



# Markt- und Standortanalyse Eitorf

## zur Aktualisierung des Einzelhandelskonzeptes 2006

---

Auftraggeber:  
Gemeinde Eitorf

**Ihre Ansprechpartner**  
Wirtschaftsgeogr. Joachim Schulte, M. A.  
(Projektleitung)

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

**BBE Handelsberatung GmbH**  
Goltsteinstraße 87a  
50968 Köln  
Deutschland

Tel +49 221 789 41 160  
Fax +49 221 789 41 169  
E-Mail schulte@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

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

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

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Köln · Leipzig · Erfurt

Köln, im Oktober 2016

## Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung .....	4
1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung.....	4
1.2 Vorgaben der Landesplanung für kommunale Einzelhandelskonzepte .....	5
1.3 Methodische Vorgehensweise und Primärerhebungen .....	7
2 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung.....	8
2.1 Siedlungsstruktur und Verkehrsanbindung .....	8
2.2 Demografische Entwicklung .....	11
2.3 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Gemeinde Eitorf .....	13
3 Einzelhandelssituation in der Gemeinde Eitorf.....	17
3.1 Einzelhandelsausstattung und Standortstrukturen des Einzelhandels .....	17
3.1.1 Ortsmitte Eitorf .....	19
3.1.2 Gewerbegebiet „Im Auel“ .....	25
3.2 Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten .....	27
3.3 Einzelhandelsausstattung der Gemeinde Eitorf im Zeitvergleich 2006 / 2016.....	31
3.4 Einzelhandelszentralität .....	34
3.5 Wohnungsnahe Versorgung in der Gemeinde Eitorf .....	37
4 Exkurs: Reaktionsfähigkeit des Eitorfer Einzelhandels auf die zunehmende Bedeutung des Onlinehandels .....	40
4.1 Allgemeine Trends im Onlinehandel .....	40
4.2 Entwicklung des Onlinehandels nach Sortimenten .....	41
4.3 Online-Aktivitäten des stationären Handels .....	43
4.4 Fazit zur Reaktionsfähigkeit des Eitorfer Einzelhandels auf die Entwicklungen im Onlinehandel .....	45
5 Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse sowie Empfehlungen zur Verkaufsflächenentwicklung .....	47
6 Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Eitorf .....	50
6.1 Leitziele für die Einzelhandelsentwicklung und Standortkonzept .....	51
6.2 Eitorfer Sortimentsliste .....	54
6.3 Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Ortsmitte.....	60
6.3.1 Begriff des „Zentralen Versorgungsbereichs“ .....	60
6.3.2 Empfehlungen zur Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Ortsmitte	62
6.4 Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung im Gewerbegebiet „Im Auel“ .....	67
7 Fazit und abschließende Empfehlungen .....	72

**Abbildungsverzeichnis:**

Abbildung 1:	Lage der Gemeinde Eitorf und zentralörtliche Gliederung .....	9
Abbildung 2:	Einwohner der Gemeinde Eitorf nach Altersgruppen .....	11
Abbildung 3:	Einwohnerentwicklung in Eitorf und Vergleichsräumen 2008 - 2015 (2008 = 100 %)	12
Abbildung 4:	Entwicklung ausgewählter Altersgruppen (Anteile in %) .....	13
Abbildung 5:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Gemeinde Eitorf und in umliegenden Kommunen .....	14
Abbildung 6:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten .....	15
Abbildung 7:	Einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben in der Gemeinde Eitorf p. a. ....	16
Abbildung 8:	Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Gemeinde Eitorf .....	18
Abbildung 9:	Verkaufsflächen und Umsätze in der Gemeinde Eitorf nach Ortslagen .....	19
Abbildung 10:	Nutzungsstruktur der Ortsmitte der Gemeinde Eitorf .....	20
Abbildung 11:	Parkplatzangebot im Hauptort Eitorf .....	22
Abbildung 12:	Nutzungsstruktur des Gewerbegebietes „Im Auel“ .....	26
Abbildung 13:	Verkaufsflächen und Umsätze in der Gemeinde Eitorf nach Sortimenten .....	27
Abbildung 14:	Lebensmittelangebot der Gemeinde Eitorf nach Betriebsformen .....	28
Abbildung 15:	Verkaufsflächen und Umsätze in der Gemeinde Eitorf nach Sortimenten .....	30
Abbildung 16:	Einzelhandelsentwicklung der Gemeinde Eitorf 2006 - 2016 .....	31
Abbildung 17:	Verkaufsflächenentwicklung 2006 – 2016 .....	32
Abbildung 18:	Umsatzentwicklung 2006 – 2016 .....	33
Abbildung 19:	Umsatz-Kaufkraft-Relation nach Warengruppen .....	35
Abbildung 20:	Umsatz-Kaufkraft-Relation und Kaufkraftsaldo nach Warengruppen .....	36
Abbildung 21:	Nahversorgung in der Gemeinde Eitorf .....	38
Abbildung 22:	Lebensmittelmärkte in Eitorf und in den Nachbarkommunen .....	39
Abbildung 23:	Entwicklung der sortimentspezifischen Marktanteile des Onlinehandels .....	41
Abbildung 24:	Einzelhandel im Gemeindegebiet Eitorf nach Branchen und sortimentsbezogenem Wachstum der Marktanteile im Onlinehandel .....	42
Abbildung 25:	Online-Sichtbarkeit der Eitorfer Einzelhandelsbetriebe .....	44
Abbildung 26:	Standortkonzept für den Einzelhandel .....	53
Abbildung 27:	Verkaufsflächenanteil nach Standortbereichen .....	57
Abbildung 28:	Sortimentsliste der zentren- und nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente der Gemeinde Eitorf .....	58
Abbildung 29:	Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte Eitorf .....	63
Abbildung 30:	Rahmenplan für das Schulgassenareal .....	64
Abbildung 31:	Übersicht zu den Maßnahmen des IHK für den Zentralort von Eitorf .....	66
Abbildung 32:	Gewerbegebiet „Im Auel“ .....	68

# 1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

## 1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Um die Entwicklung des Einzelhandelsstandorts Eitorf für die nächsten Jahre nachhaltig mitgestalten zu können, hat die Gemeinde Eitorf die BBE Handelsberatung GmbH damit beauftragt, das kommunale Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2006 zu überprüfen und fortzuschreiben. Dafür wird eine umfassende Aktualisierung der Datengrundlagen zur Einzelhandelssituation erforderlich.

Aufgrund der dynamischen Veränderungen im Einzelhandel und weil beispielsweise Fragen zur Nahversorgung und zu den Auswirkungen von E-Commerce auf Basis des bisherigen Konzepts nicht ausreichend beantwortet werden können, ist eine Überprüfung und Fortschreibung des bestehenden Einzelhandelskonzeptes notwendig.

Wie bereits schon in der Analyse aus dem Jahr 2006 steht bei der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Zentralort von der Gemeinde Eitorf im besonderen Fokus; dessen Stärken, Schwächen und Entwicklungspotenziale als Einzelhandelsstandort gilt es zu beleuchten. In diesem Zusammenhang ist auch die räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches zu überprüfen. Aufgesetzt werden kann dabei sowohl auf den Ergebnissen der Vorgängeruntersuchung als auch auf dem „Integrierten Handlungskonzept für den Zentralort von Eitorf“, das im Jahr 2015 von Gemeindeverwaltung mit Unterstützung eines externen Fachbüros erarbeitet wurde.

Weiterhin soll die Einzelhandelssituation im Gewerbegebiet „Im Auel“ analysiert und bewertet werden. Neben Fragen zur Perspektive der ansässigen Einzelhandelsbetriebe sind aktuelle Planungsüberlegungen zu berücksichtigen und zu bewerten.

Bei der Bearbeitung des Einzelhandelskonzeptes zu berücksichtigen ist der im Juli 2013 von der Landesregierung Nordrhein-Westfalen als Teil des neuen Landesentwicklungsplans beschlossene sachliche Teilplan zum großflächigen Einzelhandel. Mit diesem landesplanerischen Fachplan werden die Ziele und Grundsätze festgelegt, die im Rahmen der Bauleitplanung beachtet (Ziele) bzw. in die Abwägung von Bauleitplänen einbezogen werden müssen. Vor diesem Hintergrund wird dieser landesplanerische Steuerungsrahmen für den großflächigen Einzelhandel auch in die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes einfließen.

Der landesplanerische Steuerungsrahmen für den großflächigen Einzelhandel, sachliche Teilplan, der wichtige Determinanten für das kommunale Einzelhandelskonzept vorgibt, wird im Folgenden in seinen Eckpunkten vorgestellt (siehe Kapitel 1.2).

## 1.2 Vorgaben der Landesplanung für kommunale Einzelhandelskonzepte

Das kommunale Einzelhandels- und Zentrenkonzept stellt eine Ausgestaltung des landesplanerischen Steuerungsansatzes unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Besonderheiten dar. Mit dem Inkrafttreten des **Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen, Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel** am 13.07.2013 bestehen folgende Ziele und Grundsätze der Raumordnung, die im Rahmen der Bauleitplanverfahren in der Abwägung beachtet (Ziele) bzw. berücksichtigt (Grundsätze) werden müssen und somit auch den Rahmen für das kommunale Einzelhandelskonzept bilden:

- Großflächige Einzelhandelsbetriebe dürfen nur innerhalb der in den Regionalplänen dargestellten „Allgemeinen Siedlungsbereichen“ errichtet werden (Ziel 1).
- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen nur in zentralen Versorgungsbereichen errichtet werden (Ziel 2).

Welche Sortimente als zentrenrelevant gelten, regeln die Gemeinden über ortstypische Sortimentslisten. Bei der Festlegung der Liste sind sogenannte „zentrenrelevante Leitsortimente“ zu beachten.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) dürfen ausnahmsweise auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen realisiert werden. Dazu ist nachzuweisen, dass eine Errichtung in integrierter Lage innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches aus städtebaulichen und siedlungsstrukturellen Gründen nicht möglich ist, die Bauleitplanung der Gewährleistung der wohnungsnahen Versorgung dient und zentrale Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

- Durch großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden (Ziel 3).
- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen so dimensioniert werden, dass der zu erwartende Gesamtumsatz die sortimentsbezogene Kaufkraft in der Gemeinde nicht überschreitet (Grundsatz 4).
- Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen dann außerhalb zentraler Versorgungsbereiche angesiedelt werden, wenn die zentrenrelevanten Randsortimente auf max. 10 % der Verkaufsfläche beschränkt werden (Ziel 5). Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente soll 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Betrieb nicht überschreiten (Grundsatz 6).
- Die Gemeinden werden veranlasst, vorhandene Standorte großflächiger Betriebe außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen über Bebauungspläne auf den Bestand zu begrenzen, der baurechtlichen Bestandsschutz genießt. Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn dadurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche zu erwarten ist (Ziel 7).
- Einzelhandelsagglomerationen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche und Agglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen ist auf der Ebene der Bauleitplanung entgegenzuwirken. Dabei ist eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche zu vermeiden (Ziel 8).

- Zwischen Kommunen durch förmliche Beschlüsse vereinbarte Regionale Einzelhandelskonzepte sind bei der Aufstellung und Änderung von Regionalplänen zu berücksichtigen (Ziel 9).
- Die Regelungen gelten auch für vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO (Ziel 10).

Der „**Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen**“ in der Fassung vom 22. September 2008 fasst als Verwaltungsvorschrift wesentliche Punkte der gesetzlichen Rahmenbedingungen zusammen und erläutert diese. Dieser Erlass soll<sup>1</sup>

„(...) den Trägern der Regionalplanung, den Bezirksregierungen, den Gemeinden als Trägern der Bauleitplanung und den Bauaufsichtsbehörden als Grundlage für die Beurteilung von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben i. S. v. § 11 Abs. 3 BauNVO dienen und für Investitionswillige, Grundstückseigentümerinnen und Grundstückseigentümer und den Einzelhandel Planungs- und Investitionssicherheit schaffen.“

Unter Punkt 4.1 „Gemeindliche Einzelhandelskonzepte“ führt der Einzelhandelserlass NRW einleitend aus:

„Mit der Aufstellung von gemeindlichen Einzelhandelskonzepten und der planungsrechtlichen Umsetzung dieser Konzepte durch Bauleitpläne unterstützen die Gemeinden die Entwicklung ihrer Zentren und Nebenzentren und sorgen für eine ausgewogene Versorgungsstruktur. Einzelhandelskonzepte schaffen einerseits eine Orientierungs- und Beurteilungsgrundlage für die Bauleitplanung und die Beurteilung von Vorhaben, andererseits Planungs- und Investitionssicherheit für Einzelhandel, Investoren und Grundstückseigentümer.

In den Einzelhandelskonzepten legen die Gemeinden ihre Entwicklungsziele für den Einzelhandel fest. Dies beinhaltet neben dem angestrebten Zentrengefüge über die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche auch die Bestimmung der Sonderstandorte für großflächige Einzelhandelsvorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sowie sonstige Sonderstandorte. Dabei werden auf der Grundlage einer konkreten Bestandserhebung und -analyse der Einzelhandelssituation sowie der städtebaulichen Konzeption für die Einzelhandelsentwicklung die bestehenden tatsächlichen zentralen Versorgungsbereiche sowie die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche räumlich und funktional festgelegt. Zu einem Einzelhandelskonzept gehört auch die ortsspezifisch zu entwickelnde Liste zentrenrelevanter Sortimente“.

---

<sup>1</sup> Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben; Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass NRW). Gem. RdErl. D. Ministeriums für Bauen und Verkehr - V.4/VI A 1 - 16.21 - u. d. Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie - 322/323 - 30.28.17. vom 22.09.2008.

Mit einem Bundesverwaltungsgerichtsurteil von 2013 wurde nochmals die Bedeutung von Einzelhandelskonzepten für die Bauleitplanung klargestellt. Demnach kann sich die Kommune bei der Rechtfertigung eines Bebauungsplans zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung allein auf das beschlossene Einzelhandelskonzept berufen.

### 1.3 Methodische Vorgehensweise und Primärerhebungen

Das Gutachten zur Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes basiert auf folgenden Erhebungen und Datenquellen:

#### **Betriebsstättenerhebung in der Gemeinde Eitorf**

Im Juli 2016 wurde von der BBE eine Vollerhebung aller Einzelhandelsbetriebe<sup>2</sup> durchgeführt. Dabei wurden die Verkaufsflächen der Betriebe nach 31 Warengruppen differenziert erhoben. Darüber hinaus wurden in der Ortsmitte die sonstigen publikumsintensiven Nutzungen (private Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen) und die leerstehenden Ladenlokale kartografisch dokumentiert. Unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie der branchen- und betriebsformenspezifischen Leistungskennziffern wurde die Umsatzleistung der Einzelhandelsbetriebe jeweils individuell eingeschätzt. Die nachfolgenden Darstellungen beziehen sich auf den Datenstand Juli 2016.

#### **Weitere Grundlagen**

Die Daten zum einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial in der Gemeinde Eitorf wurden vom Institut für Handelsforschung ermittelt und durch Datengrundlagen und Berechnungen der BBE Handelsberatung GmbH ergänzt.

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

Ergebnisse des Integrierten Handlungskonzeptes für den Zentralort von Eitorf aus dem Jahr 2015, das von der Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH erstellt wurde, werden ebenfalls im vorliegenden Gutachten berücksichtigt.

---

<sup>2</sup> Als Einzelhandelsbetriebe werden die Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an Endverbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Dabei werden auch Ladenhandwerksbetriebe (Bäckereien, Konditoren, Metzgereien) und Apotheken berücksichtigt. Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handels/ -Handwerks, des Handels mit Mineralölerzeugnissen (außer größere Verkaufsräume in Tankstellen) und ähnlichen Waren.

## 2 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

### 2.1 Siedlungsstruktur und Verkehrsanbindung

Die im Siegtal gelegene Gemeinde Eitorf befindet sich in südöstlicher Lage innerhalb des Rhein-Sieg-Kreises im Übergangsbereich zwischen dem dichten rheinischen Siedlungsband im Westen und den ländlicheren Siedlungsstrukturen des Bergischen Landes bzw. des Westerwaldes.

Im Norden grenzt Eitorf an die Gemeinde Ruppichterorth, im Osten an die Gemeinde Windeck und im Westen an das Gemeindegebiet des Mittelzentrums Hennef. Südlich grenzen die rheinland-pfälzischen Ortsgemeinden Kircheib, Rettersen, Hasselbach und Werkhausen (Verbandsgemeinde Altenkirchen) und Buchholz (Verbandsgemeinde Asbach) an. Damit stellt die südliche Gemeindegrenze gleichzeitig die Grenze zu Rheinland-Pfalz dar.

Siedlungsräumlich befindet sich Eitorf in einem Gebiet mit überwiegend ländlicher Raumstruktur, was unter anderem in der vergleichsweise geringen Einwohnerdichte der Gemeinde zum Ausdruck kommt. Mit 270 Einwohnern / km<sup>2</sup> ist die Gemeinde Eitorf deutlich dünner besiedelt als der Rhein-Sieg-Kreis (517 EW / km<sup>2</sup>) bzw. das Land Nordrhein-Westfalen (524 EW / km<sup>2</sup>).

Der Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen weist Eitorf die Funktion eines Mittelzentrums zu. Die Kreisstadt Siegburg (Mittelzentrum) befindet sich in einer Entfernung von ca. 20 Kilometern, die Bundesstadt Bonn (Oberzentrum) in ca. 30 Kilometern und die Stadt Köln (Oberzentrum) in ca. 50 Kilometern Entfernung.

In der Gemeinde Eitorf leben derzeit 19.527 Einwohner.<sup>34</sup> Eindeutiger Siedlungsschwerpunkt innerhalb der Gemeinde ist der zentral gelegene Hauptort, in dem mit rd. 9.870 Einwohnern die Hälfte der Bevölkerung lebt und der von 57 weiteren dispers über das Gemeindegebiet gelegenen Ortslagen ergänzt wird. Im Hinblick auf die Ortslagen lässt sich festhalten, dass nur in fünf der 57 Ortslagen mehr als 700 Einwohner wohnen. Hierzu zählen Mühleip, Halft, Alzenbach, Irlenborn und Bitze. Mit rd. 1.500 Einwohnern ist Mühleip dabei nach dem Kernort Eitorf der größte Ortsteil der Gemeinde. In den übrigen 52 Ortslagen liegt die Einwohnerzahl jeweils unter 400 Einwohnern.

Für den Kernort Eitorf ist charakteristisch, dass dieser eine differenzierte Nutzungsstruktur aus Wohnen, Gewerbe und öffentlichen Einrichtungen aufweist. So wird der Teilbereich nördlich der Bahntrasse durch das Siegtalgymnasium, die Gemeinschaftshauptschule sowie Sportanlagen und Erholungsflächen (Hindenburgpark) geprägt. Im Süden befindet sich der Siedlungsschwerpunkt der Gemeinde, in dessen Zentrum das Rathaus und der Marktplatz mit arrondierenden Versorgungseinrichtungen situiert sind. Im Osten des Kernortes befindet sich das Gewerbegebiet „Im Auel“. In-

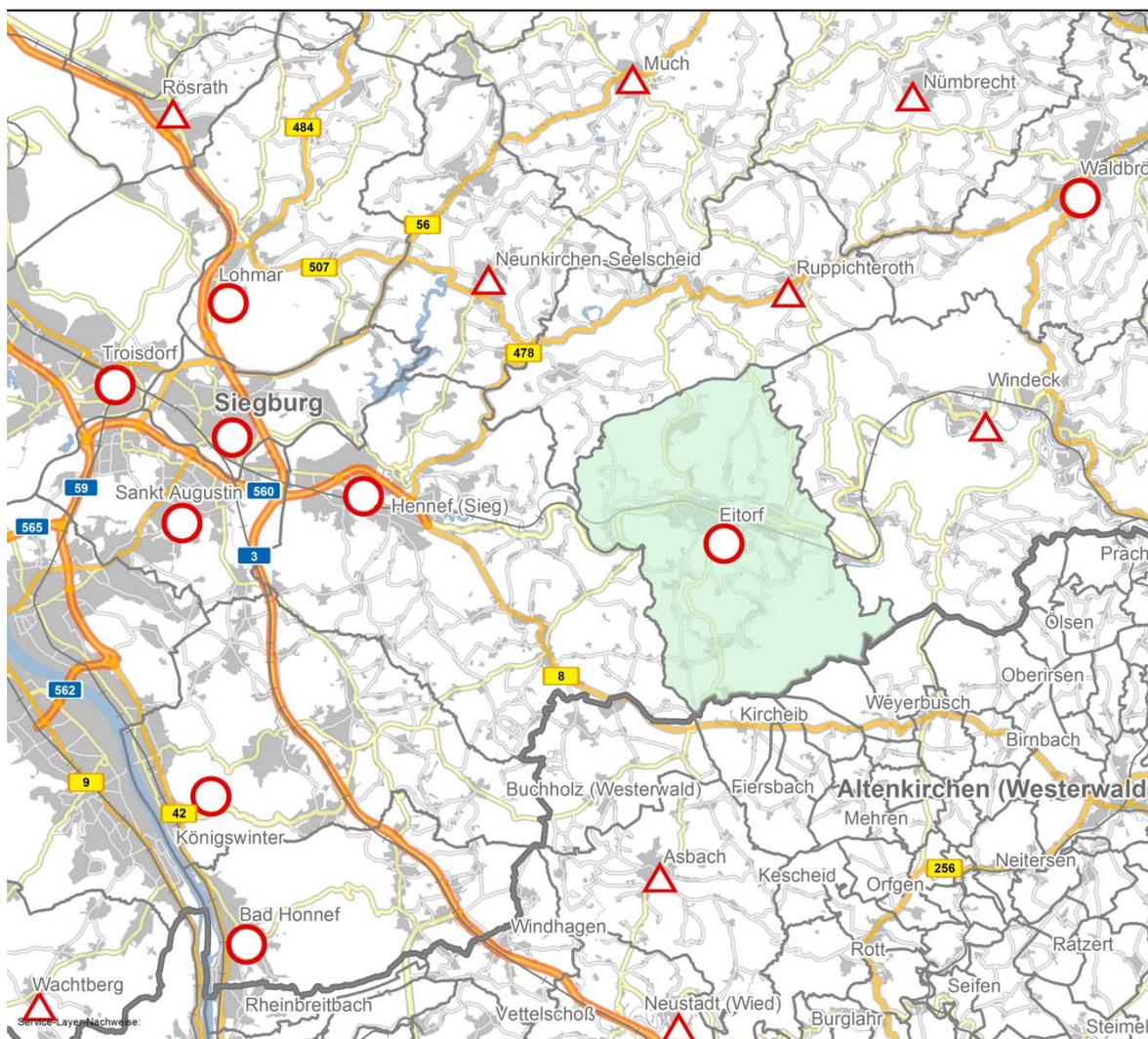
---

<sup>3</sup> Quelle: Gemeinde Eitorf, Stand: 31.08.2016

<sup>4</sup> Der Vorläuferuntersuchung aus dem Jahr 2006 wurde ein Bevölkerungspotenzial von 19.852 Einwohnern zugrunde gelegt, was im Vergleichszeitraum 2006 bis 2016 eine rückläufige Bevölkerungsentwicklung um zwei Prozentpunkte zeigt.

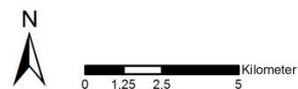
nerhalb des Kernortes bildet die von Nordwesten nach Südosten verlaufende Bahntrasse eine deutliche Zäsur im Siedlungsgefüge und gliedert den Kernort in einen nördlichen und einen südlichen Bereich. Auch wird der zentrale Versorgungsbereich der Ortsmitte durch die Bahntrasse nach Norden begrenzt.

Abbildung 1: Lage der Gemeinde Eitorf und zentralörtliche Gliederung



Zentralörtliche Gliederung

-  Oberzentrum
-  Mittelzentrum
-  Unterzentrum



Kartengrundlage: infas geodaten, 2006-2012, Esri BaseMaps

Quelle: eigene Darstellung

Das Gemeindegebiet von Eitorf wird verkehrlich in erster Linie durch Landes- und Kreisstraßen erschlossen. Dabei stellt die "Siegtroute" (L 333) eine das Gemeindegebiet zentral querende, für die Region bedeutende Ost-West-Erschließungsachse dar. Nördlich und südlich tangieren die Bundesstraßen B 478 und B 8 das Gemeindegebiet. Eine Autobahnanbindung ist erst in rd. 15 Kilometern Entfernung vorhanden, so dass Eitorf nur indirekt an wichtige Bundesfernstraßen angebunden ist.

Im Schienenverkehr ist Eitorf an das S-Bahnnetz S 12 und S 19 (Düren-Köln-Au) sowie den Regional-Express RE 9 (Aachen-Köln-Siegen / Gießen) der Deutschen Bahn angeschlossen und direkt mit den Oberzentren Köln und Siegen verbunden. Der nächstgelegene ICE-Bahnhof liegt in der Kreisstadt Siegburg und ist mit der S-Bahn in weniger als 20 Minuten zu erreichen. Der öffentliche Personennahverkehr wird durch sieben Buslinien der Rhein-Sieg-Verkehrsgesellschaft (RSVG) bedient und verbindet die Ortsteile Eitorfs untereinander und mit dem Umland. Ergänzt wird der Linienverkehr durch Taxibusse.

Die Industrialisierung gab der Gemeinde Eitorf entscheidende Impulse für ihre Entwicklung. So waren ab der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts zwei Zigarrenfabriken, eine Spirituosenfabrik und eine Bierbrauerei im Gemeindegebiet ansässig. Diese ehemals sehr bedeutenden Firmen sind heute nicht mehr aktiv. Stattdessen konnte eine Reihe neuer großer und namhafter Unternehmen für Eitorf gewonnen werden. Darunter fallen insbesondere folgende Firmen:

- WECO (einer der größten Feuerwerkshersteller Europas)
- ZF Sachs (Automobil- und Schienenfahrzeugtechnik-Zulieferer)
- Krewel Meuselbach (Pharmazeutische Produkte)
- Gerstäcker (Europas größter Versandhandel für Schul- und Kunstbedarf).

Aber auch kleine und mittelständische Unternehmen, die z. T. weltweit erfolgreich agieren, haben in Eitorf ihren Standort. Zu nennen sind Firmen wie JEDI Kunststofftechnik oder Rembrandtin Powder Coating GmbH.

Im Untersuchungszusammenhang ist weiterhin von Bedeutung, dass die Erwerbsbevölkerung der Gemeinde Eitorf im Saldo eine Außenorientierung aufweist. In Bezug auf die Pendler ergibt sich bei 3.270 Einpendlern und 5.498 Auspendlern ein negativer Pendlersaldo von 2.228 Erwerbspersonen, was v. a. auf die hohen Arbeitsplatzzentralitäten der Oberzentren Köln und Bonn und der Mittelzentren Hennef und Siegburg zurückzuführen ist.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Quelle: IT.NRW, Stand: 30.06.2014

## 2.2 Demografische Entwicklung

Die Gemeinde Eitorf weist 18.471 Einwohner auf.<sup>6</sup> Hinsichtlich der Altersstruktur liegt die Verteilung der Bevölkerung nach Altersgruppen annähernd im Bundesdurchschnitt. So entfallen rd.63 % auf die erwerbsfähige Bevölkerung der 18 - 64-Jährigen (Bundesdurchschnitt rd. 63 %; Quelle: Destatis).

**Abbildung 2: Einwohner der Gemeinde Eitorf nach Altersgruppen**

Altersgruppen	Einwohner			Gesamt
	0 - 17 Jahre	18 - 64 Jahre	65 Jahre und älter	
absolut	3.030	11.665	3.776	18.471
in %	16,4	63,2	20,4	100,0

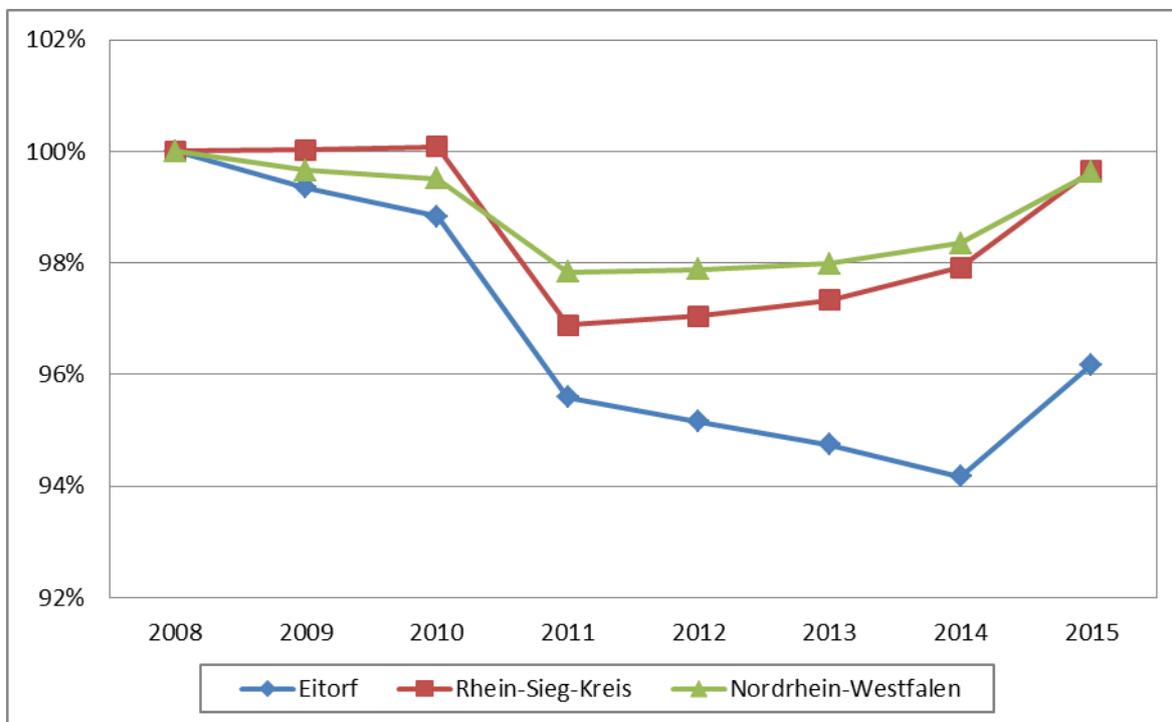
Quelle: IT.NRW, Stand: 31.12.2014 (nur Hauptwohnsitze)

Die Gemeinde Eitorf zeigt in den letzten Jahren eine negative Bevölkerungsentwicklung. Hierbei hat sich die Einwohnerzahl im Zeitraum von 2008 bis 2015 um rd. 4 % reduziert. Die Bevölkerungsentwicklung der Gemeinde weist dabei jedoch deutliche Schwankungen auf. Der statistische „Sprung“ der Einwohnerzahlen vom Jahr 2010 auf das Jahr 2011 ist auf aktualisierte statistische Daten des Zensus 2011 zurückzuführen.

Im Vergleich zum Land Nordrhein-Westfalen und zum Rhein-Sieg-Kreis, wo im selben Zeitraum in der Summe eine nahezu konstante Bevölkerungszahl vorliegt, weist die Gemeinde Eitorf eine deutlich negativere Bevölkerungsentwicklung auf.

<sup>6</sup> Um den Regionalvergleich zu ermöglichen, wird hier auf die amtlichen Daten des Landesbetriebes Information und Technik Nordrhein-Westfalen zurückgegriffen. Zu beachten ist, dass die eigene Bevölkerungsfortschreibung der Gemeinde Eitorf zum 31.08.2016 eine Einwohnerzahl von 19.527 Personen ausweist.

**Abbildung 3: Einwohnerentwicklung in Eitorf und Vergleichsräumen  
2008 - 2015 (2008 = 100 %)**

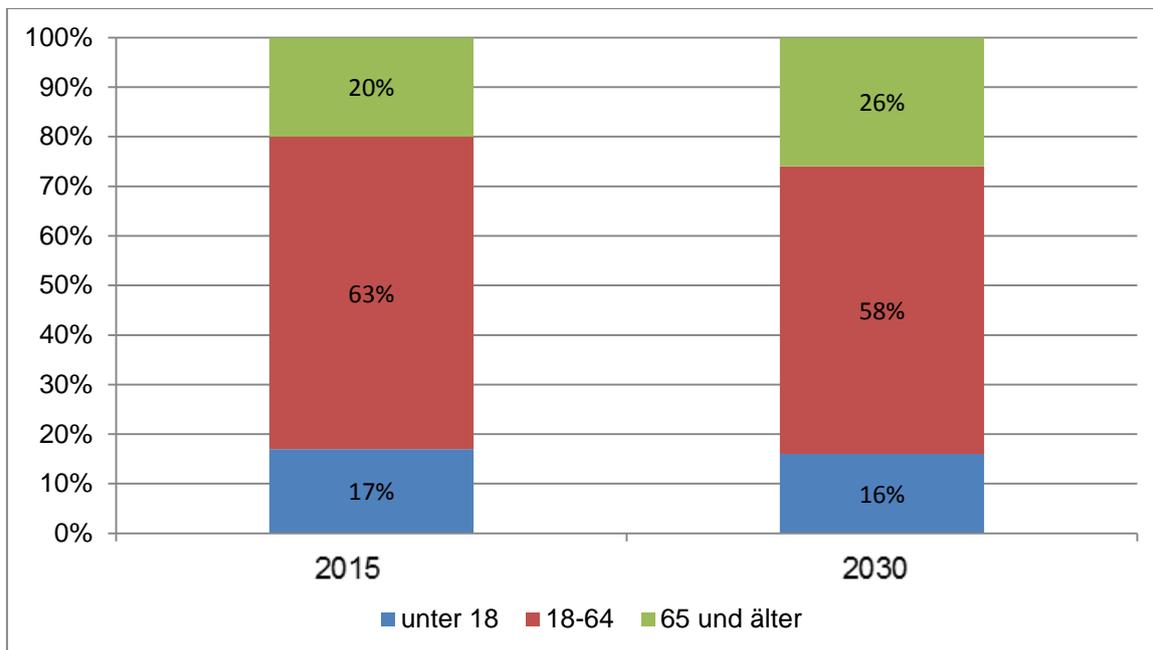


Quelle: Statistisches Landesamt Nordrhein-Westfalen; eigene Darstellung

Im Hinblick auf die zukünftige Bevölkerungsentwicklung der Gemeinde Eitorf ist darauf hinzuweisen, dass nach der Gemeindemodellrechnung zur zukünftigen Bevölkerungsentwicklung des Statistischen Landesamts die Gesamteinwohnerzahl in Eitorf auf 17.737 Einwohner zurückgehen und der Anteil der älteren Bevölkerung über 65 Jahre bei gleichzeitigem Rückgang der Jüngeren zunehmen wird. Während die prognostizierte Entwicklung für den gesamten Rhein-Sieg-Kreis mit einer Bevölkerungszunahme positiv verläuft, weisen das Land Nordrhein-Westfalen und vor allem Eitorf eine rückläufige Entwicklung auf: in den nächsten 15 Jahren wird die Einwohnerzahl Eitorfs um rd. 6 % zurückgehen.

Die Folgen des demografischen Wandels sind in der Gemeinde Eitorf wie auch in anderen Städten in Deutschland in der zunehmenden Alterung der Bevölkerung ablesbar. Im Zusammenhang mit diesem Alterungsprozess wird es auch in der Gemeinde Eitorf zu Veränderungen in der Bedürfnisstruktur kommen, die insbesondere die Anforderungen an eine wohnungsnah Grundversorgung betreffen.

Abbildung 4: Entwicklung ausgewählter Altersgruppen (Anteile in %)



Quelle: IT.NRW, Fortschreibung des Bevölkerungsstandes und Bevölkerungsvorausberechnung (Gemeindemodellrechnung 2015 - 2030)

### 2.3 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Gemeinde Eitorf

Zur Berechnung des einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumens werden die privaten Verbrauchsausgaben zugrunde gelegt, die wiederum aus dem verfügbaren Einkommen abzüglich der Sparquote resultieren. Von den privaten Verbrauchsausgaben im gesamten Bundesgebiet sind demnach aktuell pro Jahr und Kopf insgesamt 6.237 € einzelhandelsrelevant.<sup>7</sup>

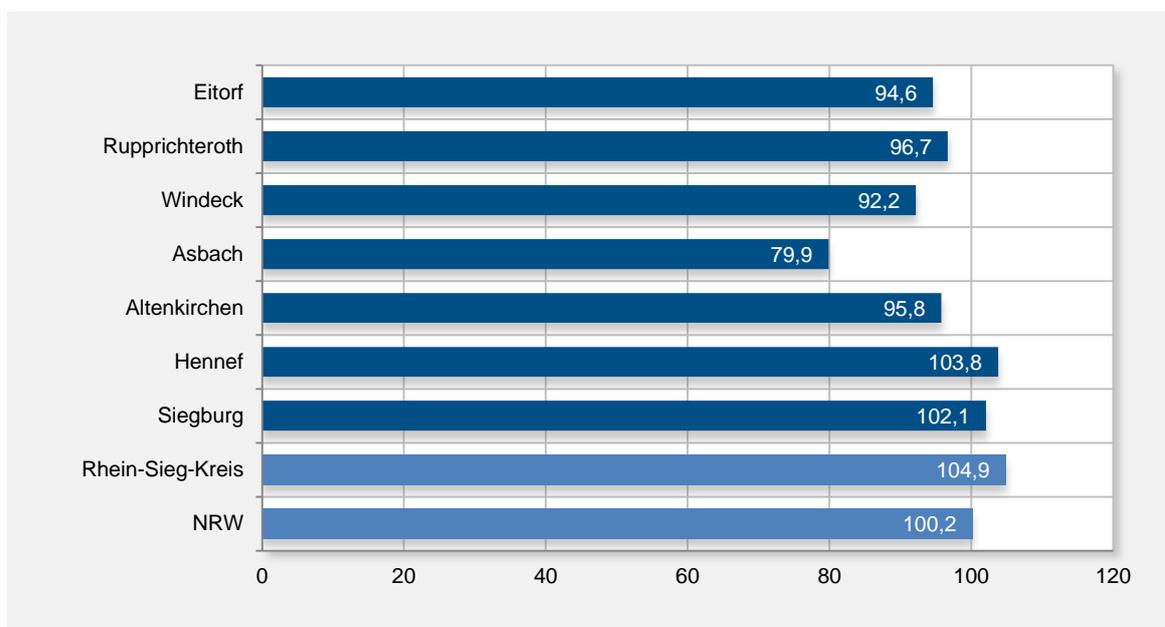
Um die Marktgebiet-spezifischen Ausgabebeträge zu ermitteln, wird der Durchschnittswert mit der sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffer (BBE!MB-Research) gewichtet. Die Höhe der Kaufkraftkennziffer wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer gibt unabhängig von der Gemeindegröße das verfügbare Netto-Einkommen pro Einwohner im Verhältnis zum Gesamt-Einkommen der Bundesrepublik an, welches für die Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht.

Die sortimentspezifische Kaufkraftkennziffer der Gemeinde Eitorf liegt mit 94,6 % unterhalb des Bundesdurchschnitts (= 100,0). Im Rhein-Sieg-Kreis, in Land Nordrhein-Westfalen und in den

<sup>7</sup> Quelle: Institut für Handelsforschung; Ergänzungen und Berechnungen der BBE Handelsberatung GmbH. Datengrundlage: Marktvolumina 2015

nächstgelegenen Mittelzentren Siegburg und Hennef liegen überdurchschnittliche Kaufkraftkennziffern vor, während die Kaufkraftkennziffern in den sonstigen Umlandgemeinden ebenfalls unter dem Bundesdurchschnitt liegen (vgl. Abbildung 5).

**Abbildung 5: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Gemeinde Eitorf und in umliegenden Kommunen**



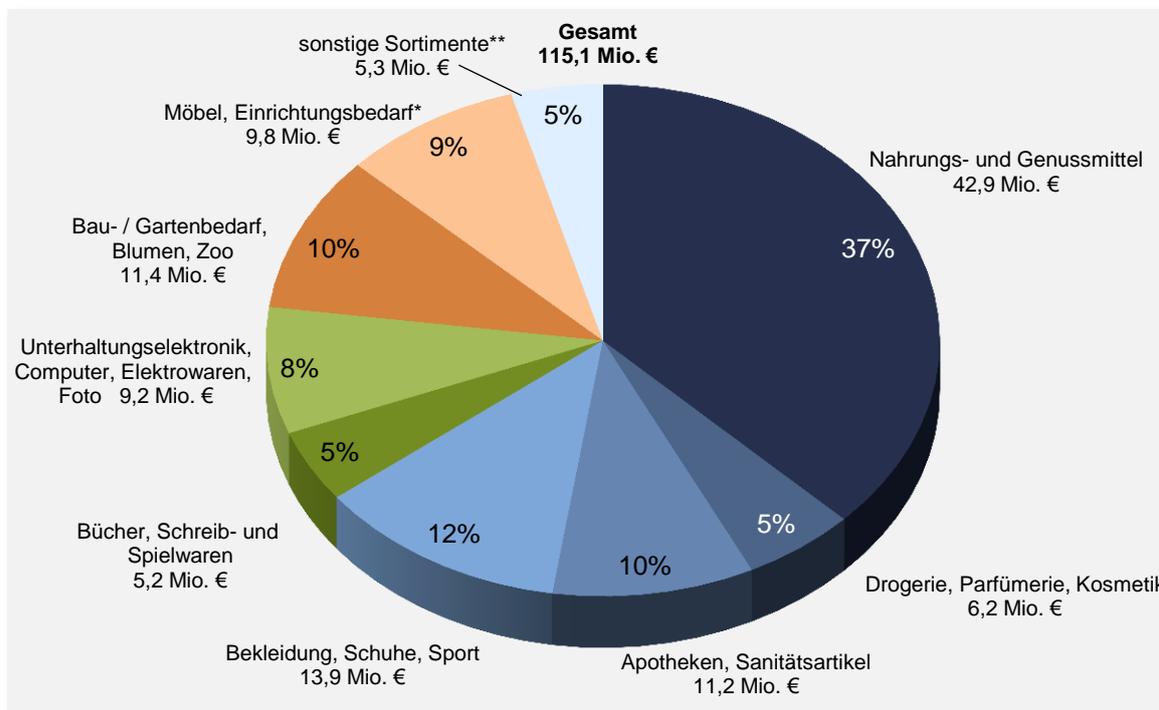
Quelle: MB-Research-Kaufkraftkennziffern

Für die Gemeinde Eitorf ergeben sich unter Beachtung des unterdurchschnittlichen Kaufkraftniveaus jährliche Pro-Kopf-Ausgaben in Höhe von rd. 5.883 €. Multipliziert mit der Einwohnerzahl (19.527 EW) lässt sich ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Gemeinde Eitorf in Höhe von aktuell rd. 115,1 Mio. € errechnen.

Mit rd. 37 % (rd. 42,9 Mio. €) entfällt ein großer Teil des Kaufkraftpotenzials auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Addiert man die Sortimente Drogerie-, Parfümeriewaren sowie Apotheken und Sanitätsartikel hinzu, entfallen rd. 52 % des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials (rd. 60,2 Mio. €) auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente.

Für die Leitbranchen Bekleidung / Schuhe und Sport, Bücher / Schreib- und Spielwaren sowie Unterhaltungselektronik / Elektrowaren stehen im Gemeindegebiet insgesamt ca. 28,3 Mio. € (ca. 25 %) zur Verfügung. Die jährlichen Ausgaben für Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel und Einrichtungszubehör summieren sich auf ca. 21,2 Mio. € (ca. 19 %), die sonstigen Warengruppen umfassen ca. 5,3 Mio. € Kaufkraft bzw. ca. 5 % des Gesamtvolumens.

Abbildung 6: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten



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

\*\* Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst

Quelle: BBE-Berechnungen auf Grundlage von Daten des Institutes für Handelsforschung; Ergänzungen und Berechnungen der BBE Handelsberatung GmbH. Datengrundlage: Marktvolumina 2015

**Abbildung 7: Einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben in der Gemeinde Eitorf p. a.**

Sortiment	Deutschland	Gemeinde Eitorf	
	Pro-Kopf-Ausgaben in €	Pro-Kopf-Ausgaben in €	Kaufkraftpotenzial in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	2.308	2.197	42,9
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	340	315	6,2
Apothekenwaren	543	494	9,6
Sanitätsbedarf, mediz., orthop. Artikel, Hörgeräte	87	79	1,5
Blumen	64	63	1,2
Tierfutter, Heimtierzubehör, lebende Tiere	52	49	1,0
Bekleidung, Wäsche	528	501	9,8
Schuhe, Lederwaren	121	120	2,3
Sport-, Campingartikel	98	97	1,9
Bücher, Zeitschriften	101	94	1,8
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	89	83	1,6
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	95	91	1,8
Möbel, Küchen	351	325	6,3
GPK*, Haushaltswaren, Geschenkartikel	60	56	1,1
Haus-, Tisch-, Bettwäsche	23	21	0,4
Heimtextilien, Gardinen	23	21	0,4
Bettwaren	45	42	0,8
Lampen und Leuchten	40	37	0,7
Elektro Großgeräte	52	48	0,9
Elektrokleingeräte	55	51	1,0
Unterhaltungselektronik, Ton- / Bildträger, Computer, Telekommunikation	352	328	6,4
Foto	45	42	0,8
Optik	53	49	1,0
Uhren, Schmuck	74	68	1,3
Bau- und Heimwerkerbedarf	264	262	5,1
Farben, Bodenbeläge, Teppiche	80	79	1,5
Pflanzen, Gartenbedarf	132	131	2,6
Fahrräder, Fahrradzubehör	53	50	1,0
Autozubehör	50	50	1,0
Sonstiger Einzelhandel**	59	56	1,1
<b>Gesamt</b>	<b>6.237</b>	<b>5.883</b>	<b>115,1</b>

\* Glas, Porzellan, Keramik

\*\* u. a. Antiquitäten, Kunstgegenstände, Bilderrahmen

Quelle: BBE-Berechnungen auf Grundlage von Daten des Institutes für Handelsforschung; Ergänzungen und Berechnungen der BBE Handelsberatung GmbH. Datengrundlage: Marktvolumina 2015 (Rundungsdifferenzen möglich)

## 3 Einzelhandelssituation in der Gemeinde Eitorf

### 3.1 Einzelhandelsausstattung und Standortstrukturen des Einzelhandels

Im Rahmen der Betriebsstättenerhebung wurden die Verkaufsflächen aller in Eitorf ansässigen Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe<sup>8</sup> einschließlich der Apotheken und Tankstellen-Convenience-Shops<sup>9</sup> differenziert nach Warengruppen erfasst.

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Erhebungen aufgezeigt. Aus Datenschutzgründen können dabei zum Teil nur statistisch aggregierte Bestandswerte dargelegt werden.

In der Gemeinde Eitorf waren zum Erhebungszeitpunkt

- **113 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe** ansässig, die insgesamt über eine
- **Verkaufsfläche** von **ca. 26.355 m<sup>2</sup>** verfügen und nach eigener Prognose einen
- **Jahresumsatz** in Höhe von **ca. 88,1 Mio. €** erwirtschaften.

Zur Bewertung der Versorgungsstruktur der Gemeinde Eitorf ist u. a. die Relation zwischen der Einzelhandelsverkaufsfläche und der Einwohnerzahl heranzuziehen. Bezogen auf die Einwohnerzahl von Eitorf (19.527 EW) lässt sich ein Dichtewert (Arealitätsziffer) von rd. 1,35 m<sup>2</sup> je Einwohner berechnen. Verglichen mit dem Bundesdurchschnitt von rd. 1,46 m<sup>2</sup> je Einwohner weist das Mittelzentrum somit einen unterdurchschnittlichen Flächenbesatz auf.

Die durchschnittliche Flächenproduktivität (Raumleistung) über alle Betriebe liegt bei rd. 3.340 € je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, wobei die Spannweite erzielbarer Raumleistungen branchenabhängig sehr breit ist. So erzielen beispielsweise Fachmärkte mit hohem Flächenbedarf wie Baumärkte deutlich niedrigere Flächenproduktivitäten als beispielsweise Lebensmittelmärkte oder spezialisierte Fachgeschäfte wie Uhren / Schmuck-Anbieter oder Apotheken.

Der eindeutige räumliche Schwerpunkt des Einzelhandelsangebotes liegt mit rd. 94 % der Betriebe (106 Betriebe), rd. 93 % der Verkaufsfläche (rd. 24.430 m<sup>2</sup>) und rd. 98 % des Umsatzes im Hauptort Eitorf. Die übrigen Einzelhandelsbetriebe (7 Betriebe) sind in den Ortslagen Bohlscheid, Irlenborn, Halft, Lindscheid und Mühleip verortet, so dass ein Großteil der 57 Ortslagen über kein

---

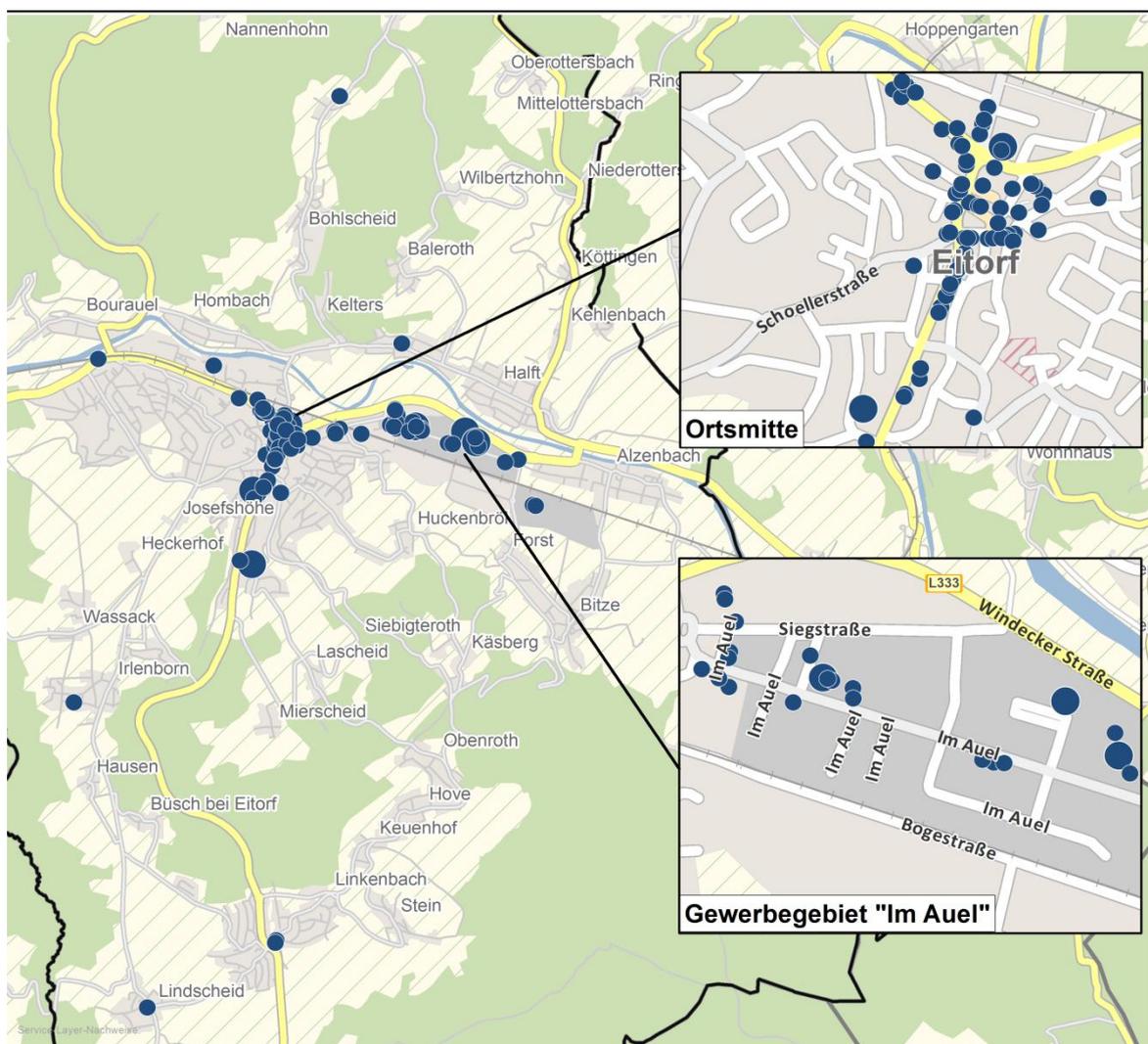
<sup>8</sup> Als Einzelhandelsbetriebe werden hier und im Folgenden diejenigen Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Der Gruppe der Ladenhandwerksbetriebe sind die Betriebe des Bäckerei- und Konditorenhandwerks sowie die Metzgereien zuzuordnen. Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handwerks, des Handels mit Mineralölzerzeugnissen (außer größeren Verkaufsräumen in Tankstellen) und ähnlichen Waren.

<sup>9</sup> Als Tankstellen-Convenience-Shops werden diejenigen Verkaufsstellen der Tankstellenbetriebe erfasst, die Einzelhandelswaren in Verkaufsräumen anbieten.

eigenes Einzelhandelsangebot verfügt. Somit weisen fast alle Ortslagen nicht einmal mehr eine ausschnittsweise Einzelhandelsausstattung auf, die eine Grundversorgung gewährleisten könnte.

Innerhalb des Kernortes sind mit der Ortsmitte und dem Gewerbegebiet „Im Auel“ grundsätzlich zwei Einzelhandelschwerpunkte zu unterscheiden.

**Abbildung 8: Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Gemeinde Eitorf**



**Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Eitorf**

- < 800 m<sup>2</sup> VKF
- > 800 m<sup>2</sup> VKF
- Gemeindegrenze Eitorf



Quelle: BBE-Erhebungen und –Darstellung

Abbildung 9: Verkaufsflächen und Umsätze in der Gemeinde Eitorf nach Ortslagen

Ortslage	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz		Einwohner	
	abs.	in %	in m <sup>2</sup>	in %	in Mio. €	in %	abs.	in %
Kernort Eitorf, davon	106	94	24.430	93	86,0	98	9.871	51
■ Ortsmitte	67	59	7.635	29	45,1	51	-	-
■ Gewerbegebiet „Im Auel“	26	23	13.470	51	36,6	42	-	-
■ sonstige Lagen	13	12	3.325	13	4,3	5	-	-
sonstige Ortslagen	7	6	1.925	7	2,1	2	9.656	49
<b>Gemeinde Eitorf</b>	<b>113</b>	<b>100</b>	<b>26.355</b>	<b>100</b>	<b>88,1</b>	<b>100</b>	<b>19.527</b>	<b>100</b>

Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Die Ergebnisse der Detailanalyse der relevanten Einzelhandelsstandorte Ortsmitte und Gewerbegebiet „Im Auel“ werden im Folgenden dargelegt.

### 3.1.1 Ortsmitte Eitorf

Die Ortsmitte von Eitorf stellt den größten zusammenhängenden, städtebaulich integrierten Geschäftsbereich der Gemeinde dar. Das Ortszentrum, das Versorgungsfunktionen für das gesamte Gemeindegebiet übernimmt, ist durch Einzelhandelsbetriebe in Verbindung mit Gastronomie, Dienstleistungen und öffentlichen Einrichtungen bestimmt.

Die Ortsmitte von Eitorf ist wie folgt zu charakterisieren, wobei zunächst auf die städtebauliche Situation und dann auf das Einzelhandelsangebot der Ortsmitte eingegangen wird:

#### Städtebauliche Situation

- Als wesentliches Charakteristikum der Ortsmitte ist eine starke Durchmischung von öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen anzuführen. Die Nachbarschaft der Versorgungseinrichtungen führt zu Verbundeffekten bei Einkäufen und Erledigungen, so dass eine Agglomerationswirkung der verschiedenen Anbieter von Waren und Dienstleistungen vorliegt.
- Die Ortsmitte konzentriert sich im Wesentlichen auf einen Bereich entlang des Straßenkreuzes Bahnhofstraße/ Hochstraße/ Poststraße und Brückenstraße/ Markt/ Asbacher Straße. Im Westen reicht der Hauptfunktionsbereich der Ortsmitte entlang der Bahnhofstraße bis zur Einmündung der Schmidgasse / Schulgasse in Höhe des Bahnhofes von Eitorf. Im Norden und Osten erstreckt sich die Ortsmitte entlang der Brücken- bzw. Siegstraße jeweils bis zur Bahnlinie. In Richtung Süden dehnt sich der Hauptfunktionsbereich entlang der Asbacher Straße bis zur Einmündung Schümmerichstraße aus.
- In West-Ost-Richtung erstreckt sich die Ortsmitte auf rd. 650 Meter. In Nord-Süd-Richtung liegt mit rd. 750 Metern eine noch größere Ausdehnung vor. Im Verhältnis zur Ortsgröße ist die räumliche Ausdehnung der Ortsmitte von Eitorf als vergleichsweise groß dimensioniert

anzusehen. Hierdurch wird die fußläufige Erlebbarkeit des gesamten Zentrums eingeschränkt.

Abbildung 10: Nutzungsstruktur der Ortsmitte der Gemeinde Eitorf



**Hauptzentrum Ortsmitte**

- Leerstand
- priv. Dienstleistungen
- Gastronomie
- öffentl. Einrichtungen
- Einzelhandel < 800 m<sup>2</sup> VKF
- Einzelhandel > 800 m<sup>2</sup> VKF
- Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs (Markt- und Standortanalyse des Einzelhandelsstandorts Eitorf 2006)



Quelle: BBE-Erhebungen und -Darstellung

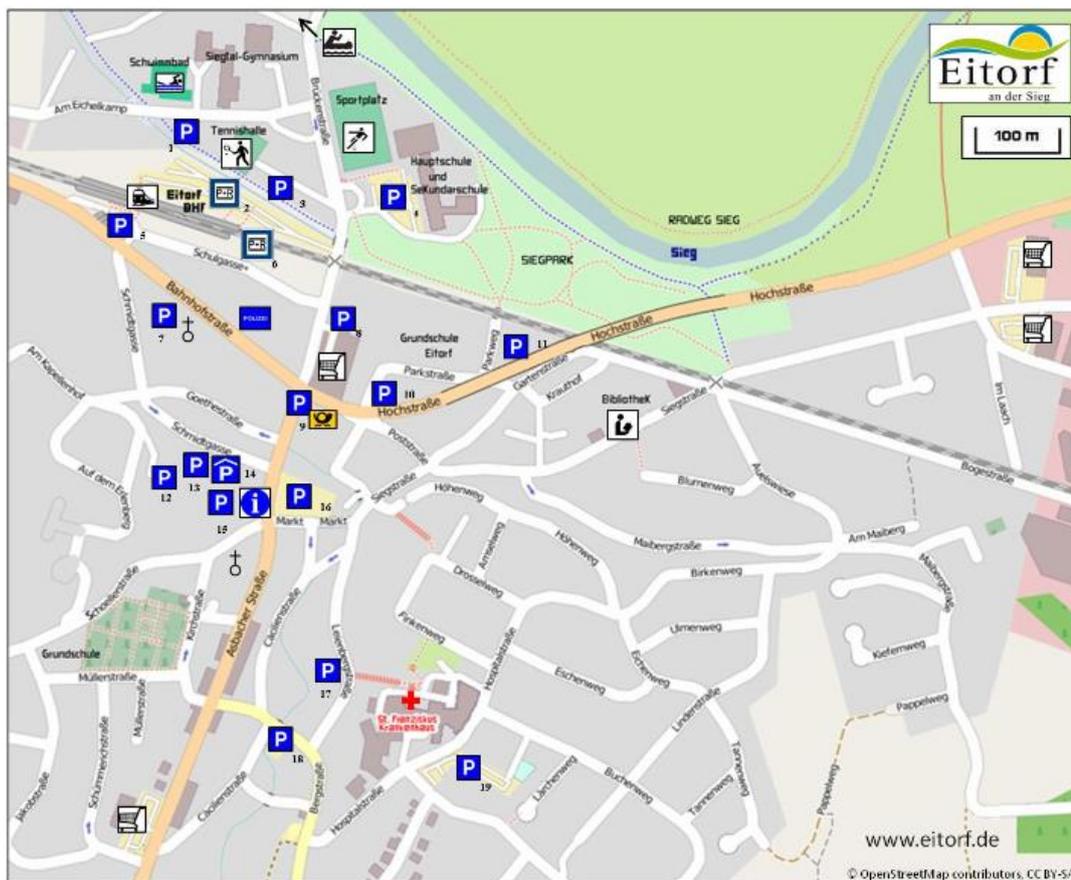
- Den funktionalen Schwerpunkt der Ortsmitte bildet der zentrale Bereich um den „Markt“. Hier befindet sich die größte Dichte an Einzelhandelsbetrieben. Neben Einzelhandelsgeschäften, bei denen insbesondere ein dm-Drogeriemarkt als Frequenzbringer dient, finden sich hier auch mehrere gastronomische Betriebe, die die Mittelpunktfunktion des Marktes unterstreichen. Zwei Kreditinstitute und handelsnahe Dienstleistungsanbieter ergänzen den Nutzungsmix. Auf der gegenüberliegenden Straßenseite befindet sich das Rathaus. Aus dieser hohen Ortskern-charakterisierenden funktionalen Dichte resultiert eine vergleichsweise hohe Passantenfrequenz in diesen Bereichen. In den Randbereichen der Ortsmitte - insbesondere entlang der Siegstraße und im weiteren Verlauf der Asbacher Straße - dünnt der Geschäftsbesatz aus. Zugleich nimmt der Anteil an sonstigen Nutzungen erkennbar zu. Entsprechend werden hier deutlich geringere Passantenfrequenzen verzeichnet, als um den zentralen Bereich des Marktes.
- Der Marktplatz selbst fungiert im zentralen Bereich als Parkplatz, im nördlichen Bereich ist er als Fußgängerzone gestaltet. Dienstags und freitags ist der Platz vormittags mit einem gut besuchten Wochenmarkt belegt. Darüber hinaus findet hier einmal jährlich die Eitorfer Kirmes statt, die einen wichtigen Platz im jährlichen Veranstaltungskalender einnimmt. Darüber hinaus dient der Marktplatz als Veranstaltungsort des „Eitorfer Frühlings“ sowie des Weihnachts- und des Trödelmarktes. Weitere Veranstaltungen, wie z. B. der Freiwilligen Feuerwehr, finden nur in sehr unregelmäßigen Abständen statt.
- In der Summe stellt sich das städtebauliche Erscheinungsbild der Ortsmitte überwiegend positiv dar. Insbesondere der Bereich um den Markt präsentiert sich als lebendiger und qualitativ ansprechender Ortsmittelpunkt.
- Die Eitorfer Ortsmitte ist mit allen Verkehrsträgern gut zu erreichen. Durch den im Westen angrenzenden Bahnhof besteht eine gute Anbindung an das überörtliche Bahnnetz. Die innerörtliche Erschließung mit dem ÖPNV wird auch für weniger mobile Bevölkerungsgruppen durch Bushaltestellen innerhalb der Ortsmitte gesichert. Die Erschließung für den Kfz-Verkehr ist durch die Lage im Kreuzungspunkt der Landesstraßen L 333 und L 86 ebenfalls gewährleistet.
- Unter verkehrlichen Gesichtspunkten ist anzumerken, dass die Bahntrasse eine erhebliche Zäsur innerhalb des Zentralorts bzw. innerhalb der Ortsmitte bildet. So führt z. B. der beschränkte Bahnübergang an der Brückenstraße regelmäßig zu starken verkehrlichen Einschränkungen und Rückstaus.

Die Gemeinde Eitorf ist daher seit einiger Zeit in Gesprächen mit der Deutschen Bahn AG, um die Querungsmöglichkeiten für den Kfz-Verkehr sowie für Fußgänger und Radfahrer zu verbessern. Dies betrifft zunächst den höhengleichen Bahnübergang Brückenstraße, für den die Gemeinde Eitorf im Herbst 2015 eine Planungsvereinbarung mit der Deutschen Bahn AG getroffen hat, um eine Ersatzlösung nach Eisenbahnkreuzungsgesetz herbeizuführen.

- Die trennende Wirkung der Bahntrasse wird durch den Verlauf und die hohe Verkehrsbelastung der Landesstraßen L 333 und L 86, in deren Kreuzungsbereich sich die Ortsmitte mit Marktplatz und Hauptgeschäftslagen befindet, noch verstärkt. Die Attraktivität der Hauptgeschäftslagen und die Aufenthaltsqualität im Bereich der Haupteinfallsstraßen werden somit durch höhere Verkehrsbelastung und straßenbegleitendes Parken deutlich eingeschränkt.

- Die Situation des ruhenden Verkehrs ist mit knapp über 1.000 Pkw-Stellplätzen als gut zu bewerten. Dennoch wird das Parkplatzangebot von einigen Bürgern und Händlern als gering eingestuft. Die Wahrnehmung als Defizit ist jedoch eher auf eine mangelnde Auffindbarkeit der Parkplätze für Ortsunkundige und einen Vorbehalt gegenüber dem Parken in Parkhäusern zurückzuführen als auf tatsächliche Angebotsdefizite.<sup>10</sup>

Abbildung 11: Parkplatzangebot im Hauptort Eitorf



Quelle: Gemeinde Eitorf; Kartengrundlage: OpenStreetMap

<sup>10</sup> Vgl. Integriertes Handlungskonzept für den Zentralort von Eitorf, Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2015

### Einzelhandelsangebot

- Die Ortsmitte von Eitorf weist insgesamt 67 Einzelhandelsbetriebe (rd. 59 % der in der Gemeinde Eitorf ansässigen Betriebe) auf, die auf einer Verkaufsfläche von rd. 7.635 m<sup>2</sup> (rd. 29 %) ein Umsatzvolumen von rd. 45,1 Mio. € (rd. 51 %) erwirtschaften.
- In der Eitorfer Ortsmitte sind Angebote aller Bedarfsbereiche vorhanden. Der Angebotschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln. Insgesamt nimmt der kurzfristige Bedarfsbereich, auf den neben Nahrungs- und Genussmitteln auch die Sortimente Blumen / Zoo, Drogerie / Parfümerie / Kosmetik, pharmazeutische Artikel sowie Papier-, Büro-, Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften und Bücher entfallen, mit rd. 70 % der innerörtlichen Gesamtverkaufsfläche (rd. 5.350 m<sup>2</sup> VKF) eine besondere Stellung innerhalb der Ortsmitte ein. Etwa 1.465 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bzw. rd. 20 % der innerörtlichen Verkaufsfläche entfallen auf die Warengruppen Bekleidung / Schuhe / Sport.
- Aufgrund der relativ hohen Anzahl innerörtlicher Betriebe verfügt die Ortsmitte über eine breite Angebotsvielfalt mit einem Mix aus typischen Filialbetrieben und inhabergeführten Fachgeschäften. Die Angebotsqualität und das Preisniveau sind überwiegend dem unteren bis mittleren Segment zuzuordnen.
- Als größte Einzelhandelsbetriebe sind der Rewe XL-Supermarkt (rd. 1.700 m<sup>2</sup> VKF) an der Poststraße und der Aldi-Lebensmitteldiscountmarkt (rd. 1.200 m<sup>2</sup> VKF) an der Asbacher Straße hervorzuheben.

Aufgrund seiner zentralen Lage innerhalb der Ortsmitte übernimmt der Rewe-Supermarkt die wichtige Funktion eines Frequenzbringers.

Der Aldi-Lebensmitteldiscountmarkt befindet sich dagegen in Randlage der Ortsmitte, so dass dieser den südlichen Abschluss des zentralen Versorgungsbereichs bildet. Die Anbindung des Lebensmittelmarktes an die übrigen Geschäftslagen ist aufgrund der räumlichen Entfernung zum Hauptfunktionsbereich am Markt und des nur noch lückenhaften Handelsbesatzes entlang der Asbacher Straße allerdings als sehr eingeschränkt zu bewerten. Aufgrund der begrenzten räumlich-funktionalen Verknüpfung mit dem gewachsenen Bestand der Ortsmitte können die dort ansässigen Betriebe nur teilweise an den Kundenfrequenzen dieses Magnetbetriebes partizipieren.

- Neben diesen beiden Lebensmittelmärkten ist eine Vielzahl kleiner bis mittelgroßer Einzelhandelsbetriebe in der Ortsmitte vertreten. Hierzu zählen die Betriebe Rossmann, Gazi Market, dm, Vestino, Ernsting's Family, NKD, Schug Möbel + Werkstätten, Getränke-Express, „Schuh-Mann“ und Zoo-Shop mit Verkaufsflächen zwischen 150 und 450 m<sup>2</sup>.
- Die durchschnittliche Betriebsgröße fällt mit rd. 114 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Betrieb sehr klein aus. Der kleinstrukturierte Einzelhandelsbesatz, der häufig aus inhabergeführten Geschäften besteht, verleiht der Ortsmitte von Eitorf auf der einen Seite ein hohes Maß an Vielfalt und Identität. Auf der anderen Seite besteht jedoch auch die Gefahr, dass die kleinteiligen Betriebe aufgrund ihrer geringen Verkaufsflächen langfristig nicht mehr rentabel betrieben werden können.
- Die Nahversorgungsfunktion der Eitorfer Ortsmitte stützt sich auf den Supermarkt (Rewe XL), den Lebensmitteldiscountmarkt (Aldi), zwei Drogeriemärkte (Rossmann und dm) sowie mehrere Betriebe des Lebensmittelhandwerks und kleinere Fachgeschäfte. Auf dem Markt-

platz findet in städtebaulich attraktivem Ambiente zudem jeden Dienstag- und Freitag-Vormittag der Wochenmarkt statt. Angeboten werden hier v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Haus- und Heimtextilien sowie Topf- und Gemüsepflanzen. Vom Wochenmarkt, der v. a. ergänzende Nahversorgungsfunktionen übernimmt, geht eine zusätzliche Frequenzwirkung aus.

- Die Leerstandsquote in der Ortsmitte von Eitorf liegt mit rd. 8 % (insgesamt 14 Einheiten) auf einem relativ hohen Niveau<sup>11</sup>. Eine Häufung der Leerstände ist insbesondere in den Randbereichen des Geschäftsbereichs erkennbar. Dieser Umstand wird unter anderem auf die große räumliche Ausdehnung der Eitorfer Ortsmitte und die in den Randbereichen geringen Passantenfrequenzen zurückzuführen sein.
- In Bezug auf die einzelbetrieblichen Marktauftritte ist zu konstatieren, dass sich der Großteil der Anbieter in der Ortsmitte ansprechend präsentiert. Bei einigen Betrieben besteht allerdings Optimierungsbedarf im Bereich der Schaufenstergestaltung und der Warenpräsentation.

Aufgrund einer Konzentration von (strukturprägenden) Einzelhandelsbetrieben und ergänzenden Dienstleistungseinrichtungen zeichnet sich die Ortsmitte als wichtiger Versorgungsstandort mit Versorgungsfunktionen für die Gesamtgemeinde aus.

Strukturprobleme ergeben sich allerdings aus dem eingeschränkten räumlichen Zusammenhang des Geschäftsbesatzes. Dies hat zur Folge, dass die Kundenfrequenzen in den Randbereichen der Ortsmitte deutlich abnehmen und die Standortqualitäten für den Einzelhandel dort entsprechend absinken. Erkennbar ist dies unter anderem daran, dass die Randlagen von Dienstleistungsbetrieben dominiert werden, die zum Großteil ehemalige Ladenlokale des Einzelhandels besetzen.

Nahezu geschlossene Schaufensterfronten finden sich lediglich am Markt und an der Asbacher Straße. Diese markieren den Hauptgeschäftsbereich der Ortsmitte, der an seiner Nordseite mit dem Rewe-Supermarkt an der Poststraße seinen Abschluss findet.

Auch die Bahnhofstraße weist nur einen lückenhaften Geschäftsbesatz und mit einem Rossmann-Drogeriemarkt und einem Schuhfachgeschäft „Schuh-Mann“ nur zwei größere Einzelhandelsbetriebe auf. Eine zusammenhängende Geschäftslage ist somit auch in diesem Bereich nicht vorzufinden.

Im Fazit ist somit festzuhalten, dass sich der Hauptfunktionsbereich des Einzelhandels auf einen eng definierten Bereich im Umfeld des Marktes konzentriert. Der Sicherung dieser Einzelhandelsfunktionen ist somit das Hauptaugenmerk zu widmen. Ebenso sollten die vorhandenen Flächenpo-

---

<sup>11</sup> Als Leerstände wurden diejenigen Objekte aufgenommen, die augenscheinlich auch weiterhin als Ladenflächen genutzt werden sollen.

tenziale im baulichen Bestand schwerpunktmäßig für standortgerechte Einzelhandelsnutzungen aktiviert werden.

Detaillierte Empfehlungen zur Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs werden im weiteren Verlauf der gutachterlichen Betrachtungen ausgesprochen (siehe Kap. 6.3.1).

### 3.1.2 Gewerbegebiet „Im Auel“

Das Gewerbegebiet „Im Auel“ stellt einen weiteren bedeutenden Angebotsschwerpunkt des Eitorfer Einzelhandels dar. Auf die im Gewerbegebiet „Im Auel“ ansässigen 26 Einzelhandelsbetriebe entfällt mit rd. 13.470 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche mehr als die Hälfte der Gesamtverkaufsfläche von Eitorf. Damit nimmt der Standortbereich "Im Auel" innerhalb des Gemeindegebietes eine hervorgehobene Stellung ein.

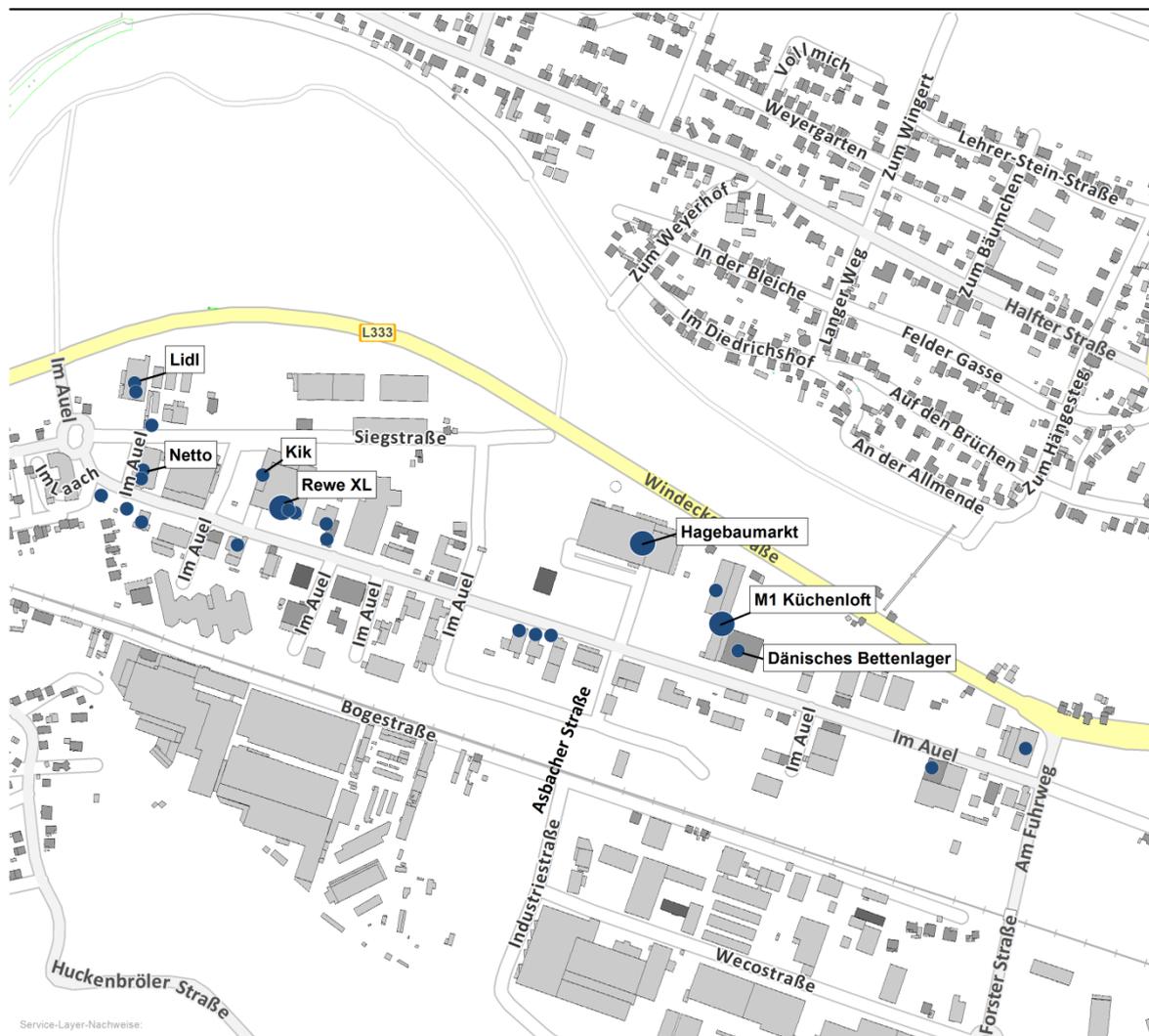
Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt mit rd. 518 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Betrieb deutlich höher als in der Ortsmitte von Eitorf und spiegelt einen durch Fachmärkte größere Angebotsformate geprägten Einzelhandelsbesatz wider.

Der Standortbereich lässt sich entlang der Bahnlinie in einen nördlichen und einen südlichen Bereich unterteilen. Während der Süden vor allem gewerblich geprägt ist, sind im nördlichen Bereich wichtige Einzelhandelbetriebe ansässig.

Ein Angebotsschwerpunkt besteht im nahversorgungsrelevanten Sortiment Nahrungs- und Genussmittel. Diese werden insbesondere von einem Supermarkt (Rewe XL) und zwei Lebensmittel-discountern (Lidl und Netto) angeboten.

Weitere Angebotsschwerpunkte liegen insbesondere mit einem Hagebau-Bau- und Gartenmarkt und den Möbelanbietern Küchenloft und Dänisches Bettenlager beim Bau- und Gartenbedarf sowie im Möbelsegment.

Abbildung 12: Nutzungsstruktur des Gewerbegebietes „Im Auel“



**Gewerbegebiet "Im Auel"**

**Einzelhandel**

- < 800 m² VKF
- > 800 m² VKF

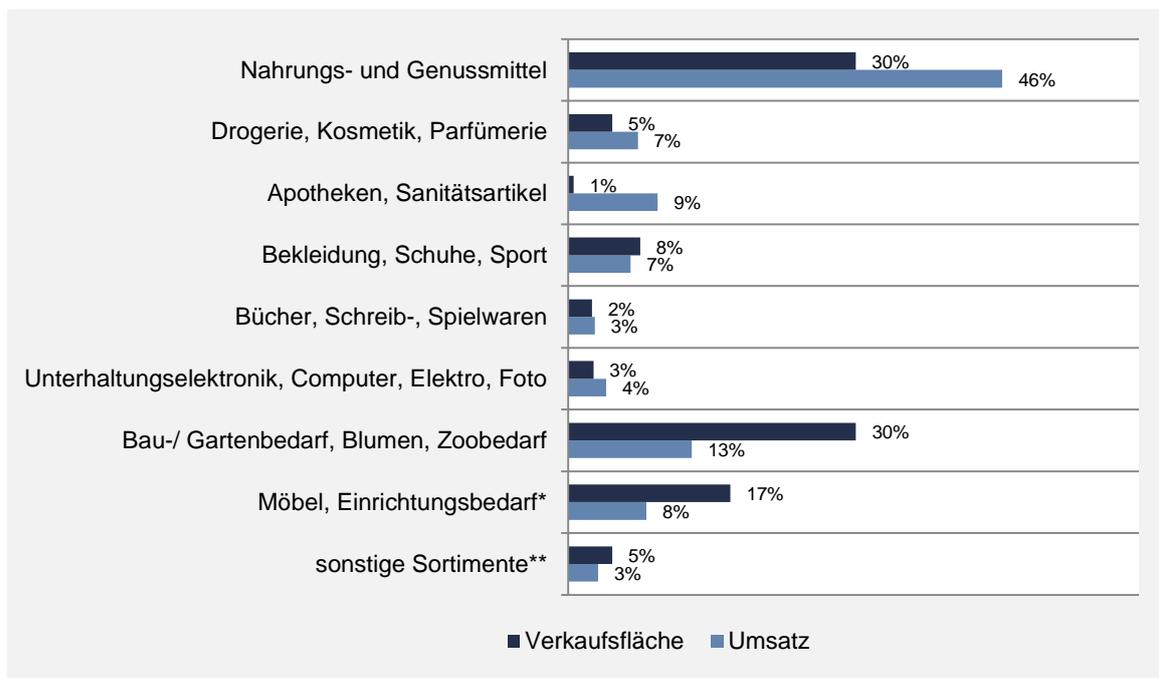


Quelle: BBE-Erhebungen und -Darstellung

### 3.2 Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten

Die Einzelhandelsausstattung der Gemeinde Eitorf zeigt deutliche Angebotsschwerpunkte in den Branchen Nahrungs- und Genussmittel sowie Bau- und Gartenbedarf, auf die zusammen etwa 60 % der Verkaufsfläche und rd. 59 % des Umsatzes entfallen (vgl. Abbildung 13).

**Abbildung 13: Verkaufsflächen und Umsätze in der Gemeinde Eitorf nach Sortimenten**



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

\*\* Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst

Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Sortimentsbezogen wird der höchste Umsatz mit **Nahrungs- und Genussmitteln** erzielt. Prägend sind dabei die Lebensmittelmärkte Rewe XL, Aldi und Gazi Market in der Ortsmitte sowie Rewe XL, Lidl und Netto im Gewerbegebiet „Im Auel“. Ergänzt wird das Nahversorgungsangebot insbesondere durch mehrere Ladenhandwerksbetriebe sowie den kleinteiligen Lebensmitteleinzelhandel (u. a. Getränkehandel/ Kiosk/ Spezialanbieter).

Das Ausstattungsniveau bei Lebensmittel-SB-Märkten / -Geschäften liegt in der Gemeinde Eitorf aktuell mit ca. 0,39 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner leicht unter dem Bundesdurchschnitt (ca. 0,43 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner; vgl. Abbildung 14).<sup>12</sup> Betriebstypenbezogen ist eine hohe Angebotsausstattung bei den großen Supermärkten festzustellen, während die Versorgung durch

<sup>12</sup> Ohne Ladenhandwerk, Fachgeschäfte, Getränkemärkte

Supermärkte und Lebensmitteldiscounter in etwa dem Durchschnitt in Deutschland entspricht. Der Betriebstyp des „SB-Warenhauses“ (> 5.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) ist in der Gemeinde Eitorf nicht vorhanden.

**Abbildung 14: Lebensmittelangebot der Gemeinde Eitorf nach Betriebsformen**

Vertriebstypen	Gemeinde Eitorf (18.864 EW)		Bundesdurchschnitt (80.523.750 EW)	
	Verkaufsfläche <sup>1</sup> in m <sup>2</sup>	Arealität in VKF m <sup>2</sup> /EW	Verkaufsfläche <sup>1</sup> in Mio. m <sup>2</sup>	Arealität in VKF m <sup>2</sup> /EW
SB-Warenhäuser (> 5.000 m <sup>2</sup> VKF)	-	-	6,25	0,08
Große Supermärkte (2.500 – 5.000 m <sup>2</sup> VKF)	2.500	0,13	3,61	0,04
Supermärkte (400 – 2.500 m <sup>2</sup> VKF)	2.150	0,11	10,16	0,13
Lebensmitteldiscounter	2.640	0,14	12,09	0,15
sonstige LE-Geschäfte (SB-Läden, SB-Märkte)	-	-	2,78	0,03
<b>Summe</b>	<b>7.290</b>	<b>0,39</b>	<b>34,89</b>	<b>0,43</b>

<sup>1</sup> inkl. Verkaufsfläche für Nonfood-Sortimente

Quelle: EHI Handelsdaten (Stand: 2013), BBE-Erhebungen und -Berechnungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Darüber hinaus ist ein differenzierter Besatz mit überwiegend kleinteiligen Nahrungs- und Genussmittelangeboten (u. a. Bäckereien, Metzgereien, Obst- und Gemüsegeschäften, Tankstellen-Shops, Getränkehandel / Kiosk) gegeben, die die Nahversorgung ergänzen; insgesamt sind hier 31 Betriebe mit rd. 1.795 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im Gemeindegebiet zu zählen.

Der Nahversorgung dienen darüber hinaus die Angebotsbereiche **Drogerie / Parfümerie / Kosmetik** sowie **Pharmazie / Sanitätswaren**. Der Drogeriebereich ist mit den beiden Drogeriemärkten Rossmann und dm, einer Parfümerie (Rüdel) sowie den Drogerieabteilungen der Lebensmittelmärkte bedarfsgerecht ausgestattet. Da sich diese Betriebe alle in der Ortsmitte von Eitorf befinden, ist hier auch der sortimentsbezogene Angebotsschwerpunkt verortet.

Die Apothekenausstattung ist mit 4 Betrieben im Verhältnis zum Bundesdurchschnitt unterdurchschnittlich<sup>13</sup> und zeigt eine ausbaufähige Versorgungsbedeutung im medizinischen Bereich.

Im Angebotssegment **Bekleidung, Schuhe und Sport** liegt der Angebotsschwerpunkt mit den dort ansässigen Fachmärkten und Fachgeschäften in der Ortsmitte. Darüber hinaus ist im Gewerbegebiet „Im Auel“ ein Kik-Bekleidungsfachmarkt ansässig. Die größten Verkaufsflächen weisen dabei die Betriebe Kik, Vestino, Ernesting’s Family, NKD und Mode am Markt sowie das Schuhgeschäft „Schuh-Mann“ mit Verkaufsflächen zwischen 100 und 400 m<sup>2</sup> auf.

<sup>13</sup> In der Gemeinde Eitorf liegt die Apothekendichte bei einer Apotheke je 4.720 Einwohner. Im NRW-Landesdurchschnitt wird ein Wert von ca. 4.000 Einwohnern je Apotheke erreicht (Quelle: APDA-Statistik 2015).

Ein hoher Verkaufsflächenanteil entfällt auf den **Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf** (rd. 30 % der Gesamtverkaufsfläche im Stadtgebiet (ca. 7.970 m<sup>2</sup> inkl. Blumen, Pflanzen und Tierbedarf). Damit werden in diesem Angebotssegment etwa 13 % des Eitorfer Einzelhandelsumsatzes generiert. Aus diesen Zahlen ist abzulesen, dass die Flächenleistung von Bau- und Gartenmärkten aufgrund der flächenintensiven Warenpräsentation vergleichsweise gering ist. Größter Anbieter in dieser Warengruppe ist der Bau- und Gartenmarkt Hagebau. Ferner ist der Raiffeisen-Markt hervorzuheben.

Im Bereich **Möbel und Einrichtungsbedarf** wird das Angebot durch die Anbieter Küchenloft, Dänisches Bettenlager sowie Schug Möbel + Werkstätten geprägt, die zusammen über eine Verkaufsfläche von rd. 2.200 m<sup>2</sup> verfügen. Spezialanbieter aus den Sortimentsbereichen Glas, Porzellan, Keramik (GPK) und Haushaltswaren sind in der Gemeinde Eitorf nicht ansässig.

Angebote von **Elektrowaren, Unterhaltungselektronik, Computern, Kommunikation und Foto** werden durch 14 kleinere Betriebe vorgehalten, die durchweg über Verkaufsflächen von unter 100 m<sup>2</sup> verfügen.

**Weitere Einzelhandelsangebote** der Gemeinde Eitorf beziehen sich vor allem auf Fachgeschäfte für Bücher, Schreib- und Spielwaren, Optik und Uhren / Schmuck, Kunst sowie Fachmärkte aus den Bereichen Fahrräder und Autozubehör.

Abbildung 15: Verkaufsflächen und Umsätze in der Gemeinde Eitorf nach Sortimenten

Sortiment	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m <sup>2</sup>	in %	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	7.965	30,2	40,4	45,9
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	1.215	4,6	6,5	7,4
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, medizinische, orthopädische Artikel, Hörgeräte	150	0,6	8,3	9,5
Bekleidung, Wäsche	1.600	6,1	4,4	5,0
Schuhe, Lederwaren	310	1,2	0,9	1,1
Sport-, Campingartikel	80	0,3	0,4	0,5
Bücher, Zeitschriften	145	0,6	0,7	0,7
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	160	0,6	0,8	0,9
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	350	1,3	1,1	1,2
Möbel, Küchen	2.250	8,5	3,9	4,4
GPK*, Haushaltswaren, Geschenkartikel	1.385	5,3	1,4	1,5
Haus-, Tisch-, Bettwäsche	155	0,6	0,4	0,4
Heimtextilien, Gardinen	345	1,3	0,4	0,5
Bettwaren	200	0,8	0,4	0,5
Lampen und Leuchten	155	0,6	0,3	0,4
Elektrohaushaltsgeräte	380	1,4	1,6	1,9
Unterhaltungselektronik, Computer, Telekom., Foto	320	1,2	1,9	2,2
Optik, Uhren, Schmuck	150	0,6	0,8	0,9
Bau- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge, Teppiche	4.055	15,4	6,2	7,1
Blumen, Pflanzen, Gartenbedarf	3.005	11,4	3,2	3,6
Tierfutter, Heimtierzubehör, lebende Tiere	910	3,5	2,1	2,4
Fahrräder, Fahrradzubehör	110	0,4	0,2	0,2
Autozubehör	140	0,5	1,1	1,1
Sonstiger Einzelhandel***	820	3,1	0,6	0,7
<b>Gesamt</b>	<b>26.355</b>	<b>100,0</b>	<b>88,1</b>	<b>100,0</b>

\* Glas, Porzellan, Keramik

\*\* u. a. Kinderwagen, Antiquitäten, Kunstgegenstände, Bilderrahmen

Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

### 3.3 Einzelhandelsausstattung der Gemeinde Eitorf im Zeitvergleich 2006 / 2016

Während im Jahr 2006 noch 128 Einzelhandelsbetriebe im Gemeindegebiet Eitorf ansässig waren, wurden im Jahr 2016 nur noch 113 Betriebsstätten erhoben. Gleichzeitig ist aber ein Verkaufsfächenzuwachs um rd. 1.545 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche festzustellen. Somit folgt auch der Einzelhandel in Eitorf dem allgemeinen Trend einer zunehmenden Flächenkonzentration.

**Abbildung 16: Einzelhandelsentwicklung der Gemeinde Eitorf 2006 - 2016**

	2016	2006	Differenz
Betriebe	113	128	- 15
Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	26.355	24.810	+ 1.545
Durchschnittliche Betriebsgröße in m <sup>2</sup>	233	194	+ 39
Umsatz in Mio. €	88,1	81,4	+ 6,7

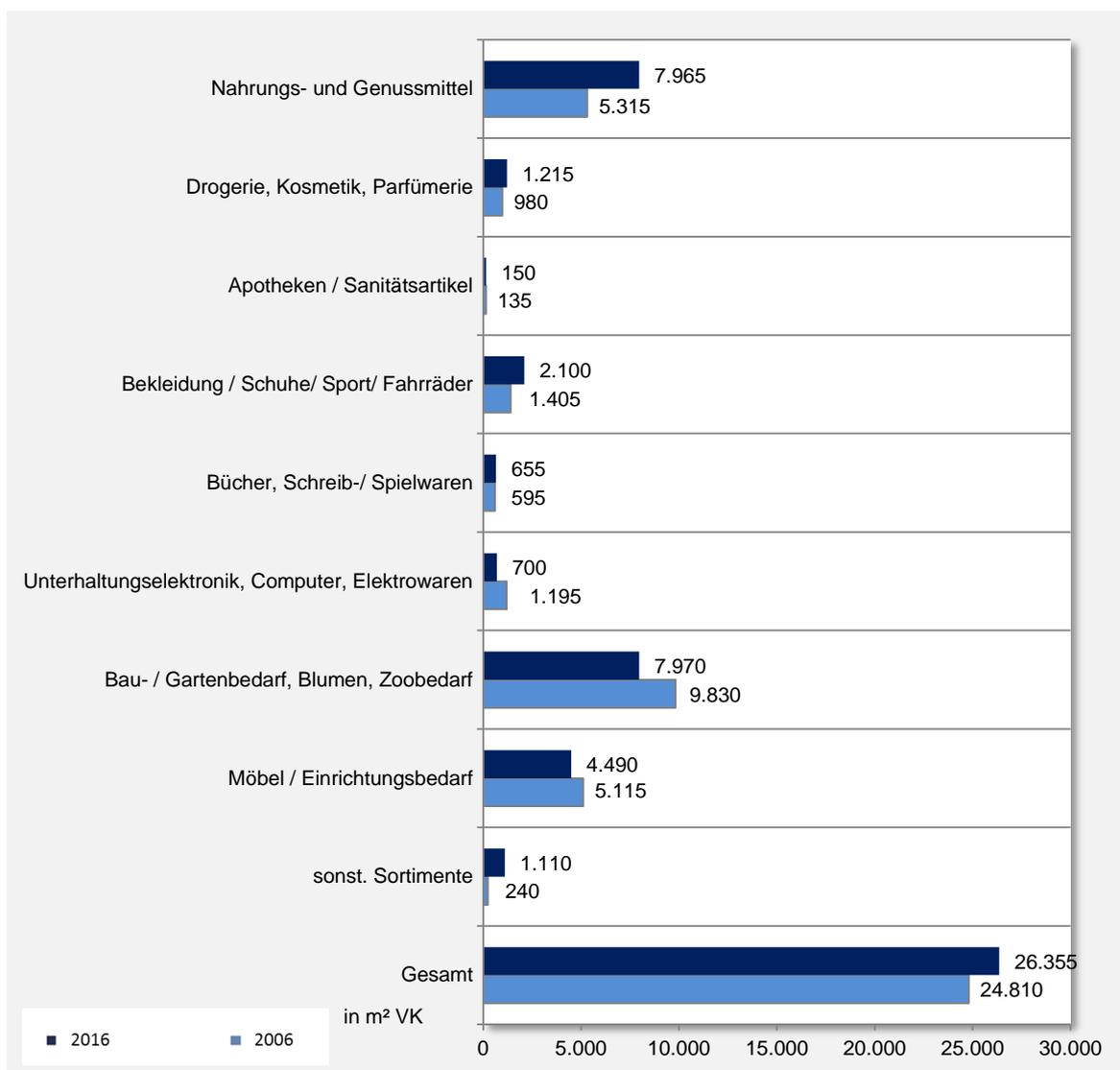
Quelle: BBE-Erhebung und Berechnungen

Unterschieden nach Sortimenten bzw. Warengruppen ergibt sich im Hinblick auf die Verkaufsfächenentwicklung folgendes Bild:

- Eine positive Verkaufsfächenentwicklung (+ 2.650 m<sup>2</sup> VKF) ist bei **Nahrungs- und Genussmitteln** festzustellen, die insbesondere auf die Nachnutzung des zwischenzeitlich leerstehenden ehemaligen Globus-Marktes durch Rewe XL in der Ortsmitte von Eitorf zurückzuführen ist. Gleichzeitig sind nur einzelne Fachgeschäfte und kleinere Lebensmittelmärkte aus dem Markt ausgeschieden.
- Im Bereich **Drogerie- und Parfümeriewaren** ist trotz der Schließung der früher im Gemeindegebiet ansässigen Anbieter Ihr Platz und Schlecker ein Verkaufsfächen- und Umsatzzuwachs zu verzeichnen. Dies ist insbesondere auf die Eröffnung des dm-Drogeriemarktes in der Ortsmitte von Eitorf (Markt 10) zurückzuführen.
- Das **Apothekenangebot** ist im Vergleichszeitraum nahezu konstant geblieben. Ebenfalls eine nur geringe Veränderung hat sich in den letzten zehn Jahren in den Sortimentsbereichen **Bücher, Schreib- und Spielwaren** ergeben.
- Im Angebot von **Bekleidung / Schuhen / Sport** ist eine positive Verkaufsfächen- und Umsatzentwicklung zu verbuchen, die insbesondere auf die Eröffnung größerer Anbieter wie Kik, Ernsting's Family und „Schuh-Mann“ zurückzuführen ist. Damit konnte die Schließung einzelner inhabergeführter Betriebe zumindest unter quantitativen Gesichtspunkten mehr als kompensiert werden.
- Im Angebotsbereich **Elektrowaren / Unterhaltungselektronik** ist infolge der Schließung mehrerer kleinerer Anbieter ein Verkaufsfächen- und Umsatzrückgang zu verzeichnen.
- Der rückläufige Besatz im Bereich **Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf** lässt sich in erster Linie mit der Schließung des Anbieters Top Bau begründen.

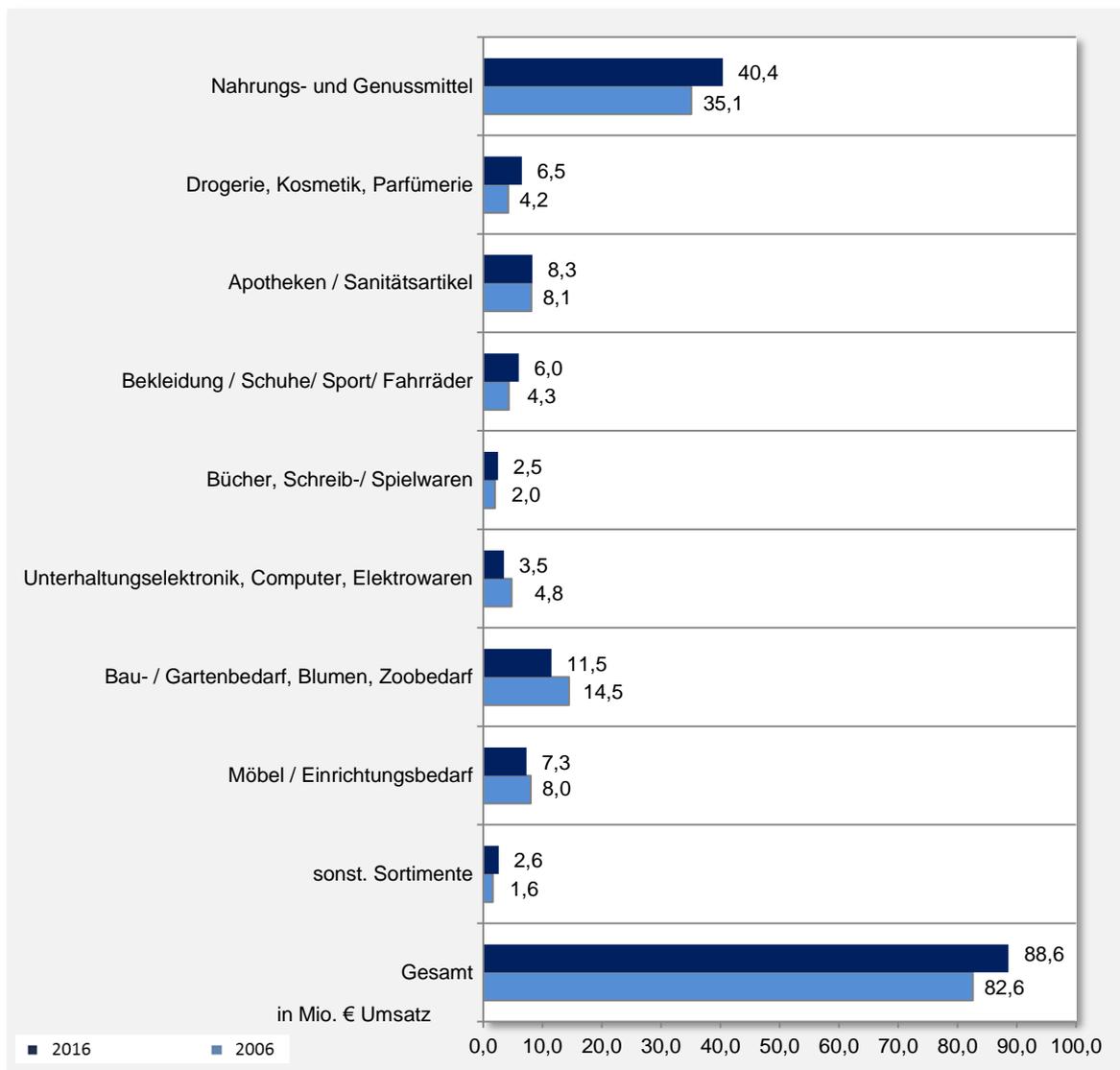
- Im Segment **Möbel und Einrichtungsbedarf** lässt sich ebenfalls eine rückläufige Verkaufsflächen- und Umsatzentwicklung feststellen. Diese ist insbesondere auf die Schließung des Möbelanbieters S + M Wohnmarkt zurückzuführen, der über mehr als 3.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche verfügte. Auch wenn sich am Standort des ehemaligen Möbelmarktes zwischenzeitlich die Warengruppenspezialisten Küchenloft und Dänisches Bettenlager angesiedelt haben, konnte hiermit der Verlust des S + M Wohnmarktes nicht komplett ausgeglichen werden.

Abbildung 17: Verkaufsflächenentwicklung 2006 – 2016



Quelle: BBE-Berechnungen

Abbildung 18: Umsatzentwicklung 2006 – 2016



Quelle: BBE-Berechnungen

### 3.4 Einzelhandelszentralität

Aufbauend auf den Ergebnissen der Angebots- und Nachfrageanalyse lässt sich die Versorgungsbedeutung des Eitorfer Einzelhandels mit Hilfe der Einzelhandelszentralität bewerten. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation stellt das Verhältnis zwischen den erwirtschafteten Umsätzen des Eitorfer Einzelhandels und dem Kaufkraftpotenzial der Eitorfer Bevölkerung dar. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist wie das lokal vorhandene Kaufkraftpotenzial, während Abweichungen über den Basiswert auf Kaufkraftzuflüsse bzw. Abweichungen unterhalb des Basiswertes auf Kaufkraftabflüsse hinweisen.

Für das Mittelzentrum Eitorf liegt die Umsatz-Kaufkraft-Relation bei einem Umsatz von rd. 88,1 Mio. € und einer Kaufkraft von rd. 115,1 Mio. € bei rd. 77 %, so dass das vorhandene Kaufkraftpotenzial den lokal erwirtschafteten Gesamtumsatz deutlich übersteigt und per Saldo rd. 27,0 Mio. € Kaufkraft aus Eitorf an die Angebotsstandorte in Umlandkommunen abfließen.

Im Vergleichszeitraum zwischen den Jahren 2006 und 2016 hat sich der Einzelhandelsumsatz von rd. 81,4 Mio. € um rd. 8 Mio. € auf rd. 88,1 Mio. € erhöht. Gleichzeitig ist das Kaufkraftpotenzial in der Gemeinde Eitorf von rd. 103,5 Mio. € um rd. 11 Mio. € auf rd. 115,1 Mio. € gestiegen, während die Einwohnerzahl der Gemeinde Eitorf um rd. 2 Prozentpunkte abgenommen hat. Vor diesem Hintergrund ist die Umsatz-Kaufkraft-Relation im Vergleichszeitraum von rd. 79 % auf heute rd. 77 % gesunken.

Die Umsatz-Kaufkraft-Relationen nach Sortimenten lassen Rückschlüsse auf die Stärken und Schwächen des Einzelhandelsstandortes Eitorf zu.

Im Bereich der **nahversorgungsrelevanten Sortimente** ergeben sich insgesamt vergleichsweise hohe Zentralitäten. Der höchste Index ist mit einem Wert von 105 % für die Branche der Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikwaren zu verzeichnen, so dass sich hier per Saldo ein Zufluss von ca. 0,3 Mio. € ergibt.

Die Umsatz-Kaufkraft-Relation im umsatzstarken Lebensmittelsegment beläuft sich auf rd. 94 %. Somit ergibt sich ein negativer Kaufkraftsaldo von rd. 2,5 Mio. €. Kaufkraftzuflüsse, die in der Ortsmitte und im Gewerbegebiet „Im Auel“ ansässigen Lebensmittelmärkte generieren, werden somit von Kaufkraftabflüssen in Richtung der Nachbarkommunen überlagert.

Im Segment pharmazeutische / medizinische / orthopädische Artikel ist mit rd. 74 % eine niedrigere Kaufkraftbindungsquote zu verzeichnen. Dies ist im Wesentlichen auf die unterdurchschnittliche Apothekendichte im Stadtgebiet zurückzuführen (siehe Kap. 3.2).

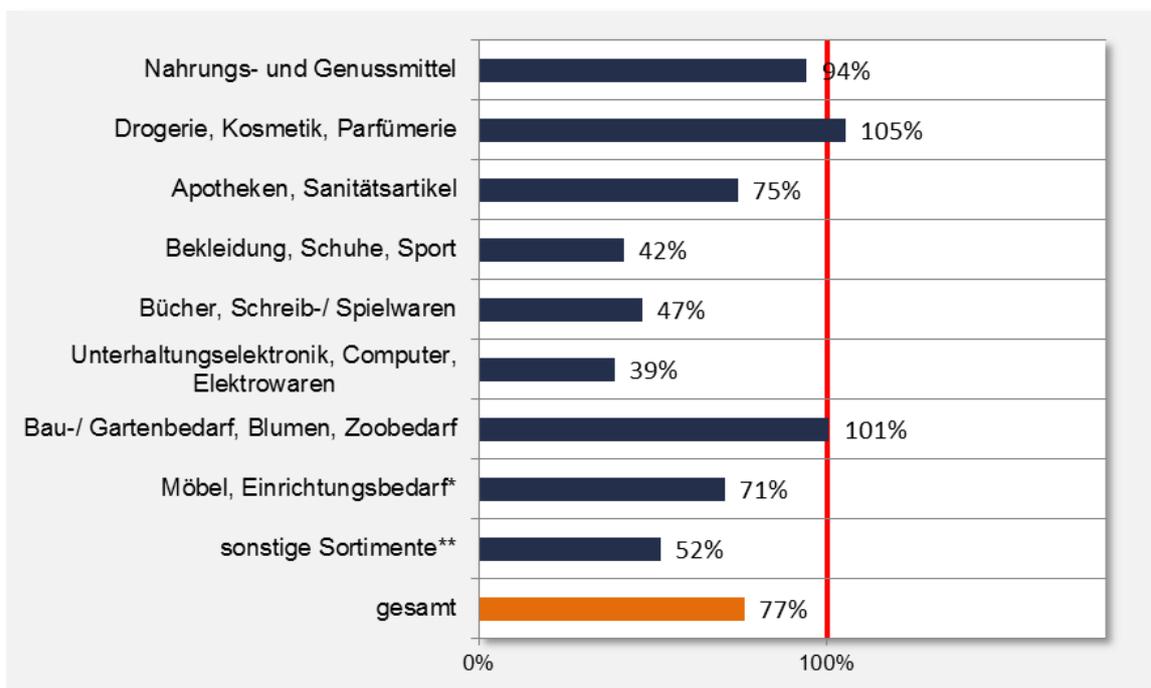
Bei den **zentrenrelevanten Sortimenten** Bekleidung / Schuhe / Sport, Bücher / Schreib- und Spielwaren sowie Elektrowaren / Unterhaltungselektronik sind ausschließlich negative Kaufkraftsalden und damit teilweise ausgeprägte Kaufkraftabflüsse festzustellen.

Festzuhalten ist somit, dass die zentrenprägenden Leitsortimente in der Gemeinde Eitorf nur schwach vertreten sind. Einzig in der Warengruppe GPK, Haushaltswaren und Geschenkartikel lassen sich geringe Kaufkraftzuflüsse beobachten.

Auch für die **nicht-zentrenrelevanten Sortimente** sind vergleichsweise niedrige Umsatz-Kaufkraft-Relationen zu verzeichnen. Eine Ausnahme bildet der Bereich Bau- und Gartenbedarf, wo per Saldo Zuflüsse in Höhe von etwa 0,7 Mio. € generiert werden (Umsatz-Kaufkraft-Relation ca. 109 %).

Die Umsatz-Kaufkraft-Relationen bei den sonstigen Sortimenten liegen dagegen bei deutlich unter 100 %. Die Warengruppe Möbel und Einrichtungsbedarf liegt bei insgesamt rd. 71 %, wobei das Sortiment Möbel allein betrachtet sogar nur eine Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 61 % aufweist.

**Abbildung 19: Umsatz-Kaufkraft-Relation nach Warengruppen**



\* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen  
 \*\* Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst  
 Quelle: BBE-Berechnungen

Im Fazit ist somit festzuhalten, dass im Mittelzentrum Eitorf Angebotsdefizite insbesondere im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente zu erkennen sind, die in relativ geringen Kaufkraftbindungsquoten ihren Ausdruck finden. Es ist davon auszugehen, dass vor allem beim Einkauf mittelfristiger, überwiegend zentrenrelevanter Bedarfsgüter bevorzugt die attraktiven Einkaufsalternativen der Einkaufsstädte Siegburg, Bonn und Köln aufgesucht werden.

In der Summe belaufen sich die Kaufkraftabflüsse auf rd. 27,0 Mio. €. Sortimentsbezogen betrachtet, lassen sich die höchsten Kaufkraftabflüsse in den Warengruppen Bekleidung / Schuhe / Sport (rd. 8,1 Mio. €), Elektrowaren (rd. 7,5 Mio. €), Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, medizinische, orthopädische Artikel, Hörgeräte (rd. 2,9 Mio. €), Nahrungs- und Genussmitteln (rd. 2,5 Mio. €) sowie Möbel und Küchen (rd. 2,5 Mio. €) identifizieren.

Auch in den Sortimenten Fahrräder / Fahrradzubehör sowie Optik, Uhren, Schmuck sind niedrige sortimentspezifische Zentralitäten zu verzeichnen. Hier ist allerdings zu beachten, dass die Entwicklungspotenziale in diesen Marktsegmenten aufgrund der niedrigen Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben trotz hoher Abflüsse deutlich begrenzt sind.

**Abbildung 20: Umsatz-Kaufkraft-Relation und Kaufkraftsaldo nach Warengruppen**

Sortiment	Umsatz	Kaufkraft	Umsatz-Kaufkraft-Relation	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	40,4	42,9	94	-2,5
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikwaren	6,5	6,2	105	+0,3
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, medizinische, orthopädische Artikel, Hörgeräte	8,3	11,2	74	-2,9
Bekleidung, Wäsche	4,4	9,8	45	-5,3
Schuhe, Lederwaren	0,9	2,3	42	-1,3
Sport-, Campingartikel	0,4	1,9	22	-1,5
Bücher, Zeitschriften	0,7	1,8	36	-1,2
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	0,8	1,6	47	-0,9
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	1,1	1,8	59	-0,7
Möbel, Küchen	3,9	6,3	61	-2,5
GPK*, Haushaltswaren, Geschenkartikel	1,4	1,1	124	+0,3
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren	1,2	1,7	74	-0,4
Elektrohausgeräte, Lampen, Leuchten	2,0	2,7	73	-0,7
Unterhaltungselektronik, Computer, Telekommunikation, Foto	1,9	7,2	26	-5,3
Optik, Uhren, Schmuck	0,8	2,3	36	-1,5
Bau- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge, Teppiche, Tierfutter, Heimtierzubehör	8,3	7,6	109	+0,7
Blumen, Pflanzen, Gartenbedarf	3,2	3,8	83	-0,6
Fahrräder, Fahrradzubehör	0,2	1,0	24	-0,7
Autozubehör	1,1	1,0	117	+0,2
Sonstiger Einzelhandel**	0,6	1,1	54	-0,5
<b>Gesamt</b>	<b>88,1</b>	<b>115,1</b>	<b>77</b>	<b>-27,0</b>

\* Glas, Porzellan, Keramik

\*\* Kinderwagen, Antiquitäten, Kunstgegenstände, Bilderrahmen

Quelle: BBE-Marktforschung; eigene Erhebungen und Berechnungen, ggf. Rundungsdifferenzen

### 3.5 Wohnungsnahe Versorgung in der Gemeinde Eitorf

Die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs sollte möglichst durch Einzelhandelsbetriebe in räumlicher Nähe zum Konsumenten erfolgen. Als zumutbare fußläufige Entfernung wird in der Regel eine Distanz von 700 bis 1.000 Metern definiert.<sup>14</sup>

Die Verkaufsflächenausstattung (Arealitätsziffer bei Lebensmittel-SB-Märkten von ca. 0,37 m<sup>2</sup> je Einwohner) und die Kaufkraftbindung (Nahrungs- und Genussmittel ca. 94 %) zeigen begrenzte Entwicklungspotenziale bei der Versorgungssituation in diesem Segment auf.

Räumlich konzentriert sich das Lebensmittelangebot fast ausschließlich auf den Kernort Eitorf. Hier verteilen sich beide Vollsortimenter und alle drei Lebensmitteldiscountmärkte der Gemeinde Eitorf auf die beiden Einzelhandelsstandorte Ortsmitte oder das Gewerbegebiet „Im Auel“.

Die Nahversorgungssituation wird in der Gemeinde Eitorf somit maßgeblich durch Lebensmittelmärkte an den beiden Angebotsstandorten Ortsmitte (Rewe XL, Aldi) und Gewerbegebiet „Im Auel“ (Rewe XL, Lidl, Netto) geprägt. Im sonstigen Gemeindegebiet besteht lediglich in wenigen Ortslagen ein kleinteiliges Lebensmittelangebot. Hierbei handelt es sich meist nur um Bäckereien mit ergänzendem Lebensmittelangebot, so dass in diesen Ortsteilen maximal eine ausschnittsweise Nahversorgung gegeben ist.

In Bezug auf den Betriebstypenmix im Lebensmitteleinzelhandel ist festzustellen, dass mit Aldi, Lidl und Netto drei marktgerecht aufgestellte und leistungsstarke Discountanbieter in Eitorf ansässig sind. Durch zwei Rewe XL-Märkte wird zudem der Vollsortimentsbereich adäquat repräsentiert. Damit weist die Gemeinde sowohl im Discountbereich als auch im Vollsortimentsbereich einen guten Ausstattungsgrad auf.

In der folgenden Karte werden die fußläufigen Distanzzonen um die im Gemeindegebiet ansässigen Lebensmittelmärkte dargestellt. Dabei werden die 700-Meter-Radien und zusätzlich die tatsächlichen 700-Meter-Wegedistanzen unterschieden (vgl. folgende Abbildung).

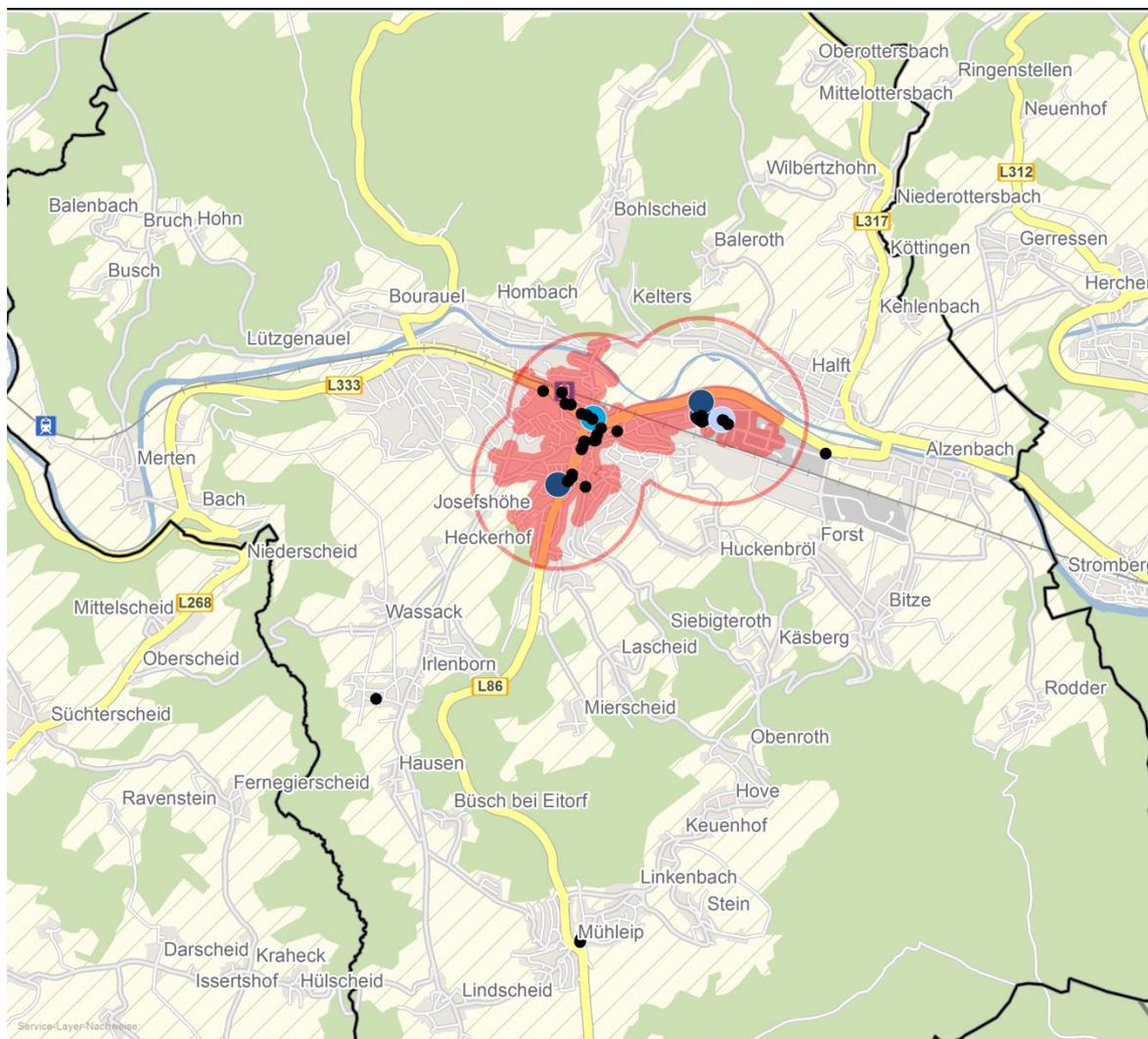
Die kartografische Darstellung der Verteilung der Lebensmittelmärkte illustriert, dass entsprechend der Verteilung der Lebensmittelmärkte nur im Kernort Eitorf von einer großen Anzahl der Wohnstandorte innerhalb eines 700-Meter-Radius ein Lebensmittelmarkt erreicht werden kann.

Deutlich wird, dass Versorgungslücken vor allem in den dispers gelegenen Ortslagen bestehen. Hinzu kommt, dass diese zum Teil eine relativ hohe Distanz zu den vorhandenen Lebensmittelmärkten im Kernort aufweisen, so dass für die hier lebende Bevölkerung die vorhandenen Versorgungsstrukturen in den benachbarten Kommunen bzw. Ortsteilen Hennef-Uckerath (Edeka, Lidl, Aldi), Windeck (Rewe, Lidl, Aldi, Netto) und Ruppichterath (Edeka, Lidl, Aldi, Penny, Netto) von Relevanz sind.

---

<sup>14</sup> Diese Distanz wird von Fußgängern in durchschnittlich 10 - 12 Minuten zurückgelegt und ist damit als maximal akzeptierte fußläufige Entfernung zu betrachten.

Abbildung 21: Nahversorgung in der Gemeinde Eitorf



**Nahversorgung in der Gemeinde Eitorf**

- Große\_Supermärkte (2.500 - 5.000 m<sup>2</sup> VKF)
- Supermärkte (400 - 2.500 m<sup>2</sup> VKF)
- Discounter
- Lebensmittelgeschäfte (< 450 m<sup>2</sup> VKF)
- 700 m - Radius
- 700 m fußläufige Erreichbarkeit



\* Warengruppenspezialisten mit geringer Nahversorgungsbedeutung.  
Quelle: BBE-Erhebungen und -Darstellung

Zusammenfassend ist die Versorgungssituation mit Nahrungs- und Genussmitteln in Eitorf differenziert zu betrachten. Generell besteht mit den vorhandenen Lebensmittelmärkten eine im Verhältnis zur Bevölkerung insgesamt zufriedenstellende Versorgung in diesem Segment, so dass die Wettbewerbsintensität in der Gemeinde bei Nahrungs- und Genussmitteln insgesamt als hoch einzustufen ist.



## 4 Exkurs: Reaktionsfähigkeit des Eitorfer Einzelhandels auf die zunehmende Bedeutung des Onlinehandels

### 4.1 Allgemeine Trends im Onlinehandel

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

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

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

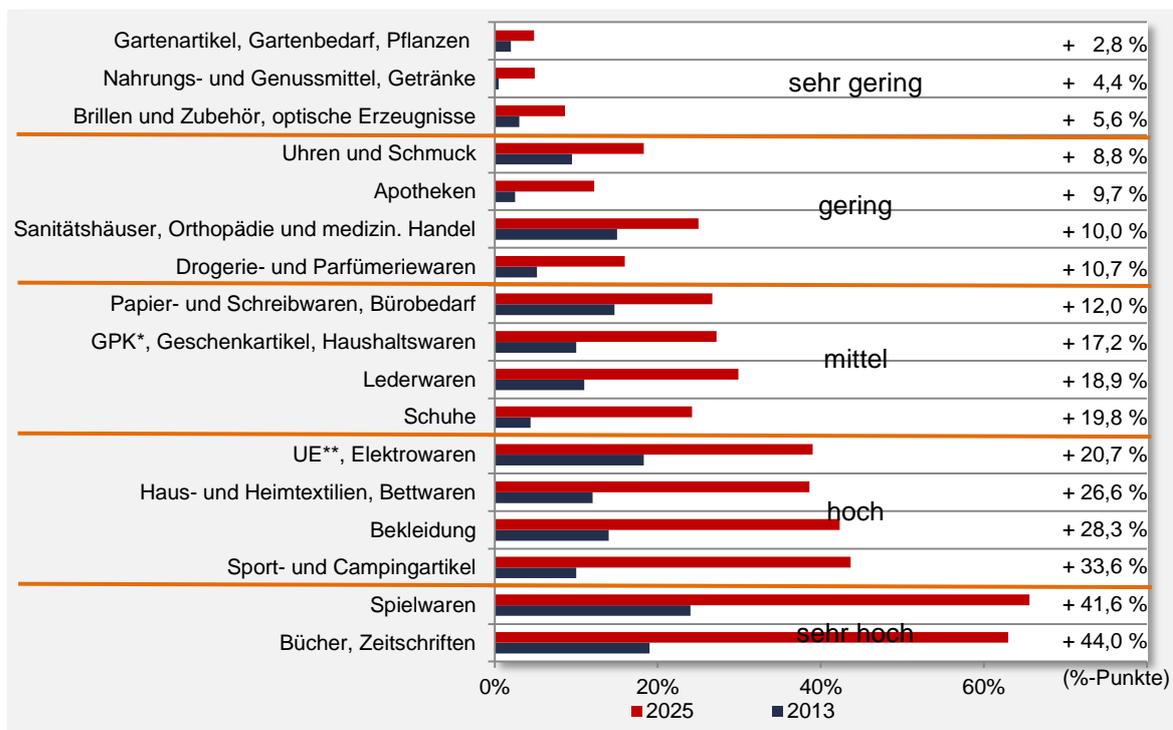
- Die technischen Möglichkeiten werden sich weiterentwickeln, so dass das Online-Angebot und die Online-Nachfrage weiter ansteigen werden. Dabei gewinnen Fragen zur Sicherheit und zum Datenschutz immer mehr an Bedeutung.
- Die Kunden werden gleichermaßen online und offline einkaufen, die Motive sind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

Im Folgenden werden die Auswirkungen der zunehmenden Anteile des Onlinehandels auf den Eitorfer Einzelhandel untersucht, wobei die zentralen Versorgungsbereiche im Mittelpunkt stehen.

## 4.2 Entwicklung des Onlinehandels nach Sortimenten

Da die Umsatzentwicklung im deutschen Einzelhandel seit Jahren stagniert, wird der wachsende Umsatzanteil im Onlinehandel den Flächenbedarf im stationären Einzelhandel verringern. Nachdem sich zunächst die Wettbewerbswirkungen des Onlinehandels vor allem auf den klassischen Versandhandel bezogen haben, geht das weitere Umsatzwachstum nun zu Lasten der Umsätze im stationären Einzelhandel. So leidet der stationäre Einzelhandel in Deutschland ungefähr seit dem Jahr 2010 an den zunehmend spürbaren Auswirkungen des E-Commerce.

**Abbildung 23: Entwicklung der sortimentspezifischen Marktanteile des Onlinehandels**



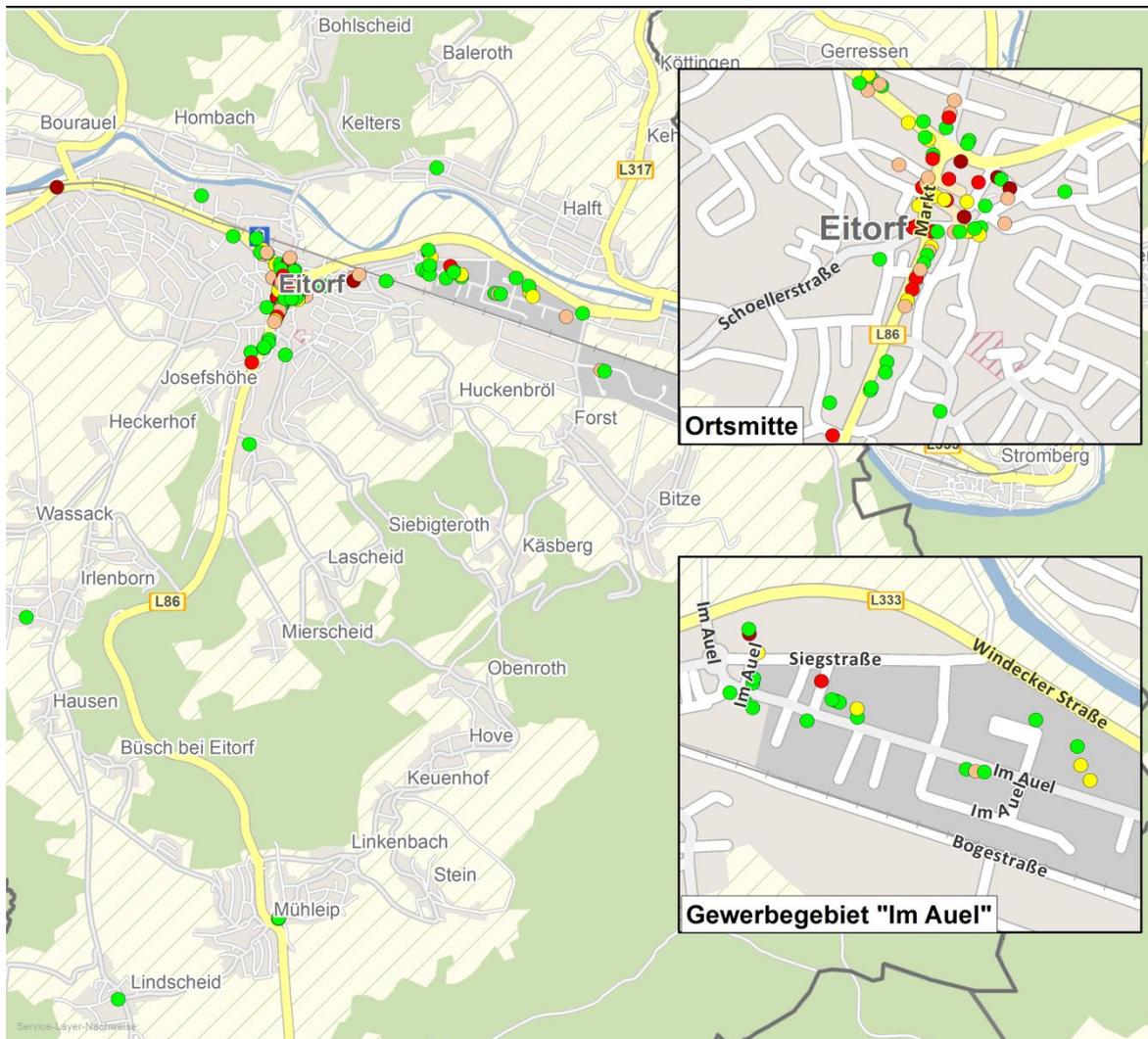
\* GPK: Glas, Porzellan, Keramik

\*\* UE: Unterhaltungselektronik

Quelle: BBE-Darstellung auf Basis von elaboratum-Prognosen

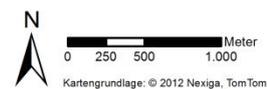
Dabei sind starke Unterschiede nach Sortimenten festzustellen (vgl. Abbildung 23). Während in den Bereichen Bücher, Spielwaren und Elektronik / Medien bereits ein hoher Online-Anteil erreicht wird, sind insbesondere bei Nahrungs- und Genussmitteln, Pflanzen, Optik und Uhren / Schmuck die Marktanteile des Online-Handels noch sehr gering.

Abbildung 24: Einzelhandel im Gemeindegebiet Eitorf nach Branchen und sortimentsbezogenem Wachstum der Marktanteile im Onlinehandel (Prognose für das Jahr 2025)



**Online-Gefährdung der Einzelhandelsbetriebe**

- sehr gering
- gering
- mittel
- hoch
- sehr hoch



Quelle: BBE-Erhebungen und –Darstellung

In der Trendprojektion gehen die Experten von elaboratum<sup>15</sup> von einem Wachstum in praktisch allen Marktsegmenten des Einzelhandelsangebots aus, wobei die höchsten Wachstumsraten bis zum Jahre 2025 für Bücher, Spielwaren, Sportartikel und Bekleidung zu erwarten sind.

Die Klassifizierung der Eitorfer Einzelhandelsbetriebe nach dem sortimentsbezogenen Wachstum der Marktanteile im Onlinehandel ist der vorstehenden Abbildung zu entnehmen.

Hierbei wird deutlich, dass die Sortimente, die den örtlichen Einzelhandel prägen, zukünftig nur einem geringen bzw. sehr gering wachsenden Online-Wettbewerb ausgesetzt sein werden. Auf die gesamte Gemeinde bezogen, verfügen mehr als 60 % der vorhandenen Betriebe über einen Angebotsschwerpunkt mit jeweils nur geringem Online-Wachstum.

Dies gilt auch für die meisten Magnetbetriebe der Ortsmitte. Denn die wesentlichen Magnetbetriebe sind hier vor allem auf die Nahversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs ausgerichtet (v. a. Lebensmittel / Drogeriewaren) und weisen demnach Schwerpunkte in Sortimenten auf, für die ebenfalls nur vergleichsweise geringe Online-Wachstumsraten zu erwarten sind. Allerdings sind hohe Online-Wachstumsraten insbesondere für die zentrenrelevanten Leitbranchen (v. a. Bekleidung und Unterhaltungselektronik / Elektrowaren) zu erwarten, so dass auch ein größerer Teil der Betriebe in der Ortsmitte hohen Wachstumsraten der Marktanteile im Onlinehandel ausgesetzt ist.

Dagegen weist das Gewerbegebiet „Im Auel“, das noch mehr auf die Nahversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs ausgerichtet ist und zudem durch Betriebe der Sortimente Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel geprägt wird, Schwerpunkte in Sortimenten auf, für die nur vergleichsweise geringe Online-Wachstumsraten zu erwarten sind.

### 4.3 Online-Aktivitäten des stationären Handels

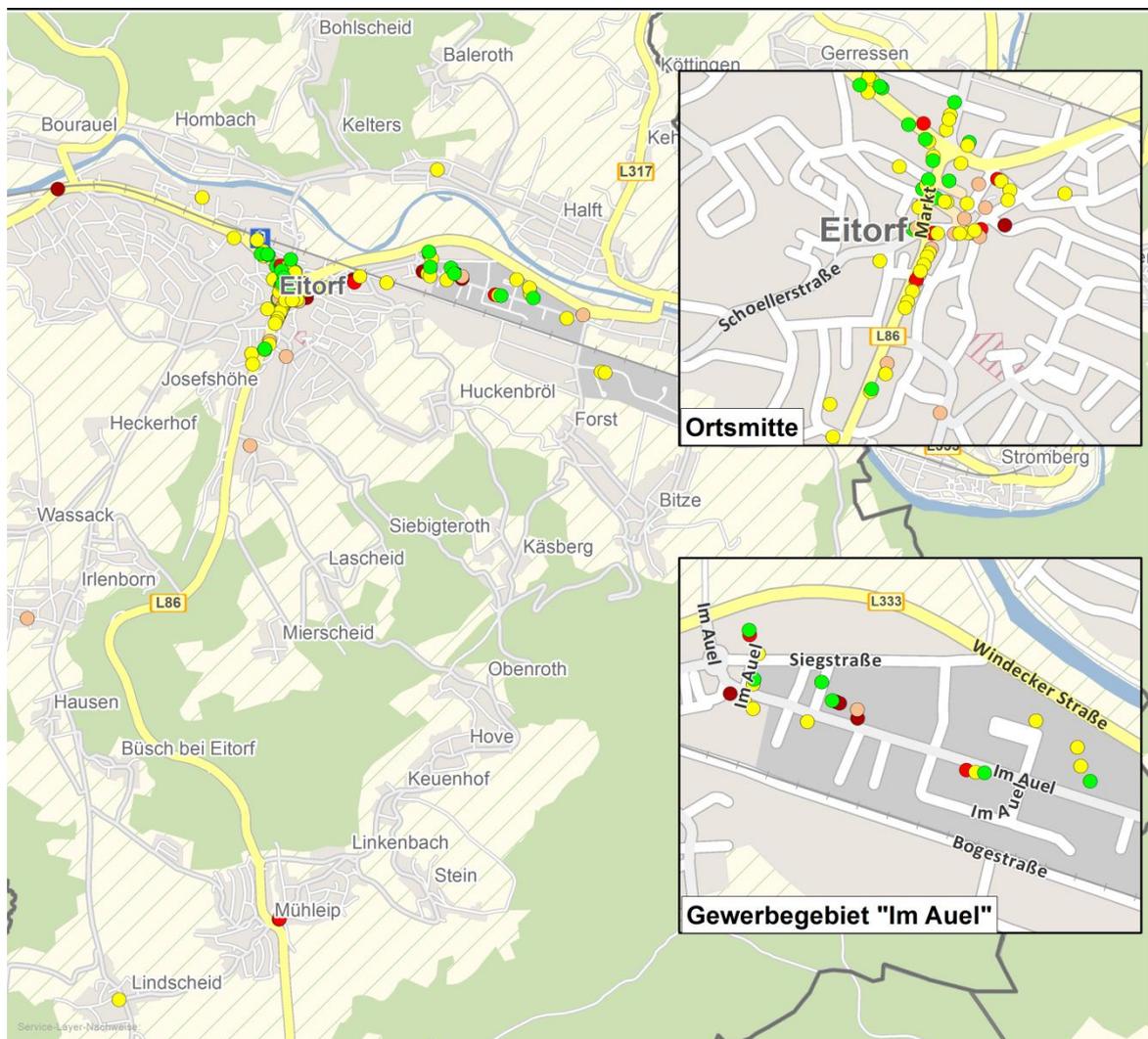
In der heutigen Zeit der umfassenden Digitalisierung ist es für den stationären Einzelhandel von großer Wichtigkeit, auch im World-Wide-Web sichtbar und auffindbar zu sein. Ein hoher Prozentsatz der Kunden informiert sich vor dem geplanten Kauf eines Produktes im Internet. Zusätzlich verschaffen sie sich einen Überblick, welche Händler in der Umgebung die avisierten Waren ebenfalls führen.

Ein eigener Internetauftritt bzw. eine Platzierung von Online-Anzeigen sichert eine hohe Auffindbarkeit, so dass der Kunde bei einer Internetrecherche auf das stationäre Angebot aufmerksam wird. Die Online-Präsenz ist somit von elementarer Bedeutung zur Sicherung der Zukunftsfähigkeit eines Einzelhandelsbetriebs.

---

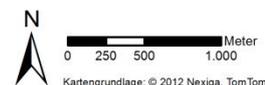
<sup>15</sup> Quelle: elaboratum, Prognose der sortimentsbezogenen Marktanteile des Onlinehandels im Jahre 2025 (Basis: E-Commerce-Umsätze 2013)

Abbildung 25: Online-Sichtbarkeit der Eitorfer Einzelhandelsbetriebe



**Online-Sichtbarkeit der Einzelhandelsbetriebe**

- eigener Onlineshop
- eigene Website
- hohe Auffindbarkeit
- eingeschränkte Auffindbarkeit
- keine Auffindbarkeit



Quelle: BBE-Erhebungen und -Darstellung

Vor diesem Hintergrund wurde im Rahmen der Angebotsanalysen auch ermittelt, welche Online-Präsenzen die in Eitorf ansässigen Einzelhandelsbetriebe zeigen. Dazu wurden zunächst mit gängigen Suchmaschinen ermittelt, ob ein Betrieb überhaupt online auffindbar ist. Hat ein Betrieb keine eigene Website, sollte er zumindest über elektronische Verzeichnisse (z. B. „Das Örtliche“, klicktel) oder Plattformen wie „kaufDa“ gefunden werden („eingeschränkte Auffindbarkeit“).

Eine bereits deutlich professionellere Präsenz ist zu erreichen, wenn über Dienste wie „Google my Business“ alle wichtigen Firmeninformationen inklusive Öffnungszeiten, Kontaktdaten, Anfahrtsbeschreibung usw. in die lokalen Suchergebnisse gezielt eingebracht werden („hohe Auffindbarkeit“).

Eine „eigene Website“ erhöht die Sichtbarkeit im Netz, ein „eigener Onlineshop“ belegt, dass das Einzelhandelsunternehmen bereits Multichannel-Vertriebsstrukturen aufgebaut hat.

Die Ergebnisse der von den Gutachtern durchgeführten Recherche illustriert die Abbildung auf der vorstehenden Seite:

- Positiv hervorzuheben ist zunächst, dass sich der Großteil der erhobenen Einzelhandelsbetriebe auch im Internet über gängige Suchmaschinen wiederfinden lässt.
- Allerdings zeigt sich auch, dass mehrere kleinere, überwiegend inhabergeführte Einzelhandelsgeschäfte den Weg in die Digitalisierung noch gar nicht oder nur in eingeschränktem Maße beschritten haben. Darunter befinden sich Ladenhandwerksbetriebe und andere Anbieter des täglichen Bedarfs, aber auch kleinere, spezialisierte Fachgeschäfte.
- In der Ortsmitte verfügen zudem fast alle Einzelhändler über eine hohe Auffindbarkeit. Dabei besitzt ein Großteil der Einzelhandelsbetriebe eine eigene Website oder sogar einen Online-Shop. Letztere sind somit bereits heute dazu in der Lage, auf allen Vertriebskanälen aktiv zu sein.

#### 4.4 Fazit zur Reaktionsfähigkeit des Eitorfer Einzelhandels auf die Entwicklungen im Onlinehandel

Für die Ortsmitte als Haupteinkaufslage von Eitorf ist festzuhalten, dass nur 6 Betriebe über eine eingeschränkte Auffindbarkeit im Internet verfügen, wovon wiederum 3 ein Kernsortiment mit nur sehr geringem Wachstumspotenzial aufweisen. Auch die überwiegend auf die Nahversorgung ausgerichteten Kundenmagneten (Lebensmittelmärkte / Drogeriemarkt) werden von den zukünftigen Entwicklungen des Onlinehandels nur gering tangiert.

Ein Großteil der Betriebe mit Kernsortimenten hoher Online-Wachstumsprognosen ist dagegen bereits heute durch eigene Websites bzw. sogar eigene Online-Shops im Internet gut positioniert, so dass insgesamt eine hohe Reaktionsfähigkeit abzulesen ist. Zusammenfassend lässt sich für die Ortsmitte nur ein mittleres Gefährdungspotenzial erkennen.

Da hinsichtlich der Kennwerte kaum Unterschiede zwischen den Betrieben inner- und außerhalb der Ortsmitte festgestellt werden konnten, gilt dies gleichermaßen auch für die an sonstigen Standorten innerhalb des Gemeindegebietes ansässigen Einzelhandelsbetriebe.

Im Fazit stellt der Trend zum E-Commerce eine Herausforderung für den gesamten stationären Einzelhandel dar. Insbesondere den mittelständischen Handelsunternehmen fällt es schwer, die Digitalisierung der Branche in innovative Geschäftsmodelle zu überführen.

Grundsätzlich ist festzuhalten:

- Die Wettbewerbsverschärfungen durch den zunehmenden Onlinehandel betreffen jede Branche des Einzelhandels; jede Branche jedoch in unterschiedlichem Maße. Da die digitalen Innovationen das Einkaufsverhalten verändern, ist ein Umdenken im Einzelhandel notwendig.
- Der Einkauf im stationären Einzelhandel bleibt auch zukünftig noch der wichtigste Einkaufsweg – aber zunehmend in Kombination mit anderen Vertriebskanälen. Langfristig werden daher die Händler erfolgreich sein, die ihre Kunden über verschiedene Kanäle ansprechen – selbst wenn sie nicht über alle Kanäle verkaufen.
- Das Einkaufserlebnis und die individuelle Kundenbetreuung sind wesentliche Erfolgsfaktoren des stationären Einzelhandels. Der stationäre Einzelhandel kann nicht primär über den Preis mit dem Onlinehandel konkurrieren und muss es daher auf anderem Wege schaffen, dem Kunden Mehrwerte zu bieten.
- Auch die Kopplung mit gastronomischen und sonstigen Dienstleistungsangeboten, gemeinsame (Shopping- / Kultur-) Veranstaltungen sowie die Gestaltung des privaten wie öffentlichen Raumes stellen immer wichtigere Ansatzpunkte dar, um Kunden über die ganzheitliche Steigerung der Aufenthaltsqualität stärker an den Einkaufsort binden zu können.

## 5 Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse sowie Empfehlungen zur Verkaufsflächenentwicklung

Bei der Ableitung grundlegender Empfehlungen zur Verkaufsflächenentwicklung nach ausgewählten Warengruppen sind folgende Aspekte zu berücksichtigen:

- Die Arealitätsziffer der Gemeinde Eitorf liegt mit rd. 1,35 m<sup>2</sup> je Einwohner unter dem deutschen Durchschnittswert (rd. 1,46 m<sup>2</sup> je Einwohner). Hiermit weist die Gemeinde Eitorf eine Einzelhandelsausstattung auf, die nur in wenigen Branchen eine über die Gemeindegrenzen hinausgehende Ausstrahlungskraft entfalten kann.
- Vor allem aufgrund der umfassenden Angebote in den beiden Oberzentren Bonn und Köln und im Mittelzentrum Siegburg befindet sich das Mittelzentrum Eitorf in einer ausgeprägten regionalen Wettbewerbssituation, die als limitierender Faktor des gesamtstädtischen Einzelhandels anzusehen ist.
- Den eindeutigen räumlichen Schwerpunkt des Einzelhandelsangebotes bildet der Hauptort Eitorf. Hier befindet sich insbesondere an den beiden Einzelhandelsschwerpunkten Ortsmitte und Gewerbegebiet „Im Auel“ der Großteil des Einzelhandelsbesatzes der Gemeinde. Nur wenige Einzelhandelsbetriebe sind in anderen Ortslagen (Bohlscheid, Irlenborn, Halft, Lindscheid und Mühleip) verortet. Ein Großteil der 57 Ortslagen verfügt dabei über kein Einzelhandelsangebot.
- Der örtliche Einzelhandel spricht vor allem die in Eitorf lebende Bevölkerung an. Eine über das Gemeindegebiet hinausgehende Kundenansprache erstreckt sich allenfalls in Richtung der Gemeinde Windeck.

Unter Berücksichtigung der Angebots- und Nachfrageanalyse für die Gemeinde Eitorf, der regionalen Wettbewerbssituation, einer rückläufigen Einwohnerentwicklung in Eitorf und der allgemeinen Marktentwicklung des Einzelhandels in Deutschland sind folgende Empfehlungen auszusprechen:

Hinsichtlich einzelner Branchen ist festzuhalten:

- Im **Lebensmitteleinzelhandel** konnte aufgezeigt werden, dass mit zwei Supermärkten (Rewe XL) und drei Lebensmitteldiscountern (Aldi, Lidl, Netto) sortimentsbezogen in der Gemeinde Eitorf grundsätzlich eine gute Ausstattung gegeben ist. Hierbei konzentrieren sich die Lebensmittelmärkte auf den Hauptort Eitorf. Die übrigen Ortslagen, die über keinen „eigenen“ Lebensmittelmarkt verfügen, weisen allerdings auch nur Einwohnerzahlen von max. 1.500 Einwohnern auf, so dass dort der wirtschaftliche Betrieb eines Lebensmittelmarktes nicht gewährleistet ist.

Aus der Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 94 % und Kaufkraftabflüssen in Höhe von rd. 2,5 Mio. € lassen sich auch keine größeren Entwicklungspotenziale ableiten. Dies auch vor dem Hintergrund, dass aufgrund der hohen Wettbewerbsintensität in den Nachbarkommunen nicht davon auszugehen ist, dass hier eine deutlich höhere Kaufkraftabschöpfung erzielt werden kann.

Ziel sollte insbesondere eine Standortsicherung und -stärkung der für die Nahversorgung bedeutsamen Lebensmittelmärkte sein.

Unter Berücksichtigung der vorhandenen Angebots- und Nachfragesituation ist darüber hinaus kein akuter Handlungsbedarf zu erkennen.

- Im **Drogeriewarenssegment** sind mit den beiden Drogeriemärkten dm und Rossmann zwei kompetente Anbieter in zentraler Lage von Eitorf vorhanden. Beide Märkte verfügen allerdings mit Verkaufsflächen von etwa 380 m<sup>2</sup> (dm) bzw. 450 m<sup>2</sup> (Rossmann) über vergleichsweise geringe Verkaufsflächen, die nicht mehr der Dimensionierung moderner Drogeriemärkte entsprechen.

Da Drogeriemärkte wie auch Lebensmittelmärkte hohe Kundenfrequenzen generieren, sind diese ebenfalls von hoher Bedeutung für das Ortszentrum, so dass ihr Verbleib in zentraler Lage auch langfristig gesichert werden sollte. Hierzu wird es allerdings erforderlich, adäquate Mieteinheiten zur Verfügung zu stellen. Für moderne Drogeriemärkte sind heute Verkaufsflächen zwischen 600 und 800 m<sup>2</sup> branchenüblich.

Ein dritter Drogeriemarkt wird aufgrund des im Einzugsgebiet vorhandenen Kaufkraftpotenzials in Eitorf nicht tragfähig sein. Somit wird es primär darum gehen, die flächenseitigen Voraussetzungen zur Neuaufstellung und Erweiterung der bereits ansässigen Betriebe zu schaffen.

- Vor dem Hintergrund der regionalen Wettbewerbssituation mit den nahegelegenen Innenstädten von Siegburg, Bonn und Köln sowie einer für größere Textilkaufhäuser (C&A, P & C) und bestimmte, vor allem auf jüngere Kundschaft abzielende Angebotsformate (z. B. H & M; Pimkie, Orsay) zu geringen Bevölkerungszahl des Mittelzentrums Eitorf, werden auch weiterhin hohe Kaufkraftabflüsse im **Bekleidungssegment** bestehen bleiben.

Ziel der sortimentsbezogenen Einzelhandelsentwicklung sollte deshalb sein, durch ein möglichst speziell auf die örtliche Kundschaft abgestimmtes Warensortiment die Notwendigkeit, umliegende Angebotsstandorte aufsuchen zu müssen, so gering wie möglich zu halten. In diesem Zusammenhang sollte die Ansiedlung weiterer Fachgeschäfte und Fachmarktkonzepte, die auf jüngere Zielgruppen gerichtet sind und / oder das mittlere und gehobene Segment abdecken, im Vordergrund stehen.

- Gleiches gilt auch für das **Elektroniksegment**, in dem zwar einzelne Fachgeschäfte vorzufinden sind, aber kein größerer Anbieter. Mit Blick auf die regionalen Wettbewerbsstrukturen (u. a. Saturn in Hennef, Siegburg und Sankt Augustin, künftig zusätzlich noch Expert in Siegburg) und die Kaufkraftbasis im Einzugsgebiet wird ein Fachmarktkonzept mit bis zu 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche infrage kommen.
- Bei **Schuhen** zeigt die negative Umsatz-Kaufkraft-Relation Potenziale für eine Angebotserweiterung am Standort Eitorf. Per Saldo ergibt sich ein Kaufkraftabfluss von etwa 1,3 Mio. €, so dass die Tragfähigkeit eines weiteren Schuhkonzeptes gewährleistet sein sollte.
- Das **Sportangebot** der Gemeinde Eitorf beschränkt sich derzeit auf wenige kleine Anbieter, die nur eine ausschnittsweise Versorgung sicherstellen können. Aufgrund der regionalen Lage mit intensiven Wettbewerbsbeziehungen zu Siegburg, Bonn und Köln und des begrenz-

ten Einwohnerpotenzials der Gemeinde Eitorf lassen sich dennoch keine größeren Entwicklungspotenziale für die Ansiedlung eines größeren modernen Sportanbieters identifizieren.

- In den Bereichen **Baumarkt- und Gartenartikel** sowie **Blumen und Zoo** existiert in Eitorf ein vergleichsweise breites Angebot, so dass hier keine umfangreicheren Entwicklungspotenziale zu vermuten sind.
- Die Entwicklungspotenziale im **Möbelsegment** sind vor allem aufgrund der hohen Wettbewerbsdichte im regionalen Umfeld als limitiert anzusehen. Ansiedlungschancen bestehen deshalb allenfalls für einzelne Warengruppenspezialisten (z. B. Bettenfachmarkt, Matratzenfachmarkt, Gartenmöbel).

Im Fazit ist festzuhalten, dass sich für einzelne Branchen Entwicklungspotenziale ableiten lassen. Anzustreben sind insbesondere ergänzende Angebote in den Bereichen Bekleidung, Schuhe und Elektronik und somit in wichtigen zentrenrelevanten Sortimenten, die weitgehend auf die Ortsmitte von Eitorf orientiert werden sollten.

Auf die Ortsgröße zugeschnitten wären Verkaufsflächen von 400 m<sup>2</sup> (Schuhe, Bekleidung) bis 600 m<sup>2</sup> (Bekleidung) bzw. 800 m<sup>2</sup> (Drogeriewaren) und damit Angebotsformate, die heute in der Ortsmitte von Eitorf nur in geringem Maße vorhanden sind. Denn klammert man die beiden Lebensmittelmärkte Rewe und Aldi aus, verfügen mit dem Gazi Markt, Rossmann und dem lediglich drei Betriebe über Verkaufsflächen von über 300 m<sup>2</sup>.

Die Entwicklungspotenziale des Einzelhandelsstandorts werden somit wesentlich von der Verfügbarkeit marktfähiger Mieteinheiten bestimmt. Zukünftige Maßnahmen zur Standortentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs sollten deshalb den Flächenanforderungen des Einzelhandels besonderes Augenmerk widmen.

## 6 Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Eitorf

Auf Basis der vorab dargelegten Ergebnisse der Angebots- und Nachfrage werden im Folgenden die wesentlichen Eckpunkte des kommunalen Einzelhandelskonzeptes für die Gemeinde konkretisiert. Den Orientierungsrahmen bilden dabei die einzelhandelsrelevanten Ziele der Landesplanung.

Zunächst werden städtebauliche Leitziele und ein Standortkonzept ausformuliert, woran sich die stadtplanerischen Instrumente zur Förderung und räumlichen Steuerung des Einzelhandels im Gemeindegebiet ausrichten sollen (siehe Kap. 6.1).

Bei der Steuerung des Einzelhandels ist zwischen nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Betrieben zu unterscheiden. Während Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten dem zentralen Versorgungsbereich vorbehalten bleiben sollten, sind nahversorgungsrelevante Angebote darüber hinaus auch an weiteren wohngebietsorientierten Standorten denkbar. Nicht-zentrenrelevante Betriebe können aufgrund ihrer besonderen Standortanforderungen auch an verkehrsgünstigen Standorten am Rand des Siedlungsschwerpunkts angesiedelt werden. Um diese Differenzierung rechtssicher vornehmen zu können, ist eine „Eitorfer Sortimentsliste“ zu erarbeiten, die eine für die Gemeinde Eitorf spezifische Definition der nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente vorgibt (siehe Kap. 6.2).

Die Eitorfer Sortimentsliste definiert somit auch diejenigen (zentrenrelevanten) Einzelhandelsnutzungen, die primär auf die Ortsmitte von Eitorf konzentriert werden sollten. Dieser zentrale Versorgungsbereich ist räumlich genau abzugrenzen. In diesem Kontext werden auch Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Einzelhandels in der Ortsmitte ausgesprochen (siehe Kap. 6.3).

Zur Vervollständigung des Einzelhandelskonzeptes werden darüber hinaus noch zur Entwicklung des Einzelhandels im Gewerbegebiet „Im Auel“ angeschlossen (siehe Kap. 6.4).

## 6.1 Leitziele für die Einzelhandelsentwicklung und Standortkonzept

Die Instrumente der Stadtplanung zur Förderung und Steuerung des Einzelhandels in der Gemeinde Eitorf sollten an folgenden Leitzielen ausgerichtet werden:

### ■ **Erhalt und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion**

Die mittelzentralen Versorgungsfunktionen des Einzelhandels der Gemeinde Eitorf sollen gesichert und gestärkt werden. Hierbei ist die Weiterentwicklung der Versorgungsstrukturen nach städtebaulichen Kriterien auszurichten. Dem zentralen Versorgungsbereich der Ortsmitte Eitorf wird dabei eine Vorrangstellung im Bereich der zentrenrelevanten Einzelhandelsangebote eingeräumt.

### ■ **Stärkung und Sicherung der Versorgungsfunktion der Ortsmitte als zentraler Versorgungsbereich**

Aufgrund der Konzentration strukturprägender Einzelhandelsbetriebe sowie ergänzender Dienstleistungseinrichtungen und Gastronomiebetriebe stellt die Ortsmitte von Eitorf weiterhin den wichtigsten Versorgungsstandort im Gemeindegebiet dar. Als traditioneller Versorgungsmittelpunkt der Bevölkerung sollte die Ortsmitte durch gezielte Umsetzung der mit dem „Integrierten Handlungskonzept Eitorf“ ausgearbeiteten Profilierungsmaßnahmen auch städtebaulich aufgewertet werden. Darüber hinaus sollten Sanierungs- und Neubaumaßnahmen genutzt werden, innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches weitere Flächenkapazitäten für zeitgemäße Angebotsformate des Einzelhandels zu schaffen.

Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten primär in der Ortsmitte erfolgen.

Der innerörtliche nahversorgungsrelevante Einzelhandel übernimmt wesentliche frequenz-erzeugende Wirkung für die Ortsmitte. Sämtliche Weiterentwicklungen in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten sollten daher nur unter dem Vorbehalt, dass die innerörtlichen Strukturen nicht gefährdet werden, weiter verfolgt werden.

### ■ **Sicherung und Stärkung der wohnungsnahen Versorgung**

Die vorhandene Nahversorgung soll gesichert und weiterentwickelt werden. Dabei sind Maßnahmen zur Bestandssicherung und Modernisierung ansässiger Betriebe und die Ansiedlung von ergänzenden nahversorgungsrelevanten Betrieben zu ermöglichen.

Die Etablierung zusätzlicher Nahversorgungsangebote in den übrigen Ortsteilen wird allerdings nur im Ausnahmefall erfolgen können, da die begrenzten Nahbereichspotenziale in den bisher unterversorgten Ortsteilen den Ausbau stationärer Angebote nur in Ausnahmefällen zulassen.

### ■ **Steuerung der Ergänzungsfunktionen des Gewerbegebietes „Im Auel“**

Aus funktionaler Sicht stellt das Gewerbegebiet „Im Auel“ neben der Ortsmitte den wichtigsten Versorgungsstandort im Gemeindegebiet von Eitorf dar. Faktisch wird das Gewerbege-

bietet auch langfristig insbesondere als Standort des Lebensmitteleinzelhandels dazu beitragen, die Basisversorgung im Gemeindegebiet mit Gütern des täglichen Bedarfs zu sichern.

Maßnahmen zur Bestandssicherung sind zu unterstützen, sofern diese zentrenverträglich erfolgen und die angestrebte Stärkung und Sicherung des zentralen Versorgungsbereichs der Ortsmitte nicht behindert wird.

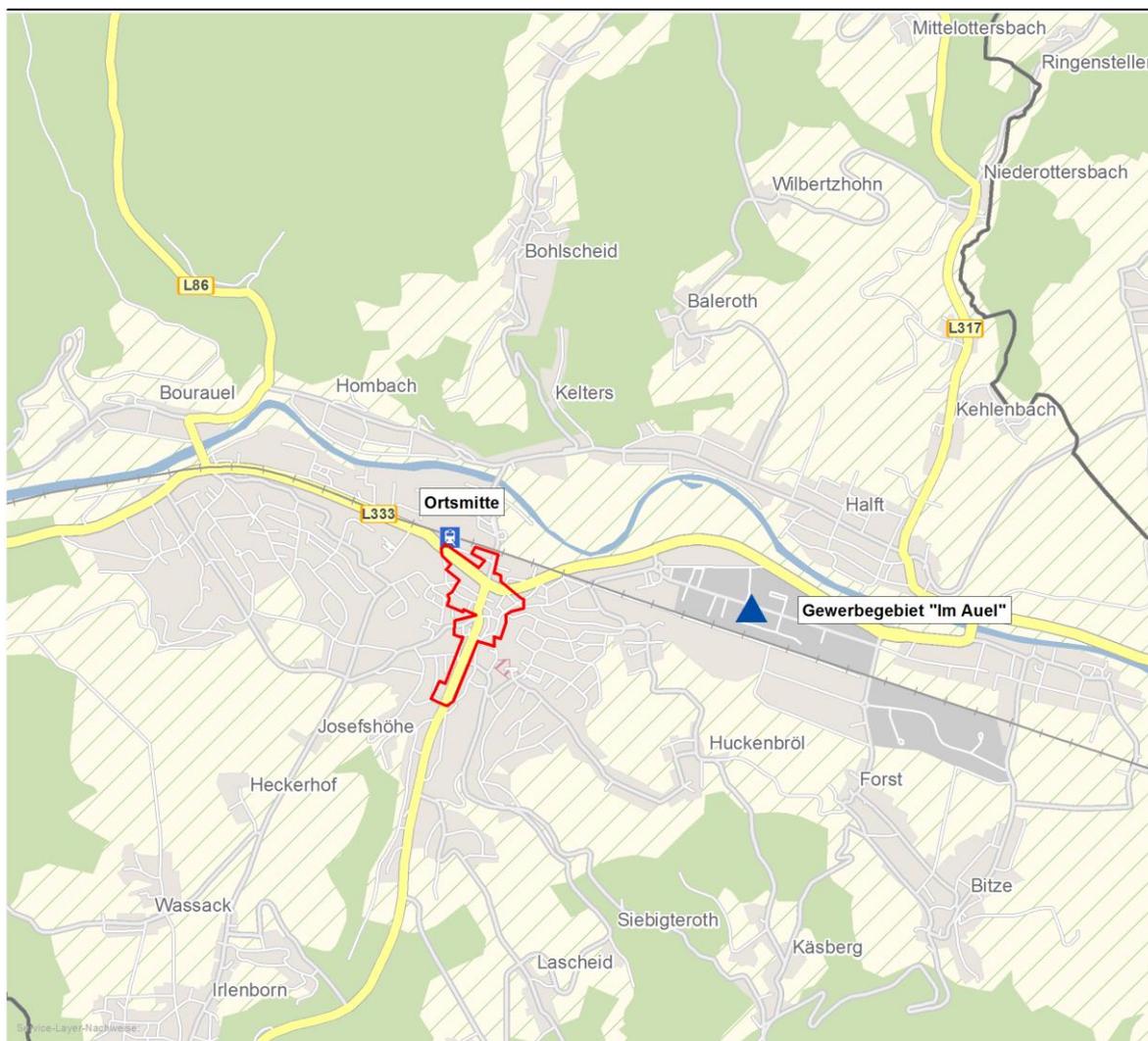
Über die Bestandssicherung der ansässigen Betriebe hinaus, ist das Gewerbegebiet auch für die Ansiedlung weiterer Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten geeignet.

Entwicklungen zur Stärkung der Funktionen eines Ergänzungsstandorts für den zentrenverträglichen Einzelhandel entsprechen auch den Zielen der Landesplanung, da das Eitorfer Gewerbegebiet nördlich der Bahntrasse im Regionalplan für den Regierungsbezirk Köln als Allgemeiner Siedlungsbereich dargestellt ist. Auch die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten beachten somit das Integrationsgebot der Landesplanung gemäß Ziel 1 des sachlichen Teilplans (siehe Kap 1.2).

Bei der Ansiedlung bzw. bei Nutzungsänderungen von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sind die zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente nach den Zielen des Landesentwicklungsplanes NRW - sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel - auf max. 10 % der Verkaufsfläche zu beschränken.

Unter Berücksichtigung der vorab dargelegten Leitziele sowie der vorhandenen Besitzstrukturen empfehlen die Gutachter, die künftige Entwicklung der Versorgungsstrukturen in Eitorf an folgendem **räumlichen Versorgungsmodell** auszurichten:

**Abbildung 26: Standortkonzept für den Einzelhandel**



**Standortkonzept für den Einzelhandel**

- Hauptzentrum
- ▲ Ergänzungsstandort grfl. nicht-zentrenrel. EZH



Quelle: Eigene Darstellung

## 6.2 Eitorfer Sortimentsliste

Mit dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahre 2006 wurde unter anderem auch die „Eitorfer Sortimentsliste“ zur Definition der nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten beschlossen. Diese Sortimentsliste ist vor dem Hintergrund der in Eitorf erfolgten Marktentwicklungen und unter Berücksichtigung der zwischenzeitlich geänderten landesplanerischen Vorgaben zu überprüfen.

Grundsätzlich werden dabei folgende Unterscheidungsmerkmale zugrunde gelegt:

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

Mit dem LEP NRW – Sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel werden folgende zentrenrelevante Leitsortimente definiert, die „von der Gemeinde bei der Erstellung ihrer ortstypischen Sortimentslisten zu beachten“ sind:

- Papier / Bürobedarf / Schreibwaren
- Bücher
- Bekleidung, Wäsche
- Schuhe, Lederwaren
- Medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel
- Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik
- Spielwaren
- Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel
- Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto)
- Uhren, Schmuck
- Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant).

Für die Bewertung der Zentrenrelevanz der ausgewählten Sortimente wird folgende Vorgehensweise gewählt:

- Bewertung der Angebotsstruktur nach Standorten
- Bewertung der sortimentsbezogenen Ausstattung in zentralen Versorgungsbereichen
- Bewertung der Bedeutung der Sortimente für die Funktionsfähigkeit und Entwicklungsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde Eitorf.

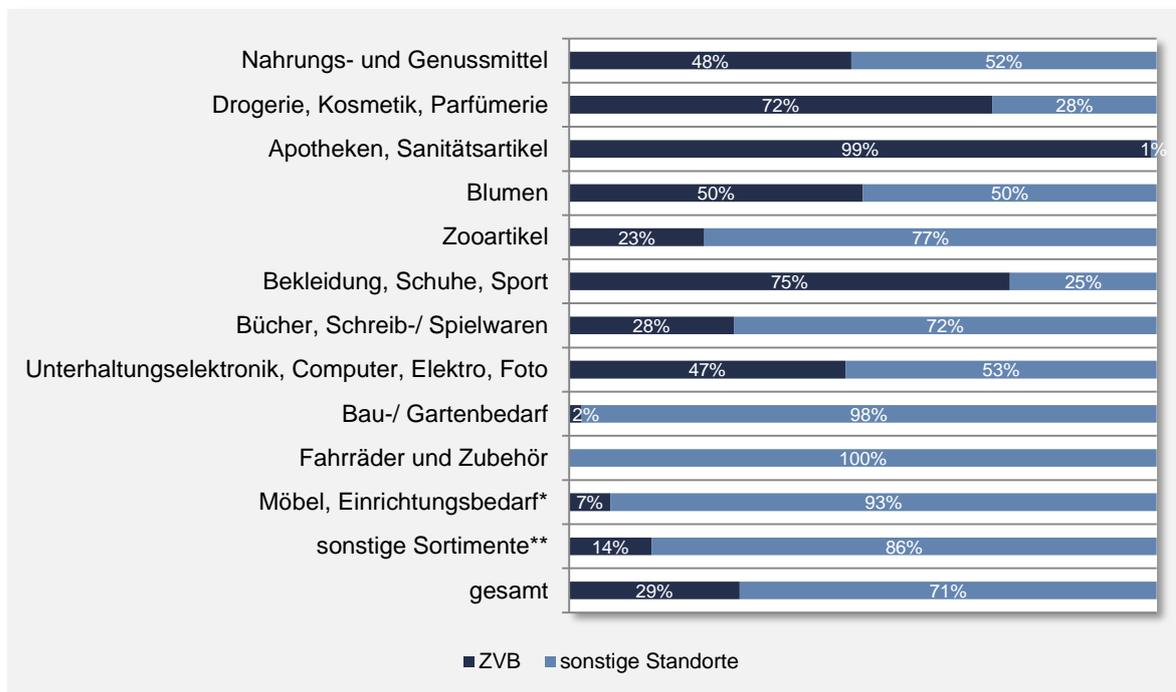
Unter Berücksichtigung der strukturellen Gegebenheiten und der Marktentwicklung ist die Zentren- und Nahversorgungsrelevanz der Sortimente in der Gemeinde Eitorf wie folgt zu bewerten:

- Die Nahversorgung wird aufgrund der Einkaufshäufigkeit nach wie vor durch die Sortimente **Nahrungs- und Genussmittel, Reformwaren, Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel sowie Apothekenwaren** sichergestellt. Die strukturprägenden Betriebe des Lebensmittelbereiches befinden sich in der Gemeinde Eitorf zum Großteil in der Ortsmitte bzw. im Gewerbegebiet „Im Auel“. Die Hauptanbieter der übrigen Sortimente befinden sich alle in der Ortsmitte von Eitorf. Insgesamt sind diese für die Nahversorgung bedeutenden Sortimente als **zentrenrelevant und gleichzeitig auch als nahversorgungsrelevant** zu bewerten.
- Im zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte Eitorf sind die wesentlichen Angebote in den Sortimenten **Bekleidung, Schuhe / Lederwaren, Sportartikel, Bücher / Zeitschriften, Schreibwaren, Elektrowaren / Unterhaltungselektronik, Computer, Telekommunikation, Foto, Geschenkartikel, Optik und Uhren / Schmuck** konzentriert. Aufgrund der strukturellen Gegebenheiten sind diese Sortimente in der Gemeinde Eitorf weiterhin faktisch als **zentrenrelevant** zu bewerten.
- Die Sortimentsbereiche **Spielwaren / Hobby-Zubehör, Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren, Haushaltstextilien, Kunst, Bilder, -Rahmen sowie Sanitätsartikel** zeichnen sich durch ein relativ kleinteiliges Sortiment („Handtaschensortiment“) aus, das hinsichtlich des Flächenbedarfs und der Leistungsfähigkeit (Flächenproduktivität) in die Ortsmitte integrierbar ist. Gegenwärtig besteht in diesen Sortimenten kein bzw. nur ein geringes Angebot in der Ortsmitte. Eine Weiterentwicklung in diesen Sortimenten ist jedoch wünschenswert, da diese die Frequenz in der Ortsmitte erhöhen können. Aufgrund des vergleichsweise geringen Flächenbedarfs können diese Sortimente in die Ortsmitte angesiedelt werden, so dass diese Sortimente als zentrenrelevant einzustufen sind.
- Aufgrund der flächenintensiven Warenpräsentation und des großen Flächenbedarfs der Artikel sind die Sortimente **Bau- und Gartenbedarf** (inkl. Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Pflanzen) sowie **Möbel / Küchen, Holz-, Flecht- und Korbwaren** und **Elektrogroßgeräte** (sog. „weiße Ware“) in der Gemeinde Eitorf als **nicht-zentrenrelevant** zu bewerten. Die strukturprägenden Betriebe befinden sich außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches. Für die Angebotssegmente ist eine Entwicklungsfähigkeit innerhalb der Ortsmitte von Eitorf nicht zu erwarten bzw. nicht wünschenswert.
- **Heimtierzubehör und lebende Tiere** sollten in der Gemeinde Eitorf – anders als im Einzelhandelskonzept der Gemeinde Eitorf aus dem Jahr 2006 – zukünftig als nicht-zentrenrelevant eingestuft werden. Das Segment wird in der Gemeinde als Randsortiment

von Mehrbranchenunternehmen (Lebensmittelmärkte, Bau- und Gartenmärkte) sowie von einem kleineren Anbieter in Randlage der Ortsmitte geführt. Dabei befindet sich bereits heute der Großteil der sortimentsbezogenen Verkaufsfläche außerhalb der Ortsmitte. Aufgrund des Flächenanspruchs eines modernen Fachmarktkonzeptes ist eine Integration in den zentralen Versorgungsbereich der Gemeinde Eitorf zukünftig nicht mehr zu erwarten, so dass auch Heimtierzubehör und lebende Tiere als **nicht-zentrenrelevant** eingestuft werden.

- Die Sortimente **Bettwaren** und **Teppiche** werden in der Gemeinde Eitorf in keinem Fachgeschäft angeboten und lediglich als Aktionsware zeitweise in den Discountern geführt. Aufgrund der Sperrigkeit der angebotenen Waren ist auch bei einer möglichen Ansiedlung keine Integration in den zentralen Versorgungsbereich zu erwarten, so dass diese als **nicht-zentrenrelevant** zu bewerten sind.
- Das Sortiment **Lampen / Leuchten** wird in Eitorf nur als Randsortiment angeboten. Aufgrund der betriebswirtschaftlichen Aspekte wird es sich auch zukünftig nicht als prägendes Sortiment für die Ortsmitte entwickeln, so dass empfohlen wird, diese Warengruppe als **nicht-zentrenrelevant** einzustufen.
- **Fahrräder und Zubehör** werden in der Gemeinde Eitorf derzeit im Wesentlichen von einem Fachanbieter (Zweirad Viehof, Siegstraße 75) angeboten, der sich außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches befindet. Der zunehmende Flächenbedarf und die geringe Flächenproduktivität in diesem Angebotssegment lassen eine Zentrenintegration nicht erwarten. Das Sortiment ist als **nicht-zentrenrelevant** zu bewerten.
- Ebenfalls als **nicht-zentrenrelevant** sollten mit der Eitorfer Sortimentsliste auch **Campingartikel, Sportgroßgeräte, Reitsport, Angel- und Bootsbedarf** eingestuft werden.
- Die Spezialsortimente **Baby- und Kinderartikel** (u. a. Kinderwagen, Kindersitze, ohne Spielwaren, Bekleidung) werden in der Gemeinde Eitorf – wenn überhaupt – überwiegend außerhalb des Hauptzentrums angeboten. Aufgrund der betriebswirtschaftlichen Aspekte werden sie sich auch zukünftig nicht als prägende Sortimente für die Eitorfer Zentren entwickeln. Es wird empfohlen, diese Spezialsortimente zukünftig als nicht-zentrenrelevant einzustufen, soweit es sich dabei nicht um Angebote aus zentren- und nahversorgungsrelevanten Warengruppen handelt (z. B. Bekleidung, Spielwaren, Haustextilien, Drogerieartikel).

Abbildung 27: Verkaufsflächenanteil nach Standortbereichen



\* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien / Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen  
 \*\* Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst  
 Quelle: BBE-Berechnungen

Unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben und der spezifischen Gegebenheiten am Einzelhandelsstandort Eitorf wird eine aktualisierte Sortimentsliste vorgeschlagen, die nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante Warengruppen und nicht-zentrenrelevante Sortimente genau unterscheidet. Die Bezeichnung der Warengruppen stützt sich auf die vom Statistischen Bundesamt herausgegebene Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008).<sup>16</sup>

Wie dargestellt, ergeben sich im Vergleich zu den Empfehlungen des Einzelhandelskonzeptes der Gemeinde Eitorf aus dem Jahr 2006 lediglich Abweichungen in den Sortimenten „zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Futtermittel für Haustiere)“, „Holz-, Flecht- und Korbwaren“, „Bettwaren“, „Sportgroßgeräte, Reitsport, Angelbedarf“, „Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör“, „Antiquitäten u. antike Teppiche“ sowie „Musikalien“, die aus Sicht der BBE Handelsberatung zukünftig als nicht-zentrenrelevant eingestuft werden sollten.

<sup>16</sup> Veränderungen gegenüber der vorherigen Sortimentsliste ergeben sich aus der aktuellen Bewertung der Sortimente Baby- und Kinderartikel (u. a. Kinderwagen, Autositze, ohne Spielwaren, Bekleidung, Hygieneartikel) als nicht-zentrenrelevant.

**Abbildung 28: Sortimentsliste der zentren- und nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente der Gemeinde Eitorf**

Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente		Definition nicht-zentrenrelevanter Sortimente	
WZ	Bezeichnung	WZ	Bezeichnung
<b>nahversorgungsrelevante Sortimente</b>			
47.2	Nahrungs- und Genussmittel, Reformwaren, Getränke, Tabakwaren		
47.73	Apotheken		
47.75	Drogeriewaren, kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel		
aus 47.78.9	Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel		
<b>zentrenrelevante Sortimente</b>		<b>nicht-zentrenrelevante Sortimente</b>	
47.41	Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte und Software		
47.42	Telekommunikationsgeräte		
47.43	Geräte der Unterhaltungselektronik		
aus 47.51	Haushaltstextilien (Haus-, Tisch- und Bettwäsche), Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche		
		aus 47.51	<b>Bettwaren (u. a. Matratzen, Lattenroste, Oberdecken)</b>
		47.52.1	Metall- und Kunststoffwaren (u. a. Eisenwaren, Bauartikel, Installationsbedarf für Gas, Wasser, Heizung und Klimatechnik, Werkzeuge, Spielgeräte für Garten und Spielplatz, Rasenmäher)
		47.52.3	Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf
		47.53	Vorhänge, Teppiche, Bodenbeläge und Tapeten
aus 47.54	elektrische Haushaltsgeräte (Kleingeräte)	aus 47.54	elektrische Haushaltsgeräte (Großgeräte wie Herd, Waschmaschine)
		47.59.1	Wohnmöbel, Kücheneinrichtungen, Büromöbel
47.59.2	keramische Erzeugnisse und Glaswaren		
		47.59.3	<b>Musikinstrumente und Musikalien</b>
aus 47.59.9	Haushaltsgegenstände (u. a. Koch-, Brat- und Tafelgeschirre, Schneidwaren, Bestecke, nicht elektrische Haushaltsgeräte)	aus 47.59.9	<b>Holz-, Flecht- und Korbwaren</b> (u. a. Drechslerwaren, Korbmöbel, Bast- und Strohwaren, Kinderwagen)
		aus 47.59.9	Lampen, Leuchten und Beleuchtungsartikel
		aus 47.59.9	sonstige Haushaltsgegenstände (u. a. Bedarfsartikel für dem Garten, Garten- und Campingmöbel, Grillgeräte)
47.61.0	Bücher		
47.62.1	Fachzeitschriften, Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen		
47.62.2	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel		
47.63	Ton- und Bildträger		

Fortsetzung auf folgender Seite

Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente		Definition nicht-zentrenrelevanter Sortimente	
WZ	Bezeichnung	WZ	Bezeichnung
		47.64.1	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör
aus 47.64.2	Sportartikel (inkl. Sportbekleidung, -schuhe, -geräte)	aus 47.64.2	Sportgroßgeräte, Campingartikel, <b>Reitsport</b> , <b>Angel-</b> und Bootsbedarf
47.65	Spielwaren und Bastelartikel		
47.71	Bekleidung		
47.72	Schuhe, Lederwaren und Reisegepäck		
47.74	medizinische und orthopädische Artikel		
aus 47.76.1	Schnittblumen	aus 47.76.1	Pflanzen, Sämereien und Düngemittel
		47.76.2	<b>zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Futtermittel für Haustiere)</b>
47.77	Uhren und Schmuck		
47.78.1	Augenoptiker		
47.78.2	Foto- und optische Erzeugnisse		
47.78.3	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel		
		47.79	<b>Antiquitäten und Gebrauchsgüter</b>
		45.32	Kraftwagenteile und -zubehör

Quelle: BBE-Zusammenstellung im Rückgriff auf die Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008), blau unterlegt: zentrenrelevante Leitsortimente gemäß Anlage 1 zum LEP, Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel; rote Schrift: nahversorgungs- bzw. zentrenrelevant gemäß Markt- und Standortanalyse des Einzelhandelsstandortes Eitorf, 2006

## 6.3 Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Ortsmitte

### 6.3.1 Begriff des „Zentralen Versorgungsbereichs“

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

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

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

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

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

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

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

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

Ein zentraler Versorgungsbereich setzt auch keinen übergemeindlichen Einzugsbereich voraus. Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherstellung einer wohnortnahen Grundversorgung der im Einzugsbereich lebenden Bevölkerung. In dem OVG NRW-Urteil vom 15.02.2012 (10 D 32/11.NE bzw. 10 A 1770/09) wurden die Kriterien konkretisiert. Demgemäß muss die ansässige Einzelhandelsausstattung geeignet sein, „den allgemeinen Anforderungen an ein Nahversorgungszentrum“ zu entsprechen. Als Grundvoraussetzung sollte im Allgemeinen mindestens ein moderner und zukunftsfähiger Anbieter aus dem Nahrungs- und Genussmittelsektor ansässig sein. Bei einem zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereich muss die städtebauliche Begründung auch belegen, dass die Entwicklung in einem überschaubaren Zeitraum wahrscheinlich ist bzw. durch den Einsatz des planungsrechtlichen Instrumentariums realisierbar erscheint.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass je nach Versorgungsfunktion und Einzugsbereich folgende Typen zentraler Versorgungsbereiche in Betracht kommen:

- **Hauptzentren**, die einen größeren Einzugsbereich, in der Regel das gesamte Gemeindegebiet und gegebenenfalls sogar darüber hinaus das weitere Umland versorgen und in denen regelmäßig ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird,
- **Nebenzentren**, deren Einzugsbereich sich regelmäßig auf bestimmte Bezirke größerer Städte beschränkt und die zumeist ein nicht so breites Spektrum an Waren und Dienstleistungen anbieten wie erstgenannte Kategorie, sowie
- **Nahversorgungszentren**, die einen kleineren Einzugsbereich, in der Regel nur bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleinere Orte versorgen und in denen regelmäßig vorwiegend Waren des kurzfristigen Bedarfs – namentlich Lebensmittel (einschließlich Getränke) und Drogeriewaren – und gegebenenfalls auch Teilbereiche des mittelfristigen Bedarfs angeboten werden.

### 6.3.2 Empfehlungen zur Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Ortsmitte

Aufgrund der räumlichen Fokussierung strukturprägender Einzelhandelsbetriebe sowie öffentlicher Einrichtungen, ergänzender Dienstleistungseinrichtungen und Gastronomiebetrieben zeichnet sich die **Ortsmitte** von Eitorf als wichtigster Versorgungsstandort der Gemeinde aus und ist auch vor dem Hintergrund der städtebaulichen Situation als einziger zentraler Versorgungsbereich im Gemeindegebiet und damit als **Hauptzentrum** mit gesamtgemeindlicher Versorgungsfunktion zu qualifizieren.

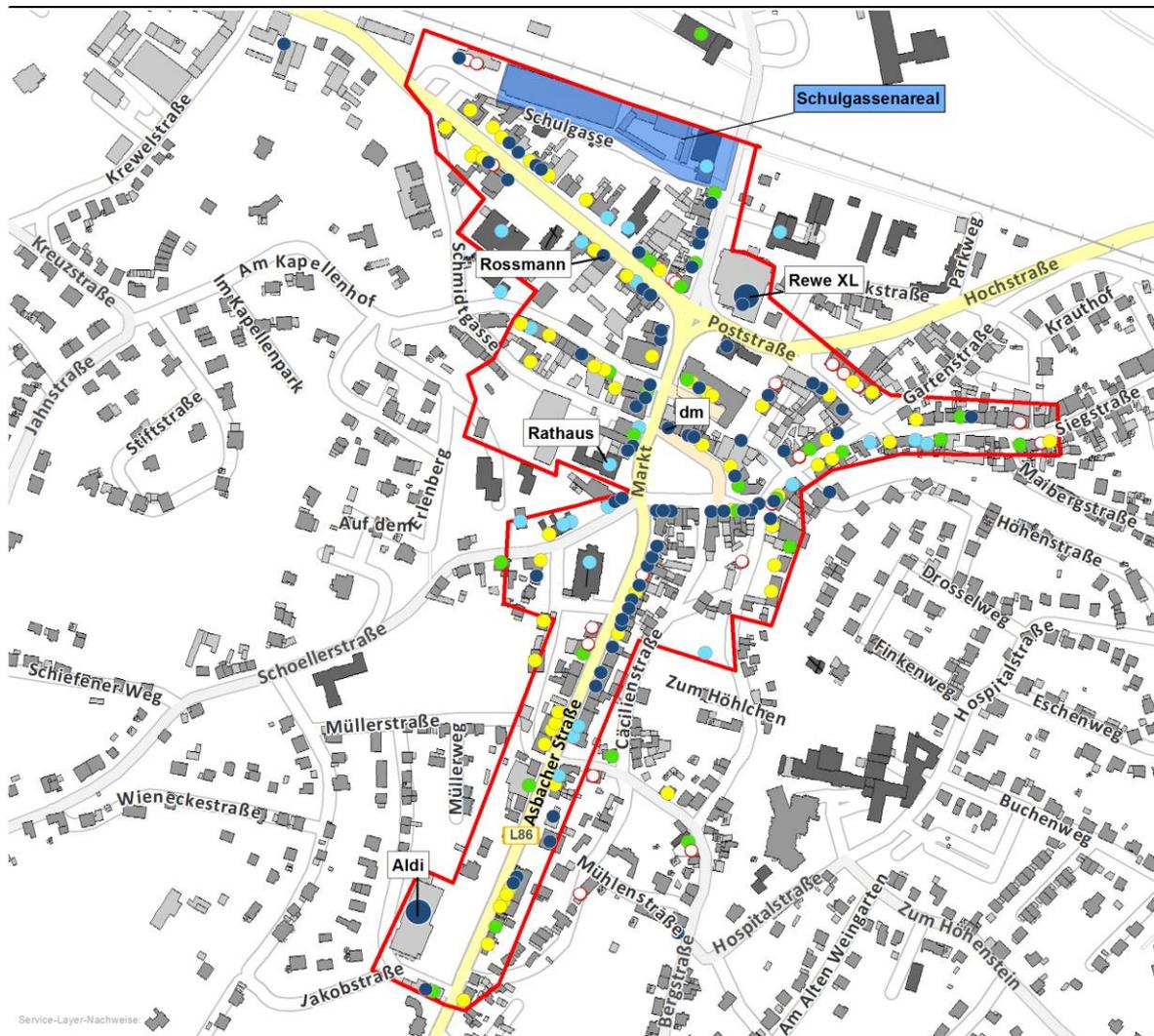
Die künftige Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Eitorf wird im Wesentlichen davon abhängen, in welchem Maße die Ausstrahlungskraft des Zentrums erhalten und gesteigert werden kann. Ziel der Einzelhandelsentwicklung in Eitorf sollte es sein, den zentralen Versorgungsbereich zu erhalten, zu stärken und räumlich nicht weiter auszudehnen. In diesem Zusammenhang ist besonderer Wert auf den Erhalt der Ankermieter und die Ansiedlung zusätzlicher Magnetbetriebe in zentraler Lage des Zentrums zu legen. Wie bereits kurz thematisiert (siehe Kap. 6.1), sollten Sanierungs- und Neubaumaßnahmen genutzt werden, innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches weitere Flächenkapazitäten für zeitgemäße Angebotsformate des Einzelhandels zu schaffen.

Unter Berücksichtigung der derzeitigen Bestandsstrukturen vorhandener Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen kann die räumliche Abgrenzung des Hauptzentrums dabei weitgehend beibehalten werden. Der zentrale Versorgungsbereich umfasst demnach – wie auch in der Vorläuferuntersuchung – im Wesentlichen die Verkehrsachsen Bahnhofstraße / Hochstraße – Brückenstraße – Markt – Asbacher Straße. Im Vergleich zum kommunalen Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2006 wird der zentrale Versorgungsbereich im Osten entlang der Siegstraße bis auf Höhe Maibergstraße / Beckergasse ausgeweitet, um die hier ansässigen Handelsnutzungen in das Hauptzentrum zu integrieren. Für die zukünftige Entwicklung des Zentrums beinhaltet die aktuelle Abgrenzung zudem die gesamte Entwicklungsfläche entlang der Schulgasse (s. u.).

Die räumliche Ausdehnung des gesamten zentralen Versorgungsbereiches wird durch die Nutzungsschwerpunkte, aber auch durch vorliegende Nutzungspotenziale (Entwicklungsflächen) bestimmt. So befindet sich innerhalb der Ortsmitte von Eitorf eine **Potenzialfläche** (Schulgassenareal) für die Weiterentwicklung des innerörtlichen Einzelhandels.

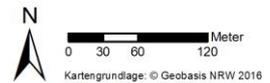
Das **Schulgassenareal** befindet sich an der Westseite der Brückenstraße unmittelbar südlich der Bahnlinie und nördlich der Schulgasse. Auf dem Areal sind derzeit die Feuerwache und der Bauhof der Gemeinde Eitorf und im benachbarten denkmalgeschützten Backsteingebäude eine Zweigstelle der Erziehungs- und Familienberatungsstelle des Rhein-Sieg-Kreises ansässig. Im rückwärtigen westlichen Bereich grenzt ein Park & Ride-Parkhaus an. Im weiteren Verlauf besteht eine (fußläufige) Anbindung zum Bahnhof Eitorf. Der Geschäftsbesatz an der Brückenstraße reicht bis unmittelbar an das Grundstück heran.

Abbildung 29: Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte Eitorf



**Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte Eitorf**

- Leerstand
- priv. Dienstleistungen
- Gastronomie
- öffentl. Einrichtungen
- Einzelhandel**
- < 800 m<sup>2</sup> VKF
- > 800 m<sup>2</sup> VKF
- ▭ Zentraler Versorgungsbereich
- ▭ Potenzielle Entwicklungsfläche



Quelle: BBE-Erhebungen und -Darstellung

Gemäß Integriertem Handlungskonzept für den Zentralort von Eitorf hat die Gemeinde Eitorf im Rahmen der Regionale 2010 im Zusammenhang mit dem Wettbewerbsverfahren „Sprung an die Sieg“ einen Rahmenplan für das Schulgassenareal erstellen lassen. Dieser Rahmenplan wurde Anfang 2010 vom Rat der Gemeinde Eitorf beschlossen. Eine Umsetzung konnte bisher – insbesondere aufgrund finanzieller Restriktionen – noch nicht erfolgen.

Das Schulgassenareal zeichnet sich zudem durch eine komplizierte Gemengelage von Eigentumsverhältnissen und Standortanforderungen aus, so dass sich eine Entwicklung schwierig gestaltet. Im Hinblick auf das Feuerwehrgerätehaus und den Bau- / Betriebshof beabsichtigt die Gemeinde Eitorf die Verlagerung dieser Funktion, um die Fläche für zentralere Nutzungen erschließen zu können. Die Fläche, die dabei für eine neue städtebauliche Entwicklung frei werden würde, ist ca. 3.900 m<sup>2</sup> groß. Der Rat hat in seinem Beschluss aus dem Jahr 2012 u. a. die Ansiedlung eines Einzelhandelsobjekts „Brückenstraße / Schulgasse“ beschlossen.

**Abbildung 30: Rahmenplan für das Schulgassenareal**



Quelle: Allgemeine Grundstücksinformation „Brückenstraße 27 / Schulgasse“, Gemeinde Eitorf

Für dieses Areal wurde über längere Zeit die Ansiedlung eines Kaufland-Verbrauchermarktes diskutiert. Von dieser Planung hat sich Kaufland jedoch zwischenzeitlich wieder zurückgezogen, so dass keine aktuellen Planungen für das Schulgassenareal vorliegen.

Grundsätzlich scheint aus Gutachtersicht die Ansiedlung von Einzelhandel auf dem Schulgassenareal sinnvoll. So besteht mit der Etablierung von Einzelhandelsflächen auf dem Planareal die Möglichkeit, in diesem Bereich eine neue Geschäftslage zu schaffen, die auch von einem Parkhaus-Neubau am Bahnhof profitieren könnte. Gleichzeitig würde auch die Brückenstraße als Einkaufslage aufgewertet.

Zur besseren verkehrlichen Erreichbarkeit des Schulgassenareals sind jedoch die verkehrlichen Voraussetzungen zu verbessern. So führt – wie bereits in Kapitel 3.1.1 ausgeführt – der beschränkte Bahnübergang an der Brückenstraße regelmäßig zu starken verkehrlichen Einschränkungen und Rückstaus. Die Gemeinde Eitorf ist daher seit einiger Zeit in Gesprächen mit der Deutschen Bahn AG, um die Querungsmöglichkeiten für den MIV sowie für Fußgänger und Radfahrer zu verbessern. Dies betrifft zunächst den höhengleichen Bahnübergang Brückenstraße, für den die Gemeinde Eitorf im Herbst 2015 eine Planungsvereinbarung mit der Deutschen Bahn AG getroffen hat, um eine Ersatzlösung nach Eisenbahnkreuzungsgesetz herbeizuführen. Der Baubeginn wird frühestens in fünf Jahren von der Gemeindeverwaltung erwartet.

Aus Sicht der BBE Handelsberatung werden die verkehrlichen Rahmenbedingungen im Bereich der Schulgasse jedoch auch nach Ertüchtigung des Bahnübergangs diesen Entwicklungsbereich nicht dazu qualifizieren, einen großflächigen Verbrauchermarkt aufzunehmen. Dagegen sprechen auch die Standortkonkurrenz des benachbarten Rewe-Supermarktes und der bereits heute ausgeprägte Besatz mit Lebensmittel-Verkaufsflächen im Gemeindegebiet.

Stattdessen wird angeraten, die mit der Rahmenplanung für das Schulgassen-Areal vorgeschlagenen Planungsidee einer gegliederten Bebauung umzusetzen. Eine Standorteignung ist dabei insbesondere dem für das Eckgrundstück Brückenstraße/ Schulgasse vorgeschlagenen Gebäudekomplex zuzusprechen. Denn dieses Grundstück befindet sich in einer Sichtbeziehung zum Hauptgeschäftsbereich und liegt an der Bewegungsachse zwischen dem Geschäftszentrum und den öffentlichen Einrichtungen nördlich der Bahn.

Ob auf den übrigen zwischen Brückenstraße, Alter Schulgasse und Bahntrasse gelegenen Grundstücken weitere vermarktungsfähige Verkaufsflächen zu realisieren sind, sollte noch vertiefend geprüft werden. Die Rahmenplanung sieht die Entwicklung einer bahnparallelen Fußwegeverbindung zwischen Bahnhof und Brückenstraße vor („Schulgasse-Nord“). Damit würde eine zusätzliche Fußwegeverbindung zwischen Bahnhof und Ortsmitte entwickelt. Gleichwohl wird es schwerfallen, hier so hohe Passantenfrequenzen zu generieren, dass für das Areal eine für den Einzelhandel ausreichende Standortqualität geschaffen werden können.

Über das Schulgassenareal hinaus wird es perspektivisch erforderlich werden, anstehende bauliche Erneuerung im Bestand und auch Neubaumaßnahmen innerhalb des Hauptgeschäftsbereichs zu nutzen und Verkaufsflächen für zeitgemäße, zentrentypische Angebotsformate zu schaffen. Wie bereits dargelegt, fehlen in der Ortsmitte Mietflächen zwischen 400 und 600 m<sup>2</sup>, die heute von filialisierten Anbietern modischer Sortimente schwerpunktmäßig nachgefragt werden.

Für einzelne im Zentrum grundsätzlich vorstellbare Vertriebsformen werden sogar noch größere Ladenflächen erforderlich (z. B. Drogeriefachmarkt, Fachmärkte für Bekleidung und Schuhe, siehe Kap. 5).

Vor dem Hintergrund der vorab dargelegten Entwicklungsbedarfe wird es für die Attraktivität der Ortsmitte Eitorf wesentlich darauf ankommen, dass die mit dem „Integrierten Handlungskonzept“ (IHK) für den Zentralort von Eitorf thematisierten Profilierungsmaßnahmen möglichst zeitnah umgesetzt werden.

Abbildung 31: Übersicht zu den Maßnahmen des IHK für den Zentralort von Eitorf

Öffentlicher Raum, Mobilität, Stadtentwicklung	Kommunale Infrastruktur	Wohnen in Eitorf	Identität, Stadtmarketing, Programmumsetzung
Funktionale und stadtgestalterische Aufwertung des Stadtraums Marktplatz, des Posthofs und der angrenzender Straßenzüge	Ausbau des ehemaligen Schulgebäudes Brückenstraße 31 zum multifunktionalen Bürgerhaus mit dem Namen „Theater am Park – Integratives Weiterbildungs-, Kultur- und Bürgerzentrum“	Baufachliche Beratung / Stadtteilarchitekt	Entwicklung einer Corporate Identity „Stadt – Land – Dörfer“ für Eitorf
Barrierefreier Umbau und Erhöhung der Fußgänger-Bahnüberführung Parkweg / Siegpark	Sicherung und Attraktivierung des Hermann-Weber-Bads für den inklusiven Schul-, Vereins-/Breitensport und für eine familienfreundliche Naherholung – Gesundheits- und Naherholungstreff Hermann-Weber-Bad inkl. angrenzender Turnhalle	Anreizbildung und Erleichterung von Reaktivierung und Modernisierung der vorhandenen Wohnsubstanz	Verfügungsfonds Aktive Ortszentren
Ersatzlösung nach Eisenbahnkreuzungsgesetz für höhengleichen Bahnübergang Brückenstraße			Verfügungsfonds Stadtbau
Bauliche Querungshilfe			Öffentlichkeitsarbeit und Beteiligung
Vorbereitende Sanierungsuntersuchung für das Karree Poststraße / Siegstraße / Eipstraße			
Projekt Zentraler Omnibusbahnhof			
Bahnhofsempfangsgebäude und -vorplatz			

Quelle: Integriertes Handlungskonzept für den Zentralort von Eitorf, 2015

Für die Ortsmitte als Hauptzentrum der Gemeinde Eitorf ist insbesondere das Handlungsfeld „Öffentlicher Raum, Mobilität und Stadtentwicklung“ von besonderem Interesse, da sich dieses Handlungsfeld insbesondere auf den zentralen Marktplatz und die angrenzenden zentralen Bereiche bezieht (siehe Abbildung 31). Diese Bereiche sollen so attraktiviert werden, dass zum einen die Aufenthaltsqualität deutlich erhöht wird, und parallel dazu die Rahmenbedingungen für eine nachhaltige Stabilisierung des Nahversorgungsstandorts und für private Investitionen verbessert werden. In diesem Zusammenhang wird u. a. auch die Entwicklung des Schulgassenareals, durch die auch weitere Impulse für den Einzelhandel und eine Aufwertung der Eingangssituation in den Zentralort erwartet werden, thematisiert.

Insgesamt definiert das „Integrierte Handlungskonzept“ in diesem Handlungsfeld folgende Entwicklungsziele:

- Attraktivierung des öffentlichen Raums in zentralen Lagen für unterschiedliche Nutzergruppen
- Erweiterung der Kommunikations- und Bewegungsangebote für alle Altersgruppen
- Steigerung der Investitionsbereitschaft von Eigentümern und Gewerbetreibenden im zentralen Bereich

- Optimierung des Stadtklimas durch Begrünung und Beschattungen
- Barrierefreie Gestaltung bestehender Fußwegbeziehungen
- Reduzierung des Verkehrsaufkommens
- Stärkung des ÖPNV
- Verbesserung der Querungssituationen
- Städtebauliche Neuordnung des Schulgassen-und Bahnhofareals.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass eine Stabilisierung der heutigen Einzelhandelsstrukturen und insbesondere eine funktionale Aufwertung des Einzelhandels in der Ortsmitte nur über integrierte Handlungsansätze erfolgen können. Maßnahmen zur Absenkung der Verkehrsbelastung, zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität und zum Abbau von Barrieren im Fußgängerverkehr usw. werden nur dann Mehrwerte für den Einzelhandel erbringen, wenn gleichzeitig private Investitionen in die Bausubstanz der Ortsmitte generiert werden können, um so zusätzliche Mietflächenangebote für moderne Angebotsformate zu schaffen.

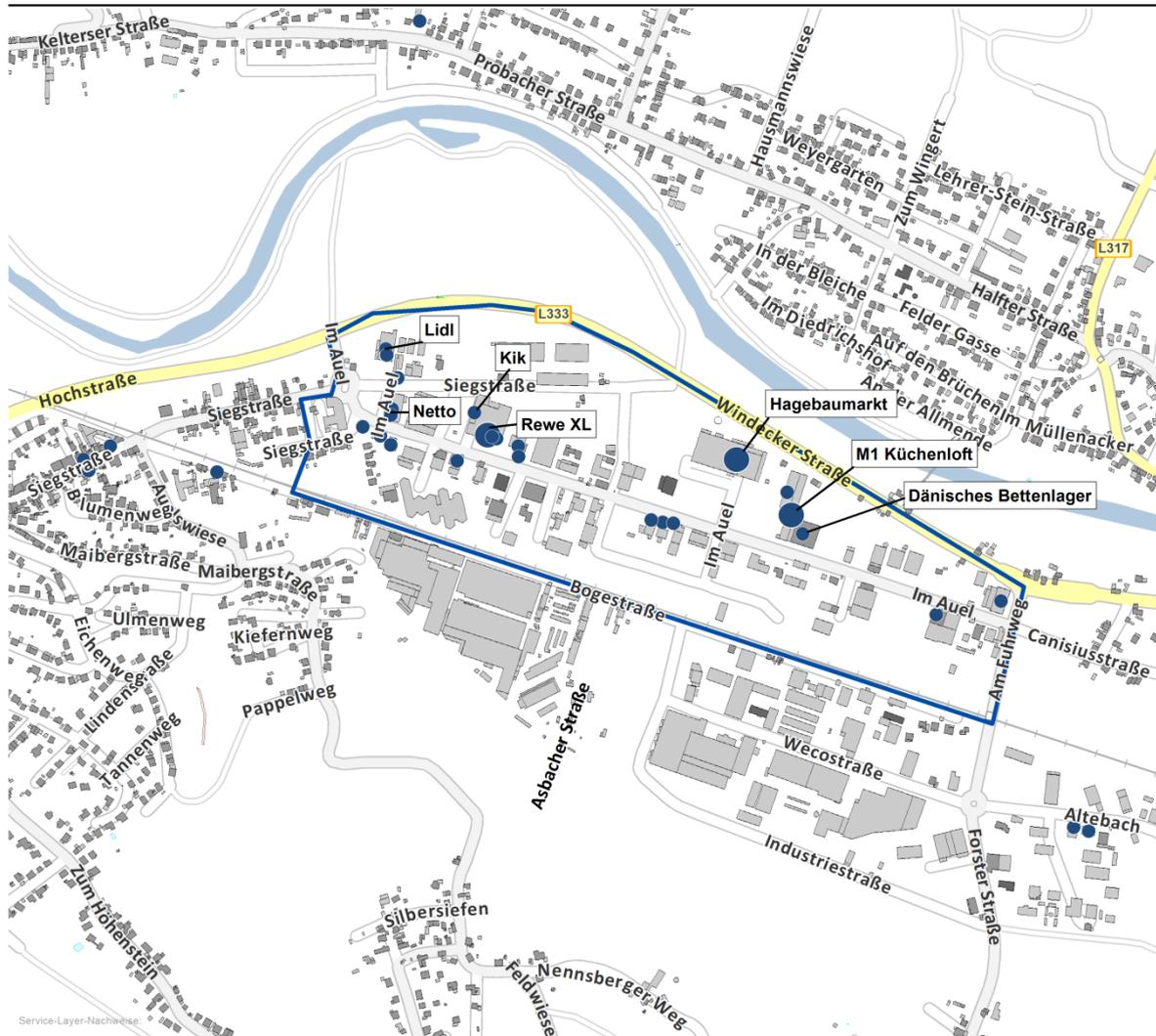
### 6.4 Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung im Gewerbegebiet „Im Auel“

Wie im Rahmen der Angebotsanalyse aufgezeigt, ist die im Kernort vorhandene Gewerbegebietslage „Im Auel“ neben der Ortsmitte als weiterer Angebotsschwerpunkt des Mittelzentrums zu identifizieren, dem ebenfalls eine wesentliche Versorgungsbedeutung zukommt. Die Angebotsschwerpunkte liegen derzeit beim nahversorgungsrelevanten Sortiment Nahrungs- und Genussmittel und bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten Bau- und Gartenbedarf sowie bei Möbeln. Zentrenrelevante Sortimente sind dagegen heute nur durch einen Kik-Textildiscountmarkt vertreten oder werden als Randsortiment angeboten.

Das Gewerbegebiet "Im Auel" verfügt über eine gute verkehrliche Erreichbarkeit und ausreichende Flächenkapazitäten. Vor diesem Hintergrund ist das Gewerbegebiet "Im Auel" grundsätzlich als Einzelhandelsstandort für großflächige Einzelhandelbetriebe geeignet.

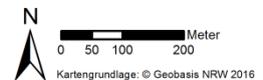
Um den Einzelhandelsstandort Ortsmitte zu fördern, sollte sich die Entwicklungsperspektive des Standortbereichs „Im Auel“ grundsätzlich auf den zentrenverträglichen Einzelhandel konzentrieren und dem Gewerbegebiet die **Funktion des Ergänzungsstandorts für den Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten** zuweisen (siehe Abbildung 32).

Abbildung 32: Gewerbegebiet „Im Auel“



**Gewerbegebiet "Im Auel"**

- Einzelhandel  Standortbereich für den grfl. nicht zentrenrel. EZH
- < 800 m<sup>2</sup> VKF
  - > 800 m<sup>2</sup> VKF



Quelle: eigene Darstellung

Die Sortimente aus dem nicht-zentrenrelevanten Bereich sind insbesondere mit einem Hagebau-Bau- und Gartenmarkt und den Möbelanbietern Küchenloft und Dänisches Bettenlager bereits heute in größerem Umfang am Standort "Im Auel" vertreten. Da diese Sortimente einen hohen Flächenbedarf aufweisen, die Kopplungspotenziale mit zentrenrelevanten Sortimenten eher gering sind und in der Ortsmitte keine derartigen Betriebe ansässig sind, die in ihrer Betriebstätigkeit beeinträchtigt werden könnten, sind gegen die Ansiedlung von zusätzlichen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten im Gewerbegebiet "Im Auel" grundsätzlich keine Einwände geltend zu machen. Gleichzeitig können hiermit ein sparsamer Flächenverbrauch sicherge-

stellt und Gewerbeflächen in anderen Standortbereichen für arbeitsplatzintensive Betriebe vorgehalten werden.

Grundvoraussetzung für eine Ansiedlung ist allerdings, dass die Grundsätze und Ziele des Landesentwicklungsplans zur Größenordnung und zur Sortimentsstruktur beachtet werden:

- So formuliert der sachliche Teilplan den Grundsatz, dass großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten so zu dimensionieren sind, dass der zu erwartende Gesamtumsatz die sortimentsbezogene Kaufkraft in der Gemeinde nicht überschreitet. Würde ein Vorhaben höhere Umsätze generieren, wäre dies nur dadurch zu rechtfertigen, dass keine negativen Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen in Nachbarkommunen entstehen.
- Die zentrenrelevanten Randsortimente sind mit den Mitteln der Bauleitplanung auf max. 10 % der Verkaufsfläche zu beschränken.
- Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente soll 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Betrieb nicht überschreiten (Grundsatz 6).

Grundsätzlich ist jedes potenzielle Ansiedlungsvorhaben einer umfassenden Einzelfallprüfung zu unterziehen und zu klären, ob das geplante Vorhaben negative Auswirkungen auf die Entwicklung des Hauptzentrums Eitorf sowie auf die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche in Nachbarkommunen haben könnte. Über die Ziele der Landesplanung hinaus, ergibt sich die Notwendigkeit dieser Einzelfallprüfung auch aus den Vorgaben von § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO).

Ist dem Gewerbegebiet „Im Auel“ einerseits die Funktion als Ergänzungsstandort für nicht-zentrenrelevante Großbetriebe zuzusprechen, können Entwicklungen im Bereich des Einzelhandels mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten andererseits nur im Rahmen der Bestandssicherung erfolgen.

Denn dies wäre nach den Zielen der Landesplanung nur dann möglich, wenn dem Standortbereich die Funktionsdichte eines zentralen Versorgungsbereiches zugesprochen werden könnte. Dies kann jedoch nicht erfolgen, da neben Gewerbebetrieben lediglich Einzelhandelsbetriebe im Gewerbegebiet vorzufinden sind, aber sonstige zentrentypische Nutzungen fehlen. Unabhängig von der gegebenen Realnutzung wäre es aus städtebaulicher Sicht und unter Berücksichtigung der im Gemeindegebiet vorhandenen Kaufkraftbasis nicht zielführend, das Gewerbegebiet neben der Ortsmitte zu einem zweiten zentralen Versorgungsbereich zu entwickeln.

Innerhalb des baulichen Bestands werden im Gewerbegebiet „Im Auel“ zurzeit folgende Entwicklungen verfolgt:

- Neuaufstellung bzw. Erweiterung des Lidl Lebensmitteldiscountmarktes
- Nachnutzung des ehemaligen Extra-Baumarktes, der derzeit leer steht, durch die Ansiedlung eines Aldi-Lebensmitteldiscountmarktes, eines dm-Drogeriemarktes und eines Blumengeschäfts.

Im Hinblick auf die **Neuaufstellung des Lidl-Marktes** ist festzuhalten, dass der Betreiber ursprünglich eine Erweiterung von heute etwa 790 m<sup>2</sup> auf künftig rd. 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche geplant hatte. Ein entsprechender Antrag wurde bereits im Jahre 2014 positiv beschieden. Die damals beantragte Erweiterung wurde jedoch nicht umgesetzt.

Nunmehr ist vorgesehen, das Bestandsgebäude abzureißen und stattdessen einen Neubau mit einer Verkaufsfläche von etwa 1.200 m<sup>2</sup> zu errichten. Dieses Vorhaben möchte die Gemeinde Eitorf nun zum Anlass nehmen, der mit Ziel 7 des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen - Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel vorgegebenen Verpflichtung zur Überplanung von vorhandenen Einzelhandelsstandorten nachzukommen und einen vorhabenbezogenen Bebauungsplan für das Lidl-Grundstück aufzustellen. Dabei soll die zulässige Verkaufsfläche auf die heute bereits genehmigte Größe beschränkt werden.

Die Einleitung der Bauleitplanung stand seitens der Gemeinde Eitorf jedoch unter dem Vorbehalt, dass die Neuerrichtung des Marktes keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich der Ortsmitte bewirkt. Mit einer entsprechenden Auswirkungsanalyse wurde die BBE Handelsberatung von der Lidl Vertriebs GmbH & Co. KG, Burbach in enger Abstimmung mit der Gemeinde Eitorf beauftragt. Das Gutachten wurde im Mai 2016 vorgelegt<sup>17</sup>.

Diese Auswirkungsanalyse kommt zu dem Ergebnis, dass die geplante Neuaufstellung des Lidl-Marktes in Eitorf keine negativen Auswirkungen auf die Ortsmitte Eitorf oder zentrale Versorgungsbereiche in Nachbarkommunen bewirken wird. Auch können negative Auswirkungen auf die wohnungsnahе Versorgung der Bevölkerung ausgeschlossen werden.

Vor dem Hintergrund des rechtskräftigen Bauvorbescheids und den Ergebnissen der Auswirkungsanalyse kann die angestrebte Erweiterung des Lidl-Marktes als Maßnahme im Rahmen des Bestandsschutzes bewertet werden. Weitere Entwicklungen sollten allerdings auf dem Lidl-Grundstück nicht erfolgen; um dies sicherzustellen ist anzuraten, die Bauleitplanung wie vorgesehen umzusetzen und die zulässige Verkaufsfläche auf die bereits seit 2014 genehmigte Größenordnung von 1.200 m<sup>2</sup> zu beschränken.

---

<sup>17</sup> Aktualisierte Auswirkungsanalyse zur geplanten Erweiterung des Lidl-Marktes in Eitorf, Siegstraße, BBE Handelsberatung GmbH, Mai 2016

Zur **Nachnutzung des ehemaligen Extra-Baumarktes** wurde der Bauaufsicht des Rhein-Sieg-Kreises eine Bauvoranfrage zur Umnutzung durch einen Aldi-Lebensmitteldiscountmarkt mit einer Verkaufsfläche von 1.150 m<sup>2</sup>, einen dm-Drogeriemarkt (780 m<sup>2</sup> VKF) und ein Blumengeschäft (190 m<sup>2</sup> VKF) vorgelegt. Dieser Antrag wurde im April 2014 abgelehnt, da die beantragten Nutzungen von den Festsetzungen des vorhandenen Bebauungsplanes abweichen.

Die Rechtswirksamkeit des Bebauungsplanes wird von den Antragstellern angezweifelt und es wurden Rechtsmittel eingelegt. Somit steht die endgültige Entscheidung darüber, ob die beantragten Nachnutzungen zu genehmigen sind, zum jetzigen Zeitpunkt noch aus.

Sollten sich aus den bestehenden genehmigungsrechtlichen Rahmenbedingungen Nutzungsrechte auch für nicht-baummarktspezifische Nutzungen ableiten lassen, ist anzuraten, den Fokus auf Einzelhandelsbetriebe zu legen, die möglichst geringe Wettbewerbswirkungen auf die Ortsmitte erwarten lassen.

Bezüglich des angefragten Aldi-Discountmarktes könnte dies dann unterstellt werden, wenn die Absichtsbekundungen des Betreibers, die Filiale an der Asbacher Straße auch nach Eröffnung des Marktes am Standort „Im Auel“ weiter zu betreiben, weiter konkretisiert werden.

Da es sich bei dem angefragten dm-Drogeriemarkt nach bisher vorliegenden Informationen um eine Verlagerung der bisher am Markt innerhalb der Hauptgeschäftslage ansässigen Filiale handeln soll, würde die Umsetzung dieses Vorhabens eine Lücke im Branchenbesatz der Ortsmitte zur Folge haben. Anzustreben wäre es deshalb, dem Betreiber des Drogeriemarktes möglichst kurzfristig Perspektiven für eine größere Mietfläche innerhalb der Ortsmitte aufzuzeigen. Denn die Entwicklungsabsichten des Betreibers sind nachvollziehbar, da die Verkaufsflächengröße der bestehenden Filiale es nicht ermöglicht, eine filialnetztypische Warenpräsentation umzusetzen.

Von alternativen zentrenrelevanten Nachnutzungen sollte am Standort des ehemaligen Baumarktes in jedem Fall abgesehen werden, da dies die Entwicklungspotenziale der Ortsmitte deutlich einschränken würde.

## 7 Fazit und abschließende Empfehlungen

Zusammenfassend lässt sich der Handlungsbedarf zur Weiterentwicklung des Mittelzentrums Eitorf wie folgt darstellen:

- Im Gemeindegebiet von Eitorf gibt es insgesamt 113 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe, die zusammen über eine Verkaufsfläche von rd. 26.355 m<sup>2</sup> verfügen und einen jährlichen Gesamtumsatz von rd. 88,1 Mio. € erwirtschaften.
- Das Einzelhandelsangebot des Mittelzentrums Eitorf konzentriert sich im Wesentlichen auf den Hauptort Eitorf. Hier sind zwei Einzelhandelslagen zu unterscheiden: Die Ortsmitte und das Gewerbegebiet „Im Auel“. Zur Sicherung des Einzelhandelsstandortes Eitorf besteht unter quantitativen und qualitativen Gesichtspunkten die Notwendigkeit zur Weiterentwicklung. Hierbei ist im „Zeitalter des Online-Einkaufs“ weniger die Schaffung von zusätzlicher Verkaufsfläche notwendig, als vielmehr eine abgestimmte Strategie zur Optimierung von Cross-Channel-Angeboten, um die Verbindung von stationärem Einkauf und E-Commerce für die Kunden attraktiv zu gestalten.
- Die Ortsmitte von Eitorf zeichnet sich durch einen kleinteiligen Einzelhandelsbesatz mit nur wenigen Magnetbetrieben aus. Eine Stärkung und Weiterentwicklung dieses Standortes ist zu fördern. Daher wird im Rahmen des Zentrenkonzepts die Ortsmitte als zentraler Versorgungsbereich (Hauptzentrum) ausgewiesen.

Dem zentralen Versorgungsbereich wird die Vorrangstellung zur Ansiedlung von zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten zugewiesen. Dies bedeutet im Umkehrschluss, dass die Ansiedlung von Betrieben mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ausgeschlossen werden soll. Lediglich im Einzelfall sollten Standorte mit Wohngebietsbezug weiterentwickelt werden, die der wohnungsnahen Versorgung dienen und keine städtebaulich negativen Auswirkungen auslösen.

Restriktionen ergeben sich aus der kleinteiligen Bausubstanz und in Ermangelung größerer Entwicklungsflächen.

- Das Gewerbegebiet „Im Auel“ nimmt aufgrund des umfangreichen Einzelhandelsbesatzes innerhalb des Gemeindegebietes eine hervorgehobene Stellung ein. Für diesen Standortbereich wird die Ansiedlung von (großflächigen) Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten empfohlen. Für die Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten soll eine bestandssichernde Weiterentwicklung zugelassen werden. Planvorhaben sind im Einzelfall auf etwaige Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in Eitorf und in umliegenden Kommunen zu überprüfen.
- Von der Entwicklung weiterer dezentraler Agglomerationsstandorte wird abgeraten.

Die vorliegende Untersuchung soll einer geordneten, städtebaulich verträglichen Einzelhandels- und Standortentwicklung der Gemeinde Eitorf im Rahmen der Bauleitplanung dienen. Um die notwendige Rechtssicherheit für die kommunale Planung herzustellen und zugleich den Investoren und Betreibern des Einzelhandels in der Gemeinde Planungssicherheit zu geben, ist ein Selbstbin-

dungsbeschluss des Gemeinderates über die Grundzüge des Einzelhandelskonzeptes Eitorf erforderlich.

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

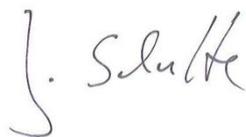
Das Instrument des kommunalen Einzelhandelskonzeptes wurde somit in seinem Gewicht zur Artikulierung gemeindlicher Planungsinteressen deutlich gestärkt. Bezogen auf die Nutzungsmöglichkeiten einzelner privater Grundstücke können bereits mit dem Konzept weitgehende Vorentscheidungen getroffen werden.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

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

---

Köln, im Oktober 2016

**BBE Handelsberatung GmbH**



i. V. Joachim Schulte



i. V. Rainer Schmidt-Illguth