektiven Standortrahmenbedingungen in Verbindung mit subjektiv empfundenen **Vor- und Nachteilen des Einkaufsortes**. Diese wurden u. a. bei der Frage nach Gründen für oder gegen einen Einkauf in der Gemeinde Weilerswist ermittelt.

Für einen Einkauf in Weilerswist spricht für die befragten Bürger in erster Linie die Nähe zum eigenen Wohnort, dem Arbeitsort oder Freunden (412 Nennungen). Daneben ist für einige die gute Erreichbarkeit mittels Pkw, ÖPNV oder dem Fahrrad (322 Nennungen) sowie das gute Parkplatzangebot (228 Nennungen) für den Einkauf in Weilerswist ausschlaggebend. Auch das gute Angebot (94 Nennungen), die Verbindung mit Erledigungen (59 Nennungen) und der persönliche Kontakt (56 Nennungen) sprechen aus Sicht der Befragten für einen Einkauf in Weilerswist. Lediglich 16 Personen gaben an, dass keine bestimmten Gründe für einen Einkauf in Weilerswist sprechen (vgl. Abbildung 11).

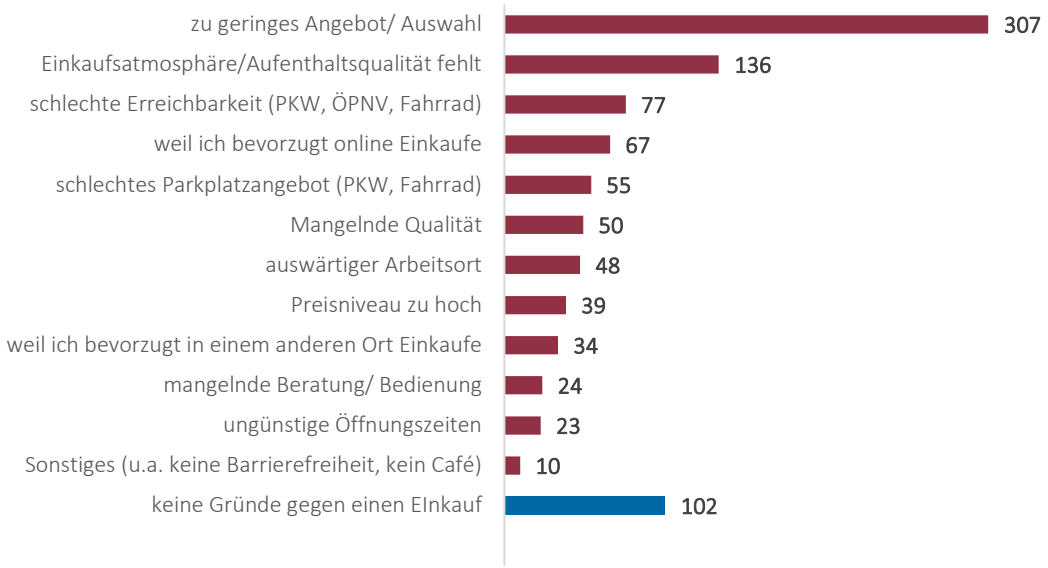
Abbildung 11: Gründe für einen Einkauf in Weilerswist



GMA-Haushaltsbefragung 2022, n= 528 (alle Befragte), Mehrfachnennungen möglich, Anzahl der Nennungen insgesamt = 1.350

Gegen einen Einkauf in Weilerswist spricht – als Pendant zur Frage zuvor – als Hauptgrund für die Befragten das geringe bzw. das fehlende Angebot (307 Nennungen). Neben dem Angebot werden auch die fehlende Einkaufsatmosphäre (136 Nennungen) und die Erreichbarkeit mit dem Pkw, ÖPNV oder Fahrrad (77 Nennungen) kritisiert, das Online-Shopping bevorzugt (67 Nennungen) und das Parkplatzangebot (55 Nennungen) bemängelt. Für 102 Befragte gibt es hingegen keine Gründe, die gegen einen Einkauf in Weilerswist sprechen (vgl. Abbildung 12). Positiv hervorzuheben ist, dass die Anzahl der Nennungen bei der Frage nach den Gründen für einen Einkauf in Weilerswist (1.350 Nennungen), die Anzahl der Nennungen bei der Frage nach Gründen gegen einen Einkauf (964 Nennungen) deutlich übersteigt.

Abbildung 12: Gründe gegen einen Einkauf in Weilerswist



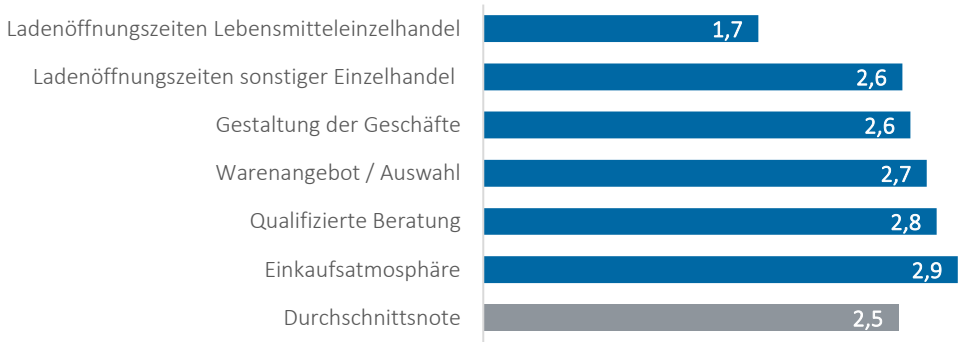
GMA-Haushaltsbefragung 2022, n= 513 (alle Befragte, ohne k.A.), Mehrfachnennungen möglich, Anzahl der Nennungen insgesamt = 964

5. Bewertung des Einzelhandelsstandortes Weilerswist

Im Rahmen der Haushaltbefragung wurde auch eine **Bewertung**[33] der Geschäfts- und Einkaufsmöglichkeiten sowie der Gestaltung der Ortsmitte und des gastronomischen Angebotes von Weilerswist vorgenommen.

Bei der Bewertung der **Geschäfts- und Einkaufsmöglichkeiten** erhält Weilerswist insgesamt eine gute bis befriedigende Benotung seitens der Befragten (vgl. Abbildung 13). Positiv hervorzuheben sind die Ladenöffnungszeiten im Lebensmitteleinzelhandel (Durchschnittsnote 1,7). Leicht unterdurchschnittlich fallen hingegen die Bewertung der Beratungsqualität (2,8) und der Einkaufsatmosphäre (2,9) aus.

Abbildung 13: Bewertung der Geschäfts- und Einkaufsmöglichkeiten in Weilerswist

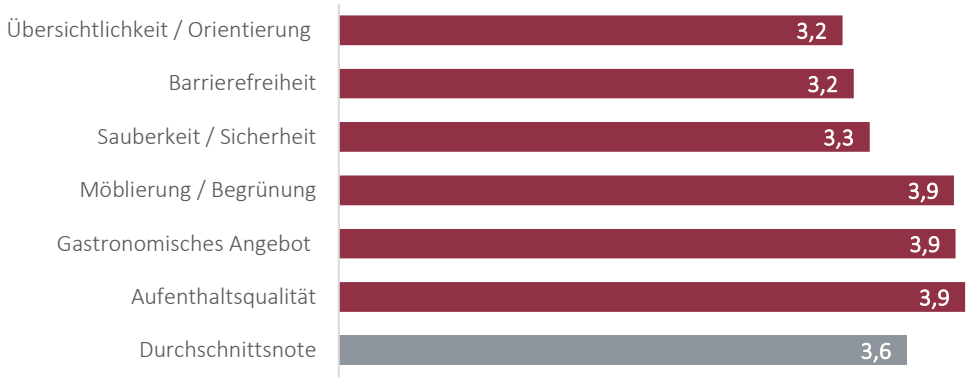


GMA-Haushaltsbefragung 2022, n= 430-521 (jew. alle Befragte, ohne k.A. und ohne weiß nicht / nicht relevant), Bewertung nach Schulnoten von 1 – 5

[33] Schulnoten von 1 – 5.

Hinsichtlich der **Gestaltung der Ortsmitte** und des **gastronomischen Angebotes** werden eher befriedigende bis ausreichende Benotungen erzielt. Befriedigend wahrgenommen werden die Aspekte Übersichtlichkeit / Orientierung (3,2), Barrierefreiheit (3,2) sowie Sauberkeit / Sicherheit (3,3). Als nur ausreichend bewertet werden hingegen das gastronomische Angebot (3,9) im gesamten Gemeindegebiet sowie die Möblierung / Begrünung (3,9) und die Aufenthaltsqualität (3,9) in der Ortsmitte von Weilerswist (vgl. Abbildung 14).

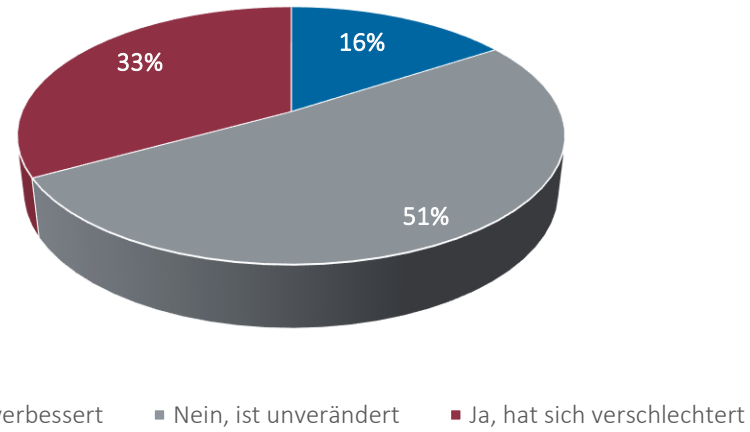
Abbildung 14: Bewertung der Gestaltung der Ortsmitte und des gastronomischen Angebotes von Weilerswist



GMA-Haushaltsbefragung 2022, n= 350-521 (jew. alle Befragte, ohne k.A. und ohne weiß nicht / nicht relevant), Bewertung nach Schulnoten von 1 – 5

In Bezug auf die **Veränderungen der Attraktivität der Ortsmitte von Weilerswist als Einkaufsort** zeigen sich die Teilnehmer der Haushaltsbefragung unentschlossen. Die Hälfte der Befragten ist der Ansicht, dass diese in den letzten acht Jahren unverändert geblieben ist, während ein Drittel eine Verschlechterung wahrnimmt. Lediglich 16 % sind der Ansicht, dass sich die Attraktivität in der Ortsmitte von Weilerswist verbessert habe (vgl. Abbildung 15).

Abbildung 15: Entwicklung der Attraktivität der Ortsmitte von Weilerswist als Einkaufsort in den letzten 8 Jahren

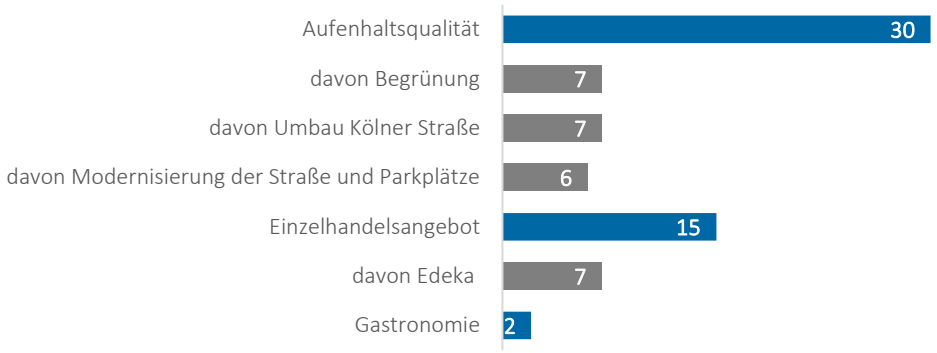


GMA-Haushaltsbefragung 2022, n= 514 (alle Befragte, ohne k.A.)

Die Befragten, die eine Verbesserung der Ortsmitte von Weilerswist wahrnehmen, sehen v. a. eine positive Entwicklung bei der Aufenthaltsqualität der Ortsmitte von Weilerswist. Einige Teilnehmer heben dabei explizit den Umbau der Kölner Straße, die Begrünung in der Ortsmitte

sowie allgemeine Modernisierungsmaßnahmen bei Straßen oder Parkplätzen positiv hervor (vgl. Abbildung 16).

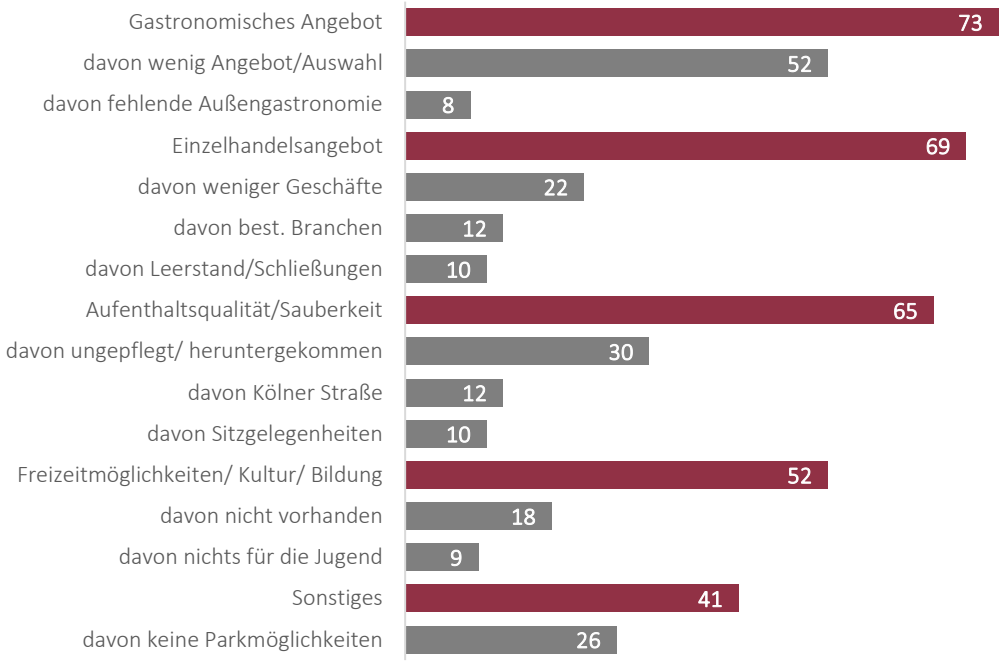
Abbildung 16: Wahrgenommene Verbesserungen in der Ortsmitte von Weilerswist



GMA-Haushaltsbefragung 2022 n= 81 (alle Befragte, die eine Verbesserung wahrnehmen), Mehrfachnennungen möglich, Anzahl der Nennungen = 47

Demgegenüber tragen für diejenigen, die eine Verschlechterung wahrgenommen haben, insbesondere das unzureichende gastronomische Angebot und Einzelhandelsangebot sowie die mangelhafte Aufenthaltsqualität zu einer Verschlechterung der Attraktivität der Ortsmitte bei. Zudem werden fehlende Freizeit-, Kultur-, und Bildungsmöglichkeiten bemängelt (vgl. Abbildung 17).

Abbildung 17: Wahrgenommene Verschlechterungen in der Ortsmitte von Weilerswist

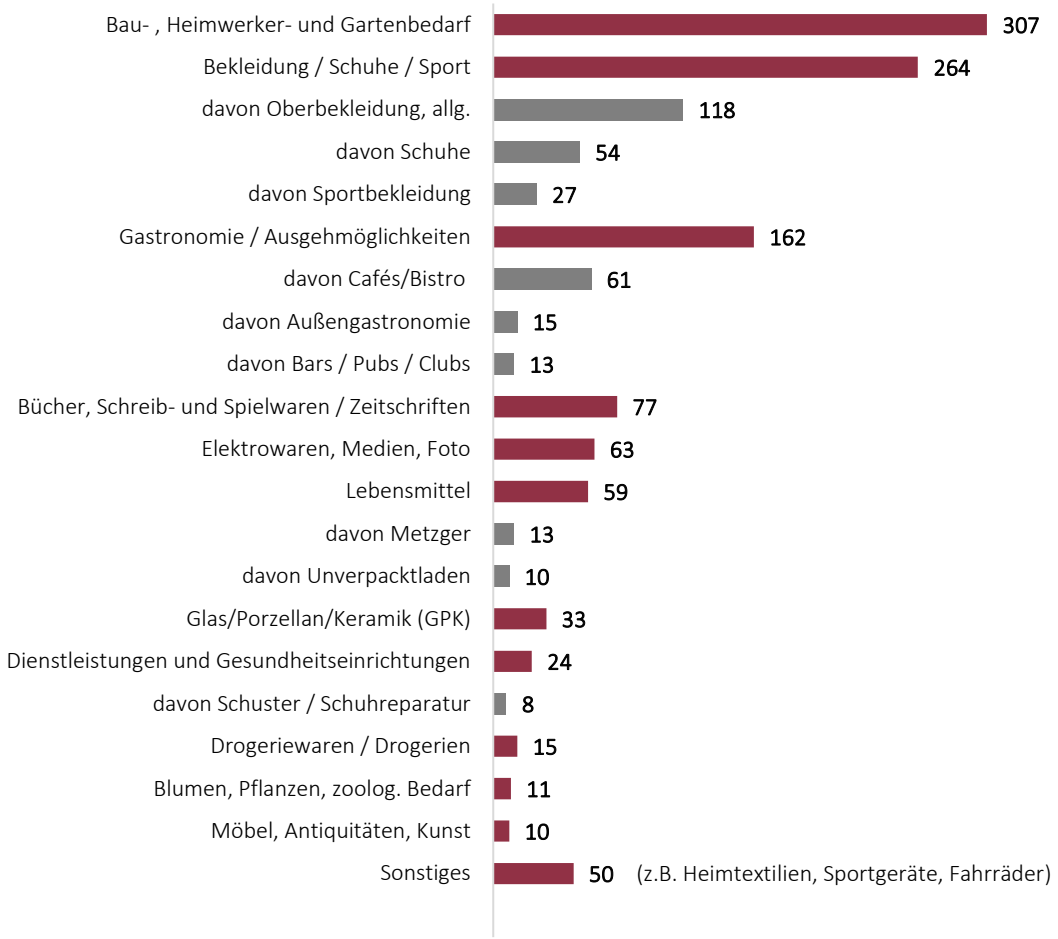


GMA-Haushaltsbefragung 2022 n= 170 (alle Befragte, die eine Verschlechterung wahrnehmen), Mehrfachnennungen möglich, Anzahl der Nennungen = 300

6. Verbesserungsvorschläge

Grundsätzlich sehen die befragten Bürger Verbesserungsbedarf in einigen Bereichen des Einzelhandels in Weilerswist. Hinsichtlich **fehlender Geschäfte und Sortimente** wird vor allem im Bau-, Heimwerker und Gartenbedarf (307 Nennungen) sowie im Bekleidungssegment (264 Nennungen) – hier insbesondere bei Oberbekleidung und Schuhen – Nachholbedarf gesehen. Darüber hinaus wünschen 162 Befragte ein besseres gastronomisches Angebot bzw. mehr Ausgehmöglichkeiten und 77 Befragte weitere Einkaufsmöglichkeiten im Sortiment Bücher, Schreib- und Spielwaren und Zeitschriften; weitere 63 Personen vermissen ein besseres Angebot im Bereich Elektrowaren, Medien, Foto in Weilerswist (vgl. Abbildung 18).

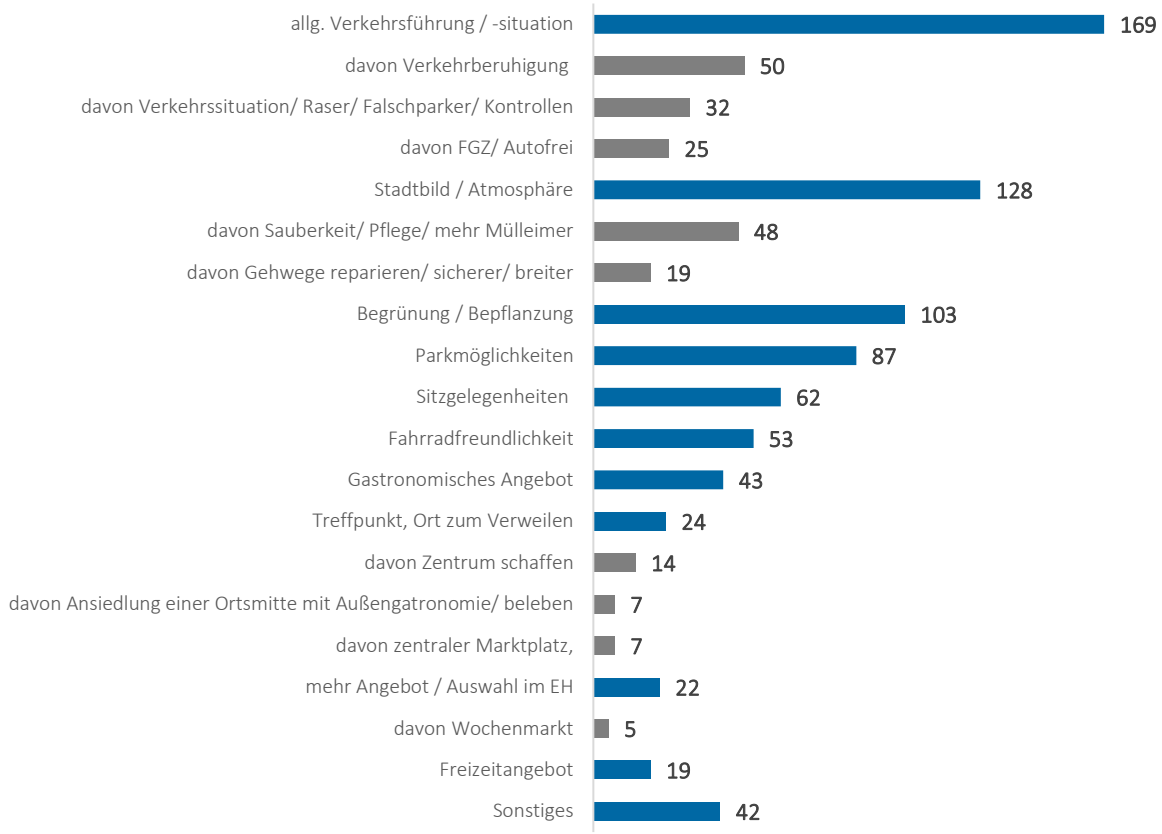
Abbildung 18: Vermisste Sortimente / Geschäfte in Weilerswist



GMA-Haushaltsbefragung 2022, n= 444 (alle Befragte, ohne k.A.), Mehrfachnennungen möglich, Anzahl der Nennungen = 1075

Die **Verbesserungsvorschläge für die Weilerswister Ortsmitte** betreffen in erster Linie städtebauliche Aspekte, wie die Optimierung der Verkehrsführung (z. B. durch Verkehrsberuhigung und mehr autofreien Zonen), die Aufwertung des Stadtbildes (z. B. mehr Sauberkeit und sicherere Gehweg), die Begrünung und Bepflanzung des Ortskerns oder bessere Parkmöglichkeiten sowie auch Sitzgelegenheiten. Dazu wird erneut der Verbesserungsbedarf im Bereich Gastronomie hervorgehoben (vgl. Abbildung 19).

Abbildung 19: Verbesserungsvorschläge für den Weilerswister Ortskern

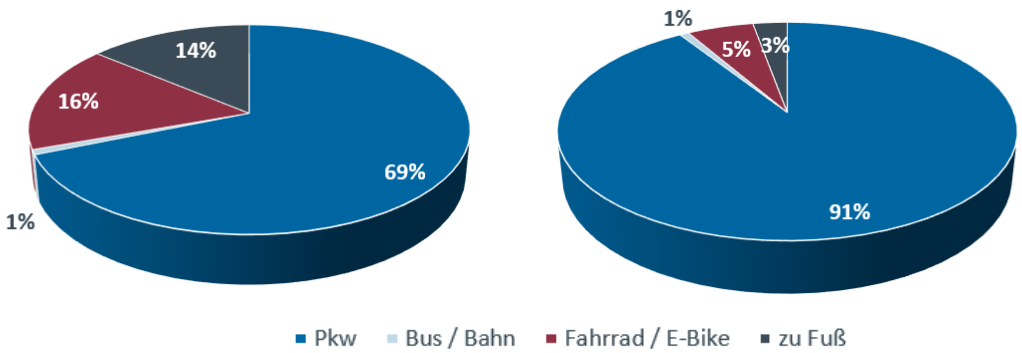


GMA-Haushaltsbefragung 2022, n= 341 (alle Befragte, ohne k.A.), Mehrfachnennungen möglich, Anzahl der Nennungen = 742

7. Verkehrsmittelwahl und Bewertung der Verkehrs- und Parkplatzsituation

Bei der **Verkehrsmittelwahl** sticht die Dominanz des Pkw eindeutig ins Auge; sowohl für den Einkauf in der Ortsmitte als auch für Lebensmitteleinkäufe greift die überwiegende Mehrheit der Befragten (ca. 69 % bzw. 91 %) auf den Pkw zurück (vgl. Abbildung 20).

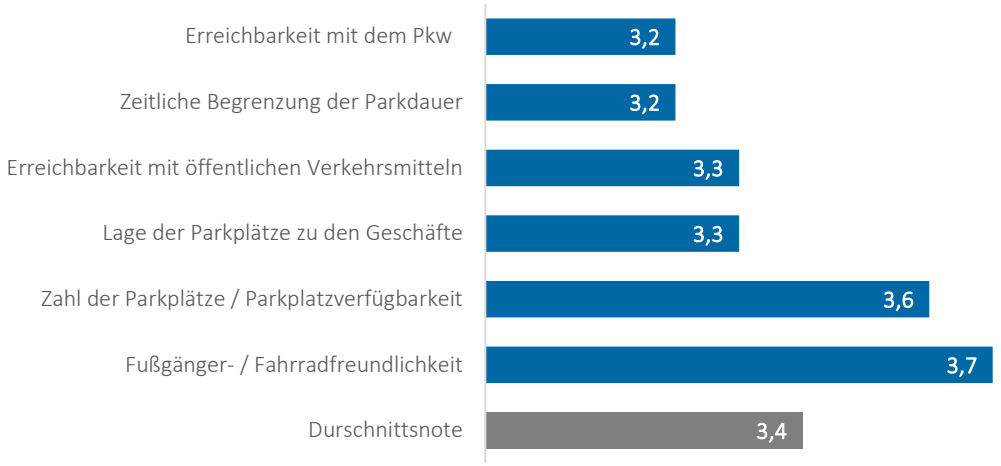
Abbildung 20: Verkehrsmittelwahl für Einkäufe in der Ortsmitte von Weilerswist (links) und Lebensmitteleinkäufe in Weilerswist (rechts)



GMA-Haushaltsbefragung 2022 n= 525-526 (alle Befragte, ohne k.A.)

Hinsichtlich der **Verkehrs- und Parkplatzsituation** in der Ortsmitte von Weilerswist wurde ebenfalls eine Bewertung mittels Schulnoten durchgeführt. Insgesamt lässt sich bei den Befragungen eine eher durchwachsene Benotung feststellen. Die befragten Bürger vergeben dabei eine Durchschnittsnote von 3,4. Vor allem die Fußgänger- und Fahrradfreundlichkeit (Durchschnittsnote: 3,7) sowie die Parkplatzverfügbarkeit (Durchschnittsnote: 3,7) wird vergleichsweise negativ bewertet (vgl. Abbildung 21).

Abbildung 21: Bewertung der Verkehrs- und Parkplatzsituation im Ortskern von Weilerswist



GMA Befragung 2022, n= 518-523 (jew. alle Befragten, ohne k.A.); Bewertung nach Schulnoten von 1 – 5 , hier Durchschnittsnoten

IV. Angebots- und Nachfragesituation

1. Angebotssituation

Zur Erfassung der Angebotssituation in Weilerswist wurde im Mai 2022 eine Vor-Ort-Erhebung des Einzelhandels durch GMA-Mitarbeiter durchgeführt, deren Ergebnisse der nachfolgenden Bestandsanalyse zugrunde liegen.

1.1 Einzelhandelsbestand in der Gemeinde

Zum Zeitpunkt der Erhebungen stellt sich der Einzelhandelsbestand in Weilerswist wie folgt dar (zur Einordnung der Sortimente vgl. Kap. I,5; Tabelle 1):

Tabelle 3: Einzelhandelsbestand nach Branchen

Branche	Anzahl der Betriebe*	Verkaufsfläche** in m²	Umsatz [2] in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	**24**	**9.930**	**50,6**
Gesundheit/Körperpflege	6	750	8,5
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf, Zeitschriften	3	710	2,2
Summe kurzfristiger Bedarf	**33**	**11.390**	**61,3**
Bücher, Schreib- / Spielwaren	1	160	0,9
Bekleidung, Schuhe, Sport	6	1.950	5,4
Summe mittelfristiger Bedarf	**7**	**2.110**	**6,3**
Elektrowaren, Medien, Foto	3	1.060	2,8
Hausrat, Einrichtung, Möbel	9	2.530	4,8
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	2	225	0,7
Optik / Akustik, Uhren / Schmuck	3	120	0,8
Sonstige Sortimente***	4	650	1,4
Summe langfristiger Bedarf	**21**	**4.585**	**10,5**
Nichtlebensmittel	**37**	**8.155**	**27,5**
Summe Einzelhandel	**61**	**18.085**	**78,1**

* Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

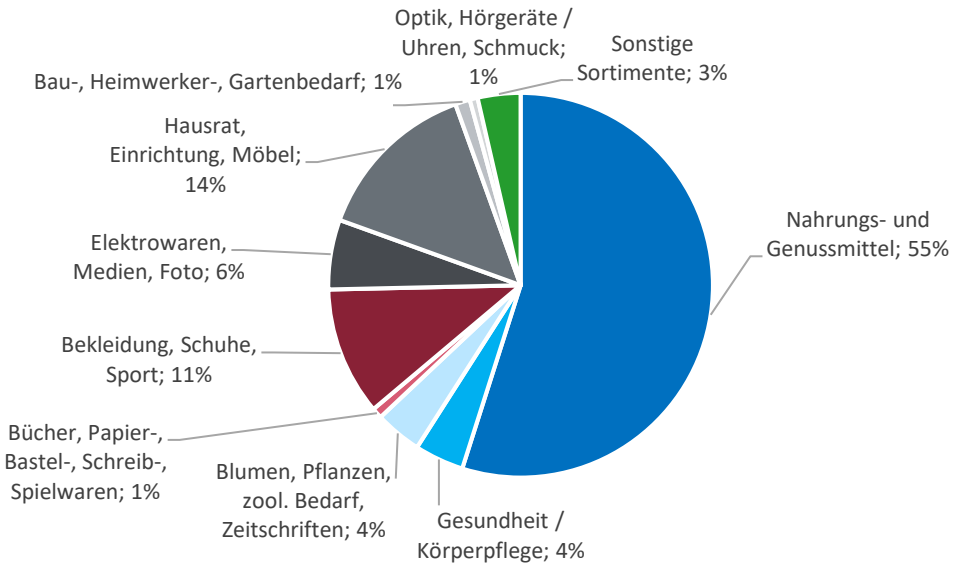
** Bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgeteilt und der jeweiligen Branche zugeordnet.

*** Fahrräder, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Restpostenartikel)

Quelle: GMA-Erhebung 2022 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Demnach liegt der **Angebotsschwerpunkt** in Weilerswist eindeutig auf Angeboten im **Nahrungs- und Genussmittelsegment**. Dieser Sortimentsbereich umfasst fast 40 % der Betriebe sowie 55 % der Gesamtverkaufsfläche und erwirtschaftet fast zwei Drittel des gesamten lokalen Einzelhandelsumsatzes. Mit deutlichem Abstand liegen weitere Schwerpunkte auf den Warengruppen Hausrat, Einrichtung, Möbel und Bekleidung, Schuhe, Sport. Auf diese Warengruppen entfallen rd. 14 % bzw. 11 % der Gesamtverkaufsfläche in Weilerswist. Der verbleibende Anteil der Gesamtverkaufsfläche entfällt auf die restlichen Sortimente, wobei keine weiteren wesentlichen Schwerpunkte hervorzuheben sind (vgl. Abbildung 22).

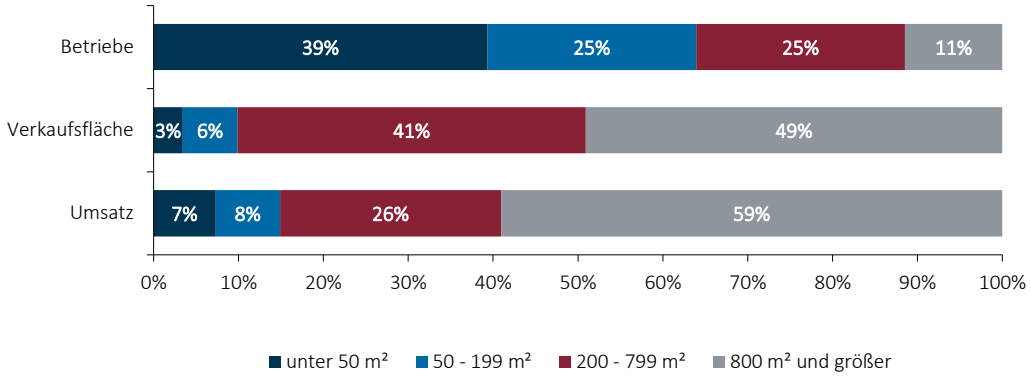
Abbildung 22: Verkaufsflächenanteile nach Branchen



Quelle: GMA-Erhebung 2022 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Die Analyse der **Betriebsgrößenstruktur** macht deutlich, dass der Einzelhandelsbestand in Weilerswist von Betrieben mit einer Verkaufsfläche von unter 200 m² dominiert wird; von den insgesamt in Weilerswist ansässigen 61 Einzelhandelbetrieben fallen fast zwei Drittel aller Geschäfte in diese Größenordnung. Dabei sind ca. 39 % der Betriebe als Kleinbetriebe mit unter 50 m² Verkaufsfläche zu beschreiben, welche einen Verkaufsflächenanteil am Gesamtbestand von nur ca. 3 % repräsentieren. Anbieter zwischen 50 und 199 m² Verkaufsfläche machen ca. 25 % des gesamten Betriebsbestandes aus und nehmen einen Verkaufsflächenanteil von ca. 6 % ein. Betriebe zwischen 200 und 799 m² machen etwa 41 % der Gesamtverkaufsfläche aus. – neben dem Haustechnikgeschäft Jordan, dem Möbelgeschäft Just Home & Garden und dem Fotogeschäft Blotzheim handelt es sich hierbei ausschließlich um Lebensmittelmärkte. Verkaufsflächenseitig stellen Betriebe dieser Größenklasse somit den Schwerpunkt in Weilerswist dar. Umsatzseitig generieren die großflächigen Betriebe mit mehr als 800 m² VK ca. 59 % des gesamten Handelsumsatzes.

Abbildung 23: Betriebsgrößenstruktur



Quelle: GMA-Erhebung 2022 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Die **durchschnittliche Betriebsgröße** liegt mit rd. 296 m² Verkaufsfläche über dem bundesdeutschen Durchschnitt (ca. 240 m² Verkaufsfläche).

Ein Blick auf die **Betriebstypenstrukturen** zeigt für Weilerswist eine vorrangige Stellung der Fachgeschäfte. Mit 34 Betrieben und damit mehr als der Hälfte entfällt der Großteil der vorhandenen Anbieter auf diesen Betriebstyp.

1.2 Einzelhandelsbestand nach Ortsteilen

Differenziert nach Ortsteilen ist der eindeutige Einzelhandelsschwerpunkt im **Kernort von Weilerswist** zu finden (vgl. Tabelle 4). Hier ist ein Großteil der Betriebe und Verkaufsfläche verortet. Dies ist neben der kompakten Einkaufslage entlang der Kölner- und Bonner Straße (zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte Weilerswist) v. a. auf die im Standortbereich Bonner Straße / Parkallee verteilten Lebensmittelmärkte und Fachmarktangebote zurückzuführen.

Die **anderen Ortsteile** weisen nur sehr kleinteilige Einzelhandelsstrukturen auf. Lediglich der Ortsteil Lommersum weist mit dem dort ansässigen großflächigen Haustechnikanbieter Jordan noch nennenswerte Verkaufsflächenanteile (ca. 6 % der Gesamtverkaufsfläche in Weilerswist) auf.

Tabelle 4: Einzelhandelsbestand nach Ortsteilen

Ortsteil	Anzahl der Betriebe*		Verkaufsfläche**	
	abs.	in %	in m²	in %
Weilerswist (Kernort)	54	89	16.940	94
Lommersum	3	5	1.060	6
Metternich	1	2	20	< 1
Klein-Vernich	1	2	20	< 1
Derkum	1	2	20	< 1
Müggenhausen	1	2	25	< 1
Gemeinde Weilerswist (insg.)	**61**	**100**	**18.085**	**100**

Quelle: GMA-Erhebung 2022

* Zuordnung nach Umsatzschwerpunkt

** Bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen von Mehrbranchenunternehmen wurden den jew. Branchen zugeordnet

Insgesamt weist der Kernort Weilerswists damit klar dominierende und prägende Einzelhandelsfunktionen auf und übernimmt somit die Versorgung der gesamten Gemeinde. Die vereinzelten Angebote in den anderen Ortsteilen sind aufgrund ihrer geringen Betriebsanzahl und Verkaufsflächendimensionierung als Nahversorgungsstandorte der umliegenden Siedlungsstrukturen zu bewerten.

1.3 Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Nach **Lagekategorien** differenziert liegen die Verkaufsflächenschwerpunkte auf den siedlungsräumlich nicht integrierten Lagen in Weilerswist[34] (rd. 49 %), was v. a. auf die großflächigen

[34] Die dezentralen Lagen entsprechen dem Gewerbegebiet Bonner Straße sowie den sonstigen dezentralen Lagen im Gemeindegebiet Weilerswists (u. a. Nikolaus-August-Otto-Straße, Rudolf-Diesel-Straße), wobei ein Großteil dem Gewerbegebiet Bonner Straße zuzuordnen ist.

Lebensmittelmärkte (u. a. Rewe, Lidl, Aldi) sowie die weiteren Fachmärkte in diesen Bereichen (u. a. JYSK) zurückzuführen ist. Etwa 20 % der Gesamtverkaufsfläche entfällt auf den zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte Weilerswist[35], in den siedlungsräumlich integrierten Lagen (u.a. mit dem Fachmarktzentrum Weilerswist an der Parkallee[36] ist ein Verkaufsflächenanteil von ca. 30 % zu lokalisieren.

Bei Betrachtung der Betriebsanzahl zeigt sich eine etwas andere Verteilung, wobei der Schwerpunkt mit ca. 46 % auf den siedlungsräumlich integrierten Lagen liegt. Rd. 30 % der Betriebe sind der Ortsmitte zuzuordnen. Auf die siedlungsräumlich nicht integrierten Lagen entfallen rd. ca. 25 % der Betriebe.

Hinsichtlich der Umsätze ist zu konstatieren, dass der Umsatzschwerpunkt in den siedlungsräumlich nicht integrierten Lagen (rd. 54 %) zu finden ist. Auch dies ist vor allem auf die leistungsfähigen Lebensmittelmärkte und Nonfood-Fachmärkte im Gewerbegebiet Bonner Straße und im Fachmarktzentrum Parkallee zurückzuführen. In der Ortsmitte von Weilerswist werden rd. 22 % der Umsätze erwirtschaftet, die Betriebe in siedlungsräumlich integrierten Lagen erwirtschaften knapp ein Viertel des einzelhandelsrelevanten Umsatzes in Weilerswist.

Tabelle 5: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Standortbereich	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
	Anzahl	in %	in m²	in %	in Mio. €	in %
ZVB Ortsmitte Weilerswist	18	30	3.670	20	17,2	22
Siedlungsräumlich integrierte Lagen	28	46	5.480	30	18,8	24
Siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen	15	25	8.935	49	42,1	54
Summe	**61**	**100**	**18.085**	**100**	**78,1**	**100**

GMA-Berechnungen 2023 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Sortimentsspezifisch zeigen sich bei der Verkaufsflächenaufteilung nach Lagekategorien jedoch noch gewisse Unterschiede (vgl. Abbildung 24):

- In einigen Sortimenten befindet sich der Verkaufsflächenschwerpunkt in den siedlungsräumlich nicht integrierten Lagen. Insbesondere bei den Branchen Hausrat, Einrichtung, Möbel, Nahrungs- und Genussmittel und Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf, Zeitschriften ist ein Großteil der Verkaufsfläche in diesen Standortlagen und hier v. a. im Gewerbegebiet Bonner Straße verortet.
- Positiv ist hervorzuheben, dass in den beiden typisch innenstadtrelevanten Sortimenten Bücher, Papier-, Bastel-, Schreib- und Spielwaren sowie Optik, Hörgeräte / Uhren, Schmuck die Ortsmitte mit 100 % bzw. 79 % den eindeutigen Verkaufsflächenschwerpunkt darstellt. Einschränkend ist in diesem Zusammenhang jedoch auf die vergleichs-

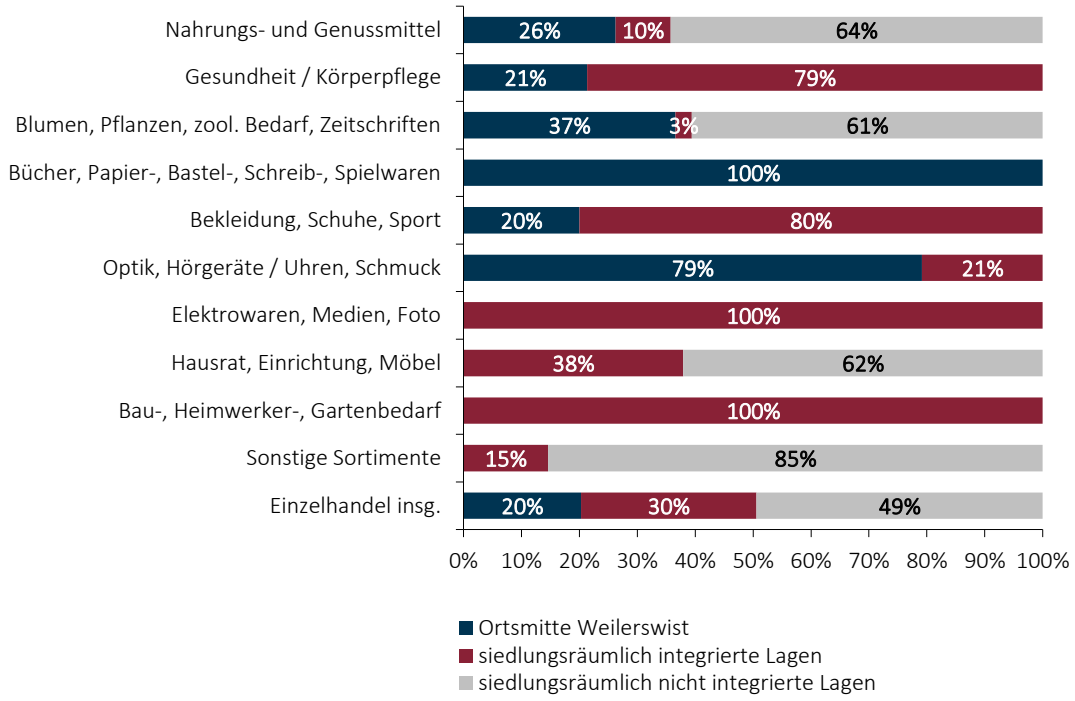
35 Entspricht der Neuabgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Ortsmitte Weilerswist (vgl. Kapitel V, 3.3).

36 Bei den siedlungsräumlich integrierten Lagen handelt es sich um alle Lagen außerhalb der Ortsmitte und der siedlungsräumlich nicht integrierten Lagen (vgl. Kapitel V., 3.3.1). Mitunter zählt hierzu das Fachmarktzentrum Weilerswist an der Parkallee (u.a. mit Penny, dm, Kik, Takko und Tedi). Hier besteht eine direkte fußläufige Anbindung an die südwestlich angrenzenden Wohnquartiere des Neubaugebietes Weilerswist Süd.

weise geringe Gesamtverkaufsfläche in diesen Sortimenten hinzuweisen. Darüber hinaus erreicht die Ortsmitte Weilerswists noch in den Sortimenten Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf, Zeitschriften, Nahrungs- und Genussmittel (u. a. mit Edeka und Norma) und Bekleidung, Schuhe, Sport nennenswerte Verkaufsflächenanteile.

- Die Sortimente Elektrowaren, Medien, Foto und Bau- Heimwerker-, Gartenbedarf werden ausschließlich in siedlungsräumlich integrierten Lagen angeboten. Darüber hinaus stellt diese Lagekategorie noch in den Hauptwarengruppen Gesundheit / Körperpflege und Bekleidung, Schuhe, Sport den Verkaufsflächenschwerpunkt dar, was in erster Linie mit dem vielseitigen Fachmarktangebot am Standort Parkallee (u.a. dm, Takko, K+K, ernsting's family) zusammenhängt.

Abbildung 24: Verkaufsflächenanteile* nach Standortlagen** und Branchen



Quelle: GMA-Berechnungen 2023 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

* Verkaufsflächen von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgeteilt und der jeweiligen Branche zugeordnet.

** Die Standortlage „Ortsmitte Weilerswist" bezieht sich auf die im Zuge dieses Einzelhandelskonzeptes abgeleitete Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches (vgl. Kapitel V., 3.3).

1.4 Nahversorgungssituation

Zur **Bewertung der räumlichen Versorgungssituation** und zur Ableitung von Entwicklungspotenzialen für die Gemeinde Weilerswist werden um die wesentlichen Lebensmittelmärkte (größer 400 m² Verkaufsfläche) **700 m-Radien** gelegt, die den Bereich der fußläufigen Erreichbarkeit markieren. Da es sich bei der Darstellung nach 700 m- Nahversorgungsradien lediglich um eine sehr theoretische Betrachtung der Versorgungssituation handeln würde, bei der u. a. topografische sowie örtliche städtebauliche Gegebenheiten (z. B. mehrspurige Straßen oder

Bahntrassen als Zäsur) unberücksichtigt bleiben, wird auch die **tatsächliche fußläufige 10 Minuten-Netzabdeckung** (10 Minuten-Isochrone) dargestellt (vgl. Karte 2), sodass die örtlichen siedlungsstrukturellen Gegebenheiten Berücksichtigung finden.[37]

Räumlich betrachtet, konzentrieren sich die Lebensmittelbetriebe aktuell ausschließlich auf den Kernort Weilerswist. Dabei sind mit den beiden Lebensmittelmärkten Edeka und Norma in der Ortsmitte sowie den Anbietern Rewe, Netto, Lidl, Aldi und Penny entlang der Bonner Straße bzw. am Fachmarktstandort Parkallee östlich der Bahntrasse zwei räumliche Schwerpunkte auszumachen. Dennoch sorgen die ansässigen Lebensmittelmärkte für eine **weitestgehend flächendeckende Nahversorgung im Kernort von Weilerswist**. Lediglich im Norden (u. a. nördliche Kölner Straße, Eispfad, Theodor-Heuss-Straße, Auf d. Hochfahrt) und Süden des Kernortes (u. a. südliche Trierer Straße, Kolpingstraße, südliche Tulpenstraße, Veilchenstraße) existieren kleinere räumliche Versorgungslücken. In den weiteren Ortsteilen Weilerswists (u. a. Groß-Vernich, Klein-Vernich, Lommersum, Hausweiler, Derkum und Ottenheim im Süden sowie Metternich und Müggenhausen im Osten) existieren neben Hofläden sowie kleinteiligen Betrieben des Lebensmittelhandwerkes keine weiteren wesentlichen Lebensmittelanbieter, sodass die Ortsteile größtenteils über den Kernort Weilerswist mitversorgt werden müssen. Durch die geplante Ansiedlung des Netto-Marktes am Standort Euskirchener Straße zwischen den Ortsteilen Hausweiler und Derkum kann **diese räumliche Versorgungslücke geschlossen und die Versorgungssituation in den südlichen Ortsteilen Weilerswists perspektivisch deutlich verbessert** werden (vgl. Karte 3).

Bezogen auf die gesamte Gemeinde beträgt die Verkaufsflächenausstattung mit Lebensmittelmärkten in Weilerswist[38] knapp 500 m² je 1.000 Einwohner. Diese liegt über dem Bundesdurchschnitt von 432 m² je 1.000 Einwohner.[39] Damit ist die **quantitative Ausstattung** im Lebensmittelbereich in Weilerswist als überdurchschnittlich zu bewerten.

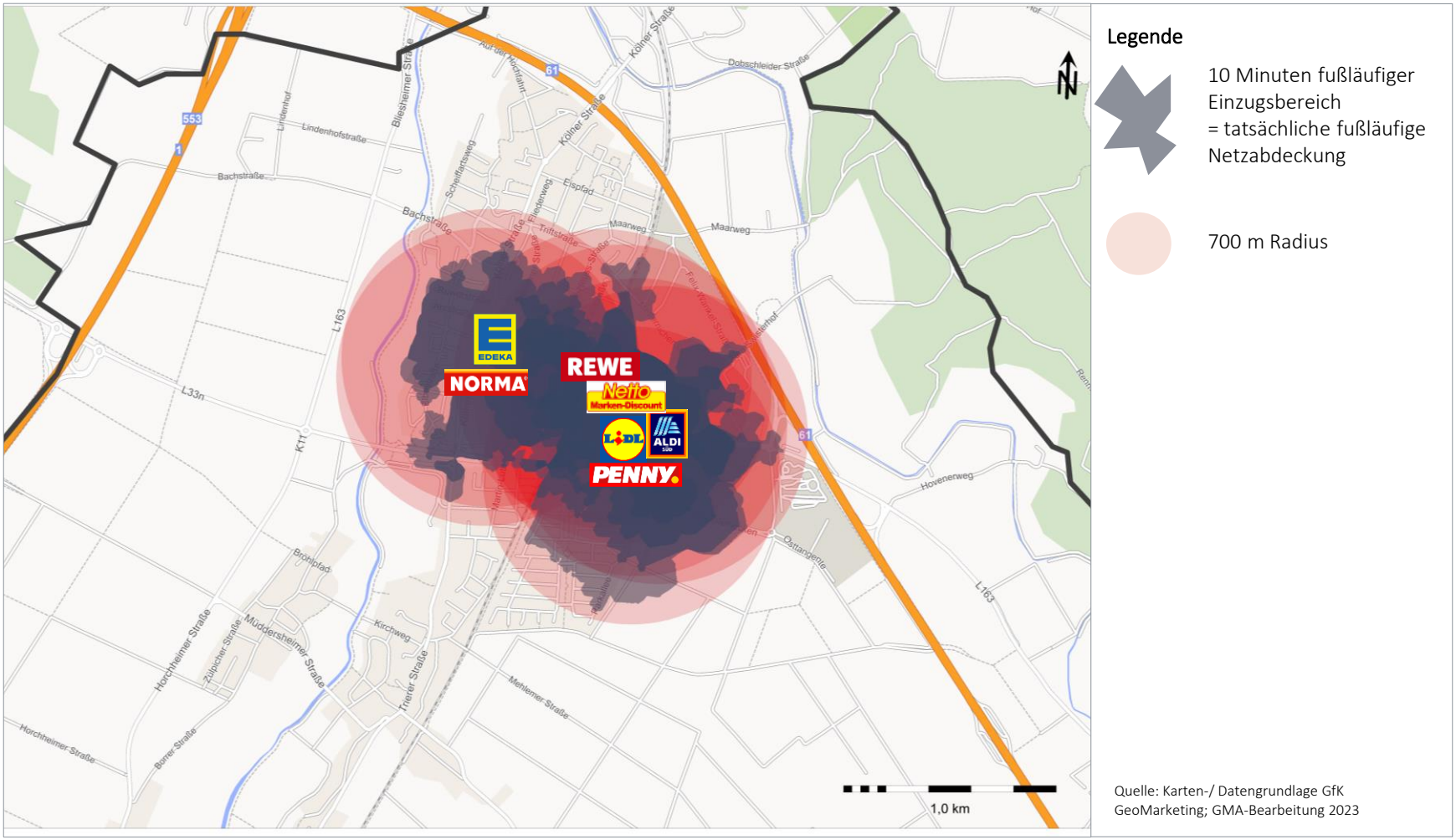
Hinsichtlich der **qualitativen Bewertung** der Nahversorgung ist zunächst festzuhalten, dass in Weilerswist mit zwei Vollsortimentern (Supermärkte Edeka, Rewe) und vier Discountern (Norma, Lidl, Aldi, Netto) und sechs unterschiedlichen Betreibern ein ausgewogener Mix verschiedener Betriebstypen und Anbieter ansässig ist. Ergänzt wird das Angebot an Lebensmitteln durch einen Getränkemarkt (trinkgut), Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgerei) sowie kleinere Spezialisten (Hofläden, Obst- und Gemüseläden). Der Großteil der Supermärkte und Discounter verfügt über zeitgemäße Marktauftritte. Modernisierungs- bzw. Erweiterungsbedarf besteht vor allem für den Anbieter Norma (Deutscher Platz), dessen Verkaufsflächendimensionierung bzw. Erscheinungsbild nicht mehr zeitgemäß ist.

37 Die 10 Minuten-fußläufigen Entfernungen werden mithilfe einer Geomarketing-Software auf Basis der vorhandenen Straßenzüge berechnet. Dabei werden städtebauliche Gegebenheiten mit einbezogen (z. B. Autobahnen oder Bahntrassen als Zäsur), berücksichtigt werden jedoch größtenteils keine Abkürzungen oder „Schleichwege“ bspw. über Parkflächen oder Grünanlagen).

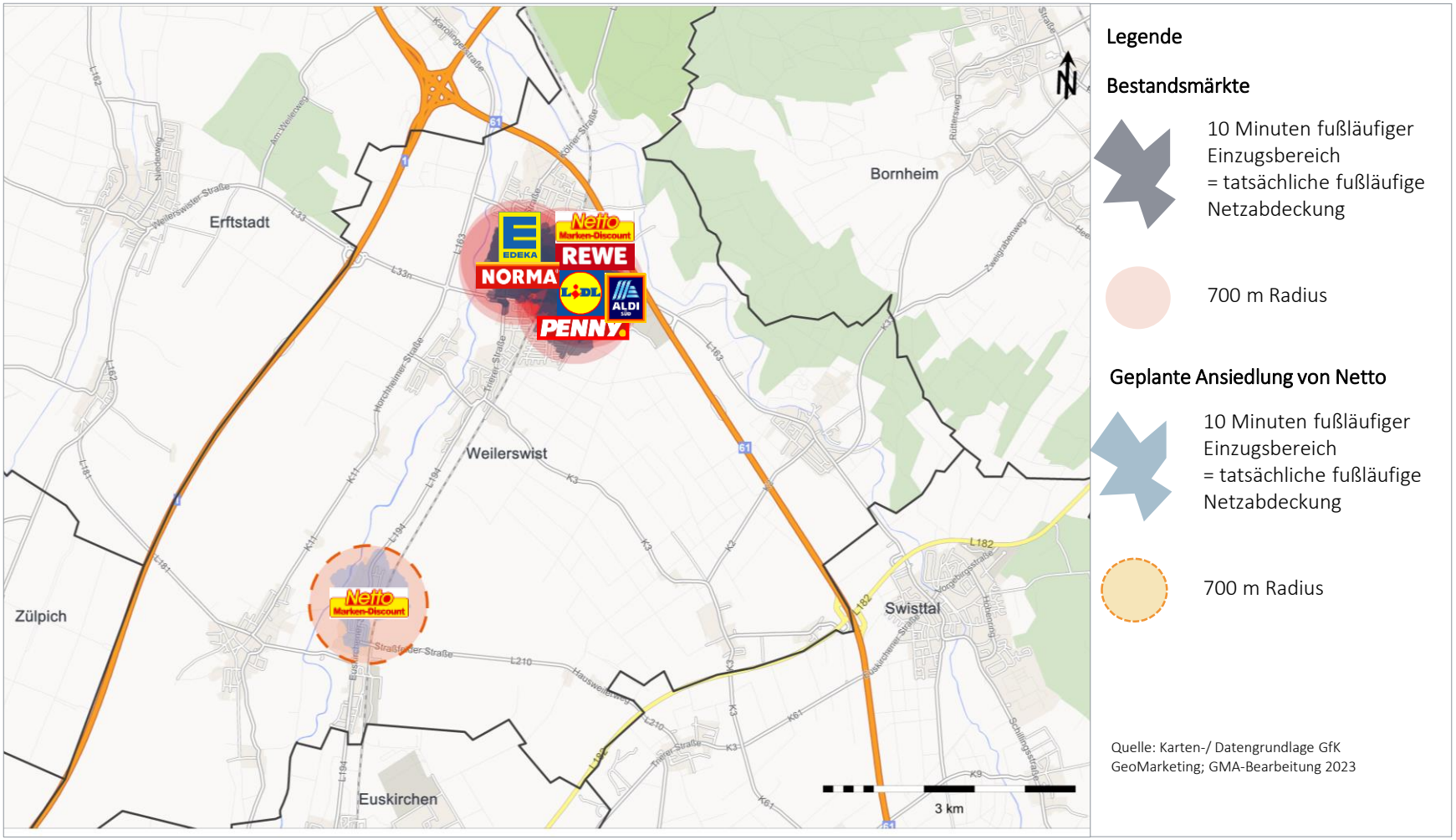
38 Bei der Berechnung der Verkaufsflächenausstattung in Weilerswist wurden alle Lebensmittelbetriebe ab 400 m² Verkaufsfläche (inkl. trinkgut Getränkemarkt) mitberücksichtigt.

39 Quelle: EHI handelsdaten 2022, bezogen auf Lebensmittelmärkte ab 400 m2 Verkaufsfläche (Datenstand: 2021).

Karte 2: Nahversorgungssituation im Kernort Weilerswist (Ist-Zustand)



Karte 3: Nahversorgungssituation in der Gemeinde Weilerswist – mit geplanter Ansiedlung von Netto in Hausweiler-Derkum



2. Nachfragesituation in Weilerswist

Nachfolgend werden die nachfragebestimmenden Rahmenbedingungen des Einzelhandelsstandortes Weilerswist aufgezeigt, bevor das aktuell zur Verfügung stehende Kaufkraftvolumen und seine perspektivische Entwicklung dargelegt werden.

In Weilerswist leben derzeit rd. **18.497 Einwohner**[40]; davon entfallen rd. 8.940 Einwohner (ca. 48 %) auf den Kernort Weilerswist sowie rd. 9.557 Einwohner (ca. 52 %) auf die anderen Ortsteile. In den letzten Jahren wies die Gemeinde eine deutliche Bevölkerungszunahme auf. Auch für das Jahr 2030 ist von einer positiven Einwohnerentwicklung in Weilerswist auszugehen (vgl. Kapitel II., 2).

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-eigenen Berechnungen liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland derzeit bei ca. 6.760 € /Jahr[41].

Davon entfallen auf

- Nahrungs- und Genussmittel ca. 2.826 €/Jahr
- Nichtlebensmittel ca. 3.934 €/Jahr

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft der lokale Kaufkraftkoeffizient zu berücksichtigen. Für die Gemeinde Weilerswist liegt dieser mit 105,8 über dem Bundesdurchschnitt (= 100).[42]

Bei Zugrundelegung der aktuellen Einwohnerwerte und der lokalen Kaufkraftkoeffizienten errechnet sich für Weilerswist ein jährliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen in Höhe von **132,3 Mio. €.**

Nach Branchen und Bedarfsbereichen differenziert verteilt sich das Kaufkraftvolumen für die Gemeinde Weilerswist wie in nachfolgender Tabelle dargestellt[43]:

40 Quelle: Gemeinde Weilerswist, Stand: 31.12.2021, nur Hauptwohnsitze

41 Ohne Anteil verschreibungspflichtiger Sortimente bei Apotheken. Die Pro-Kopf-Ausgaben ermitteln sich aus den Einzelhandelsumsätzen der jeweiligen Branchen und beziehen sich auf das Jahr 2022.

42 Quelle: MB Research (2022): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2022 in Deutschland. Werte über 100,0 deuten auf ein im Vergleich zum Bundesdurchschnitt höheres Kaufkraftniveau, Werte unter 100,0 auf ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Niveau hin.

43 Die nachfolgende Tabelle 6 ist lediglich deskriptiv gedacht. Hieraus werden keine Flächenpotenziale für den Einzelhandelsplatz Weilerswist abgeleitet.

Tabelle 6: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Weilerswist

Branchen	Kaufkraft in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	**55,3**
Gesundheit / Körperpflege	9,1
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf, Zeitschriften	4,0
Summe kurzfristiger Bedarf	**68,4**
Bücher, Schreib- / Spielwaren	4,7
Bekleidung, Schuhe, Sport	13,5
Summe mittelfristiger Bedarf	**18,2**
Elektrowaren, Medien, Foto	11,5
Hausrat, Einrichtung, Möbel	12,6
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	10,7
Optik / Akustik, Uhren / Schmuck	3,2
Sonstige Sortimente[1]	7,7
Summe langfristiger Bedarf	**45,7**
Nichtlebensmittel	**77,0**
Summe Einzelhandel	**132,3**

GMA-Erhebung und -Berechnung 2022 /2023 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

[1] sonstige Sortimente: z. B. Fahrräder, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Restpostenartikel)

Vor dem Hintergrund der prognostizierten positiven Einwohnerentwicklung bis 2030 ist ein leichter Anstieg des Kaufkraftpotenzials zu erwarten. Somit ist die Entwicklung der Kaufkraft in den kommenden Jahren grundsätzlich als konstant zu bewerten.

3. Zusammenfassende Bewertung und Empfehlungen

3.1 Kennziffern zum Einzelhandel

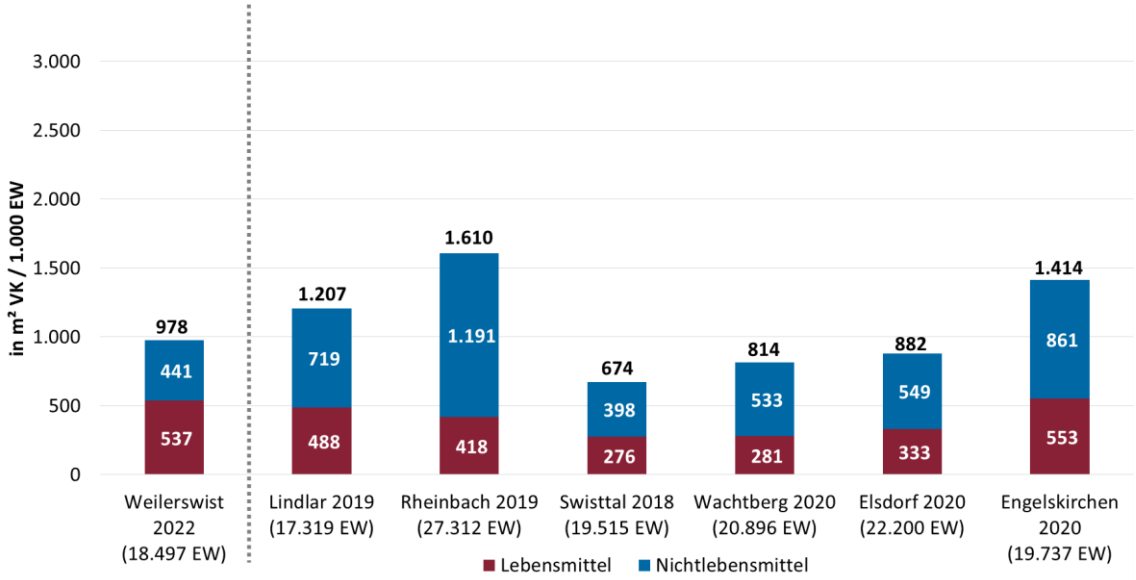
Die vergleichende Betrachtung ausgewählter Einzelhandelskennziffern liefert Anhaltspunkte zur Bewertung der Ausstattung eines Einzelhandelsstandortes und ergänzt die absoluten Angaben zum Einzelhandelsbestand in Weilerswist. Dabei handelt es sich um eine rechnerische Beurteilung des Bestandes, die erste Rückschlüsse auf die Leistungsfähigkeit, besondere Stärken bzw. Schwächen sowie Entwicklungspotenziale zulässt. Diese quantitative Analyse wird später durch eine qualitative Bewertung – differenziert nach Branchen – ergänzt und mögliche Entwicklungsperspektiven abgeleitet.

3.1.1 Verkaufsflächenausstattung

Im **Vergleich mit anderen Gemeinden und Städten** ähnlicher Größenordnung zeigt sich Weilerswist bezüglich der Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner im Lebensmittelbereich als gut aufgestellt (vgl. Abbildung 25). Hier verfügt die Gemeinde Weilerswist über den zweithöchsten

Ausstattungswert der Referenzstädte. Im Nichtlebensmittelbereich[44] weist Weilerswist eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung auf. Dies ist in erster Linie auf das Fehlen flächenintensiver Angebotsformen (z. B. größere Möbel- und Baumärkte) zurückzuführen.[45]

Abbildung 25: Regionaler Vergleich der Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner



Quelle: GMA-Erhebung 2022 sowie vorliegende Einzelhandelskonzepte der aufgeführten Städte und Gemeinden (die Jahreszahlen beziehen sich auf den Zeitpunkt der Einzelhandelserhebung; die Einwohnerstände basieren auf den zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des jeweiligen Einzelhandelskonzepts gültigen Zahlen der städtischen Einwohnermeldeämter; ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich).

3.1.2 Zentralitätskennziffer

Die Betrachtung der Einzelhandelszentralität[46] in Weilerswist zeigt, dass in den meisten Branchen im Vergleich zum örtlichen Kaufkraftvolumen weniger Umsätze getätigt werden und dass Kaufkraftabflüsse in das Umland vorliegen (vgl. Abbildung 26). Die Einzelhandelszentralität liegt insgesamt bei 59; nach Branchen differenziert sind folgende Aussagen zu treffen:

- In den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel und Gesundheit / Körperpflege werden Zentralitäten von knapp unter 100 erreicht, sodass hier per Saldo nur von sehr geringfügigen Kaufkraftabflüssen in das Umland auszugehen ist.

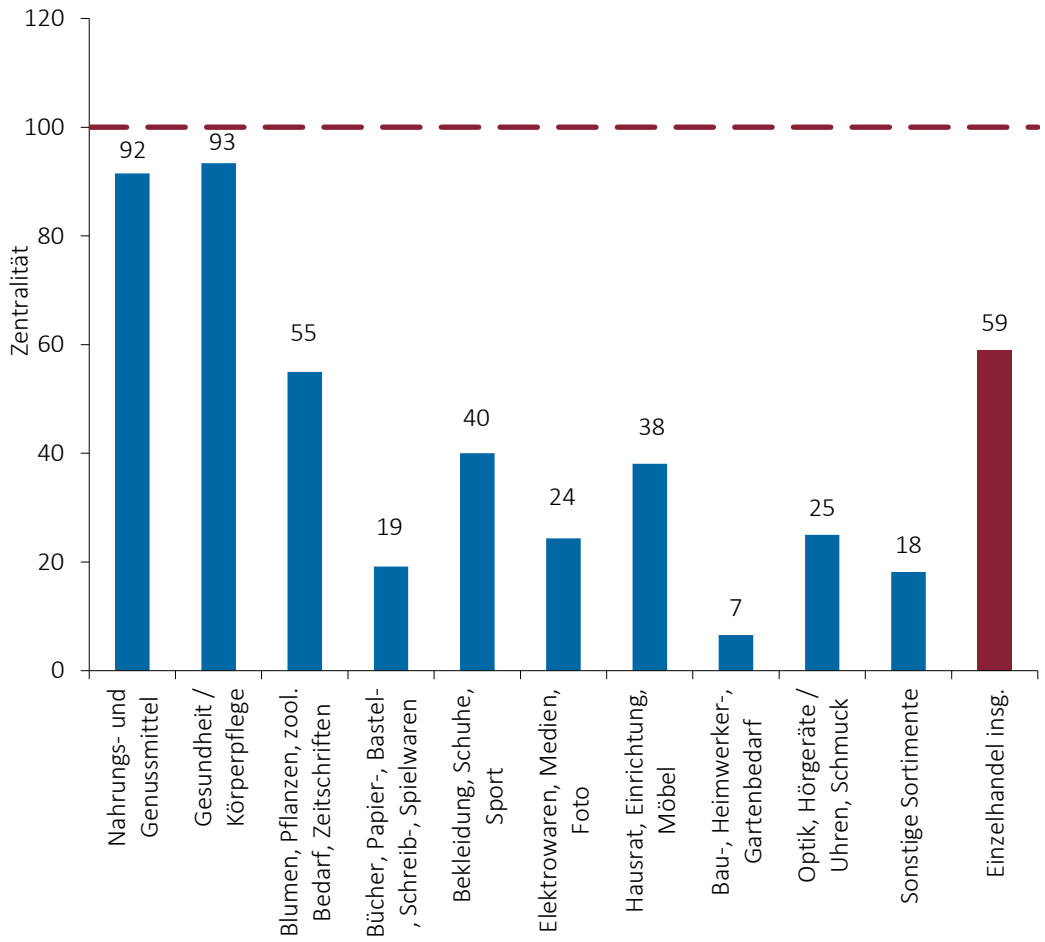
44 Der Nichtlebensmittelbereich umfasst alle Branchen und Sortimente außer Nahrungs- und Genussmittel

45 Die hier zugrunde gelegten Daten basieren auf den jeweiligen kommunalen Einzelhandelskonzepten, die z. T. auf anderen Erhebungssystematiken (z. B. bereinigte / unbereinigte Verkaufsflächen in Mehrbranchenunternehmen) basieren. Darüber hinaus ist zu beachten, dass die Daten der Referenzstädte aus den jeweiligen Einzelhandelskonzepten resultieren, deren Erstellung z. T. bereits einige Jahre zurückliegt. Den allgemeinen Entwicklungstrends der vergangenen Jahre folgend, dürfte die Verkaufsfläche in den Vergleichsstädten – v. a. durch die Erweiterung von Lebensmittelmärkten – tendenziell gestiegen sein. Beispielsweise wurde der Standortbereich Metternicher Weg im Norden des zentralen Versorgungsbereiches Heimerzheim in Swisttal erst kürzlich neu entwickelt. In diesem Zusammenhang ist auf die Verkaufsflächenerweiterungen der dort ansässigen bzw. kürzlich verlagerten Lebensmittelmärkte Rewe, Netto und Aldi hinzuweisen, die in den Erhebungen für die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes Swisttal 2018/2019 noch nicht berücksichtigt wurden. Aus diesen Gründen ist eine direkte Vergleichbarkeit nicht gegeben, vielmehr liefert die Darstellung nur Anhaltswerte.

46 Die Einzelhandelszentralität stellt den in Weilerswist getätigten Einzelhandelsumsatz der in Weilerswist vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gegenüber. Werte über 100 weisen dabei – per Saldo – auf einen Bedeutungsüberschuss hin, Werte unter 100 entsprechend auf einen Kaufkraftabfluss.

- Die Zentralitätswerte in den Sortimentsbereichen Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf, Zeitschriften (55), Bekleidung, Schuhe, Sport (40) und Hausrat, Einrichtung, Möbel (38) zeigen bereit deutliche Kaufkraftabflüsse auf.
- Die höchsten Kaufkraftabflüsse sind in den Sortimenten Bücher, Papier, Bastel-, Schreib- und Spielwaren (19), Elektrowaren, Medien, Foto (24), Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf (7), Optik, Hörgeräte / Uhren, Schmuck (25) sowie bei den sonstigen Sortimenten (18) zu konstatieren. Hier weisen die niedrigen Zentralitäten auf z. T. deutliche Nachholbedarfe hin (siehe nachfolgendes Kapitel).

Abbildung 26: Einzelhandelszentralität nach Branchen in Weilerswist



100 = ausgeglichene Einzelhandelszentralität; GMA-Berechnungen 2023 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich).

3.2 Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsbesatzes in Weilerswist

Zusammenfassend sind hinsichtlich der branchenbezogenen Einzelhandelssituation sowie möglicher Entwicklungspotenziale unter Berücksichtigung der Einwohner- und Kaufkraftprognose für die Gemeinde Weilerswist folgende Bewertungen und Empfehlungen zu treffen:

Übersicht 3: Branchenbezogene Entwicklungspotenziale für Weilerswist

Sortiment	Aktuelle Situation	Empfehlungen
Nahrungs- und Genussmittel	▪ Zentralität liegt bei rd. 92 %; überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung mit Lebensmittelmärkten (rd. 500 m² je 1.000 Einwohner) in Weilerswist ▪ mit insgesamt zwei Vollsortimentern und vier Discountern bei sechs unterschiedlichen Anbietern ausgewogenes Angebot der gängigen Betriebstypen; Ergänzung des Angebotes durch Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgerei) und kleinere Spezialanbieter (Hofläden, Obst- und Gemüseläden) ▪ Wesentliche Anbieter sind ausschließlich im Kernort vertreten; hier überwiegend flächendeckende Ausstattung (Ausnahme: nördliche und südliche Teilbereiche); perspektivisch: Ansiedlung von Netto an die Euskirchener Straße in Hausweiler-Derkum ▪ Ortsteile werden größtenteils über den Kernort mitversorgt; Ergänzung des Angebotes durch Hofläden sowie kleinteilige Betriebe des Lebensmittelhandwerkes; durch Ansiedlung eines Netto-Marktes in Hausweiler-Derkum kann räumliche Versorgungssituation in südlichen Ortsteilen Weilerswists verbessert werden ▪ Modernisierungs- / Erweiterungsbedarf bei Norma (Deutscher Platz); restliche Anbieter verfügen über zeitgemäße und moderne Marktauftritte	▪ Modernisierung / Erweiterung von Norma (Deutscher Platz) ist zu prüfen ▪ Ansiedlung von Netto an den Standort Euskirchener Straße in Hausweiler-Derkum zur Verbesserung der Versorgungssituation in den südlichen Ortsteilen ist zu begrüßen
Gesundheit, Körperpflege	▪ insgesamt hohe Zentralität (rd. 93 %) ▪ qualitativ gute Ausstattung; eine dm Filiale, ein Sanitätshaus sowie drei Apotheken in Weilerswist ansässig[47] ▪ Ergänzung des Drogeriewarenangebots durch Randsortimente der Lebensmittelmärkte ▪ räumliche Fokussierung des Angebotes auf den Kernort Weilerswist (hier insbesondere Ortsmitte und Fachmarktstandort Parkallee)	▪ kein wesentlicher Handlungsbedarf; Fokussierung auf Bestandssicherung

[47] Die Engel-Apotheke in der Kölner Straße schließt zum 31.03.2023.

Sortiment	Aktuelle Situation	Empfehlungen
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf, Zeitschriften	▪ Zentralität von rd. 55 % ▪ im Bereich Blumen, Pflanzen ein mittelgroßes Blumengeschäft in der Ortsmitte von Weilerswist vorhanden ▪ Angebot im zoologischen Bedarf wird durch Zoofachmarkt Fressnapf, einen kleinteiligen Spezialanbieter im Ortsteil Klein-Vernich (Koi Shop Maletzki) sowie durch Randsortimente der Lebensmittelmärkte und des Drogeriemarktes dm ausreichend abgedeckt ▪ Deckung des Angebotes bei Zeitschriften v. a. durch Randsortimente der Lebensmittelmärkte	▪ Potenzial für ein weiteres Blumengeschäft (vorzugsweise im zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte Weilerswist) ist gegeben. ▪ in den anderen Sortimenten der Warengruppe kein akuter Handlungsbedarf
Bücher, Papier-, Bastel- Schreib- und Spielwaren	▪ Zentralität liegt bei rd. 19 % ▪ in der Ortsmitte ist ein Buch- und Schreibwarenladen ansässig; weitere spezialisierte Anbieter existieren derzeit nicht in Weilerswist ▪ Angebotsergänzung durch Randsortimente der Nonfood-/ Textildiscounter Tedi und Kik sowie der Lebensmittelmärkte ▪ insgesamt sehr kleinteiliges Angebot	▪ Diversifizierung bzw. Erweiterung des Angebotes ist grundsätzlich möglich. Hierbei ist jedoch zu berücksichtigen, dass diese Warengruppe durch die gewachsenen Marktanteile des Onlinehandels stark unter Druck steht.
Bekleidung, Schuhe, Sport	▪ Zentralität von rd. 40 % ▪ als wesentliche Bekleidungsanbieter sind die Bekleidungsfachmärkte NKD in der Ortsmitte von Weilerswist sowie Takko, Kik und Ernsting's Family im Fachmarktzentrum Weilerswist an der Parkallee zu nennen; dazu existiert eine kleine Modeboutique in der Ortsmitte von Weilerswist ▪ Angebot bei Schuhen beschränkt sich auf den Schuhfachmarkt K+K Schuhcenter im o.g. Fachmarktzentrum ▪ im Sportbekleidungssegment kein spezialisierter Anbieter existent	▪ Vor dem Hintergrund der deutlich gestiegenen Konkurrenz durch den Onlinehandel ist im Bekleidungssegment die Konzentration auf Bestandssicherung zu empfehlen, auch wenn eine Ausdehnung des Angebotes (insbesondere bei Sportbekleidung) wünschenswert wäre ▪ Ergänzung des Angebotes durch spezialisierte Anbieter, die ein größeres Einzugsgebiet als Weilerswist bedienen, sind hingegen darstellbar
Elektrowaren, Medien, Foto	▪ insgesamt niedrige Zentralität (rd. 24 %) ▪ grundsätzlich hohe Konkurrenz mit den naheliegenden Oberzentren Köln und Bonn, dem Mittelzentrum Euskirchen (u. a. mit Saturn und Expert) sowie dem Internet	▪ Erweiterung des Angebotes darstellbar, jedoch größere Ansiedlung unter Berücksichtigung der Marktsituation weniger zu erwarten, ggf. als Ergänzung zu

Sortiment	Aktuelle Situation	Empfehlungen
	▪ neben dem großflächigen Spezialanbieter Haustechnik Jordan in Lommersum sind lediglich zwei kleinteilige Elektrofachgeschäfte in Weilerswist vorhanden	Handwerksbetrieben im spezialisierten Segment
Hausrat, Einrichtung, Möbel	▪ Zentralität von insgesamt rd. 38 % ▪ Abdeckung der Sortimente Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik, Heimtextilien und Bilderrahmen durch Fachmarkt JYSK, Nonfood-Discounter Tedi sowie kleinteilige Fachgeschäfte ▪ bei Möbeln ein mittelgroßes Möbelfachgeschäft (Just Home & Garden) ansässig; dazu ist auf die Randsortimente von JYSK zu verweisen ▪ gute Angebotssituation im Umland (v. a. Oberzentrum Köln u. a. mit 2x IKEA, 2x Porta sowie Mittelzentrum Bornheim mit Standortverbund von Porta und SB Möbel Boss)	▪ Im Einrichtungsbedarf sind Ansiedlungen von entsprechenden Betrieben angesichts des starken Wettbewerbs im Umland nur schwer zu realisieren. ▪ denkbar sind Ansiedlungen kleiner bis mittelgroßer Betriebe mit spezialisiertem Angebot
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	▪ niedrige Zentralität von rd. 7 % ▪ lediglich ein mittelgroßes Gartencenter (Just Home & Garden) und zwei kleinere Spezialanbieter im Gemeindegebiet existent; darunter kein klassischer Baumarkt ▪ gute Angebotssituation in den Nachbarstädten Euskirchen (u. a. mit OBI, Hagebaumarkt, Hammer), Erftstadt (u. a. mit Hagebaumarkt), Brühl (u. a. mit Globus Baumarkt) und Bornheim (u. a. mit Bauhaus)	▪ Aufgrund starker Konkurrenzsituation mit den Nachbarstädten ist kein Potenzial für einen größeren Baumarkt in Weilerswist gegeben ▪ gezielte Ansprache von Anbietern mit Kleinflächenkonzepten wie z.B. Sonderpreis-Baumarkt oder Werkers Welt, die auch in kleineren Gemeinden im ländlichen Raum expandieren und die Nähe zu Fachmärkten / Lebensmittelmärkten suchen ▪ Angebote im spezialisierten Bereich außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche darstellbar
Optik / Hörgeräte, Uhren / Schmuck	▪ Zentralität rd. 25 % ▪ ein kleinteiliger Juwelier in der Kölner Straße ▪ im Bereich Optik / Akustik ein Optiker und ein Hörgerätakustiker ansässig	▪ kleinteilige Ergänzung durch weiteren Juwelier, Optiker und/oder Hörgerätakustiker darstellbar; vorzugsweise innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches

Sortiment	Aktuelle Situation	Empfehlungen
Sonstige Sortimente	▪ Zentralität rd. 18 % ▪ Abdeckung des Angebotes durch zwei Fahrradfachgeschäfte, ein Kfz-Ersatzteilgeschäft, einen Restpostenmarkt sowie den Nonfood-Discounter Tedi	▪ Insgesamt besteht kein Handlungsbedarf; Lenkung der Anbieter mit zentrenrelevantem Kernsortiment auf den zentralen Versorgungsbereich; weitere branchenspezifische Ansiedlungen sind grundsätzlich möglich

GMA-Empfehlungen 2023

V. Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Weilerswist

Aufbauend auf den Analyseergebnissen zur Angebots- und Nachfragesituation sowie den abgeleiteten branchenbezogenen Empfehlungen wird das Einzelhandels- und Zentrenkonzept zur künftigen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Weilerswist erstellt. Kern des Konzeptes bilden die **städtebaulichen Zielsetzungen,** das **Sortimentskonzept** sowie das **Standortkonzept**.

1. Städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

Vor dem Hintergrund der gegenwärtigen Rahmenbedingungen (Konkurrenz durch den Online-Handel; Auswirkungen der Corona-Pandemie, Konsumzurückhaltung in Folge der hohen Inflation) ist der Fokus auf den Schutz und die Stabilisierung der vorhandenen Einzelhandelsstrukturen in Weilerswist zu richten. Dementsprechend sind die folgenden Ziele zu formulieren:

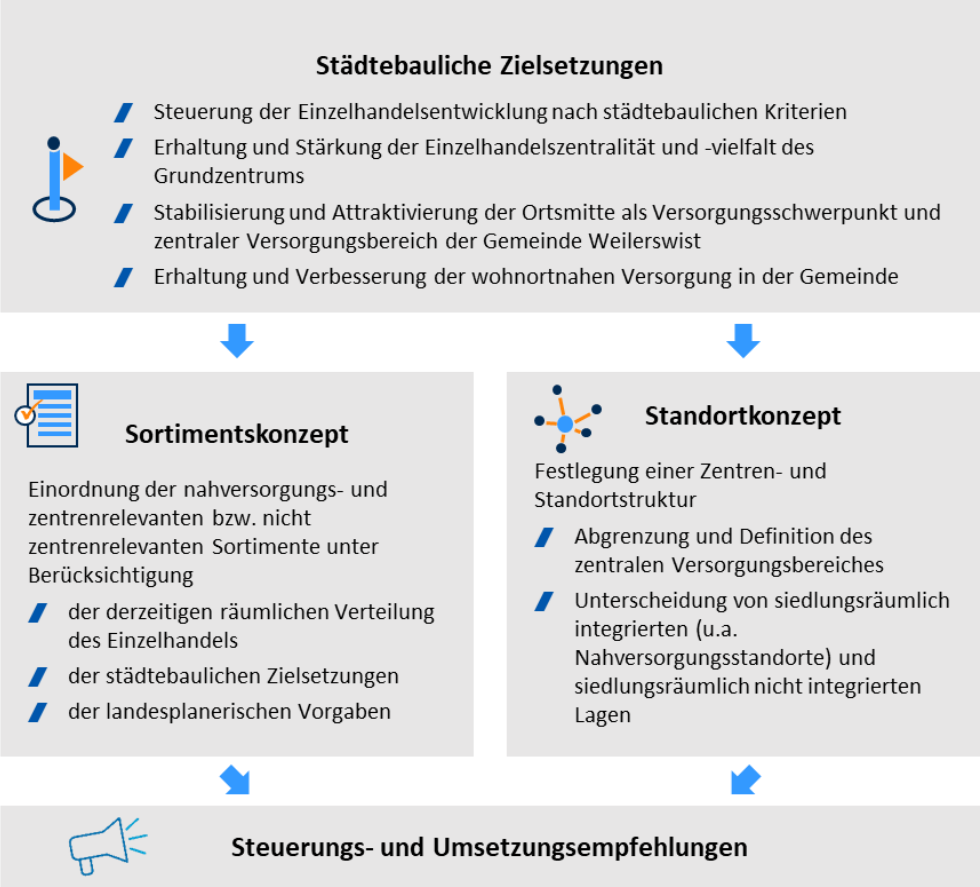
- Steuerung der Einzelhandelsentwicklung nach städtebaulichen Kriterien
- Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelszentralität und -vielfalt des Grundzentrums
- Stabilisierung und Attraktivierung der Ortsmitte als Versorgungsschwerpunkt und zentraler Versorgungsbereich der Gemeinde Weilerswist
- Erhaltung und Verbesserung der wohnortnahen Versorgung in der Gemeinde

Zur Steuerung des Einzelhandels auf kommunaler Ebene werden zwei einander bedingende und aufeinander aufbauende städtebauliche Konzepte benötigt (vgl. Abbildung 27).

- **Sortimentskonzept**: Die Sortimentsliste definiert ortsspezifisch die nahversorgungs- und zentrenrelevanten bzw. nicht zentrenrelevanten Sortimente und dient damit als Grundlage für die bauplanungsrechtliche Beurteilung großflächiger Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels.
- **Standortkonzept:** Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt die Festlegung und Begründung zentraler Versorgungsbereiche i. S. von § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2 a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO. Auf dieser Basis werden im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes standort- und branchenspezifische Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung formuliert.

Mit dem Sortiments- und Standortkonzept wird die Grundlage für eine zukunftsorientierte und geordnete Einzelhandelsentwicklung geschaffen werden. An dieser Stelle ist darauf hinzuweisen, dass ein Einzelhandelskonzept nur die Rahmenbedingungen für eine adäquate Entwicklung bereitstellt. Es entbindet jedoch nicht von betrieblichen oder städtebaulichen Modernisierungs- und Aufwertungsmaßnahmen im zentralen Versorgungsbereich.

Abbildung 27: Wesentliche Bausteine des Einzelhandelskonzeptes



GMA-Darstellung 2023

2. Sortimentskonzept

Das Sortimentskonzept bildet die branchenbezogene Grundlage für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung bzw. zur bauplanungsrechtlichen Beurteilung zukünftiger Ansiedlungs- / Erweiterungsvorhaben. Dabei ist zu definieren, welche Einzelhandelssortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität der Sortimente sowie der Betriebsstruktur heute im Wesentlichen dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet werden können bzw. zukünftig zugeordnet werden sollen und welche Sortimente auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angesiedelt werden können bzw. sollen.

2.1 Begriffsdefinition

Zur Einordnung der in der Praxis üblichen Differenzierung der **zentrenrelevanten**, **nahversorgungsrelevanten** und **nicht zentrenrelevanten Sortimente** erfolgt zunächst eine Definition der Begriffe.

In Nordrhein-Westfalen wird im LEP NRW auf Basis der Untersuchung von Junker + Kruse[48] ein verbindlicher Kern an Sortimenten festgelegt, die stets als zentrenrelevant anzusehen sind.

48 Grundlagen für die Erarbeitung einer neuen landesplanerischen Regelung zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels, Junker + Kruse, 2011.

Gemäß LEP NRW prägen diese Sortimente in besonderem Maße die Angebotsstrukturen nordrhein-westfälischer Innenstädte. Sie leisten einen wichtigen Beitrag zur Vielfalt des innerstädtischen Einzelhandelsangebotes und tragen aufgrund ihrer Magnetfunktion zu einer Belebung sowie Attraktivität der Innenstädte bei.

Folgende Sortimente sind demnach stets **zentrenrelevant**:

- Papier- / Büro- / Schreibwaren
- Bücher
- Bekleidung, Wäsche
- Schuhe, Lederwaren
- medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel
- Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik
- 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
- Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant).

Darüber hinaus können ortsspezifische Sortimentslisten weitere zentrenrelevante Sortimente ausweisen. Im Allgemeinen sind **zentrenrelevante Sortimente** Warengruppen, die sich positiv auf die städtebauliche Attraktivität der Zentren auswirken. Auf das Vorhandensein dieser Sortimente und deren Anziehungskraft gründet sich das aus städtebaulicher Sicht wünschenswerte „Einkaufserlebnis“ bzw. eine zusätzliche Belebung der integrierten Lagen (z. B. durch Verbundkäufe).

Des Weiteren sind Sortimente zu erwähnen, die vorwiegend der Nahversorgung der Bevölkerung dienen, zugleich aber auch zentrenbildende Funktionen aufweisen (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel). Dabei handelt es sich um Angebote des kurzfristigen Bedarfs, die regelmäßig (täglich bzw. mehrmals die Woche) nachgefragt werden. Infolge dessen sollten sich diese Angebote in räumlicher Nähe zu den Wohngebieten bzw. verbrauchernah in zentralen Versorgungsbereichen lokalisiert werden. Diese Sortimente sind als **nahversorgungsrelevant** zu bezeichnen. Sie sind eine Teilmenge der zentrenrelevanten Sortimente.

Das Angebot von **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** stellt im Allgemeinen auch an Standorten außerhalb von Zentren keine wesentliche Gefährdung für die zentralen Versorgungsbereiche dar; sie sind an solchen Standorten aus planerischer Sicht aufgrund ihres großen Platzbedarfs und der durch sie hervorgerufenen Verkehrsfrequenz u. U. sogar erwünscht. Nicht zentrenrelevante Sortimente sind häufig großteilig und werden überwiegend mit dem Pkw transportiert.

2.2 Kriterien zentren- / nahversorgungsrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente

Im Allgemeinen und auf Basis der GMA-Erfahrung erfolgt die Einordnung von Sortimenten bezüglich ihrer Zentren-, Nahversorgungs- bzw. Nichtzentrenrelevanz vor dem Hintergrund folgender Kriterien:

Übersicht 4: Kriterien der Zentrenrelevanz

Kriterium	Prüfmaßstäbe
1. Räumliche Verteilung sowie städtebauliche Zielsetzungen	Anteil der Verkaufsfläche / in den zentralen Versorgungsbereichen, städtebauliche Zielsetzungen
2. Bedeutung für Attraktivität und Branchenmix in den zentralen Versorgungsbereichen	breite Zielgruppenansprache, Beitrag zu einem vielfältigen Branchenmix
3. Magnetfunktion	Bekanntheit, Anziehungseffekte auf Kunden, Erhöhung der Besucherfrequenz
4. Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten	Kopplungseffekte zwischen Sortimenten und anderen Nutzungen des Zentrums
5. Warenbeschaffenheit / Transport	Sperrigkeit, Abtransport
6. Flächenbedarf	Warenpräsentation, Verkaufsflächenbedarf

GMA-Darstellung 2023

- Als erstes Bewertungskriterium ist die aktuelle **Verteilung des Einzelhandelsbesatzes** zu berücksichtigen. Zentrenrelevante Sortimente weisen hierbei i. d. R. einen hohen Anteil der Verkaufsfläche in den zentralen Versorgungsbereichen auf, während nicht zentrenrelevante Sortimente überwiegend außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen an städtebaulich integrierten und nicht integrierten Lagen ansässig sind. Darüber hinaus sind jedoch auch die politischen und **städtebaulichen Zielsetzungen** der Gemeinde Weilerswist bezüglich der weiteren Einzelhandelsentwicklung zu berücksichtigen.
- Als zweites Kriterium gibt die **„Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt“** Auskunft über die Zentrenrelevanz eines Sortiments. Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass zentrenrelevante Sortimente eine breite Zielgruppe ansprechen und zu einem vielfältigen Branchenmix in den zentralen Versorgungsbereichen beitragen.
- Das dritte Kriterium **„Magnetfunktion“** bezieht sich auf die Bedeutung des Artikels bzw. Anbieters als Anziehungspunkt für Kunden. Betriebe mit einer hohen Bekanntheit und Attraktivität tragen in erheblichem Maße zur Attraktivität einer Einkaufsinnenstadt bei. Weist ein Sortiment eine hohe Attraktivität für die Allgemeinheit auf bzw. führt dazu, einen Einkaufsstandort erheblich zu stärken, indem Kunden gezielt angezogen werden, kann ihm eine Magnetfunktion zugesprochen werden, welche auf eine Zentrenrelevanz hindeutet. Dies gilt auch für Angebote des kurzfristigen Bedarfs.
- Als viertes Bewertungskriterium gehen die **„Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten“** in die Bewertung ein. Ein Artikel weist Synergieeffekte auf, wenn Kopplungseffekte zu anderen Sortimenten bestehen. Dies kann z. B. für Bekleidung in Verbindung mit Schuhen abgeleitet werden. In der Regel ist bei einer hohen Spezialisierung eines Sortiments davon auszugehen, dass Mitnahmeeffekte für andere Anbieter im Umfeld überschaubar sind, sodass dies ein Hinweis auf die fehlende Zentrenrelevanz eines Sortiments sein kann.

- Das fünfte Kriterium wurde allgemein als **„Warenbeschaffenheit / Transport“** definiert. Dieses schließt neben der Größe des Artikels (Sperrigkeit) auch den Abtransport der Ware durch den Konsumenten ein. Dieser erfolgt bei sperrigen Artikeln i. d. R. mit dem Pkw, wodurch die Zentrentauglichkeit deutlich eingeschränkt ist.
- Das sechste Kriterium **„Flächenbedarf“** zielt auf die Warenpräsentation und den dafür erforderlichen Flächenbedarf ab. Ist aufgrund der Beschaffenheit des Produktes eine hohe Verkaufsflächengröße unumgänglich, weist dies auf eine tendenzielle Nichtzentrenrelevanz hin. Dies liegt z. B. bei sperrigen Artikeln (z. B. Möbeln), aber auch bei Produkten im Freizeitbereich (z. B. Sportgroßgeräte) vor.

2.3 Sortimentsliste der Gemeinde Weilerswist

Die nachfolgende Übersicht stellt die zukünftige Einstufung der Sortimente in zentren-, nahversorgungs- und nicht zentrenrelevante Sortimente in der Gemeinde Weilerswist dar. Dabei ist zu beachten, dass sich die Abgrenzung nicht nur an der derzeitigen räumlichen Verteilung des Einzelhandels in Weilerswist orientiert (vgl. Kapitel IV., 1.3), sondern auch städtebauliche Zielsetzungen berücksichtigt. So können z. B. Branchen, die derzeit nicht innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angeboten werden bzw. dort nicht ihren Verkaufsflächenschwerpunkt aufweisen, als zentrenrelevant eingestuft werden, sofern entsprechende Ansiedlungen im zentralen Versorgungsbereich möglich erscheinen und dort zu einer maßgeblichen Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes beitragen würden.

Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente soll aufzeigen, dass diese Sortimente auch im Falle von Ansiedlungsbegehren außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches nicht kritisch im Hinblick auf die Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes angesehen werden. Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente erfüllt lediglich darstellenden Charakter und ist im Gegensatz zu den aufgeführten zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten nicht abschließend und um weitere Sortimente ergänzbar.

Tabelle 7: Sortimentsliste der Gemeinde Weilerswist (zusammenfassende Darstellung)

Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente*
- Sanitätswaren, medizinische, orthopädische Artikel - Bücher - Spielwaren - Papier-/ Schreibwaren, Schulbedarf - Bastelartikel, Bürobedarf - Bekleidung (Herren, Damen, Kinder / Säuglinge), Wäsche - Wolle, Kurzwaren, Handarbeiten, Stoffe - Schuhe, Lederwaren - Sportartikel inkl. Sportbekleidung, -schuhe, ohne Großgeräte - Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik, Wohnaccessoires, Dekoartikel - Kunstgewerbe, Bilder / Rahmen / Spiegel, Antiquitäten - Heimtextilien, Haus- / Tischwäsche, Bettwäsche (Bettbezüge, Laken), Zierkissen, Badtextilien, Gardinen und –zubehör, Kurzwaren, Handarbeiten - Uhren, Schmuck - Optik, Akustik - Musikalien, Musikinstrumente - Baby-, Kinderartikel (Kleinteile wie Schnuller, Flaschen, Zubehör zum Füttern, Wickeln) - Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs-, Kommunikationselektronik, Computer, Foto) - Elektro-Haushaltswaren (Kleingeräte wie Mixer, Bügeleisen) (außer Elektrogroßgeräte) - Campingartikel (ohne Großgeräte und Campingmöbel)	- Tiernahrung, Tierpflegemittel, zoologischer Bedarf, lebende Tiere - Pflanzen, Pflege, Düngemittel, Gartenartikel, Gartengeräte (z. B. Rasenmäher) - Bau- und Heimwerkerbedarf, Baustoffe, Bauelemente, Beschläge, Eisenwaren und Werkzeuge, Leitern - Sanitärartikel, Fliesen, Installationsbedarf - Kamine - Rollläden, Sicht- und Sonnenschutz, Markisen - Möbel (inkl. Kücheneinrichtungen, Gartenmöbel, Büromöbel, Badmöbel) - Matratzen, Bettwaren (z. B. Bettdecken, Kissen) - Elektroinstallationsbedarf - Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten - Elektrogroßgeräte - Büromaschinen - Lampen, Leuchten, Beleuchtungskörper - Campinggroßartikel (z. B. Zelte, Campingmöbel) - Sportgroßgeräte - Brennstoffe, Mineralölerzeugnisse - Fahrrad / Zubehör (ohne Bekleidung) - Angelbedarf, Jagdbedarf - Erotikartikel - Auto- / Motorradzubehör - Kinderwagen, Autokindersitze
nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente	
- Nahrungs-/ Genussmittel, Getränke, Tabak-, Reformwaren - Gesundheits- und Körperpflegeartikel (Drogeriewaren inkl. Wasch- und Putzmittel, Kosmetika) - pharmazeutische Artikel - Zeitschriften, Zeitungen - Schnittblumen	

* Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente erfüllt lediglich darstellenden Charakter und ist im Gegensatz zu den aufgeführten zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten nicht abschließend und um weitere Sortimente ergänzbar.

unterstrichen = zentrenrelevant gemäß Anlage 1 des LEP NRW.

GMA-Empfehlungen 2023, auf Grundlage der erhobenen Standortverteilung

3. Standortkonzept

Das Standortkonzept dient als räumliche Grundlage für die Einzelhandelsentwicklung. Hier liegt ein wesentliches Augenmerk auf der zukünftigen Bewertung von Ansiedlungsvorhaben großflächiger Einzelhandelsbetriebe, sowohl bei Ansiedlungen innerhalb der Standortkommune als auch bei Planungen in den Nachbarkommunen. Aus diesem Grund erfolgt im Rahmen des Standortkonzepts eine Einordnung der bestehenden Einkaufslagen in Weilerswist in eine Zentren- und Standortstruktur.

Des Weiteren wird der zentrale Versorgungsbereich im Sinne von § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO (vgl. Kapitel I., 4) festgelegt und räumlich abgegrenzt. Auf dieser Basis werden standort- und branchenspezifische Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung formuliert.

3.1 Zentren und Standortstruktur in Weilerswist

Unter Berücksichtigung der in Weilerswist bestehenden Einzelhandelsausstattung und der damit ausgeübten Versorgungsfunktion und Entwicklungsfähigkeit ergibt sich die in Übersicht 5 dargestellte Zentren- und Standortstruktur.

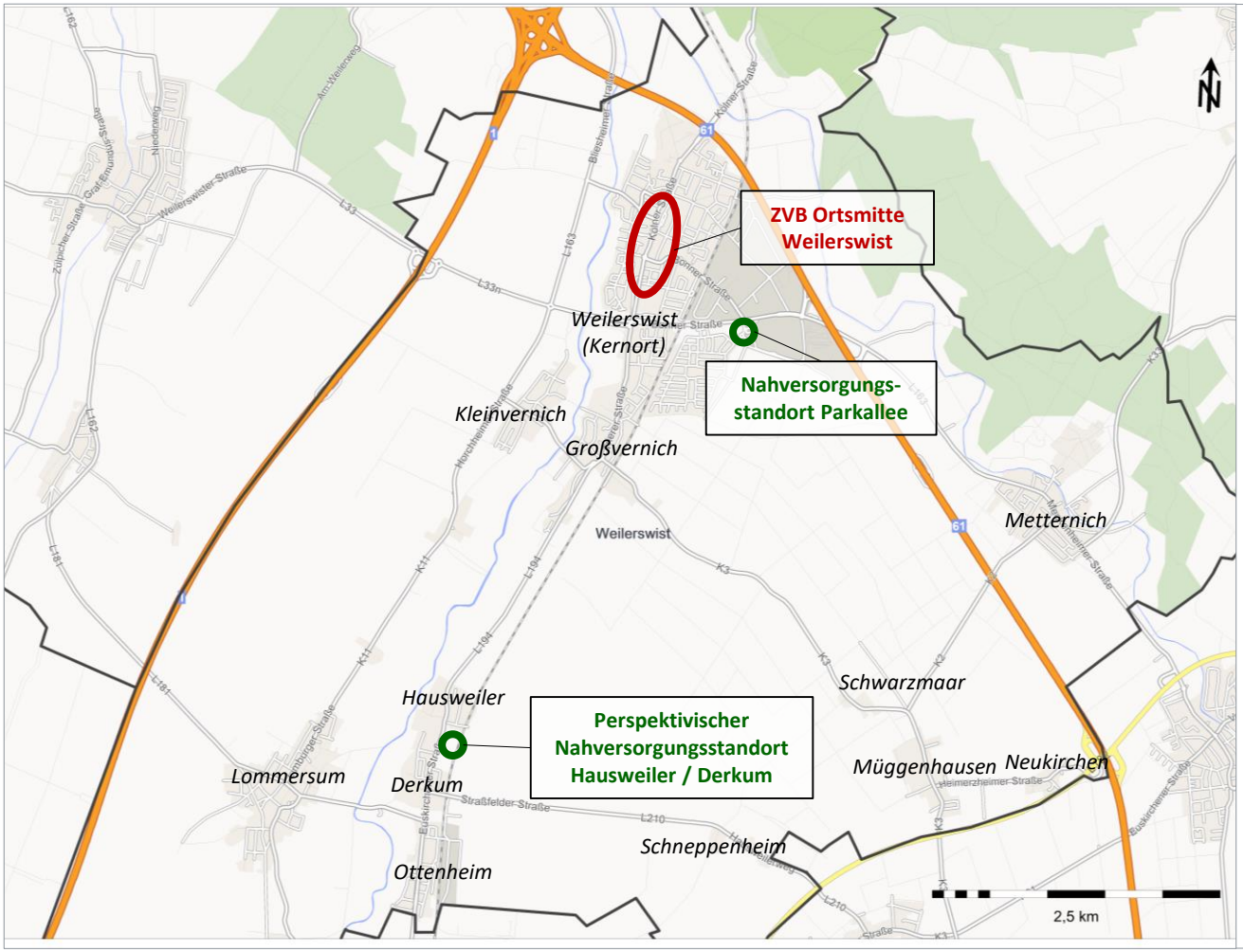
Übersicht 5: Zentren- und Standortstruktur der Gemeinde Weilerswist

Zentraler Versorgungsbereich i. S. v. BauGB und BauNVO	**Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte Weilerswist**	• Ortsmitte (u.a. mit Edeka, Norma)	Zentraler Versorgungsbereich gemäß: § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO § 2 Abs. 2 Nr. 3 Satz 3 ROG
Lagen außerhalb des zentralen Versorgungs-bereiches	**Siedlungsräumlich integrierte Lagen (inkl. Nahversorgungsstandorte)**	• Parkallee (u. a. mit Penny, dm) • Perspektivisch: Hausweiler / Derkum (Netto Ansiedlung) • sonstige, i. d. R. kleinteilige Handelsnutzungen mit überwiegend nahversorgungsrelevanten Sortimenten (z. B. Bäckerei, Metzgerei, Blumengeschäft) in siedlungsräumlich integrierten Lagen	wohnortnahe, fußläufig erreichbare, siedlungsräumlich integrierte Standortbereiche mit einem oder mehreren Einzelhandelsbetrieben; bei Nahversorgungsstandorten davon mindestens ein größerer Lebensmittelmarkt sowie z. T. ergänzende Nutzungen, die teilweise gewisse zentrumsbildende Funktionen einnehmen, jedoch nicht die Qualität von zentralen Versorgungsbereichen aufweisen; versorgungsstruktureller Schutzstatus gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO
	Siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen	• Gewerbegebiet Bonner Straße (u.a. mit Rewe, Netto, Aldi und Lidl) • sonstige Gewerbegebiete und siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen	autokundenorientierte, siedlungsräumlich nicht-integrierte Standorte, v.a. Gewerbegebiete

GMA-Empfehlung 2023

Die Zentren- und Standortstruktur der Gemeinde Weilerswist sieht die Ausweisung des **zentralen Versorgungsbereiches Ortsmitte Weilerswist** (siehe Kapitel V., 3.2) vor. Dieser umfasst den gewachsenen Geschäftsbereich entlang der Kölner Straße, zwischen Schützenstraße im Süden und Bachstraße im Norden. Dazu wird zwischen **siedlungsräumlich integrierten Lagen** (siehe Kapitel 3.3.1) und **siedlungsräumlich nicht integrierten Lagen** (siehe Kapitel 3.3.2) unterschieden. Zu den siedlungsräumlich integrierten Lagen zählen der Nahversorgungsstandort Parkallee (u.a. mit Penny und dm), der perspektivische Nahversorgungsstandort Hausweiler / Derkum (geplante Netto Ansiedlung) sowie sonstige siedlungsräumlich integrierte Lagen (sonstige überwiegend kleinteilige Handelsnutzungen). Den siedlungsräumlich nicht integrierten Lagen sind in erster Linie Gewerbegebiete (u. a. Gewerbegebiet Bonner Straße mit Rewe, Netto, Lidl, Aldi, etc.) zuzuordnen.

Karte 4: Zentren und Standortstruktur in der Gemeinde Weilerswist



Legende

- Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte Weilerswist
- Nahversorgungsstandort

Quelle: Karten-/ Datengrundlage GfK GeoMarketing; GMA-Bearbeitung 2023

3.2 Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte Weilerswist

Einwohner[49]	31.12.2021
▪ Weilerswist (Ortskern)	8.940
▪ Weilerswist (Gemeinde)	18.497

Versorgungsgebiet: Gemeinde Weilerswist (rd. 18.497 Einwohner)

Ausstattung

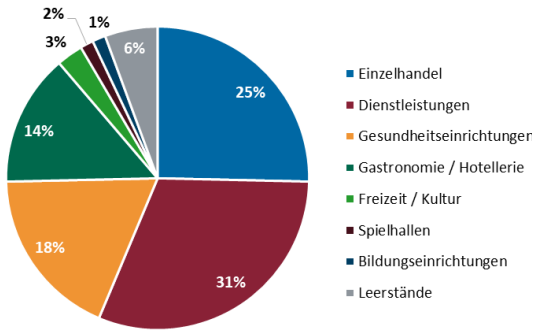
Einzelhandelsdaten	Betriebe[1]		Verkaufsfläche[2]		Umsatz[2]	
	abs.	in %	in m²	in %	in Mio. €	in %
kurzfristiger Bedarf	**13**	**71**	**3.025**	**82**	**15,0**	**87**
Nahrungs- und Genussmittel	8	47	2.605	71	12,2	71
Gesundheit / Körperpflege	4	18	160	4	1,9	11
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf, Zeitschriften	1	6	260	7	0,8	5
mittelfristiger Bedarf	**3**	**18**	**550**	**15**	**1,4**	**8**
langfristiger Bedarf	**2**	**12**	**95**	**3**	**0,9**	**5**
Einzelhandel insgesamt	**18**	**100**	**3.670**	**100**	**17,2**	**100**

1 Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

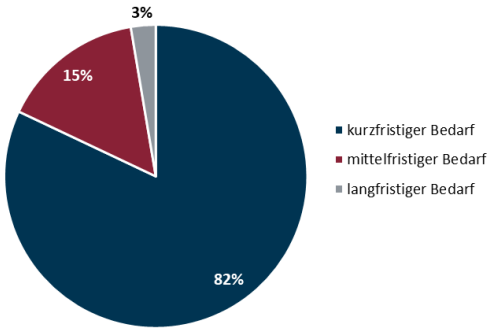
2 Bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgeteilt und der jeweiligen Branche zugeordnet.

Quelle: GMA-Erhebung 2023 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)

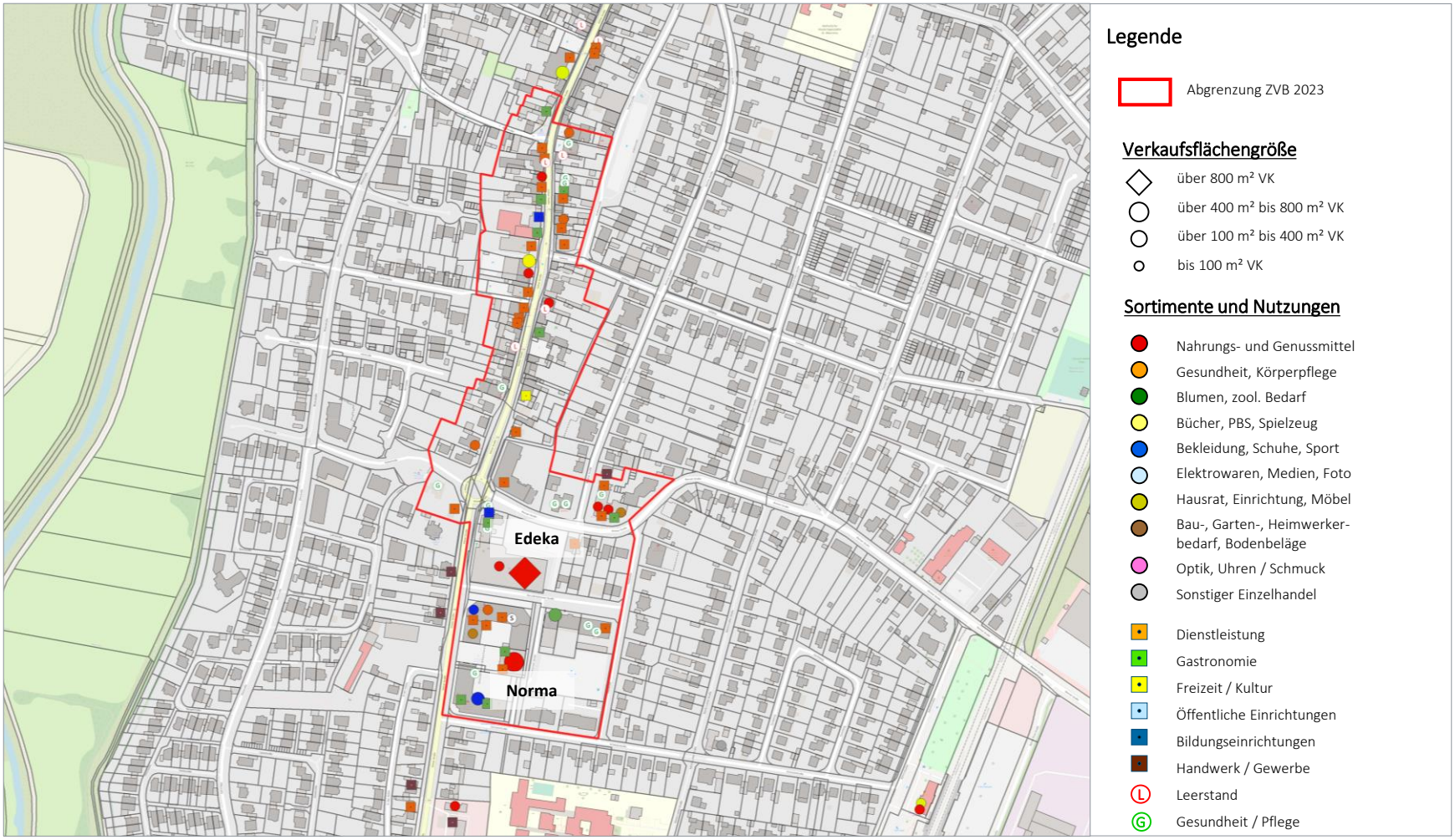


strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

▪ größer 1.500 m²	Edeka Interbieten
▪ größer 800 bis 1.500 m²	-
▪ 400 bis 800 m²	Norma
▪ bis unter 400 m²	u. a. NKD, Blumengeschäft, Buch- und Schreibwarengeschäft, Biolebensmittelgeschäft, Optiker, Bäckereien, Apotheken, Metzgerei

49 Quelle: Gemeinde Weilerswist, Stand: 31.12.2021

Karte 5: Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte Weilerswist



Quelle Kartenhintergrund: Bezirksregierung Köln 2022, © OpenStreetMap-Mitwirkende. GMA-Bearbeitung 2023

Räumliche Situation

- Der zentrale Versorgungsbereich Ortsmitte Weilerswist erstreckt sich in Süd-Nord-Richtung über eine Distanz von rd. 600 m entlang der Kölner Straße zwischen der Schützenstraße im Süden und dem Kreuzungsbereich Kölner Straße / Bachstraße im Norden; in West-Ost-Richtung beträgt die maximale Ausdehnung des Zentrums etwa 150 – 200 m (Bereich zwischen Kölner Straße / Deutscher Platz, Schützenstraße, Pfeilstraße und Bonner Straße im Süden des Zentrums)
- Begrenzung des zentralen Versorgungsbereichs durch umgebende Wohnnutzungen und auslaufende Geschäftsbereiche in allen vier Himmelsrichtungen
- Haupteinkaufslage mit Besatz der wesentlichen Magnetbetriebe im Bereich zwischen Bonner Straße, Kölner Straße / Deutscher Platz und Schützenstraße im Süden des Zentrums (u. a. mit Edeka, Norma, NKD); gewachsener Geschäftsbereich mit überwiegend inhabergeführten kleinteiligen Einzelhandelsnutzungen entlang der nördlichen Kölner Straße; nur geringe Einzelhandels und Komplementärnutzungsdichte in den dazwischenliegenden Bereichen (Lage entlang der Kölner Straße zwischen Kreisverkehr Bonner Straße / Kölner Straße und Einmündung Ruwerstraße)

Angebots- und Nachfragesituation

- im **Einzelhandel** mit Lebensmittelvollsortimenter, Lebensmitteldiscounter, Biolebensmittelgeschäft, drei Bäckereien, einer Metzgerei, drei Apotheken[50], einem Sanitätshaus und einem Blumengeschäft sind mit Ausnahme eines Zeitschriftenhändlers / Kiosk alle nahversorgungsrelevanten Sortimente vertreten; gute Ausstattung im Nahrungs- und Genussmittelbereich vorhanden; Angebotsergänzung im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich (Bekleidungsfachmarkt und –geschäft, Buch- und Schreibwarenladen, Optiker und Hörgerätakustiker)
- Verkaufsflächenschwerpunkt mit Anteil von 82 % deutlich im kurzfristigen Bedarfsbereich und hier insbesondere bei Nahrungs- und Genussmitteln (ca. 71 % der Verkaufsfläche); deutlich niedrigere Anteile im mittel- (ca. 15 %) und langfristigen Bedarfssegment (ca. 3 %)
- Versorgungsfunktion für das gesamte Gemeindegebiet Weilerswist (rd. 18.500 Einwohner)
- Angebot bei **Komplementärnutzungen** umfassen Dienstleistungsangebote (u. a. Banken, Versicherungen, Friseure, Anwaltskanzlei, Fahrschulen, Kosmetikstudios), Gesundheitseinrichtungen (u. a. MVZ, Zahnärzte, Fachärzte, Physiotherapien), Gastronomiebetriebe (Restaurants, Imbisse, Hotels), Freizeit- und Kultureinrichtungen (u. a. Tanzschule), eine Spielhalle sowie eine Lernhilfe

Städtebauliche Situation / Verkehr und Parken

- mit ca. 600 m Nord-Süd-Ausrichtung langgezogenes Zentrums; aufgrund der geringen Nutzungsdichte in den Zwischenlagen, der großen Längsausdehnung des Zentrums sowie der starken Verkehrsbelastung entlang der Kölner Straße ist die fußläufige Erlebbarkeit im zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte Weilerswist eingeschränkt
- der Kernbereich des Zentrums umfasst die Lage zwischen Bonner Straße, Kölner Straße / Deutscher Platz und Schützenstraße; hier sind die wesentlichen Magnetbetriebe des zentralen Versorgungsbereiches (v. a. Edeka, Norma) ansässig; zwar ist eine fußläufige Anbindung an die nördliche Kölner Straße prinzipiell vorhanden, aufgrund der geringen Nutzungsdichte in den Zwischenlagen bestehen jedoch nur geringe Austauschbeziehungen zwischen den beiden Teilbereichen des Zentrums
- die nördliche Kölner Straße ist durch überwiegend kleinteiligen, inhabergeführten Einzelhandelsbesatz geprägt, der durch verschiedene Komplementärnutzungen ergänzt wird; hier in Teilen noch recht hohe Einzelhandels- und Nutzungsdichte, obschon ebenfalls vereinzelte Leerstände existieren
- im restlichen Teil des Zentrums (insbesondere im Bereich zwischen Kreisverkehr Bonner Straße / Kölner Straße und Einmündung Ruwerstraße) deutlich geringere Nutzungsdichte; hier überwiegen Wohnnutzungen; der hier vorhandene Einzelhandelsbesatz ist als Streubesatz zu charakterisieren, ohne dass eine städtebauliche und nutzungsstrukturelle Konzentration vorliegt

[50] Die Engel-Apotheke in der Kölner Straße schließt zum 31.03.2023.

- aufgrund des lückenhaften Geschäftsbesatzes in der Kölner Straße ist eine vergleichsweise geringe Passantenfrequenz standortprägend
- grundsätzlich gute verkehrliche Anbindung des Zentrums über die Kölner Straße aus Richtung Norden und Süden, die Bonner Straße aus östlicher Richtung sowie die daran angrenzenden Nebenstraßen (u. a. Schützenstraße, Hellweg, Bachstraße); überörtliche Erreichbarkeit wird v. a. über den Autobahnanschluss an die A 61 im Gewerbegebiet Bonner Straße (Ausfahrt Weilerswist), den Autobahnanschluss an die A 1 westlich des Kernortes (Ausfahrt Weilerswist-West) sowie angrenzende Kreis- und Landstraßen (u. a. L 33 / L 163) gewährleistet
- Anbindung des Zentrums an den ÖPNV wird durch diverse Bushaltestellen (u. a. Deutscher Platz, Sparkasse, Berliner Straße) entlang der Kölner und Bonner Straße sichergestellt
- gutes Parkplatzangebot im Süden des Zentrums; hier diverse Stellplatzanlagen vorhanden(v. a. Whitnashplatz, Kundenparkplatz Norma am Deutschen Platz, Kundenparkplatz Edeka Interbieten); die Kundenparkplätze des Edeka Vollsortimenters sowie des Norma Lebensmitteldiscounters sind jedoch deutlich unterdimensioniert; im Norden des Zentrums (Kölner Straße) eingeschränktes Parkplatzangebot; hier stellenweise straßenbegleitendes Parken möglich, dazu existieren kleinere Stellplatzanlagen in räumlicher Nähe zur Kölner Straße (z.B. Stellplätze im rückwärtigen Bereich der Sparkasse und Volksbank, Parkplatz Grabenstraße)

Entwicklungspotenziale und Ziele

- Sicherung als Hauptgeschäftsbereich der Gemeinde Weilerswist mit Versorgungsfunktion für das gesamte Gemeindegebiet sowie Erhalt des Angebotes
- Lenkung des zentrenrelevanten Einzelhandels in den zentralen Versorgungsbereich. Weitere Flächen- und Standortentwicklungen mit zentrenrelevanten Sortimenten an dezentralen, nicht integrierten Standorten sind hingegen zu vermeiden.
- Sicherung der Grundversorgung für die Bevölkerung im Gemeindegebiet
- Modernisierungs-/ Erweiterungsmaßnahmen des Norma-Marktes am Deutschen Platz prüfen (ggf. durch Zusammenlegung mit angrenzenden Grundstücken, sofern dies möglich ist)
- Bestehendes Potenzial für die Ansiedlung weiterer kleinteiliger Einzelhandelsbetriebe entlang der Kölner Straße (z. B. Blumengeschäft, Kiosk / Lotto-Toto), insbesondere zur Verdichtung des aktuell geringen Nutzungsbesatzes sowie zur Nachbelegung der Leerstände in der Kölner Straße
- Qualitative Verbesserungen sowohl im öffentlichen Raum als auch hinsichtlich der Fassaden, Schaufenstergestaltung und Warenpräsentation
- Möglichkeit von verkaufsoffenen Sonntagen zur Imagebildung der Ortsmitte von Weilerswist: Eine ausnahmsweise Öffnung der Verkaufsstellen an Sonntagen unterstützt den stationären Einzelhandel und trägt zur Stärkung des Zentrums bei.

3.3 Sonstige Lagen

Neben dem zentralen Versorgungsbereich sind Einzelhandelsbetriebe in **sonstigen Lagen** im Gemeindegebiet (Streulagen) verteilt. Hierzu zählen sowohl **siedlungsräumlich integrierte Lagen** (u. a. Nahversorgungsstandorte), als auch dezentrale, **siedlungsräumlich nicht integrierte Standorte** in autokundenorientierter Lage (z. B. in Gewerbe- und Industriegebieten).

3.3.1 Siedlungsräumlich integrierte Lagen (u. a. Nahversorgungsstandorte)

Nahversorgungsstandorte können z. B. aufgrund des geringen Besatzes oder der fehlenden städtebaulichen Qualität nicht als zentrale Versorgungsbereiche gewertet werden. Gleichzeitig besitzen sie jedoch aufgrund der vorhandenen Nutzungen (Lebensmittelmärkte, Drogeriemarkt, kleinteiliger Einzelhandel, Komplementärnutzungen) eine wichtige Bedeutung für die wohnortnahe Versorgung. Nahversorgungsstandorte sind bei Standortplanungen ebenfalls zu berücksichtigen und nach Möglichkeit zu sichern. Im Rahmen der Vor-Ort-Arbeiten und der Datenauswertung konnten die Standortbereiche **Parkallee** und perspektivisch **Hausweiler-Derkum** (Euskirchener Straße) als Nahversorgungsstandorte ausgewiesen werden (vgl. Übersicht 5).

In **sonstigen (siedlungsräumlich) integrierten Lagen** kann es vereinzelt Betriebe geben, welche ebenfalls wichtige Nahversorgungsfunktionen übernehmen. Dabei handelt es sich i. d. R. um kleinflächige Angebotsformen mit überwiegend nahversorgungsrelevanten Sortimenten (z. B. Bäckereien).

Übersicht 6: Nahversorgungslagen in Weilerswist

Nahversorgungs-standort	Wesentliche Betriebe	Beschreibung / Empfehlung	Verkaufsfläche am Standort in m²	
Parkallee	Penny und dm sowie ergänzende Fachmärkte (u. a. Kik, Takko, K+K Schuhcenter)	▰ Lebensmitteldiscounter und Drogeriemarkt mit ergänzenden Fachmarktangeboten (u. a. Kik, Takko, K+K Schuhcenter) ▰ der Lebensmitteldiscounter Penny übernimmt eine überwiegende Versorgungsfunktion für Wohngebiete südlich der L 163 und östlich der Bahntrasse (Weilerswist-Süd); hier weitere Wohnbauentwicklung geplant; Drogeriemarkt und weitere Fachmärkte mit gesamtgemeindlichem Einzugsgebiet ▰ fußläufige Anbindung an südwestlich angrenzende Wohngebiete auf Höhe des Korbmacherwegs vorhanden, insgesamt jedoch eher autokundenorientierter Standort ▰ überwiegend funktionaler Standort, der nicht die städtebauliche Qualität eines zentralen Versorgungsbereiches aufweist (überwiegend autokundenorientiert, fehlende zentrenergänzende Nutzungen) ▰ der Standortbereich ist aufgrund seiner wichtigen Nahversorgungsfunktion für die südwestlich angrenzenden Wohngebiete langfristig zu sichern ▰ im nordöstlichen Teil (Freifläche zwischen L 163, Kreisverkehr, Parkallee und Stellplatzanlage des Fachmarktzentrums) sind noch Flächenpotenziale vorhanden	NuG	785
			Nonfood	2.470
			gesamt	**3.255**

Nahversorgungs-standort	Wesentliche Betriebe	Beschreibung / Empfehlung	Verkaufsfläche am Standort in m²
perspektivisch: Hausweiler-Der-kum	perspekti-visch: Netto	▰ geplant ist Netto als Solitärstandort sowie ergänzend ein Bistro / Café; dazu weitere Wohngebietsentwicklung im direkten Umfeld des Marktes vorgesehen; perspektivisch wird der Markt damit in nördlicher, östlicher und südlicher Richtung von Wohnbebauung umschlossen sein ▰ perspektivisch Ausrichtung der Versorgung auf die Wohnbevölkerung der südlichen Ortsteile Weilerswists; insbesondere Hausweiler, Derkum, Ottenheim und Lommersum; derzeit sind hier noch keine größere Nahversorgermärkte vorhanden ▰ für Einordnung als zentraler Versorgungsbereich fehlt Ergänzung durch weitere Einzelhandelsbetriebe und zentrenprägende Nutzungsformen; dazu weist der geplante Standort keine Versorgungsfunktion auf, die über den unmittelbaren Nahbereich hinauswirkt ▰ Ansiedlung des Netto-Marktes ist ausdrücklich zu empfehlen; durch die geplante Ansiedlung kann eine Versorgungslücke im südlichen Gemeindegebiet Weilerswists geschlossen und die Nahversorgung der Einwohner in den südlichen Ortsteilen Weilerswists (v. a.Hausweiler, Derkum, Ottenheim und Lommersum) sichergestellt werden	NuG (geplant) max. 800 Nonfood (geplant) - **gesamt (geplant) max. 800**

GMA-Empfehlungen 2023

3.3.2 Siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen (v. a. Gewerbegebiete)

Bei **nicht integrierten / dezentralen Lagen** handelt es sich um autokundenorientierte Standorte in Gebieten, die ursprünglich primär für Gewerbebetriebe vorgesehen waren. Tatsächlich weisen sie jedoch auf der einen Seite einen Besatz mit z. T. großflächigen Betrieben des nicht zentrenrelevanten Fachmarktsektors auf (z. B. Gartencenter, Restpostenmarkt, Tierfutterfachmarkt), auf der anderen Seite sind hier oft Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten (z. B. Lebensmittelmärkte, Einrichtungsfachmarkt) zu finden. Mit Ausnahme von gewerblichen Nutzungen sind dazu kaum ergänzende Nutzungen ansässig. Aufgrund der nicht integrierten Lage sowie der i. d. R. fehlender Komplementärnutzungen sind diese Standorte nicht als zentrale Versorgungsbereiche zu definieren.

Hierzu zählt u. a. das **Gewerbegebiet Bonner Straße** mit den dort ansässigen Lebensmittelmärkten Rewe, Netto, Lidl und Aldi sowie dem Einrichtungsfachmarkt JYSK.

4. Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung in Weilerswist

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sind standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben erforderlich.[51] Grundsätzlich

[51] Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

kommen verschiedene Stufen zur Begrenzung und zum Ausschluss des Einzelhandels in Betracht:

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

Die Regeln folgen dem zentralen Grundsatz, dass Ansiedlungen bzw. Erweiterungen nicht zu einer Beeinträchtigung der Funktions- und Entwicklungsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche führen dürfen und sich die Dimensionierung eines Vorhabens am zugeordneten Versorgungsgebiet orientieren soll.[52] Außerdem sind bei Ansiedlungen bzw. Erweiterungen die landesplanerischen Vorgaben zu beachten.

Im Folgenden werden auf Grundlage des Sortimentskonzeptes sowie der o. g. Zentren- und Standortstruktur in Weilerswist branchen- und standortbezogene Empfehlungen zur Standortentwicklung gegeben. Abbildung 28 gibt hierzu einen Gesamtüberblick, der nachfolgend textlich erläutert wird.

Abbildung 28: Übersicht Steuerungsschema Einzelhandelsentwicklung

Ansiedlung in ...		Zentraler Versorgungsbereich i. S. v. BauGB und BauNVO	sonstige Lagen	
mit ...		Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte Weilerswist	siedlungsräumlich integrierte Lagen (inkl. Nahversorgungsstandorte)	siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen
nahversorgungs-relevantem Kernsortiment	großflächig[1)]	✓	🔍	✗
	nicht großflächig	✓	🔍	✗
zentrenrelevantem Kernsortiment	großflächig[1)]	✓	✗	✗
	nicht großflächig	✓	🔍	✗
nicht zentrenrelevantem Kernsortiment	großflächig[1)]	∿	🔍 [2)]	🔍 [2)]
	nicht großflächig	✓	🔍	🔍

✓ Ansiedlung möglich bzw. städtebaulich zu empfehlen (Einzelfallprüfung bei großflächigen Vorhaben zu Auswirkungen erforderlich) / 🔍 Einzelfallprüfung erforderlich bzw. zu empfehlen / ∿ Ansiedlung städtebaulich nicht zu empfehlen / ✗ Ansiedlung nicht möglich bzw. nicht zu empfehlen

1) großflächiger Einzelhandel größer als 800 m² VK; 2) Randsortimentsregelungen (10 % Verkaufsflächenanteil zentren- oder nahversorgungsrelevante Sortimente, max. 800 m² Verkaufsfläche); GMA-Empfehlungen 2023

52 Das zugeordnete Versorgungsgebiet ist u. a. abhängig vom Betriebstyp und der Sortimentierung des jeweiligen Vorhabens. So beschränkt sich das zu versorgende Gebiet eines Lebensmittelmarktes häufig nur auf einzelne Quartiere, das Versorgungsgebiet eines Elektrofachmarktes umfasst hingegen oftmals ganze Stadtteile oder sogar Gemeindegebiete.

4.1 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Ortsmitte Weilerswist

Für den zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte Weilerswist gelten grundsätzlich keine Beschränkungen hinsichtlich möglicher Einzelhandelsansiedlungen; d. h., dass sowohl großflächige[53] Betriebe als auch nicht großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten grundsätzlich zulässig sind. Auch die Ansiedlung großflächiger Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten ist hier prinzipiell zulässig. Die Ansiedlung ist aus städtebaulicher Sicht jedoch nicht zu empfehlen und sollte nicht Teil der Ansiedlungspolitik in Weilerswist sein; sie sind vorrangig auf Lagen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zu lenken.[54] Etwaige Flächenpotenziale sollten Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten vorbehalten werden, die für das Zentrum eine frequenzerzeugende Wirkung haben.

4.2 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches (sonstige Lagen)

4.2.1 Siedlungsräumlich integrierte Lagen (inkl. Nahversorgungsstandorte)

Bei den Nahversorgungsstandorten Parkallee und Hausweiler-Derkum (perspektivisch) und sonstigen siedlungsräumlich integrierten Lagen handelt es sich um Standorte, die nicht dem zentralen Versorgungsbereich zuzuordnen sind. **Nahversorgungsstandorte** übernehmen Nahversorgungsfunktionen für die angrenzenden Wohnquartiere bzw. Ortsteile, wenngleich die Gesamtausstattung nicht zur Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereichs ausreicht. Zu den sonstigen **siedlungsräumlich integrierten Lagen** zählen alle wohnortnahen Lagen wie Streulagen des Einzelhandels.

Im Lebensmittelsegment streben alle deutschlandweit agierenden Unternehmen (Supermärkte und Discounter) im Neubau mittlerweile die Großflächigkeit an, auch werden viele ältere Filialen auf den Prüfstand gestellt und oft Erweiterungen in die Großflächigkeit geplant. Im Sinne einer Verbesserung der wohnortnahen Versorgung kann dies an wohnsiedlungsräumlich integrierten Standorten, gerade bei Vorliegen von Versorgungslücken, durchaus sinnvoll sein. Allerdings sollten solche Vorhaben jeweils im Einzelfall auf ihre städtebaulichen bzw. versorgungsstrukturellen Auswirkungen hin geprüft werden. Dabei wird eine zweistufige Vorgehensweise vorgeschlagen:

1. Prüfung der Integration eines Planstandortes: Die geeignete Standortqualität für Lebensmittelmärkte ist an den Nahversorgungsstandorten bereits im vorliegenden Gutachten nachgewiesen (städtebauliche Integration sowie wesentliche Nahversorgungsfunktion und damit Eignung als Lebensmittelmarkt-Standort). Für die sonstigen, siedlungsräumlich integrierten Lagen wäre dies noch zu prüfen, wenn eine konkrete Anfrage ansteht.
2. Bei entsprechenden Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben an einem Nahversorgungsstandort bzw. in einer siedlungsräumlich integrierten Lage hat eine Prüfung des

53 großflächiger Einzelhandel größer 800 m² Verkaufsfläche

54 Solche Betriebe haben i. d. R. einen hohen Flächenanspruch mit Geschäftsräumen und Parkplätzen. Diese Voraussetzungen sind im Ortskern nur selten gegeben.

konkreten Vorhabens zu erfolgen. V. a. ist nachzuweisen, ob mit dem Vorhaben wesentliche städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen einhergehen. Dieser Nachweis hat bei über 800 m² Verkaufsfläche durch den Antragsteller zu erfolgen.

Die Ansiedlung von kleinflächigem nahversorgungs- und zentrenrelevanten sowie kleinflächigem nicht zentrenrelevanten Einzelhandel soll unter der Voraussetzung einer Einzelfallprüfung möglich sein, da hier i. d. R. keine Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche vorliegen. Dabei ist zu differenzieren zwischen kleinteiligen Angeboten wie Bäckereien, Blumenläden, Apotheken usw. und mittelflächigen Fachmarktangeboten wie z. B. Drogeriemarkt, Textilfachmarkt oder einer Agglomeration[55] aus mehreren Fachmärkten. Hier muss im Zweifelsfall der Nachweis erbracht werden, dass keine nachteiligen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind.[56]

Großflächige Ansiedlungsvorhaben im zentrenrelevanten Sortimentsbereich sind auszuschließen. Für großflächige Ansiedlungsvorhaben im nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich wird eine Einzelfallprüfung empfohlen.

Aufgrund sortiments- und betriebstypenspezifischer Besonderheiten ist dazu eine ergänzende Regelung hinsichtlich der zentrenrelevanten **Randsortimente** bei Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zu empfehlen. Um der Gefahr einer Aushöhlung des Sortimentskonzeptes durch übermäßige Angebote von zentrenrelevanten Randsortimenten zu begegnen, ist bei Ansiedlungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche eine Randsortimentsbegrenzung im Rahmen der Bebauungsplanfestsetzungen zu empfehlen. **Bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben** (größer 800 m² Verkaufsfläche) mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Möbel-, Bau- und Gartenmärkte) ist eine Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf maximal 10 % der realisierten Gesamtverkaufsfläche, jedoch maximal 800 m² Verkaufsfläche anzuregen. Um sicherzustellen, dass die insgesamt zulässige Fläche nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann, ist im Rahmen einer Einzelfallprüfung die Dimensionierung einzelner Sortimente zu prüfen. Hier ist insbesondere die Verträglichkeit mit dem zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte Weilerswist zu untersuchen. Auch dies könnte ansonsten zu einer Unterwanderung des Sortimentskonzeptes und letztlich zu Beeinträchtigungen der schutzwürdigen Strukturen in Weilerswist führen.

4.2.2 Siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen

Gewerbe- und Industriegebiete sollten – ihrer primären Funktion entsprechend – als Flächen für das produzierende und weiterverarbeitende Gewerbe sowie für Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe vorgehalten werden. Aus diesem Grund sowie im Hinblick auf die Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes sollten hier Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten vollständig ausgeschlossen werden. Darüber hinaus sind im Gemeindegebiet von Weilerswist bedarfsgerechte Flächen für Gewerbe- und Industriebetriebe be-

55 Eine Einzelhandelsagglomeration liegt vor, wenn mehrere selbstständige, auch je für sich nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe räumlich konzentriert angesiedelt sind oder angesiedelt werden sollen (vgl. Begründung zu Ziel 6.5-8, LEP NRW).

56 Auch in diesem Zusammenhang ist darauf zu verweisen, dass bestimmte Baugebiete nach BauNVO klein- und mittelflächige Betriebe bis zu einer Verkaufsfläche von 800 m² VK zulassen, so dass auch hier eine planungsrechtliche Steuerung erschwert ist. Auf Ziel 6.5-8 des LEP NRW ist in diesem Zusammenhang weiterführend zu verweisen.

reitzustellen, weshalb aktuell ein genereller Einzelhandelsausschluss (Einzelhandel mit nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimenten) in Gewerbe- und Industriegebieten im Rahmen der Bauleitplanung geboten ist. Derzeit stehen weder Flächen zur Verfügung, noch gibt es Anfragen für etwaige Einzelhandelsansiedlungen. Angesichts der geringen Ausstattung in Weilerswist sowie zur Sicherung der grundzentralen Versorgungsfunktion sind zukünftige Anfragen jedoch nicht per se auszuschließen. Im Einzelfall sollte daher geprüft werden, ob gegebenenfalls eine Änderung des Bebauungsplans notwendig ist.

In den **sonstigen siedlungsräumlich nicht integrierten Lagen** sollte zukünftig die Ansiedlung von Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment zur Vervollständigung / Ergänzung des bestehenden Einzelhandelsbesatzes in Weilerswist grundsätzlich möglich sein.

Bestehende Betriebe, auch mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten (z. B. Rewe, Netto, Lidl und Aldi im Gewerbegebiet Bonner Straße), genießen grundsätzlich **Bestandsschutz**. Zur Sicherung des Standortes sowie der wirtschaftlichen Tragfähigkeit ist auch diesen Betrieben eine geringfügige Erweiterungsmöglichkeit einzuräumen. Voraussetzung hierfür ist, dass keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte Weilerswist sowie auf zentrale Versorgungsbereiche in benachbarten Orten hervorgerufen werden. Dies ist ebenfalls im Rahmen einer Einzelfallbetrachtung zu prüfen. Hierbei ist jedoch anzumerken, dass sich die Lebensmittelbetriebe im Gewerbegebiet Bonner Straße – mit Ausnahme des Netto-Marktes – in den vergangenen Jahren bereits modern aufgestellt haben und mittlerweile über zeitgemäße Verkaufsflächendimensionierungen verfügen. Der Lebensmitteldiscounter Aldi in der Robert-Bosch-Straße verfügt über eine Baugenehmigung für eine Verkaufsflächenerweiterung auf 1.300 m², sodass auch dieser Markt perspektivisch modern aufgestellt sein wird.

Auch in den siedlungsräumlich nicht integrierten Lagen ist die ergänzende Regelung hinsichtlich der zentrenrelevanten Randsortimente bei großflächigen Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zu beachten (siehe Kapitel IV., 4.2.1).

5. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

Das vorliegende Einzelhandelskonzept wurde in Abstimmung mit der Gemeinde Weilerswist erarbeitet. Um eine Verbindlichkeit dieser informellen Planung herzustellen, sollten folgende Punkte beachtet werden:

- **Beschluss des Einzelhandelskonzeptes** als städtebauliches Entwicklungskonzept nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB auf der Grundlage dieses Gutachtens. Damit ist das vorliegende Einzelhandelskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen und gilt als Dokumentation der (inter)kommunalen Planungsabsichten. Insbesondere sind hier von Belang:
  - **Städtebauliche Zielvorstellungen der Gemeinde Weilerswist für die Einzelhandelsentwicklung**
  - **Sortimentsliste der Gemeinde Weilerswist**
  - **Festlegung der Zentren- und Standortstruktur**

- **Abgrenzung und Definition des zentralen Versorgungsbereiches**
- **Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung**

- Planungsrechtliche Verankerung im Rahmen der Bauleitplanung
  Es sollte geprüft werden, wie die Standortempfehlungen möglichst zeitnah in gültiges Baurecht umgesetzt werden können. Festsetzungsmöglichkeiten v. a. im unbeplanten Innenbereich eröffnet § 9 Abs. 2a BauGB. Hiermit kann verhindert werden, dass an städtebaulich nicht gewünschten Standorten eine Entwicklung entsteht, die den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes entgegensteht. Für die Begründung kann das auf der Grundlage dieses Gutachtens erstellte Einzelhandelskonzept verwendet werden, wenn es durch den Rat der Gemeinde Weilerswist beschlossen worden ist. Des Weiteren sind die Möglichkeiten der BauNVO, z. B. die Feinsteuerung von Baugebieten oder Fremdkörperfestsetzungen, in das bauleitplanerische Umsetzungsportfolio zur Steuerung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung einzubetten.

- Kommunikation mit Investoren und Handelsunternehmen
  Die vorliegende Untersuchung sollte genutzt werden, um hiermit sowohl Investoren als auch Handelsunternehmen gezielt auf Möglichkeiten zur Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde Weilerswist anzusprechen. Das Einzelhandelskonzept verdeutlicht zum einen die Ausstattungssituation und mögliche Entwicklungspotenziale im Gemeindegebiet und vermittelt zum anderen – durch den Beschluss – Investitionssicherheit.

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

Verzeichnisse

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Umsatzentwicklung im deutschen Einzelhandel zwischen 2001 und 2021	12
Abbildung 2:	Anforderungen an Grund- und Nahversorgungstandorte	12
Abbildung 3:	Konsumententrends des „hybriden Kunden“	13
Abbildung 4:	Onlinemarktanteile und Entwicklungsszenarien des Onlinehandels bis 2030	13
Abbildung 5:	Bevölkerungsentwicklung in Weilerswist, 2012 – 2021	27
Abbildung 6:	Einkaufshäufigkeit in Weilerswist (links) sowie in auswärtigen Gemeinden / Städten (rechts)	29
Abbildung 7:	Häufigkeit des Onlineeinkaufs	30
Abbildung 8:	Einkaufsorientierung im kurzfristigen Bedarfsbereich	31
Abbildung 9:	Einkaufsorientierung im mittelfristigen Bedarfsbereich	32
Abbildung 10:	Einkaufsorientierung im langfristigen Bedarfsbereich	34
Abbildung 11:	Gründe für einen Einkauf in Weilerswist	35
Abbildung 12:	Gründe gegen einen Einkauf in Weilerswist	36
Abbildung 13:	Bewertung der Geschäfts- und Einkaufsmöglichkeiten in Weilerswist	36
Abbildung 14:	Bewertung der Gestaltung der Ortsmitte und des gastronomischen Angebotes von Weilerswist	37
Abbildung 15:	Entwicklung der Attraktivität der Ortsmitte von Weilerswist als Einkaufsort in den letzten 8 Jahren	37
Abbildung 16:	Wahrgenommene Verbesserungen in der Ortsmitte von Weilerswist	38
Abbildung 17:	Wahrgenommene Verschlechterungen in der Ortsmitte von Weilerswist	38
Abbildung 18:	Vermisste Sortimente / Geschäfte in Weilerswist	39
Abbildung 19:	Verbesserungsvorschläge für den Weilerswister Ortskern	40
Abbildung 20:	Verkehrsmittelwahl für Einkäufe in der Ortsmitte von Weilerswist (links) und Lebensmitteleinkäufe in Weilerswist (rechts)	40
Abbildung 21:	Bewertung der Verkehrs- und Parkplatzsituation im Ortskern von Weilerswist	41
Abbildung 22:	Verkaufsflächenanteile nach Branchen	43
Abbildung 23:	Betriebsgrößenstruktur	43
Abbildung 24:	Verkaufsflächenanteile* nach Standortlagen** und Branchen	46
Abbildung 25:	Regionaler Vergleich der Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner	52
Abbildung 26:	Einzelhandelszentralität nach Branchen in Weilerswist	53
Abbildung 27:	Wesentliche Bausteine des Einzelhandelskonzeptes	59
Abbildung 28:	Übersicht Steuerungsschema Einzelhandelsentwicklung	73

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage der Gemeinde Weilerswist und zentralörtliche Struktur in der Region	25
Karte 2:	Nahversorgungssituation im Kernort Weilerswist (Ist-Zustand)	48
Karte 3:	Nahversorgungssituation in der Gemeinde Weilerswist– mit geplanter Ansiedlung von Netto in Hausweiler-Derkum	49
Karte 4:	Zentren- und Standortstruktur der Gemeinde Weilerswist	66
Karte 5:	Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte Weilerswist	68

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	GMA-Branchensystematik	22
Tabelle 2:	Bevölkerung in Weilerswist, 2021	24
Tabelle 3:	Einzelhandelsbestand nach Branchen	42
Tabelle 4:	Einzelhandelsbestand nach Ortsteilen	44
Tabelle 5:	Einzelhandelsbestand nach Standortlagen	45
Tabelle 6:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Weilerswist	51
Tabelle 7:	Sortimentsliste der Gemeinde Weilerswist (zusammenfassende Darstellung)	63

Übersichten

Übersicht 1:	Standortprofil der Gemeinde Weilerswist	26
Übersicht 2:	Statistische Merkmale der Haushaltsbefragung	28
Übersicht 3:	Branchenbezogene Entwicklungspotenziale für Weilerswist	54
Übersicht 4:	Kriterien der Zentrenrelevanz	61
Übersicht 5:	Zentren- und Standortstruktur der Gemeinde Weilerswist	64
Übersicht 6:	Nahversorgungslagen in Weilerswist	71