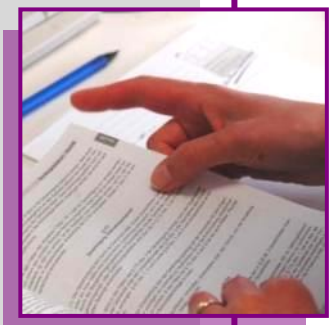
IMMISSIONSSCHUTZ ● STÄDTEBAU ● UMWELTPLANUNG

Einzelhandels- und Zentrenkonzept

für die

Verbandsgemeinde Westerburg



Einzelhandels- und Zentrenkonzept

für die

Verbandsgemeinde Westerburg

Stand: 11. Mai 2012

ISU
Immissionsschutz, Städtebau, Umweltplanung
Am Tower 14
54634 Bitburg / Flugplatz

Telefon 06561/9449-01
Telefax 06561/9449-02

E-Mail info-bit@i-s-u.de
Internet www.i-s-u.de

INHALTSVERZEICHNIS

1 EINFÜHRUNG ... 3

1.1 Ausgangssituation ... 3

1.2 Aufgabenstellung und Zielsetzung der Untersuchung ... 3

1.3 Methodische Vorgehensweise ... 4

1.3.1 Grundlagendaten ... 4

1.3.2 Weiteres Vorgehen ... 5

2 ÜBERGEORDNETE STANDORTRELEVANTE RAHMENBEDINGUNGEN ... 6

2.1 Allgemeine Entwicklung des Einzelhandels in den zurückliegenden Jahren ... 6

2.2 Aktuelle Entwicklungstrends im Einzelhandel ... 7

2.3 Vorgaben der Landesplanung ... 8

2.4 Vorgaben der Regionalplanung ... 10

2.5 Sonstige Vorgaben ... 11

3 WESTERBURG ALS EINZELHANDELSSTANDORT IN DER REGION ... 15

3.1 Einwohnerzahlen ... 16

3.2 Siedlungsstruktur und verkehrliche Anbindung ... 16

3.3 Einzugsbereiche ... 17

4 ANGEBOTSSITUATION DES EINZELHANDELS ... 22

4.1 Allgemeine Angebotssituation ... 22

4.2 Struktur des Einzelhandelsangebotes ... 23

4.2.1 Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes im Nahbereich ... 23

4.2.2 Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes im Mittelbereich ... 25

4.2.3 Einzelhandelsangebote in unmittelbarer räumlichen Nachbarschaft ... 26

4.2.4 Haupt- und Nebenzentren ... 27

4.2.5 Nahversorgung der Bevölkerung ... 30

4.3 Fazit der Angebotsanalyse ... 32

5 STÄDTEBAULICHE SITUATION DES EINZELHANDELS ... 33

5.1 Städtebauliche Rahmenbedingungen der Gesamtstadt ... 33

5.1.1 Allgemeines ... 33

5.1.2 Verteilung der Einzelhandelsangebote ... 34

5.2 Städtebauliche Situation in den Hauptgeschäftsbereichen ... 35

5.3 Städtebauliche Situation in den Nahversorgungsbereichen und Streulagen ... 36

5.4 Bauplanungsrechtliche Vorgaben für die vorgenannten Bereiche ... 36

5.4.1 Flächennutzungsplan ... 36

5.4.2 Bebauungspläne ... 37

5.4.3 Sonstige Planungsvorgaben ... 37

5.5 Fazit der städtebaulichen Analyse ... 37

6 NACHFRAGESITUATION DES EINZELHANDELS ... 39

6.1 Allgemeines ... 39

6.2 Kaufkraftpotenzial ... 39
6.3 Kaufkraftbindung ... 40
6.4 Bewertung des Einzelhandelsstandortes ... 42
7 GUTACHTERLICHE AUSWERTUNG ... 44
7.1 Zahlenwerk ... 44
7.2 Absatzwirtschaftliche Entwicklungsspielräume / Potenziale und Restriktionen ... 44
7.3 Räumlich-funktionale Entwicklungsspielräume ... 54
7.4 Fazit ... 59
8 MODELLE DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG ... 60
8.1 Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung ... 60
8.2 Steuerungsmodelle der Einzelhandelsentwicklung ... 62
8.3 Fazit ... 65
9 EINZELHANDELS- UND ZENTRENKONZEPT ... 66
9.1 Ziele und Grundsätze der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Westerburg ... 66
9.1.1 Übergeordnete Ziele ... 66
9.1.2 Grundsätze zur räumlichen Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels ... 66
9.2 Ausweisung der zukünftigen zentralen Versorgungsbereiche ... 68
9.3 Lokalspezifische Sortimentslisten ... 71
9.3.1 System der Zentrenrelevanz ... 71
9.3.2 Westerburger Sortimentslisten ... 72
9.4 Handlungsempfehlungen ... 76
9.5 Zentren übergreifende Empfehlungen ... 77
10 PLANUNGSRECHTLICHE EMPFEHLUNGEN ... 79
10.1 Änderungserfordernis des Flächennutzungsplans ... 79
10.2 Änderungserfordernis bestehender Bebauungspläne ... 80
10.3 Empfehlung zur Neuaufstellung von Bebauungsplänen sowie Erweiterung bestehender Baurechte (planungsrechtliche ‚Pull-Maßnahmen‘) ... 81
10.4 Ergänzende Planungsrechtliche Empfehlungen ... 82
11 SCHLUSSWORT ... 84
ANHANG ... 85

1 EINFÜHRUNG

1.1 Ausgangssituation

Nach den Vorgaben des Landesentwicklungsprogramms (LEP IV), das am 25. November 2008 in Kraft trat, ist die Ansiedlung und die Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten nur noch in städtebaulich integrierten Bereichen zulässig. Hierzu zählen insbesondere die Kernbereiche von Städten und Gemeinden, d.h. deren Ortskerne (Städtebauliches Integrationsgebot). Diese städtebaulich integrierten Bereiche werden auch „Zentrale Versorgungsbereiche“ genannt. Sie sind von der Gemeinde in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen. In diesem Zusammenhang ist auch eine Liste der für den jeweiligen Ort spezifischen innenstadtrelevanten und nicht-innenstadtrelevanten Sortimente zu erstellen. Die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten ist dabei - ebenfalls in Abstimmung mit der Regionalplanung - auch an Ergänzungsstandorten der zentralen Orte zulässig.

Ziel der vorgenannten Regelungen ist der Schutz der zentralen Versorgungsbereiche vor Beeinträchtigungen durch die Ansiedlung entsprechender Nutzungen an städtebaulich nicht integrierten Standorten. Diese Regelungen des LEP IV zielen sowohl auf die Standortgemeinde selbst, als auch auf deren Verflechtungsbereiche (Nah- und Mittelbereiche) ab (Nichtbeeinträchtigungsgebot). Die Aussagen des LEP IV sind bei der Bauleitplanung als „Ziele der Raumordnung“ von den Kommunen verbindlich zu beachten.

1.2 Aufgabenstellung und Zielsetzung der Untersuchung

Die Verbandsgemeinde Westerburg beschäftigt sich seit einiger Zeit mit Fragen der Einzelhandelsentwicklung im Westerburger Stadtgebiet sowie in den übrigen Ortsgemeinden der VG. Ursache hierfür sind wechselnde Bedarfe der Betriebe im Innenstadtbereich und die allgemeine Einzelhandelssteuerung in der Stadt. Hier spielt vor allem die Versorgung der Bevölkerung mit Waren des kurzfristigen Bedarfs und die Bereitstellung von Angeboten des mittelfristigen Bedarfs eine herausragende Rolle. Auch vor dem Hintergrund der Entwicklungen des Einzelhandels in den Gemeinden rund um Westerburg wird eine gezielte Steuerung des Einzelhandels durch die Verbandsgemeinde angestrebt. Der Einzelhandelsbesatz in der Innenstadt soll in Zukunft den mittelzentralen Versorgungsauftrag der Stadt Westerburg in Abstimmung mit dem kooperierenden Mittelzentrum Hachenburg decken.

Um den Anforderungen aus dem LEP IV gerecht zu werden, ist nun ein **Einzelhandels- und Zentrenkonzept** zu erarbeiten, um die Einzelhandelsentwicklung in der Verbandsgemeinde entsprechend steuern und einen Rahmen für die künftige Eigenentwicklung setzen zu können.

Zur Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinden soll ein solches Konzept aufgestellt werden, das auf der Grundlage einer differenzierten Bestandserfassung die Bereiche beschreibt, in denen schon heute innenstadtrelevanter Einzelhandel existiert und gleichzeitig Flächen definiert, auf denen noch bestimmte Entwicklungspotenziale vorhanden sind.

Des Weiteren soll durch das Konzept das Ziel verfolgt werden, schädlichen Auswirkungen im Sinne des § 34 Abs. 3 Baugesetzbuch (BauGB) bzw. § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) auf die abgegrenzten Versorgungsbereiche zukünftig ausschließen zu können.

1.3 Methodische Vorgehensweise

1.3.1 Grundlagendaten

Grundsätzlich werden bei der Datenerhebung zwei Methoden unterschieden:

- die statistische Erhebung von Primärdaten und
- die Auswertung von vorhandenen Informationen aus Sekundärdaten.

Bei der Primärdatenerhebung handelt es sich um eigens für die Untersuchung erhobene oder zu erhebende Daten, deren Auswertung speziell auf das jeweilige Konzept, hier also auf das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Verbandsgemeinde Westerburg, bezogen sind.

Die Erhebung der Daten kann durch verschiedene Methoden erfolgen. In der Verbandsgemeinde wurde als erster Baustein eine Analyse der aktuellen Situation, die die Datengrundlage und Berechnungsbasis für die Beurteilung derzeit aktueller und zukünftig anstehender Einzelhandelsansiedlungen ermöglicht, durchgeführt. Hierzu wurde zunächst mittels einer Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerstände) durch Bestandsaufnahme vor Ort, der sogenannten Angebotsanalyse, eine Datengrundlage zur Beurteilung des vorhandenen Einzelhandelsangebots zusammengestellt. Bei der Einzelhandelskartierung wurden die jeweils geführten Sortimentsgruppen und Verkaufsflächen festgehalten.

Da die Notwendigkeit besteht die Einzelhandelssituation städtebaulich zu erklären und zu begründen, wurden ergänzend die Angebote an Dienstleistungen, sowie die baulichen Strukturen der Zentren und evtl. weiterer zentraler Bereiche (zentrale Versorgungsbereiche / Nahversorgungsbereiche) erfasst und abgegrenzt. Dieser planungsrechtlich zwingend erforderliche Schritt muss dabei die wesentlichen Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche im Sinne der §§ 2 Abs. 2, 9 Abs. 2a und 34 Abs. 3 BauGB sowie § 11 Abs. 3 BauNVO erfüllen. Darauf aufbauend lassen sich wiederrum Rückschlüsse auf die Angebotssituation und den Leistungsstand des Einzelhandels ziehen.

Neben den primär erhobenen Daten wird auf sekundärstatistische Daten (Statistiken, Pläne, Programme, Veröffentlichungen) zurückgegriffen, die basierend auf bestehenden Untersuchungen und Erhebungen weitere Aussagen zu den Themen Bevölkerung, Einzelhandelsstruktur und Kaufkraft, sowie Einzugsbereich und Angebotskonzentration bzw. -lücken ermöglichen. Die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern ermöglichen darüber hinaus einen kommunalen bzw. regionalen Vergleich, da hierfür stets die Zahlen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) aus dem Betrachtungsraum 2010 zu Grunde gelegt wurden, die bundesweit ermittelt werden und daher vergleichbar sind. So lassen sich Verflechtungsbereiche erkennen und charakterisieren. Dies bedeutet, dass sich die Untersuchungen nicht nur auf die Stadt selbst beschränken lassen. Die Einbeziehung der benachbarten zentralen Orte und evtl. anderer Konkurrenzstandorte erlaubt einerseits negative Auswirkungen auf deren Verflechtungsbereiche zu beurteilen, andererseits aber auch Rückschlüsse auf Beeinträchtigungen der Stadt Westerburg durch diese Orte zu ziehen und negative Folgen künftig wirksam verhindern zu können. Um die Nachfragesituation in Westerburg realistisch abzubilden, ist es zudem nötig, vorhandene Statistiken auf das Kaufverhalten sowie die Kaufkraftbindung hin zu untersuchen. Entsprechende Daten bedürfen hierzu einer exakten Auswertung und einer Abgrenzung des Bezugsraumes, welcher im Prinzip aber bereits durch den festgelegten maßgeblichen Einzugsbereich der Stadt als Mittelzentrum und daher Frequenzgeber der Verbandsgemeinde festgelegt ist. Die Kombination quantitativ-

statistischer Bausteine mit qualitativ-städtebaulichen Aussagen ergibt in der Synthese ein detailliertes Bild der Einkaufssituation in Westerburg.

1.3.2 Weiteres Vorgehen

Die erhobenen Daten werden zunächst zielgerichtet ausgewertet. Hierbei spielt die Stadt Westerburg als Mittelzentrum und einziger zentraler Ort in der VG eine wichtige Rolle. Im Rahmen der städtebaulichen Analyse sollen dazu die einzelhandelsrelevanten Funktionen des gesamten Stadtraumes bezüglich ihrer räumlichen Lage untersucht werden. Neben der Lagekategorie ist vor allem die funktionale Vernetzung der Standorte von Bedeutung. Die unterschiedlichen Bereiche werden auf folgende Punkte hin untersucht:

- Lage im Stadtgebiet,
- Struktur und Ausdehnung,
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr,
- Bebauungsstruktur,
- Gestaltung des öffentlichen Raumes / der Stadteingangssituation sowie
- räumliche / synergetische Effekte und Erweiterungsmöglichkeiten.

In Kombination mit den vorangegangenen Daten erfolgt eine Analyse der gesamten Situation der Stadt. Diese Stärken-Schwächen-Analyse ist Voraussetzung um die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und ggf. weiterer Versorgungsbereiche vornehmen zu können, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten des Einzelhandels zu identifizieren und städtebaulich-funktionale Maßnahmenvorschläge und Handlungsempfehlungen auszuarbeiten.

Die Abgrenzung von Zentren, im Hinblick auf die räumliche Ausdehnung genauso wie auf Sortimentsbeschränkungen, soll rechtssichere Grundlagen für zukünftige kommunale Einzelhandelsentwicklungen liefern.

Daher sollen aufbauend auf der Ist-Situation im Anschluss an die Datenauswertung für die gesamte Stadt und bezogen auf alle Branchen Aussagen zu einer wünschenswerten Entwicklung getroffen werden, die konzeptionell in Form künftiger zentraler Versorgungsbereiche, möglicher Nahversorgungsstandorte in bestimmten Stadt- und Ortsteilen sowie möglicher Sonderstandorte (z.B. für nicht-innenstadtrelevanten Einzelhandel) festgelegt und zusammengefasst werden. Dabei sind neben dem Ausmaß des zukünftigen zusätzlichen Verkaufsflächenpotenzials vor allen Dingen realistische räumliche Entwicklungsmöglichkeiten im Stadtgebiet zu beachten. Außerdem werden spezifische Sortimentslisten mit innenstadtrelevanten und nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten erarbeitet, so dass das Konzept den Anforderungen des LEP IV gerecht wird.

Auch für die übrigen Ortsgemeinden wird die Möglichkeit von Entwicklungen ohne eine vorhandene zentralörtliche Funktion untersucht und mögliche Potenziale werden aufgezeigt.

Im letzten Schritt wird auf Grundlage der vorangegangen Untersuchungen ein Maßnahmenprogramm erstellt, das zum einen aus dem eigentlichen Einzelhandels- und Zentrenkonzept, zum anderen aus planungsrechtlichen Empfehlungen besteht. Das Konzept zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels umfasst einen systematischen Katalog für die funktionale Entwicklung der Stadt Westerburg.

2 ÜBERGEORDNETE STANDORTRELEVANTE RAHMENBEDINGUNGEN

2.1 Allgemeine Entwicklung des Einzelhandels in den zurückliegenden Jahren

Der Strukturwandel im Einzelhandel hält nach wie vor an, auch wenn bestimmte Entwicklungen zwischenzeitlich bereits mehrfach für beendet erklärt worden sind. Insbesondere während der vergangenen drei Jahrzehnte haben sich dabei massive Veränderungen der Einzelhandelslandschaft ergeben, die das Gesicht unserer Städte und Gemeinden nachhaltig prägen.

Während in den 80er und 90er Jahren des vergangenen Jahrhunderts insbesondere Lebensmitteldiscounter und bestimmte Fachmärkte (z.B. aus dem Bereich „Bekleidung/ Textilien“, „Schuhe/ Lederwaren“ u.ä.) auf die „grüne Wiese“ drängten, ist heute eine weitergehende Diversifizierung der Sortimente und Betriebskonzepte festzustellen, die seit einigen Jahren dazu führt, dass sich mittlerweile auch Geschäfte, die früher ausschließlich in den Ortskernen zu finden waren, gerne neben „Magnetbetrieben“ des Lebensmitteleinzelhandels oder anderer Branchen ansiedeln. Dieser Trend führte zu einer immer stärker ausschließlich autokundenorientierten Standortwahl, die regelmäßig eine sehr große Anzahl an Stellplätzen forderte und damit zu einem erhöhten Flächenverbrauch führte.

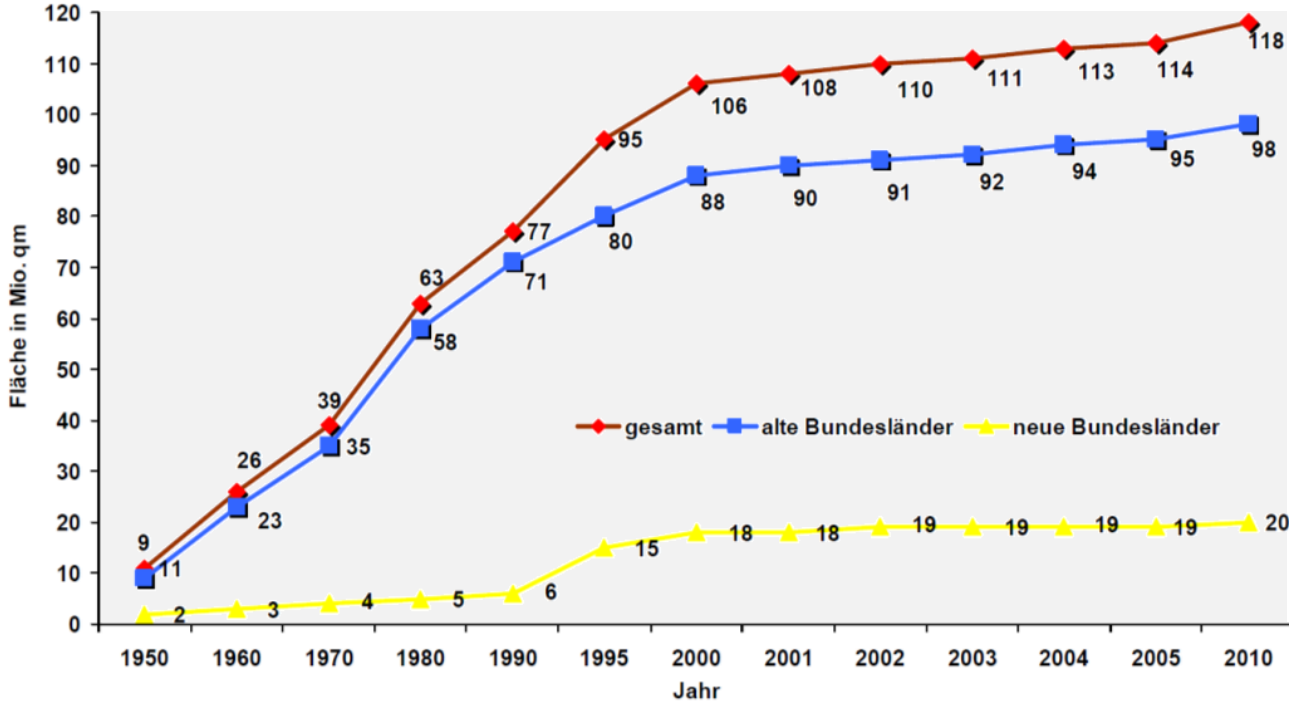


Abbildung 1: Entwicklung der Verkaufsflächen im Einzelhandel
(Quelle: DIHK | Statista)

Außerdem wurden preisaggressive Kernsortimente immer stärker durch gezielte, wöchentlich ein- oder zweimal wechselnde „Angebotsware“ ergänzt, die so günstig verkauft wird, dass dadurch der eingesessene Einzelhandel der jeweils betroffenen Branche massiv unter Druck geriet. Lebensmitteldiscounter erreichten durch solche Sortimentsergänzungen mit Non-Food-Artikeln nicht selten Marktanteile von bis zu 50 % für den Angebotszeitraum und stellten somit eine erhebliche Konkurrenz zu den anderen Anbietern in den jeweiligen Warengruppen dar. Dieser Trend hält bis heute unvermindert an.

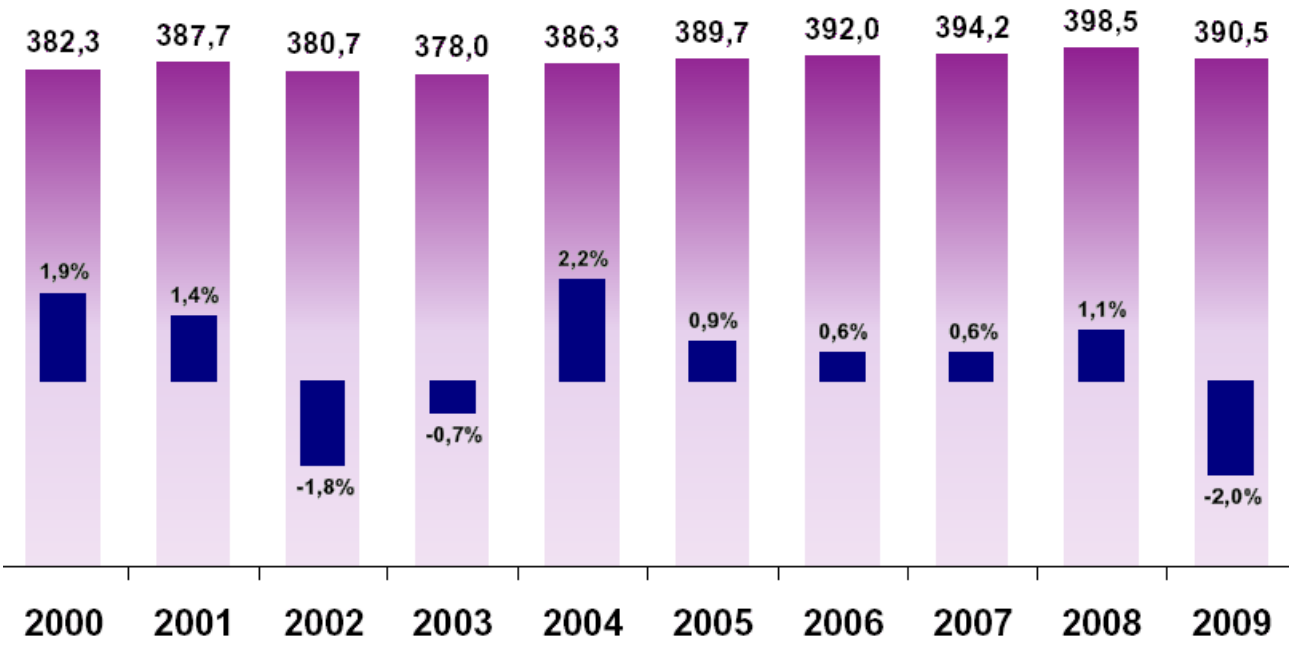


Abbildung 2: Einzelhandelsumsätze in Deutschland in Mrd. € und Veränderungen gegenüber dem Vorjahr (Quelle: Destatis)

2.2 Aktuelle Entwicklungstrends im Einzelhandel

Aktuell entstehen noch immer zahlreiche Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Zentrenstrukturen, die in vielen Fällen zu einer Schwächung der Ortskerne führen. Insbesondere größere „Fachmarktzentren“ mit einer Kombination von Märkten verschiedener Branchen[1], oft auch einem zusätzlichen Café oder Bistro, liegen „im Trend“. So verlieren die gewachsenen Zentren mehr und mehr an Attraktivität, Geschäfte werden aufgegeben und durch zunehmende Leerstände beginnt ein Teufelskreis, an dessen Ende oft der „Tod“ der Innenstadt steht.

Problematisch ist neben diesen städtebaulichen Auswirkungen auch die Verschlechterung der wohnungsnahen Grundversorgung in vielen Gemeinden. Während in den 60er und 70er Jahren des vergangenen Jahrhunderts noch in nahezu jeder noch so kleinen Gemeinde ein „Tante Emma Laden“ existierte, und auch Vollsortimenter mit Verkaufsflächen um 400 m² zur Versorgung eines Stadt- oder Ortsteils keine Seltenheit waren, ist diese Kategorie heute nahezu gänzlich ausgestorben. Dies ist insbesondere für ältere, weniger mobile Menschen ein Problem.

Auch die Zahl der PKW pro Haushalt steigt noch immer an und die Mobilität nimmt weiter zu, wobei zwischenzeitlich auch Personengruppen, die früher üblicherweise über keinen eigenen Pkw verfügten, Teil der „motorisierten Mobilität“ geworden sind. Da der Versorgungseinkauf fast nur noch mit dem Pkw erledigt wird, drängen zunehmend Betriebe, die sich durch Kopplungskäufe eine Steigerung ihres Umsatzes versprechen (z.B. Blumen- oder Tabak- und Zeitschriftenläden, Apotheken, Optiker, …), an die entsprechenden Standorte. Diese „Fachmarktzentren“ sind mit immer breiter gestreuten Angeboten ausgestattet, die oft durch zahlreiche kleine Läden und Dienstleister (z.B. Reinigung, Änderungsschneiderei, …) in unmittelbarer Zuordnung „schleichend“

1 In den meisten Fällen werden heute ein Vollsortimenter (z.B. EDEKA oder REWE) mit einem Lebensmitteldiscountmarkt (z.B. ALDI oder LIDL), einem Drogeriemarkt (z.B. DM oder ROSSMANN) und weiteren Discoutmärkten verschiedener Branchen (z.B. KIK oder TAKKO aus dem Textilbereich, DEICHMANN oder SCHUHMARKE aus dem Bereich Schuhe/Lederwaren) und einigen kleineren Läden (Bäcker, Metzger, Tabak/Zeitschriften, …) kombiniert. Vielfach tritt zur Abrundung des Sortiments noch ein Getränkemarkt hinzu. In größeren Städten wird nicht selten zusätzlich ein Elektrofachmarkt angesiedelt.

ergänzt werden. So können zahlreiche Erledigungen des täglichen Bedarfs „nebenher“ erfolgen und ein Besuch des Ortskerns erübrigt sich zunehmend.

Ein aktueller Trend betrifft vor allen Dingen die Vergrößerung der Verkaufsflächen, die sich früher oft am seinerzeit geltenden Maßstab der Großflächigkeit orientierten und damit häufig unter 700 m² lagen.[2] Durch Wünsche der Kunden nach mehr Übersichtlichkeit bei der Warenpräsentation sowie mehr Einkaufskomfort (z.B. breitere Gänge, Vermeidung hoher Regale, Erhöhung der Anzahl der Kassen u.ä.) und durch immer strengere gesetzliche Anforderungen (z.B. Pfandrücknahmepflicht, Entsorgung von Batterien und Leuchtmitteln, Entsorgung von Verpackungsmaterial u.ä.) beantragen daher heute selbst klassische Lebensmitteldiscounter wie ALDI, LIDL, PENNY u.a. zunehmend Verkaufsflächen von 1.000 bis zu 1.300 m², wobei dies keineswegs nur für Standorte in größeren Städten gilt. Vollsortimenter wie EDEKA; REWE, WASGAU u.a. benötigen sogar noch deutlich größere Flächen, da hier die angebotene Warenpallette erheblich breiter ist als bei den Discountern und meist noch Frischeprodukte u.ä. hinzukommen.

Aus diesem Grund sind Lebensmittelgeschäfte in den Stadtkernen heute vielerorts nicht mehr oder nur noch vereinzelt zu finden. Auch Standorte, die erst vor wenigen Jahren eröffnet wurden, aber keine Erweiterungsmöglichkeiten mehr bieten, um den aktuellen Trends Rechnung zu tragen, werden aufgegeben. Dies betrifft sowohl Lagen im Ortszentrum, als auch Ansiedlungen in den Randbereichen, die oft genug nur wenige Jahre betrieben werden. Der Markt ist außerordentlich schnelllebig geworden, was durch die Übernahme bestimmter Anbieter durch größere Konzerne noch verstärkt wird.[3]

Um der zunehmenden Konkurrenz Stand halten zu können, folgen mittlerweile auch Ketten diesem Trend, deren Stärke bislang vornehmlich in ihrer Präsenz in „Lauflagen“ der Ortskerne zu sehen war. So verfolgt beispielsweise SCHLECKER heute mit seinen „XL-Märkten“ das Ziel, Anbietern, die in den vergangenen Jahren durch zahlreiche neue Standorte außerhalb der gewachsenen Kernbereiche erhebliche Kaufkraftanteile im Segment „Gesundheits- und Körperpflege“ hinzugewonnen haben (z.B. DM, ROSSMANN, …), Paroli zu bieten. Dies führt im Zweifelsfall jedoch zur Aufgabe der eingesessenen SCHLECKER-Märkte im Ortskern, da insbesondere in kleineren Gemeinden zwei Märkte meist nicht rentabel betrieben werden können.

2.3 Vorgaben der Landesplanung

Dem LEP IV sind unter Kapitel 3.2.3 *Öffentliche Einrichtungen und Dienstleistungen (großflächiger Einzelhandel)* folgende Zielaussagen zu entnehmen, die über die Bestimmungen des § 1 Abs. 4 Baugesetzbuch (BauGB) als „Ziele der Raumordnung“ bei der Aufstellung von Bauleitplänen verbindlich zu beachten sind:

---

2 Im Jahr 2005 hatte sich das BVerwG mit der Fragestellung zu beschäftigen, ab welcher Größe ein Einzelhandelsbetrieb als „großflächig“ gilt. Bis dahin wurde meist davon ausgegangen, dass - obwohl eine feste Grenze nicht existierte - ein Schwellenwert von 700 m² nicht überschritten werden darf. Mit den Entscheidungen vom 24. November 2005 - 4 C 10/04 und 4 C 14/04 - wurde erstmalig eine verbindliche Grenze definiert, die seitdem bei 800 m² Verkaufsfläche liegt. Hierbei ist jedoch zu beachten, dass heute auch verschiedene Flächenanteile (z.B. Kassenvorzone) zur Verkaufsfläche hinzuzurechnen sind, die früher bei deren Bestimmung gerne außen vor gelassen wurden.

3 Ein Beispiel aus der jüngeren Vergangenheit ist die Übernahme der PLUS-Märkte durch die EDEKA-Gruppe. Diese wurden in NETTO unbenannt. Dort, wo bereits ein NETTO-Markt existierte, wurde in vielen Fällen ein Standort aufgegeben.

Z 57 Die Errichtung und Erweiterung von Vorhaben des großflächigen Einzelhandels ist nur in zentralen Orten zulässig (**Zentralitätsgebot**). Betriebe mit mehr als 2.000 m² Verkaufsfläche kommen nur in Mittel- und Oberzentren in Betracht. Ausnahmsweise sind in Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion mit mehr als 3.000 Einwohnerinnen und Einwohnern großflächige Einzelhandelsvorhaben bis zu insgesamt 1.600 m² Verkaufsfläche zulässig, wenn dies zur Sicherung der Grundversorgung der Bevölkerung erforderlich ist.

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

Z 59 Die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten ist auch an **Ergänzungsstandorten** der zentralen Orte zulässig. Diese sind ebenfalls von den Gemeinden in Abstimmung mit der Regionalplanung festzulegen und zu begründen. Innenstadtrelevante Sortimente sind als Randsortimente auf eine innenstadtverträgliche Größenordnung zu begrenzen.

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

Z 61 Der Bildung von Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche ist durch Verkaufsflächenbegrenzungen in der Bauleitplanung entgegenzuwirken (**Agglomerationsverbot).** Haben sich bereits Agglomerationsbereiche außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche gebildet, so sind diese als Sondergebiete des großflächigen Einzelhandels in der Bauleitplanung auszuweisen und in ihrem Bestand festzuschreiben.

Z 57 definiert eine absolute Obergrenze der Verkaufsflächen bzw. eine bindende Orientierung für großflächige Einzelhandelsbetriebe an der Zentralität der Gemeinde. Für die Stadt Westerburg ist diese Vorgabe nicht von Bedeutung. Durch die zugewiesene mittelzentrale Bedeutung (in Kooperation mit Hachenburg) obliegt der Stadt das Recht auch Betriebe mit mehr als 2.000 m² Verkaufsfläche unterzubringen.

Z 58, das sogenannte „städtebauliche Integrationsgebot“, fordert bei Ansiedlungen großflächiger Betriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten - und hierum handelt es sich bei Betrieben aus den Bereichen „Nahrungs- und Genussmittel“, „Gesundheits- und Körperpflege“, „Bekleidung/ Textilien“, „Schuhe / Lederwaren“ u.ä. regelmäßig - eine Lage innerhalb eines „zentralen Versorgungsbereiches“. Diese Bereiche sind insofern im Zuge der vorliegenden Aufstellung des Konzeptes entsprechend abzugrenzen und verbindlich festzulegen. Zu den diesbezüglichen Anforderungen wird auf die Ausführungen in den nachfolgenden Kapiteln verwiesen.

Z 59 definiert Vorgaben für die Ansiedlung von Betrieben mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten (z.B. Baustoffmärkte u.ä.), die auf Grund ihres Angebotes innenstadtrelevante Sortimente als Randsortimente in einem verträglichen Maße führen dürfen. Dieses Maß ist ebenfalls zu bestimmen.

Z 60, das sogenannten „Nichtbeeinträchtigungsgebot“, bekräftigt, dass durch geplante Ansiedlungen großflächiger Betriebe weder die zentralen Versorgungsbereiche der Standortgemeinde noch die benachbarter Kommunen - insbesondere von Mittel- und Oberzentren – wesentlich beeinträchtigt werden dürfen, was insofern ebenfalls nachzuweisen sein wird. Hier werden die Erreichbarkeiten der einzelnen Standorte zu untersuchen sein.

Z 61 sieht vor, dass auch für nicht innenstadtrelevante Einzelhandelsbetriebe außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches keine räumlichen Häufungen, also sog. Agglomerationen, auftreten sollen. Dem ist durch entsprechende Flächenbeschränkungen Rechnung zu tragen. Bei bereits bestehenden Agglomerationen ist dieser Zustand als maximale Ausdehnung bauleitplanerisch zu sichern. Entsprechende Empfehlungen sollen Teil dieses Konzeptes sein.

2.4 Vorgaben der Regionalplanung

Der regionale Raumordnungsplan Mittelrhein-Westerwald 2006 trifft in Kapitel 2.2.5 dezidierte Aussagen zum Einzelhandel in der räumlichen Planung. Dabei wird Bezug genommen auf das zentralörtliche System der Region, welches maßgeblich die Funktion der Gemeinden auch im Hinblick auf den Versorgungsauftrag gegenüber der Bevölkerung regelt.

Wichtige zu beachtende Aussagen enthält das Ziel Z 1 aus Kapitel 2.1. Es gibt vor, dass die Stadt Westerburg als Mittelzentrum in Kooperation mit Hachenburg eingestuft wird. Diese Rahmenbedingungen geben auch im Hinblick auf den Einzelhandel einen Versorgungsauftrag vor, der von der Stadt zu erfüllen ist.

Aus den direkten Zuordnungen der Nahbereiche, die sich aus den Zielen Z 1 bis Z 4 aus Kapitel 2.1 ergeben, wird unterschieden zwischen den Versorgungsaufträgen zur Nahversorgung und der Versorgung mit mittel- bis langfristigen Bedarfswaren in den Mittelbereichszuweisungen. Die Mittelbereiche selbst sind dabei den Aussagen des LEP IV zu entnehmen.

In den Zielen Z 1 / Z n und den Grundsätzen G 1 bis G 8 des Kapitels 2.2.5 regelt der Raumordnungsplan die regionalen Vorgaben zur Einzelhandelsentwicklung in den zentralen Orten. Dem Mittelzentrum Westerburg kommt nach den Vorgaben des dortigen G 2 die Sicherstellung der Versorgung in Anlehnung an die mittelzentrale Funktion zu. Den übrigen Ortsgemeinden innerhalb der VG ist nach dem G 1 eine Nahversorgungsfunktion zuzugestehen, die sich aber an der Größe des jeweiligen Ortes orientieren soll. Großflächige Angebote sind daher eher auszuschließen. Jedoch kann zumindest der Ortsgemeinde Höhn eine solche wichtige Nahversorgungsfunktion nicht abgesprochen werden. Auch weil die Ortsgemeinde mehr als 3.000 Einwohner zählt kann sie auf Grundlage des LEP IV auch Ansiedlungen mit höheren Verkaufsflächen realisieren. Die Grenze liegt hier bei 1.600 m² wobei nur die Nahversorgung hierdurch zu sichern ist.

Das G 4 regelt durch das Kongruenzgebot die Sicherung und angemessene Entwicklung von großflächigem Einzelhandel in Abhängigkeit von der zentralörtlichen Funktion. Unter Berücksichtigung der Aussagen des LEP IV kommt diese Art der Ansiedlung daher fast nur in den zentralen Orten in Betracht. Damit steht der Stadt Westerburg diese Struktur zur Verfügung. Dies entspricht auch dem Konzentrationsgebot des Z 1. Eine Ausnahme bildet hier die Ortsgemeinde Höhn.

Weiterhin regelt das Z 1 die städtebauliche Integration von großflächigem Einzelhandel im Zusammenhang mit zentralen Einkaufsbereichen. Diese sind bei der Aufstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes zu definieren.

Über das Z n macht der Raumordnungsplan eine analoge Aussage zum LEP IV im Hinblick auf das Beeinträchtigungsverbot. Es wird deutlich, dass die Versorgung der Nah- und Mittelbereiche getrennt voneinander zu betrachten ist und damit auch die Auswirkungen auf benachbarte Zentren in Abhängigkeit der zu betrachtenden Sortimente untersucht werden müssen. Demzufolge muss zwischen Sortimenten für die Nahversorgung und für die darüber hinausgehende Versorgung in dieser Beurteilung unterschieden werden. Es sind dann die Auswirkungen von Nahversorgung auf die umliegenden Nahbereiche zu untersuchen. Die Mittelbereiche sind maßgeblich zu untersuchen bei Sortimenten des mittel- bis langfristigen Bedarfs.

Nach den Vorgaben des G 5 ist der Einzugsbereich bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben jeweils im Einzelfall zu prüfen. Auf dieser Grundlage ist dann zu entscheiden, ob es zu Beeinträchtigungen der umliegenden Nahbereiche kommt. Dies soll exemplarisch in diesem Konzept für die zu ermittelnden Versorgungsbereiche erfolgen.

Die Grundsätze G 6 und G 7 regeln die Unterbringung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Diese sollen, sofern nicht in der Innenstadt möglich, an gesonderten Standorten ausgewiesen werden und über Sondergebiete planungsrechtlich gesichert werden. Daher wird in Bezug auf den Einzugsbereich dieser Betriebe eine interkommunale Abstimmung in einigen Fällen nötig, um Versorgungsaufträge gerecht zwischen Standortgemeinden zentralörtlicher Funktion aufzuteilen. Dies wird im Konzept berücksichtigt.

An dieser Stelle wird darauf hingewiesen, dass der aktuelle Entwurf des neuen Raumordnungsplans keine Ziele zum großflächigen Einzelhandel mehr enthält. Es ist also davon auszugehen, dass ohne einer regionalplanerische Nachregelung die Ziele des LEP IV somit unmittelbar auf die Kommunale Planung durchschlagen und die Regionalplanung hier nur noch eine ergänzende Rolle spielt, indem Sie Grundsätze definiert, die jedoch nicht zwingend einzuhalten sind, da sie der Abwägung unterliegen.[4]

2.5 Sonstige Vorgaben

Aus den o.g. Anforderungen der Landesplanung ergibt sich das Erfordernis, im Rahmen der Aufstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes den oder die zentralen Versorgungsbereich(e) der Stadt Westerburg festzulegen und ggf. auch Ergänzungs- oder Sonderstandorte zu definieren, an denen sich die Einzelhandelsentwicklung künftig konzentrieren soll. Darüber hinaus ist eine Sortimentsliste mit für den Ort innenstadtrelevanten und nicht innenstadtrelevanten Sortimenten aufzustellen, die Maßstab für die Zulässigkeit oder Unzulässigkeit bestimmter Ansiedlungen ist.

Nachfolgend sollen zunächst der Begriff des zentralen Versorgungsbereichs definiert und die sich aus der Rechtsprechung ergebenden Anforderungen an seine Abgrenzung benannt werden, da sich die Aufstellung des Konzeptes hieran zu orientieren hat.

→ **<u>Der Begriff des zentralen Versorgungsbereichs</u>**

Aus der Rechtsprechung ergibt sich folgende Definition:

„Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine Versorgungsfunktion über den unmittel-

4 vgl.: Regionaler Raumordnungsplan Mittelrhein-Westerwald, Entwurfsfassung zum Anhörungs- und Beteiligungsverfahren gemäß Beschluss der Regionalvertretung vom 12.09.2011

baren Nahbereich hinaus zukommt. Sie können sich sowohl aus planerischen Festlegungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben."[5]

Diese Formulierung bezieht sich einerseits auf den faktischen Bestand (nämlich Bereiche, denen bereits eine bestimmte Versorgungsfunktion zukommt), als auch auf die planerische Steuerungsmöglichkeit einer Kommune, einen solchen Bereich auch erstmalig oder in Ergänzung und Erweiterung eines bereits vorhandenen Gebiets festzulegen. Ein geplanter zentraler Versorgungsbereich kann daher durchaus größer sein, als der momentan vorhandene, vorausgesetzt natürlich, dass andere Zielvorgaben (z.B. das „Nichtbeeinträchtigungsgebot") nicht verletzt werden.

→ **Die Schwelle der schädlichen Auswirkungen**

Was möglicherweise - bezogen auf das Stadtzentrum von Westerburg oder die umliegenden Orte sowie insbesondere auch auf die benachbarten zentralen Orte - „schädlich" ist, ergibt sich ebenfalls aus der Rechtsprechung, die hierzu Folgendes ausführt:

„'Schädlich' im Sinne des § 34 Abs. 3 BauGB sind Auswirkungen erst dann, wenn sie gravierender sind als solche, welche erst die interkommunale Abstimmungspflicht nach § 2 Abs. 2 Satz 1 BauGB auslösen."[6]

Insofern ist - bezogen auf den konkreten Fall - zu untersuchen, ob die Ansiedlung neuer Betriebe zu Auswirkungen führt, die eine interkommunale Abstimmungspflicht auslösen. Bei Vergrößerungen von Betrieben wird dies regelmäßig nicht der Fall sein, sofern sie sich im Rahmen der Vorgaben des LEP IV sowie des Regionalen Raumordnungsplans bewegen.

Aus städtebaulicher Sicht ist dennoch Vorsicht geboten, denn nicht nur Betriebe, die sich auch auf die Versorgungssituation der benachbarten zentralen Orte auswirken, können im Einzelfall „schädlich" im kleinräumigen Sinne sein. Schädlich sind sie im Einzelfall auch dann, wenn sie die Nahversorgungsfunktion eines bestimmten Ortsteils nachhaltig schwächen.

Zwar gibt es keine exakt definierte Grenze, was die Schädlichkeit anbelangt, jedoch hat das Bundesverwaltungsgericht (BVerwG) in diesem Zusammenhang geurteilt: *„Ein Vorhaben lässt schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche einer Standortgemeinde jedenfalls dann erwarten, wenn es deren Funktionsfähigkeit so nachhaltig stört, dass sie ihren Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr substantiell wahrnehmen können."*[7]

Übertragen auf Westerburg bedeutet dies, dass z.B. die Neuansiedlung eines bestimmten Betriebs im Randbereich der Stadt oder einer Ortsgemeinde in der Folge zu einer Schwächung der Innenstadt führen könnte, etwa dann, wenn dadurch ein in der Innenstadt befindlicher kleinerer Betrieb in seiner Existenz bedroht wäre und aufgeben müsste, was die Innenstadt dann weiter schwächt und zusätzliche negative Effekte auslösen könnte. Diese Situation gilt es deshalb im Folgenden ebenfalls zu untersuchen.

Weiter sagt das OVG Niedersachsen: *„Bei der Beurteilung der Schädlichkeit der Auswirkungen auf benachbarte Gemeinden kann in Anlehnung an § 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB*

5 BVerwG – Urteil vom 11. Oktober 2007 – 4 C 7/07 – Leitsatz

6 OVG Niedersachsen, Urteil vom 17. Januar 2008 – 1 LB 154/07

7 BVerwG – Urteil vom 11. Oktober 2007 – 4 C 7/07 – Leitsatz

auch berücksichtigt werden, ob sich die "Vorhabengemeinde" (Mittelzentrum) damit nur das an Umsatz "zurück-holt", was ihr im Vergleich zu Umlandgemeinden, die "nur" Grundzentren darstellen, raumordnungsrechtlich an sich zusteht."[8]

Folglich ist im Detail die Einzelhandelsentwicklung einer Gemeinde - und damit auch die Steuerung innerhalb eines Mittelbereichs - differenziert zu betrachten. Die Prüfung von Ansiedlungen auf ihre Tragfähigkeit und Verträglichkeit unterliegt somit einer gewissen Abwägung. Hier spielt das Verhältnis zwischen den unterschiedlichen Versorgungsaufträgen eine große Rolle. Einzelfallabstimmungen sind daher im Vorfeld von raumbedeutsamen Ansiedlungen unumgänglich.

Weiter lässt die Rechtsprechung keinen Zweifel daran, dass schädliche Auswirkungen nicht auf den Umsatz einzelner Betriebe bezogen werden dürfen, sondern, sofern die Maßnahme städtebaulich motiviert ist, auch nur schädliche Auswirkungen im städtebaulichen Sinne gemeint sein dürfen. Dies gilt auch dann, wenn zwar Auswirkungen auf andere Zentren festgestellt werden, deren Funktionsfähigkeit generell jedoch nicht unter der Konkurrenz einzelner Ladenlokale zum Vorhaben leidet. Damit sind nicht nur branchenspezifische Auswirkungen sondern auch gesamtregionale Kaufkraftumlenkungseffekte für die Beurteilung eben dieser Auswirkungen darzustellen.[9]

Die schädlichen Auswirkungen eines Vorhabens beziehen sich jedoch nicht in jedem Fall auf die gleiche Schwellenbetrachtung, nämlich die des einschlägigen 10 %-Kriteriums, sondern sind im Falle der Prüfung für den Zentralen Versorgungsbereich der eigenen Gemeinde selbst danach zu unterscheiden, ob das Vorhaben in einem integrierten Bereich angesiedelt werden soll. Hierzu sagt das OVG Rheinland-Pfalz:

„Die Beurteilung von innerkommunalen Umsatzumverteilungen als Folge der Bauleitplanung eines Einkaufszentrums sind grundsätzlich dem planerischen Ermessen der Gemeinde innerhalb der Ziele der Raumordnung und der Grenzen der abwägungserheblichen Belange überlassen. Eine ‚10 %-Grenze' für Umsatzverluste könnte allenfalls dann angenommen werden, wenn es sich bei der Neuplanung um einen nicht integrierten Standort handeln würde, der zulasten der Innenstadt Einzelhandelsumsatz absorbiert."[10]

Das konnte vom BVerwG so bestätigt werden.[11]

Diese Vorgaben sind natürlich auch im Hinblick auf die Ausarbeitung gesamtstädtischer Entwicklungspotenziale zu beachten.

→ **<u>Die Anforderungen an die Abgrenzung zentraler Versorgungebereiche</u>**

Was die räumliche Beschreibung und Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs angeht, bestehen nach höchstrichterlicher Auffassung keine exakten Maßstäbe. Jedenfalls ist es nicht unbedingt erforderlich, eine parzellenscharfe Abgrenzung vorzunehmen. Bestimmte Unschärfen, speziell an den Rändern eines solchen Bereichs, sind nach gängiger Rechtsauffassung hinzunehmen, was ein Urteil des BVerwG bestätigt: *„Das im Rechtsstaatprinzip*

8 OVG Niedersachsen, Urteil vom 17. Januar 2008 – 1 LB 154/07 – Leitsatz

9 vgl. OVG Rheinland-Pfalz: Urteil vom 15. November 2010 - 1 C 10320/09.OVG

10 OVG Rheinland-Pfalz: Urteil vom 20. Januar 2011 - 1 C 11082/09

11 vgl. BVerwG: Beschluss vom 03. August 2011 – 4 BN 15.11

(Art. 20 Abs. 3 GG) begründete Gebot hinreichender Bestimmtheit von Gesetzen zwingt den Gesetzgeber nicht, den Tatbestand mit Maßstäben zu umschreiben, die so genau sind, dass es bei deren Auslegung und Anwendung keine Zweifelsfragen gibt.“[12]

Zudem ist festzuhalten, dass die Rechtsprechung bereits den Entwicklungen jüngster Zeit Rechnung trägt und auch den gewachsenen Strukturen größerer Städte mehrere Zentrale Versorgungsbereiche zulässt. Hierzu heißt es etwa in einem Beschluss des BVerwG: *„In einer entsprechend großen Gemeinde können auch mehrere zentrale Versorgungsbereiche im Sinne von § 34 Abs. 3 BauGB bestehen. Diese können gegebenenfalls auch in (ein oder mehrere) Hauptzentren und Nebenzentren unterteilt werden“*[13]

Geeignet für die Festlegung erscheint z.B. die Ebene des Flächennutzungsplans einer (Verbands-) Gemeinde. In diesem Zusammenhang können neben den zentralen Versorgungsbereichen auch bestimmte Nahversorgungszentren, Sonderstandorte u.ä. dargestellt werden. Zur konkreten (Fein-) Steuerung kommt natürlich auch die Ebene des Bebauungsplans in Betracht. Ebenso ist die Abgrenzung in einem „Einzelhandels- und Zentrenkonzept“ möglich, das als informelles städtebauliches Konzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB gilt.

Neben der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und deren Abstimmung mit der Regionalplanung sind auch die auf den Ort bezogenen zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimente zu definieren und abzustimmen. Entsprechende Sortimentslisten sind wichtig, um einerseits eine auf die konkrete Situation bezogene Grundlage für die Beurteilung dessen zu erhalten, was tatsächlich negative Auswirkungen auf das jeweilige Zentrum haben kann. Andererseits lassen sich so im Bedarfsfall auch Sonderstandorte definieren, in denen nicht zentrenrelevante Sortimente angeboten werden dürfen. Dabei ist jedoch stets auch der Anteil zentrenrelevanter Randsortimente zu beachten, die bei entsprechend großen Ansiedlungen durchaus dazu führen können, dass an sich (bezogen auf den Ortskern) „unschädliche“ Ansiedlungen negative Auswirkungen auf die Innenstadt oder die sonstigen zentralen Versorgungsbereiche haben können. Eine gerade noch verträgliche Grenze wird im Allgemeinen bei 10 % - bezogen auf das nicht zentrenrelevante Kernsortiment - gesehen.

12 A.a.O. – aus den Gründen

13 BVerwG – Beschluss vom 20.November 2006 – 4 B 50/06

3 WESTERBURG ALS EINZELHANDELSSTANDORT IN DER REGION

Die Stadt Westerburg zählt mit ihren knapp 5.700 Einwohnern zu den größten Städten im Westerwaldkreis. Als Mittelzentrum und Verwaltungssitz der Verbandsgemeinde Westerburg übernimmt sie die hauptsächliche Versorgungsfunktion für den Verflechtungsbereich der eigenen VG. Hierzu ist sie laut Ziel 40 des LEP IV berechtigt und verpflichtet.

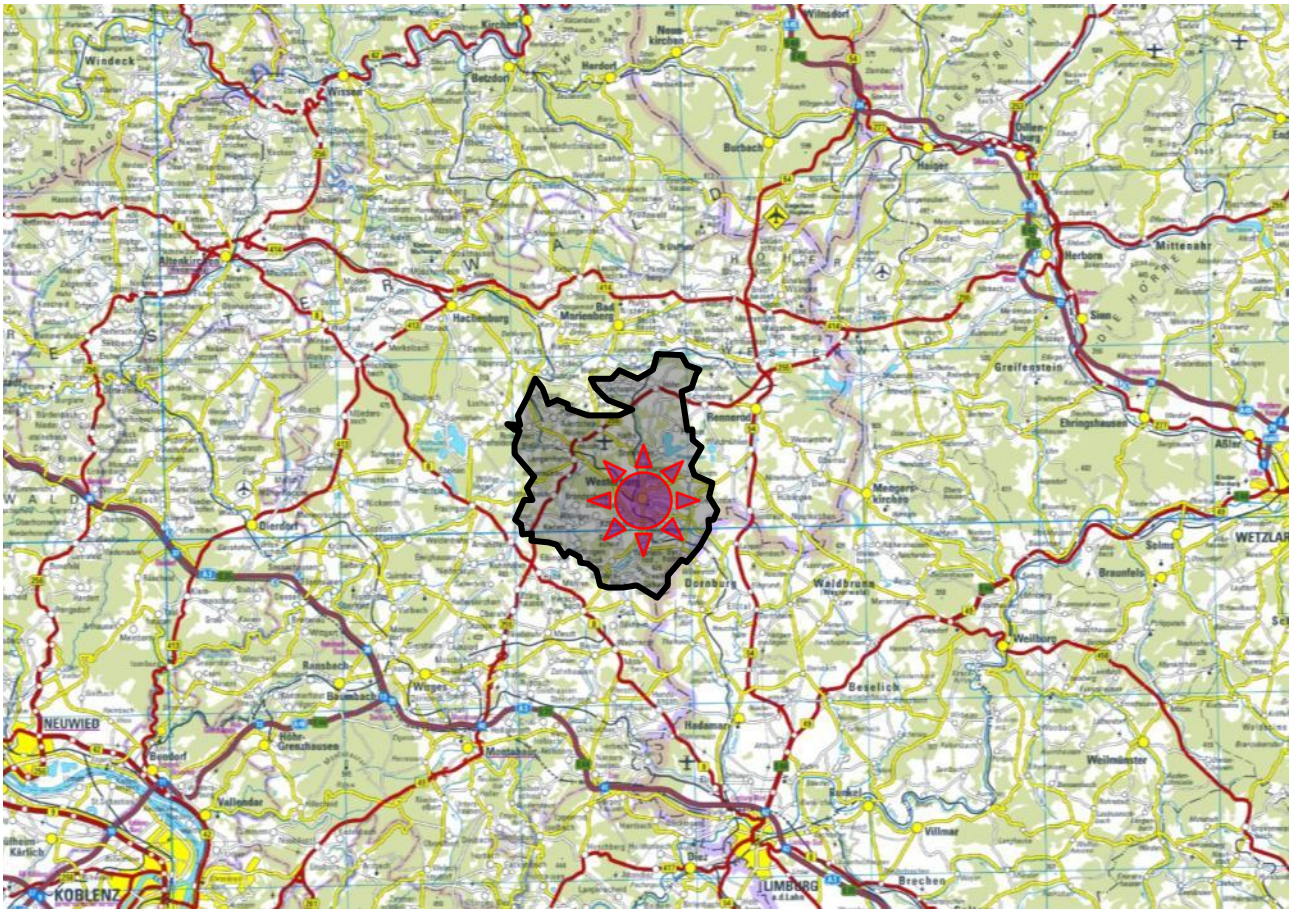


Abbildung 3: Lage der Stadt und Verbandsgemeinde Westerburg im Raum
(Quelle: TK 25 | eigene Darstellung)

Auf Grund der zugewiesenen mittelzentralen Funktion in Kooperation mit Hachenburg und den bereits oben beschriebenen Zielaussagen zum Einzelhandel steht der Stadt eine sinnvolle Entwicklung und Stärkung des Einzelhandels zu. Das hier zu entwickelnde Konzept soll diese Funktion manifestieren und als Grundstein für die zukünftige Entwicklung dienen. Dabei ist jedoch nicht alleine die Rolle der Stadt Westerburg in ihrer eigenen Verbandsgemeinde zu prüfen, sondern ihre Bedeutung für die gesamte umgebende Region. Es gilt hier negative Einflüsse auf umliegende Versorgungsbereiche zu vermeiden und gleichzeitig Einflüsse umliegender Zentren auf Westerburg zu minimieren und somit den eigenen Standort zu stärken. Auch die Versorgungsfunktion der Ortsgemeinden Höhn und Langenhahn ist in diesem Zusammenhang zu prüfen und in Bezug auf die Nahversorgung der Bevölkerung zu sichern.

Um diese Anforderungen zu erfüllen werden im Folgenden die Lage der Stadt Westerburg in der Region und ihre Einflussnahme auf die umliegenden Gemeinden dargestellt. Auch die Nahversorgung durch andere Ortsgemeinden wird in diesem Zusammenhang erläutert. Dabei wird

berücksichtigt, dass sowohl die verkehrliche Infrastruktur in der Verbandsgemeinde als auch die eigene Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung Einfluss auf die Versorgung in der Region ausüben können. Neben diesen internen Faktoren werden auch die externen Faktoren in Form der Einflüsse umliegender Zentren anhand der gleichen Fragestellungen untersucht und für die Verbandsgemeinde Westerburg bewertet.

3.1 Einwohnerzahlen

Die Stadt Westerburg hat 5.691 Einwohner; ihre Größe beträgt 18,48 km². Die Verbandsgemeinde (VG) hat insgesamt 22.929 Einwohner und eine Fläche von 111,50 km².[14] Im Regionalen Raumordnungsplan Mittelrhein-Westerwald aus dem Jahr 2006 sowie im Landesentwicklungsprogramm (LEP IV) ist der Stadt Westerburg die Funktion eines kooperierenden Mittelzentrums zugewiesen, dessen Nahbereich mit dem Verbandsgemeindegebiet gleichgesetzt wird. Der Verflechtungsbereich ist in Kooperation mit Hachenburg zu versorgen.

3.2 Siedlungsstruktur und verkehrliche Anbindung

Die Stadt Westerburg ist Verwaltungssitz der Verbandsgemeinde (VG) Westerburg. Das Stadtgebiet besteht aus der Kernstadt sowie den Stadtteilen Gershasen, Wengenroth und Sainscheid. Der Verbandsgemeinde gehören die Orte Ailertchen, Bellingen, Berzhahn, Brandscheid, Enspel, Gemünden, Girkenroth, Guckheim, Härtlingen, Halbs, Hergenroth, Höhn, Kaden, Kölbingen, Langenhahn, Pottum, Rothenhain, Rothenbach, Stahlhofen am Wiesensee, Stockum-Püschen, Weltersburg, Willmenrod und Winnen an.

Der Bereich der Kernstadt Westerburgs stellt sich als relativ einheitliche Siedlungsfläche dar, die sich radial um die alte Anlage des Schlosses Westerburg erstreckt. Nicht direkt an die Kernstadt angebunden befinden sich die Ortsteile in etwa ein bis zwei Kilometern zum inneren Stadtgebiet. Geprägt wird das Stadtbild durch die auf einer Anhöhe liegende Westerburg, um die sich die Stadt nach und nach entwickelt hat.

Abbildung 4: Die Westerburg über der Stadt
(Quelle: freie Enzyklopädie Wikipedia)

Ebenfalls Stadtbildprägend ist die in einer Stahlbalkenkonstruktion errichtete und unter Denkmalschutz stehende Hülsbachtal-Eisenbahnbrücke, die sich östlich der Innenstadt über den

14 Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Stand 31.12.2009 & Einwohnerstatistik über: rlpDIREKT.de / ewois.de, Stand 31.12.2011

Taleinschnitt zieht. Zudem befindet sich in direktem Anschluss an das Stadtgebiet östlich gelegen die Wäller-Kaserne, ein Areal, das sich derzeit in der Konversion befindet. Die Stadtteile Gershasen, Wengenroth und Sainscheid sind eher dörflich geprägt.

Im Westerwaldkreis gelegen erstreckt sich das Verbandsgemeindegebiet über eine Höhenlage von 305 m ü.NN im Bereich Wilmenrod bis 508 m ü.NN in Höhn.

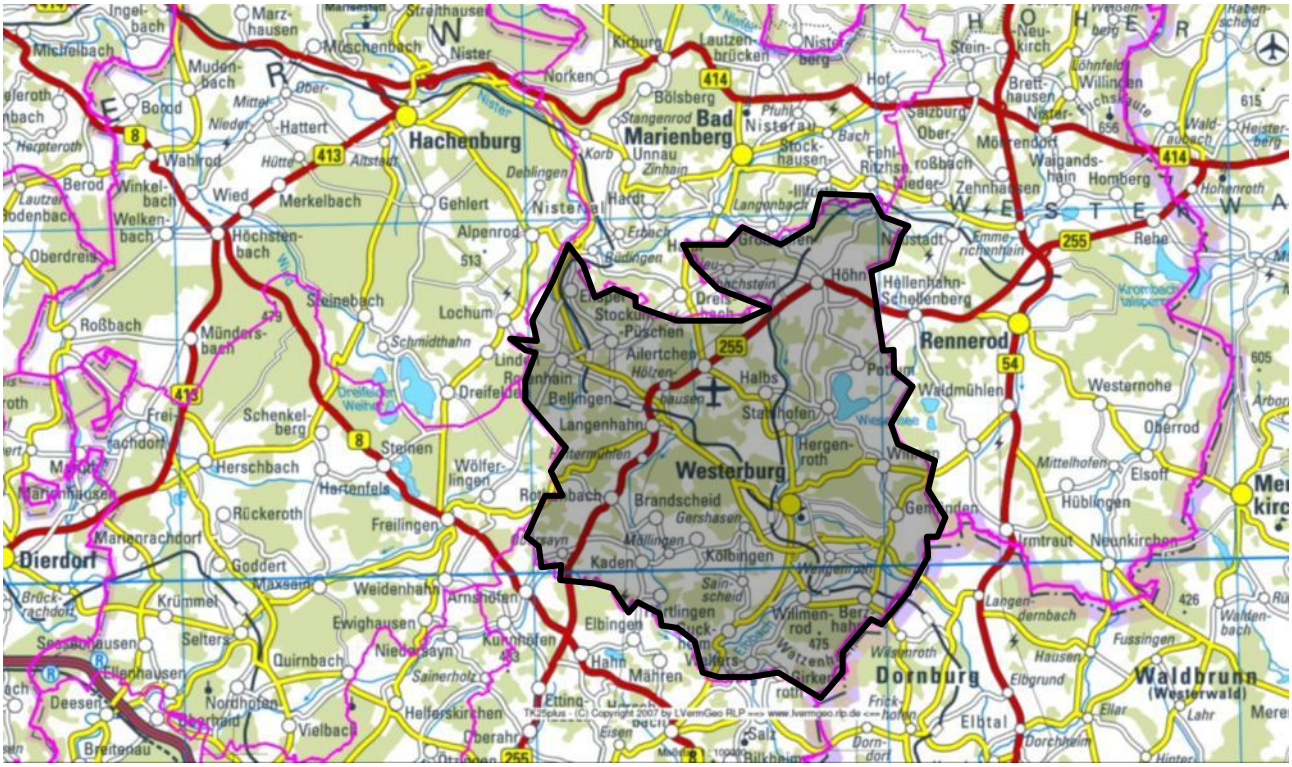


Abbildung 5: Lage und verkehrliche Anbindung der Stadt und der Verbandsgemeinde Westerburg
(Quelle: TK 25 | eigene Darstellung)

Die Entfernungen zum nächstgelegenen Ballungsraum Rhein-Main beträgt etwa 70 bis 80 km. Zum Raum Köln / Bonn liegt Westerburg etwa 90 bis 100 km entfernt.

Wichtigste Verkehrsadern für die Anbindung Westerburgs ist die B 255 als Zubringer zu der B 8 und der B 54 mit Anbindung an Limburg in südlicher Richtung sowie Anschluss an die Autobahn A 3 Köln-Frankfurt/Main. Über die Ostwesterwaldbahn ist Westerburg über Limburg auch an die Städte Köln, Koblenz, Frankfurt/Main und Wiesbaden angebunden.

3.3 Einzugsbereiche

Zur Ermittlung des Einzugsbereichs für den Einzelhandel eines Mittelzentrums muss beachtet werden, dass hier zwischen zwei unterschiedlichen Versorgungsaufträgen der Zentralen Orte unterschieden werden muss. So gibt es die Güter und Waren des kurzfristigen Bedarfs, welche durch Nahbereichsstandorte bereitgehalten werden sollen. Zudem gibt es die Güter und Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Diese sollen vorwiegend in den Mittel- und Oberzentren angeboten werden. Hieraus ergibt sich die Notwendigkeit nun den Versorgungsauftrag der Gemeinden in und um die Westerburg in die beiden Gruppen

- kurzfristiger Bedarf und
- langfristiger Bedarf

zu unterteilen. Die Versorgung im Nahbereich sollte dabei im Hinblick auf die Angebote in den Ortsgemeinden ohne zugewiesene Versorgungsfunktion Rücksicht nehmen und auch hier Angebote zulassen.

→ **Ermittlungsansatz 1 (Fahrtzeiten)**

Aufgrund der Lage der Stadt Westerburg ist es nötig für die Bestimmung des tatsächlichen Einzugsgebiets zunächst die Entfernungen in Kilometern und damit den tatsächlichen Aufwand zur Erreichung eines Versorgungsstandortes zu betrachten. Dabei sind die verkehrliche Anbindung der einzelnen Ortsgemeinden und das Verkehrsnetz in seinem derzeitigen Ausbauzustand zu berücksichtigen. So kann von einer pauschalen Annahme, der Einzugsbereich einer Versorgungsgemeinde kann mit dem Gebiet der Verbandsgemeinde übereinstimmend angenommen werden, lediglich für einige Gemeinden ohne verkehrliche Barrieren ausgegangen werden. Ob dies jedoch im vorliegenden Fall angenommen werden muss, ist Gegenstand dieser Einzugsbereichsermittlung. Dies gilt für die Versorgung mit Gütern und Waren des Mittel- bis langfristigen Bedarfs in besonderem Maße.

Zudem ist zu bedenken, dass der Mittelbereich aus den Städten Westerburg und Hachenburg besteht, die sich die mittelzentrale Funktion für den gemeinsamen Verflechtungsraum nach den Vorgaben des Kooperationsgebotes nach LEP IV teilen sollen. Dabei ist der gesamte Mittelbereich der beiden Städte nach der logischen Zuordnung und Fahrentfernung bereits berücksichtigt. Bei Zugrundelegung der Lage der Stadt Westerburg und ihrer Anbindung an das Umland ergibt sich auf der Basis des Einzugsbereichs nach PKW-Fahrminuten, gerechnet ab dem Stadtzentrum (Marktplatz), unter solitärer Betrachtung der Stadt und Ausblendung des Kooperationsgebotes folgendes Bild:

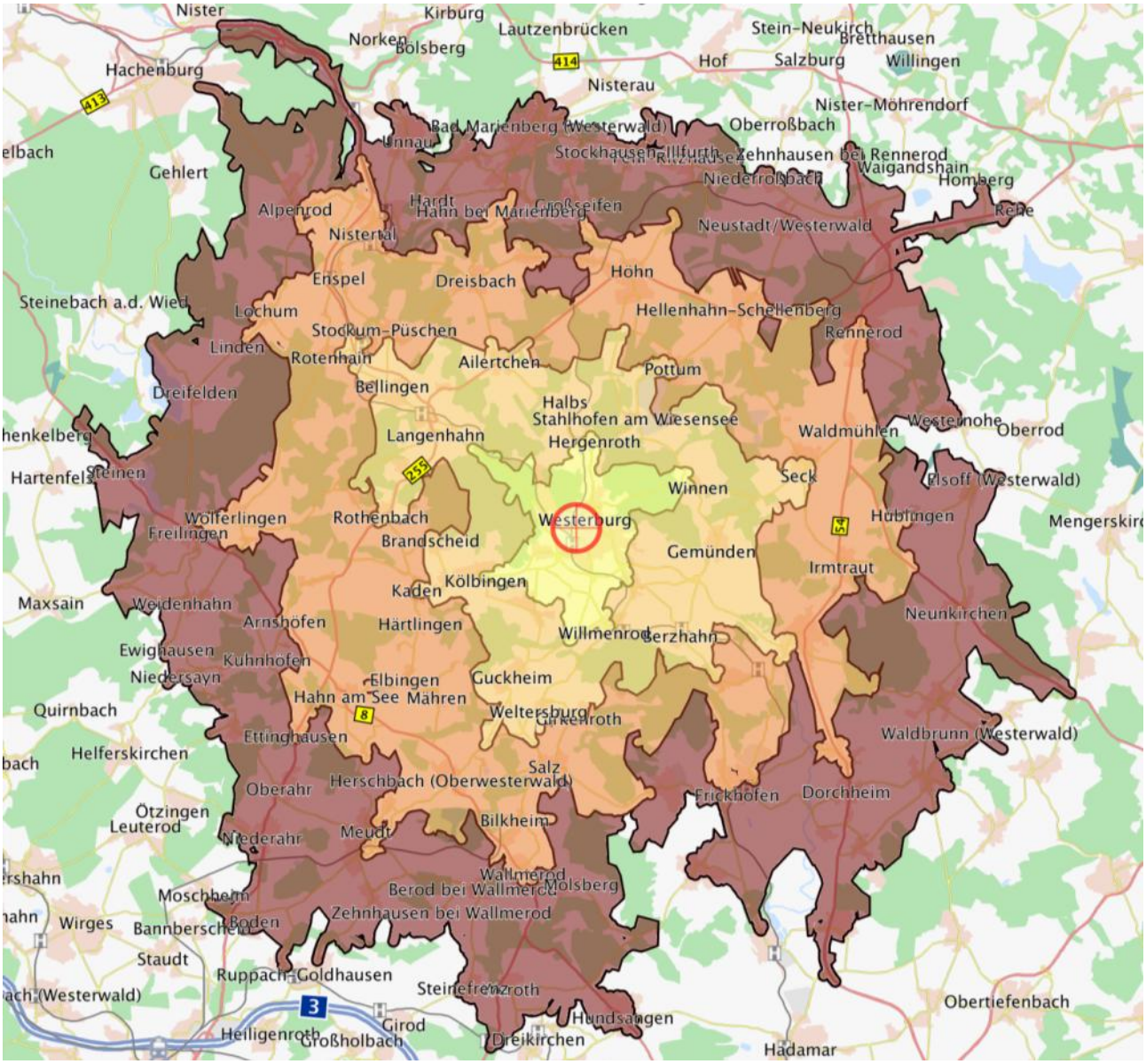
	5 min	10 min	15 min	20 min
Bevölkerung	4.880	16.520	38.507	74.012
Fläche in km^2	11,62	67,32	185,89	367,88
Bevölkerungsdicht (EW/km^2)	420,04	245,38	207,16	201,19

Tabelle 1: Bevölkerung im Einzugsbereich der Stadt Westerburg
(Quelle: inframation AG)

Im 5-Minuten-Bereich liegt danach in erster Linie die Stadt Westerburg selbst mit ihren Stadtteilen.

Im 10 bis 15-Minuten Fahrradius befindet sich darüber hinaus ein Großteil der Ortsgemeinden der Verbandsgemeinde Westerburg. Allerdings wird diese Grenze im 15-Minuten Radius bereits überschritten.

Der 20-Minuten-Radius erfasst bereits Ortsgemeinden, die nicht mehr in der Verbandsgemeinde liegen. Damit wird hier bereits der Mittelbereich berührt. Im südlichen Bereich wird auch ein Teil der nicht zugeordneten Gemeinden erfasst.



Legende: 5 min | 10 min | 15 min | 20 min

Abbildung 6: Potenzielle Einzugsbereiche der Stadt Westerburg in 5, 10, 15 und 20 Pkw-Fahrminuten
(Quelle: inframation AG)

Unter Berücksichtigung der Einkaufsaffinitäten der Einwohner und der Unterteilung der Warengruppen kurzfristiger Sortimente in ca. 10 min. Fahrtzeit und mittel- bis langfristiger Sortimente in ca. 20 min. Fahrtzeit Entfernung lässt sich die Einwohnerzahl im so ermittelten Einzugsbereich definieren. Dabei ist zu berücksichtigen, dass Überschneidungs- und Unterdeckungsbereiche anderer Zentren hier als Korrekturfaktor einzubringen sind.

Versucht man nun, aus den vorgenannten Zahlen einen realistischen Einzugsbereich des Mittelzentrums abzugrenzen, ist ein Bezug auf das eigene Verbandsgemeindegebiet (22.761 Einwohner) für Westerburg sicherlich ein unausgewogener Ansatz. Bereits im 15-Minuten-Fahrradius um die Stadt als eigentlichem Versorger der Verbandsgemeinde liegen Ortsgemeinden, die einer anderen Verbandsgemeinde angehören und somit zumindest dem Mittelbereich der Stadt gesondert zugerechnet werden müssten. Für die Nahversorgungsfunktion gilt dabei aber auch die Beachtung der eigenen Angebote der Ortsgemeinden selbst. Dies führt daher dazu, dass der

Einzugsbereich für die Nahversorgung anders zu beurteilen sein wird, als der Einzugsbereich für die mittel- bis langfristigen Waren.

Ausgehend von einer im Mittel 10-minütigen Entfernung zum nächstgelegenen Nahversorgungszentrum müsste für die Stadt Westerburg ein Einzugsbereich von 16.520 Personen angenommen werden. Die nun nicht abgedeckten Gemeinden werden der Fahrtzeit nach den umliegenden grundzentralen Orten zugeordnet, sofern der Raumordnungsplan hier Grundzentren ausweist. Dies entspricht etwa dem typischen Einkaufsverhalten bei der Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs. Abhängig vom Angebot sollen hier zumeist die Fahrtzeiten minimiert werden. Es müssten demnach Korrekturen vorgenommen werden, die die noch unversorgten Bereiche zwischen den Zentren berücksichtigen, was eine teilweise Hinzurechnung der Orte im 15-Minuten-Radius bedeutet.

Zur Ermittlung des mittelzentralen Bereichs kann die Fahrtzeitenuntersuchung nicht alleine als Begründung für den Einzugsbereich herangezogen werden. Hier sind ebenfalls die Berücksichtigung von Verwaltungsaufgaben und bestehenden Dienstleistungsangeboten zu sehen, welche die reine Einkaufsfunktion eines Standortes unterstützen oder schwächen können.

Zunächst rechnet man also für die Ermittlung des Mittelbereichs die Einwohner der Gemeinden in der sich aus der Fahrtzeitenuntersuchung ergebenden Entfernung hinzu und berücksichtigt dabei, die Überschneidungsbereiche mit den umliegenden Mittelzentren. Unterstellt man im Sinne einer konservativen Betrachtungsweise, dass die Einwohner in den Überschneidungsbereichen ihren mittelfristigen Bedarf nur zur Hälfte in Westerburg decken, so ist annäherungsweise zu ermitteln, welche Einwohner aus dem mittelzentralen Einzugsbereich dem Standort zuzurechnen wären.

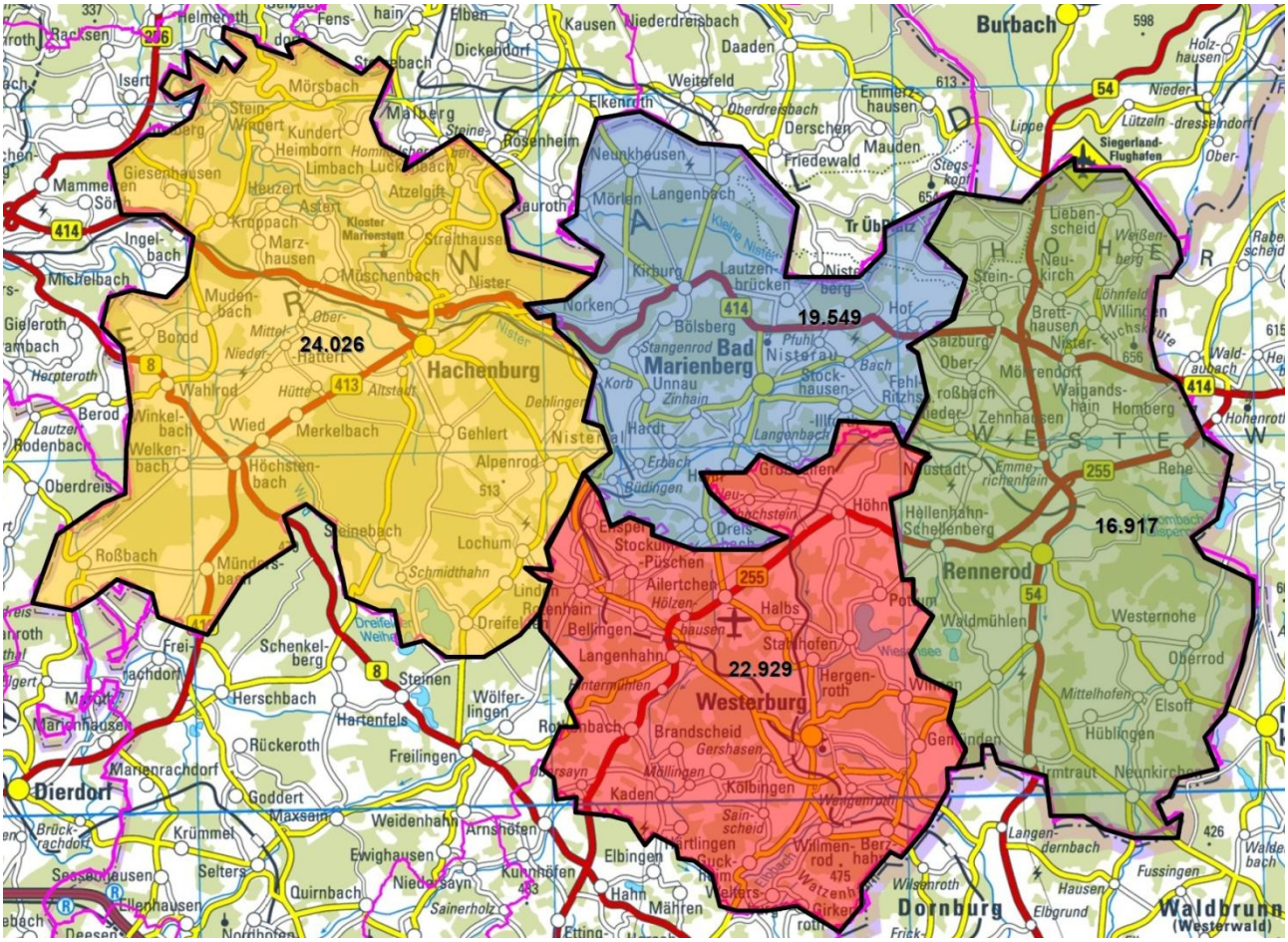
Betrachtet man die in der direkten Umgebung gelegenen Grund- und Mittelzentren, erscheint diese Vorgehensweise realistisch, denn die Ausstattung der Stadt, die Lage und andere Faktoren lassen darauf schließen, dass zumindest Teile der umliegenden Verbandsgemeinden dem Verflechtungsbereich der Stadt zuzurechnen sind. Korrekturen für abwandernde Käufer in umliegende Zentren, aufgrund der besseren verkehrlichen Anbindung, sollten allerdings ebenfalls berücksichtigt werden.

Nach dieser Herangehensweise ergibt sich für den Standort Westerburg für die Versorgung im **Nahbereich** ein Einzugsbereich von ca. **20.000 Einwohnern**. Für den **Mittelbereich** können Westerburg ca. **42.000 Einwohner** zugerechnet werden.

→ **Ermittlungsansatz 2 (administrative Zuordnung)**

Für das kooperierende Mittelzentrum Westerburg wird durch die Regionalplanung ein mit Hachenburg gemeinsam zu versorgender mittelzentraler Bereich vorgegeben. Dabei handelt es sich um die VG Westerburg selbst, die VG Hachenburg, die VG Rennerod und die VG Bad Marienberg. Es ist jedoch dabei zu beachten, dass der gemeinsame Mittelbereich von Westerburg und Hachenburg für die Versorgung mit Gütern des mittel- bis langfristigen Bedarfs nach einem angemessenen Verhältnis aufgeteilt werden soll. Hieraus ergibt sich in Anlehnung an die Einwohnerzahlen der beiden Mittelzentren selbst, die annähernd gleich sind, eine Aufteilung des gemeinsamen Verflechtungsbereichs im Verhältnis von 50 : 50.

Zur Nahbereichsversorgung ist zu berücksichtigen, dass die Ortsgemeinde Höhn mit einer Einwohnerzahl von über 3.000 jedoch ohne grundzentralen Status eine Versorgung nach den Vorgaben des Z 57 LEP IV wahrnehmen kann.



Legende:
- Nahbereich Westerburg
- Nahbereich Bad Marienberg
- Nahbereich Hachenburg
- Nahbereich Rennerod

Abbildung 7: Nahbereiche und Mittelbereich von Westerburg und Hachenburg (nach Vorgabe der Regional- und Landesplanung)
(Quelle: TK 25 | Raumordnungsplan 2006 | eigene Darstellung)

Nach dieser Herangehensweise ergibt sich für Westerburg für die Versorgung im **Nahbereich** ein Einzugsbereich von **22.929 Einwohnern**. Für den **Mittelbereich** können dem Standort **41.711 Einwohner** zugerechnet werden.

Im Folgenden werden die Einzugsbereiche nach Vorgabe des Raumordnungsplans und des LEP IV für die Erarbeitung des Konzeptes zugrunde gelegt.

4 ANGEBOTSSITUATION DES EINZELHANDELS

4.1 Allgemeine Angebotssituation

Zur Erstellung des vorliegenden Konzeptes wurde im Dezember 2010 im Verbandsgemeindegebiet eine detaillierte Bestandsaufnahme der Einzelhandelssituation durchgeführt. Hierbei wurde der gesamte Untersuchungsbereich durch eine Begehung aufgenommen. Darüber hinaus wurde aus einer Datenauswertung der Einzelhandelsbestand in der Umgebung der Verbandsgemeinde berücksichtigt. Die Daten wurden zum September 2011, Januar 2012 und März 2012 aktualisiert.

Das Konzept stützt sich auf eine Gliederung der angebotenen Waren in Sortimente und Warengruppen. Letztere sind in die folgenden Kategorien eingeteilt:

Warengruppen	
Nahrungs- und Genussmittel	Foto / Optik
Gesundheits- und Körperpflege	Schuhe / Lederwaren
Baumarktspezifische Waren	Informationstechnologie
Bekleidung	Sport / Camping
Einrichtungsbedarf	Glas / Porzellan / Keramik
Bücher / Schreibwaren	Uhren / Schmuck
Unterhaltungselektronik / elektronische Medien	Telekommunikation
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	Baby- / Kinderartikel
Spielwaren / Hobby	

Tabelle 2: Warengruppen als Grundlage für die Einzelhandelsuntersuchung
(Quelle: Gesellschaft für Konsumforschung GfK)

Die gewonnenen Daten wurden nach der Festlegung der Einzugsbereiche für dieses Konzept entsprechend angepasst und zur Bewertung der Einzelhandelssituation herangezogen. Im Folgenden wird daher unterschieden zwischen den Angeboten

- → im Nahbereich (dieser entspricht im wesentlichen dem Verbandsgemeindegebiet) und
- → in der weiteren Umgebung (restlicher Einzugsbereich wie zuvor beschrieben).

Des Weiteren unterscheidet die Konzeption zwischen den beiden typischen Bedarfsarten, nämlich den Angeboten zur Deckung

- → des kurzfristigen Bedarfs (für den Nahbereich) und
- → des mittel- bis langfristigen Bedarfs (für den Mittelbereich).

Die Warengruppen „Nahrungs- und Genussmittel“ sowie „Gesundheits- und Körperpflege“ sind dabei vollständig dem kurzfristigen Bedarf zuzurechnen. Hinzu kommen einige untergeordnete Einzelsortimente, wie etwa „Blumen“ und „Bücher / Zeitschriften“ aus anderen Warengruppen. Alle übrigen Sortimente gehören zum mittel- bis langfristigen Bedarf.

4.2 Struktur des Einzelhandelsangebotes

4.2.1 Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes im Nahbereich

Für den Nahbereich der Stadt Westerburg gilt die Versorgung mit Gütern des täglichen also kurzfristigen Bedarfs als maßgeblich. Die Sortimente des kurzfristigen Bedarfs verteilen sich über das gesamte Stadtgebiet. Die nachfolgende Übersicht zeigt das Angebot an Nahrungs- und Genussmitteln sowie Gesundheits- und Körperpflegeprodukten im Nahbereich sowie strukturprägenden Anbietern. Zumeist handelt es sich hierbei um Filialisten und größere Ladenlokale mit einer entsprechenden Bedeutung. Bäckereien, Metzgereien u.ä. kleinere Geschäfte wurden zwar erfasst, werden der Übersichtlichkeit der Darstellung wegen jedoch in der folgenden Karte nicht aufgeführt. Sie sind der detaillierten Bestandskartierung der Stadt Westerburg und der Ortsgemeinde Höhn zu entnehmen.

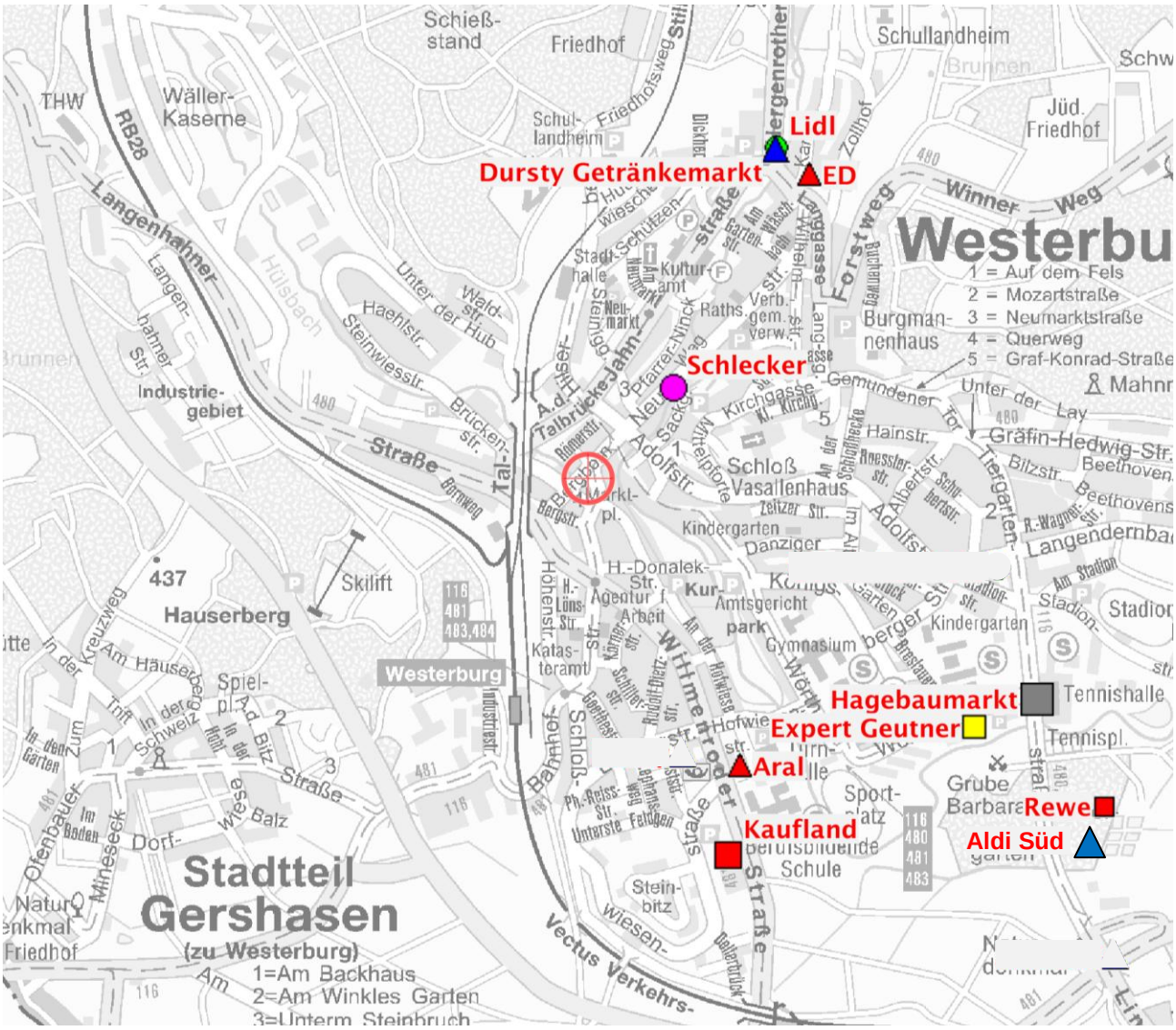


Abbildung 8: **Angebote mit strukturprägender Bedeutung im Stadtgebiet Westerburgs**
(Quelle: inframation AG)

Details zu den ermittelten Angeboten im Nahbereich sind den folgenden Tabellen zu entnehmen.

	Betreiber	Marktname	Adresse	VK-Fläche (m²) ca.
●	Schlecker	Schlecker	Neustr. 24	250
▲	BP/Aral	Aral	Willmenroder Str. 32	50
▲	Bund Freier Tankstellen	ED	Wilhelmstr. 30	25
●	Dursty	Dursty Getränkemarkt	Hergenrother Str. 2	600
▲	Lidl	Lidl	Hergenrother Str. 2b	940
■	Kaufland	Kaufland	Poststr. 7	3.200
■	Rewe West	Rewe	Günther-Koch-Str. 29	1.500
▲	Aldi Süd	Aldi Süd	Tiergartenstr. 29	800
	Zwischensumme			**7.365**

Tabelle 3: **Einzelhandelsangebot (Stadtgebiet, kurzfristiger Bedarf) mit Bedeutung für die Nahversorgung**
(Quelle: inframation AG)

Marktname	Adresse	VK-Fläche (m²) ca.
6 Bäckereien Lebensmittelhandwerk	Stadtgebiet Westerburg	200
2 Metzgereien Lebensmittelhandwerk	Stadtgebiet Westerburg	90
3 Apotheken	Stadtgebiet Westerburg	90
6 sonstige Angebote zur Nahversorgung	Stadtgebiet Westerburg	375
Zwischensumme		**755**

Tabelle 4: **Ergänzende nahversorgungsrelevante Einzelhandelsangebote im Stadtgebiet**
(Quelle: eigene Erhebung)

Eine genaue Abbildung zur Lage der jeweiligen Angebote im Stadtgebiet ist der Kartendarstellung aus der Bestandsaufnahme der Angebote in der Verbandsgemeinde Westerburg zu entnehmen.[15]

Ergänzend werden die vorhandenen Angebote im Nahbereich außerhalb des Stadtgebietes aufgezeigt.

15 Eine genaue Darstellung der ermittelten Einzelhandelsbetriebe aus der Bestandsaufnahme ist der Kartendarstellung im Maßstab 1:3.000 im Anhang zu entnehmen.

	Betreiber	Marktname	Adresse	VK-Fläche (m²) ca.
★	Giehl	Ihre Kette Wolf	Hauptstr. 31, Gemünden	65
▲	Esso	Esso	Hauptstr. 79, Kölbingen	50
★	Giehl	Ihre Kette Sturm	Rothenbacher Str. 20, Kaden	120
★	Giehl	Ihre Kette Hill	Hauptstr. 11, Guckheim	150
●	Sassenrath	Getränke Sassenrath	Industriestr. 2, Langenhahn	250
▲	BP/Aral	Aral	Koblenzer Str. 15, Langenhahn	50
●	Schlecker	Schlecker	Koblenzer Str. 7b, Langenhahn	180
▲	Norma	Norma	Koblenzer Str. 7a, Langenhahn	800
★	Giehl	Lebensmittel Plotz	Neustr. 8, Girkenroth	90
●	Dursty	Dursty Getränkemarkt	Einkaufspark 1, Höhn	450
■	Edeka Rhein-Ruhr	Edeka Osterkamp	Höhenweg 1, Höhn	1.000
▲	Norma	Norma	Rheinstr., Höhn	750
▲	BP/Aral	Aral	Am Großen Garten 7, Höhn	40
●		Bavaria Getränkeland	Hinterm Zaun 15, Höhn	25
★	Giehl	Ihre Kette Brast	Bahnhofstr. 2, Stockum-Püschen	160
	Zwischensumme			**4.180**

Tabelle 5: **Einzelhandelsangebot VG (kurzfristiger Bedarf) mit Bedeutung für die Nahversorgung**
(Quelle: inframation AG)

Marktname	Adresse	VK-Fläche (m²) ca.
8 Bäckereien Lebensmittelhandwerk	VG Westerburg ohne Stadtgebiet	275
5 Metzgereien Lebensmittelhandwerk	VG Westerburg ohne Stadtgebiet	180
1 Apotheke	VG Westerburg ohne Stadtgebiet	50
3 sonstige Angebote zur Nahversorgung	VG Westerburg ohne Stadtgebiet	125
Zwischensumme		**630**

Tabelle 6: **Nahversorgungsrelevante Einzelhandelsangebote im VG-Gebiet**
(Quelle: eigene Erhebung)

Zusammenfassend ergibt sich aus den vorangestellten Daten eine Verkaufsfläche für Waren des kurzfristigen Bedarfs im gesamten Nahbereich von **12.930 m²**.

4.2.2 Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes im Mittelbereich

Die für den Mittelbereich der Stadt Westerburg zu berücksichtigenden Angebote des mittel- bis langfristigen Bedarfs verteilen sich über das gesamte Verbandsgemeindegebiet. Ein Großteil wird jedoch im Stadtgebiet Westerburg vorgehalten. Die betreffenden Sortimente wurden ergänzend zu den bereits genannten Waren des kurzfristigen Bedarfs erfasst. In diesem Fall wird die Relevanz für den gesamten mittleren Einzugsbereich angesetzt, da die Angebote des mittel- bis langfristigen Bedarfs, dem mittelzentralen Status der Stadt entsprechend, den gesamten Mittelbereich abdecken sollen. Bei der Kartierung wurden Filialisten und inhabergeführte Ladenlokale gleichermaßen berücksichtigt.

Für die Angebote in den übrigen Gemeinden des Mittelbereiches, die nicht in der Verbandsgemeinde Westerburg liegen, wurde keine detaillierte Bestandsaufnahme durchgeführt. Es wird davon ausgegangen, dass die Deckung des Bedarfs im anteiligen mittelzentralen Einzugsbereich von der Stadt Westerburg übernommen werden soll. Angebote in kleineren Gemeinden, beispielsweise Grundzentren, werden als nicht relevant für den gesamten Mittelbereich sondern lediglich für den unmittelbaren Standort angenommen. Auswirkungen von diesen Standorten auf das Mittelzentrum werden zunächst ausgeschlossen. Dennoch wird der Bestand im Umfeld im weiteren Verlauf des Konzeptes berücksichtigt; ermittelte Potenziale werden im Anschluss überprüft und falls notwendig gutachterlich korrigiert.

Warengruppen	Verkaufsfläche in m² im Stadtgebiet	Verkaufsfläche in m² im VG-Gebiet
Baumarktspezifische Waren	7.850	755
Bekleidung	4.235	70
Einrichtungsbedarf	6.130	700
Bücher / Schreibwaren	380	150
Unterhaltungselektronik / elektronische Medien	650	0
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	640	0
Spielwaren / Hobby	480	20
Foto / Optik	455	40
Schuhe / Lederwaren	1.195	50
Informationstechnologie	140	0
Sport / Camping	3.000	0
Glas / Porzellan / Keramik	955	0
Uhren / Schmuck	145	0
Telekommunikation	20	0
Baby- / Kinderartikel	70	0
Zwischensumme	**26.345**	**1.880**
Summe	**28.130**	

Tabelle 7: **Verkaufsflächen mittelbereichsrelevanter Angebote im Stadt- und VG-Gebiet Westerburg** (Quelle: eigene Erhebung)

Zusammenfassend ergibt sich aus den vorangestellten Daten eine Verkaufsfläche für Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs in der Verbandsgemeinde Westerburg mit Bedeutung für den gesamten anteiligen mittelzentralen Einzugsbereich von **28.130 m²**.

4.2.3 Einzelhandelsangebote in unmittelbarer räumlichen Nachbarschaft

Neben den Angeboten in der Verbandsgemeinde Westerburg sind natürlich auch Angebote in den umliegenden Gemeinden von Bedeutung, die aber nicht über einen entsprechenden Versorgungsauftrag verfügen. Diese Gemeinden können sich entsprechend der regionalplanerischen Zuweisung selbst versorgen, was allerdings in erster Linie auf die Nahversorgung zutrifft.

Es wird daher ein Überblick über die umliegende Versorgungsstruktur aufgezeigt. Dabei handelt es sich um strukturprägende Betriebe, die eine tatsächliche Versorgungsfunktion für den jeweiligen Einzugsbereich erfüllen. Grafisch aufbereitet ergibt sich die folgende Darstellung der Versorgungsstandorte rund um die Verbandsgemeinde Westerburg.

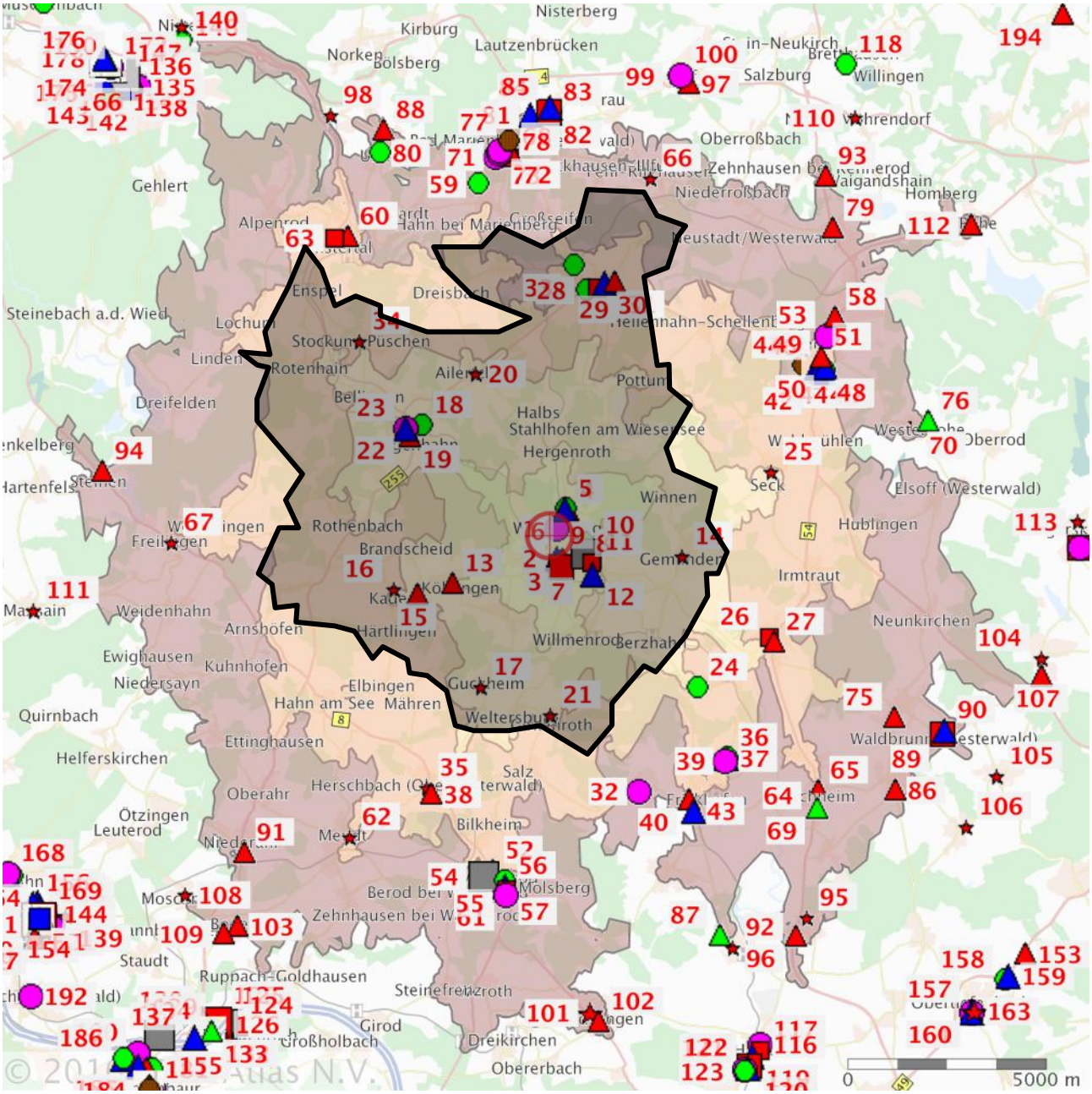


Abbildung 9: Strukturprägende Einzelhandelsangebote im Umfeld der Verbandsgemeinde Westerburg
(Quelle: inframation AG | eigene Darstellung)

Klar erkennbar sind dabei die umliegenden zentralen Orte Hachenburg (als kooperierendes Mittelzentrum), Rennerod, Bad Marienberg, Walmerod, Wirges / Dernbach und Montabaur.

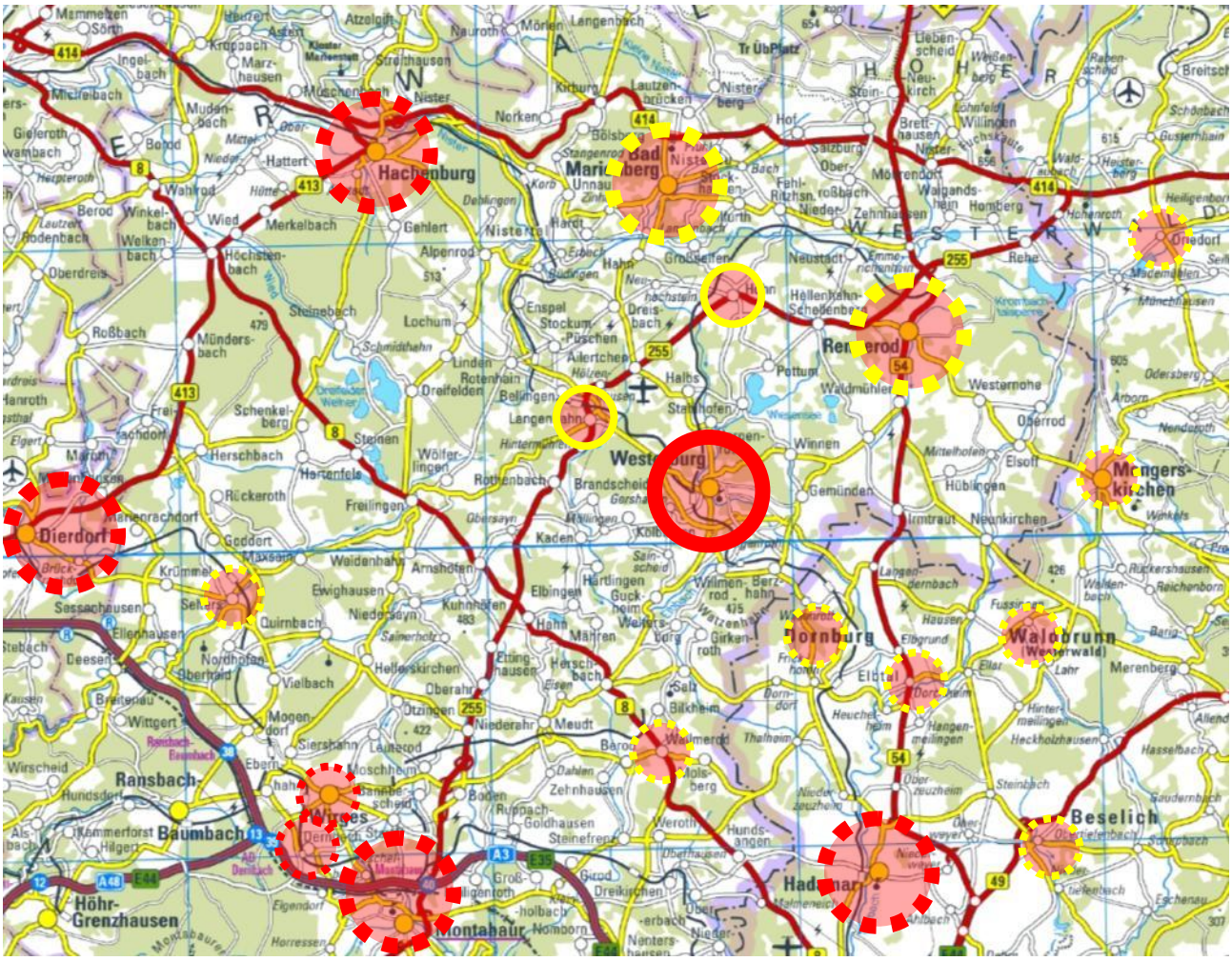
4.2.4 Haupt- und Nebenzentren

Zur Beurteilung der Versorgungssituation im und um den direkten Einzugsbereich Westerburgs werden nachfolgend Versorgungsstandorte als Hauptzentren und Nebenzentren dargestellt und gesondert betrachtet. Diese setzten sich typischerweise aus einer Häufung verschiedener Einzelhandelsbetriebe zusammen.

Hauptzentren sind die augenscheinlich großen Agglomerationen von Einzelhandelsbetrieben, die neben dem räumlichen auch einen funktionalen Zusammenhang erkennen lassen.

Nebenzentren sind dagegen eher von speziellen, kleineren Agglomerationen geprägt. Hier sind spezifische spezialisierte Angebote meist in Ergänzung zu den Angeboten des kurzfristigen Bedarfs angesiedelt. Maßgeblich für eine solche Situation ist das Vorhandensein eines Magnetbetriebs. Dies kann ein Discounter oder Vollsortimenter, in Einzelfällen jedoch auch ein großes Fachgeschäft, sein.

Die Einteilung des bestehenden Einzelhandels in die genannten Bereiche erfolgt in Form einer überschlägigen Betrachtung des gesamten Einzugsbereichs mit umgebenden Standorten sowie einer detaillierteren Darstellung auf Ebene der Stadt Westerburg.



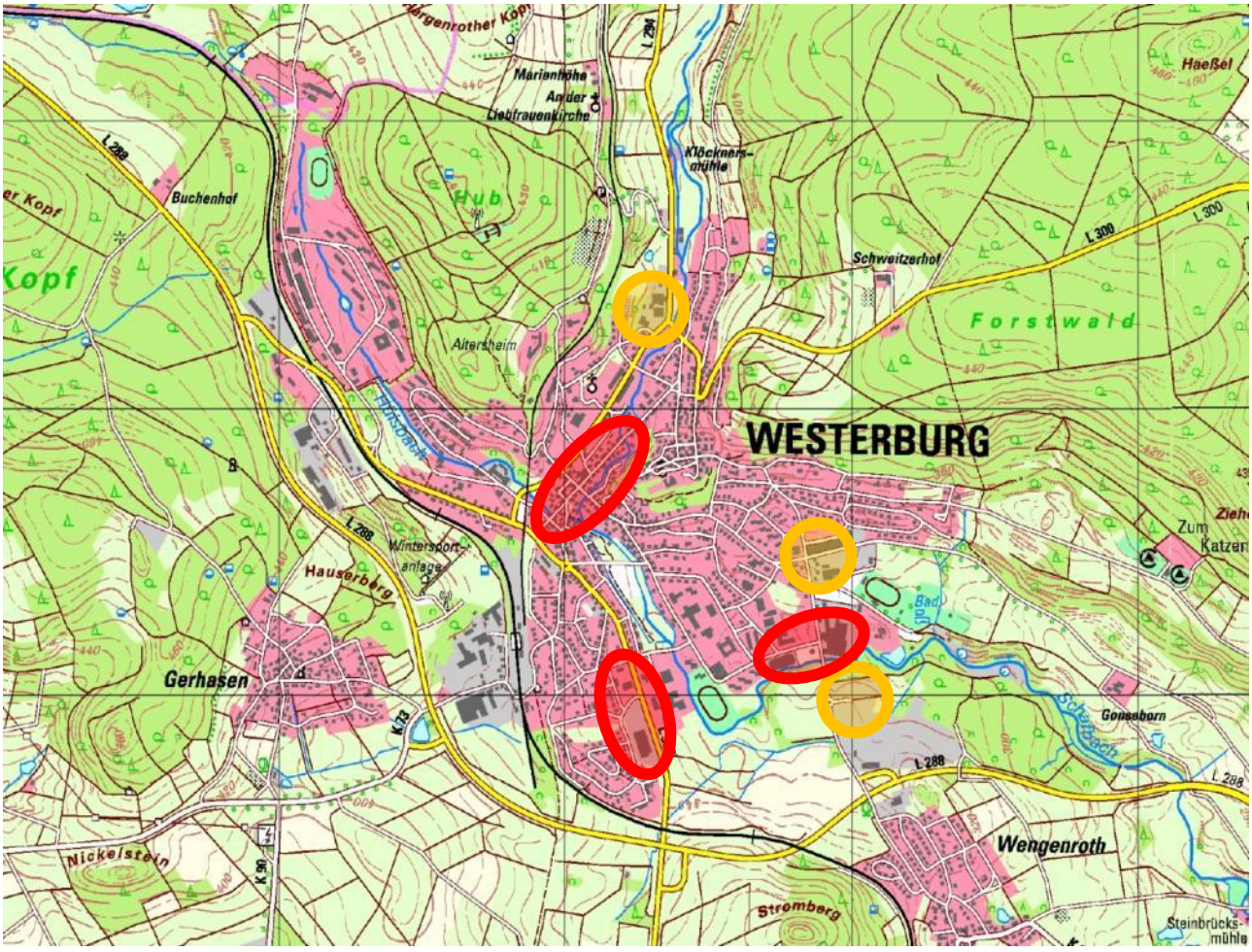
Legende: Haupt- und Nebenzentren innerhalb des Einzugsbereichs
Haupt- und Nebenzentren außerhalb des Einzugsbereichs

Abbildung 10: Zentrale Geschäftsstandorte großräumig
(Quelle: TK 25 | eigene Darstellung)

In der großräumigen Betrachtung nimmt Westerburg eine wichtige Funktion als mittelzentraler Versorgungsstandort ein. Mit über 20 Minuten Fahrentfernung zu den nächsten Mittelzentren Hachenburg, Montabaur und Hadamar besitzt die Stadt - bezogen auf die Sortimente des mittelfristigen Bedarfs - eine wichtige Bedeutung für das direkte Umland. Die näher gelegenen Versorgungsstandorte decken in erster Linie den Bedarf an kurzfristigen Sortimenten ab. Konkurrenzsituationen entstehen erst ab einer Entfernung von etwa 10 bis 15 Fahrminuten in eher

westlicher und südlicher Richtung. In östlicher Richtung ist in einer Entfernung von etwa 20 Minuten keine gleichrangige Konkurrenz auszumachen. Hier befinden sich auch nach der Zuordnung des Regionalplans Mittelhessen lediglich Unter- und Kleinzentren, die vorranging die Versorgung des täglichen Bedarfs übernehmen.

Innerhalb des Westerburger Stadtgebietes selbst haben sich ebenfalls Standorte mit unterschiedlicher Bedeutung entwickelt, die wiederum in Haupt- und Nebenzentren unterschieden werden.



Legende: Haupt- und Nebenzentren im Stadtgebiet

Abbildung 11: Zentrale Geschäftsstandorte im Stadtgebiet Westerburgs
(Quelle: TK 25 | eigene Darstellung)

Zu den Hauptzentren der Stadt Westerburg zählt in erster Linie die Innenstadt entlang der Bahnhofstraße / Neustraße. Hier befinden sich viele kleinteilige Angebote. Des Weiteren sind zwei Hauptzentren am bestehenden Kaufland-Standort an der Wilmenroder Straße sowie an der Günther-Koch-Straße auszumachen. Hier befinden sich flächenintensivere Nutzungen, die eine hohe Kundenfrequenz haben.

Als Nebenzentren können die Nahversorgungsangebote an der Tiergartenstraße sowie der Hergenrother Straße identifiziert werden. Zudem befindet sich eine Ansiedlung an der Adolfstraße / Langendernbacher Straße. Hier sind mittel- bis langfristige Angebote zu finden, deren Kundenfrequenz nicht so hoch, wie in den Hauptzentren.

4.2.5 Nahversorgung der Bevölkerung

Die Nahversorgungsfunktion einzelner Standorte mit Sortimentsangeboten aus den Warengruppen „Nahrungs- und Genussmittel“ sowie „Gesundheits- und Körperpflege“ wird u.a. durch die direkte (teils fußläufige) Anbindung an ihren Einzugsbereich charakterisiert, während Angebote zur Deckung des mittel- bis langfristigen Bedarfs idealerweise in Form eines kombinierten Einkaufs nachgefragt werden und daher eine zentrale Lage benötigen. Die Nahversorgungsstandorte sind hingegen nicht auf eine zentrale Lage angewiesen. Sie sollten aber an Stellen im Stadtgebiet angesiedelt sein, die eine unmittelbare Versorgungsfunktion für Wohnquartiere in der Umgebung ausmachen.

Legende: Vollsortimenter Lebensmittel-Discounter

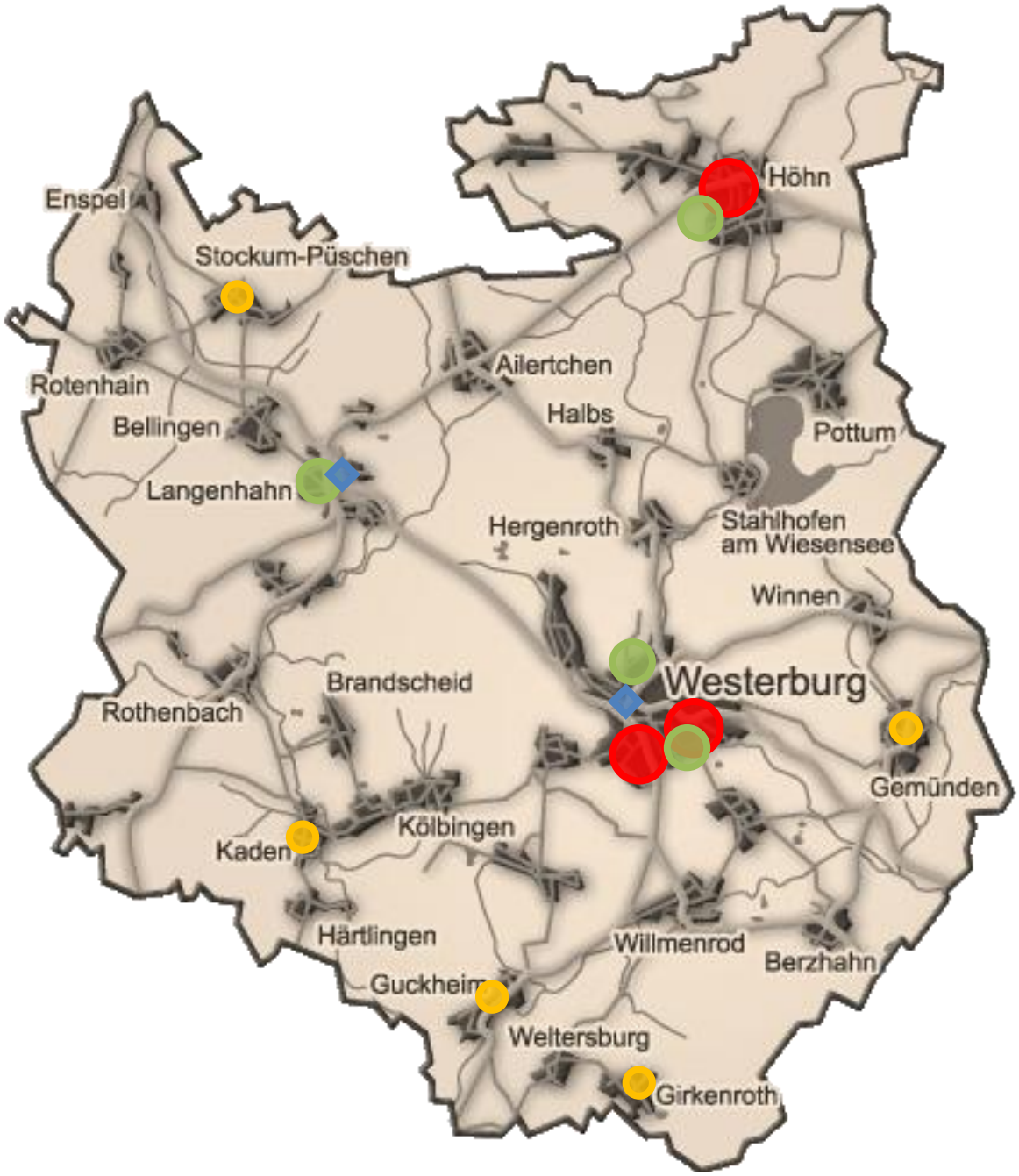
Abbildung 12: Nahversorgungssituation im Stadtgebiet Westerburgs
(Quelle: Liegenschaftskarte | eigene Darstellung)

Die aus obiger Darstellung ablesbare Versorgungssituation der Bevölkerung im Stadtgebiet Westerburgs zeigt, dass einige Wohnstandorte im Stadtgebiet nicht innerhalb der dargestellten 500 m-Radien der Versorger liegen und somit nicht fußläufig nahversorgt werden. Hingegen sind einige Angebote in Bereichen angesiedelt, von denen aus sie nur eine eingeschränkte Nahversorgung für Wohnbevölkerung wahrnehmen; z.B. die Versorger in der Tiergartenstraße.

Die Versorgung der Innenstadt mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs ist derzeit nicht sichergestellt. Ein dort bis Anfang 2012 ansässiger Betrieb konnte den Bedarf nur mäßig decken und auf Grund

seines beschränkten Angebotes dem Versorgungsauftrag nur bedingt gerecht werden. In der Innenstadt gibt es einige ansässige Bäcker, Metzger und den Bioladen in der Bahnhofstraße.

Bezüglich der Nahversorgung in der gesamten Verbandsgemeinde lässt sich anhand der erhobenen Bestandsbetriebe die Versorgungssituation für die einzelnen Ortsgemeinden folgendermaßen abbilden:



Legende: Vollsortimenter | kleiner Lebensmittelladen | Lebensmittel-Discounter | Drogeriemärkte

Abbildung 13: Nahversorgungssituation im Verbandsgemeindegebiet Westerburg
(Quelle: Abbildung der Ortsgemeinden in der VG Westerburg | eigene Darstellung)

Aus der Struktur wird deutlich, dass die VG Westerburg prinzipiell über eine ausreichende Nahversorgung verfügt. Allerdings können die einzelnen kleineren Lebensmittelgeschäfte nicht alle Kundenwünsche befriedigen, so dass vielfach ein Einkauf in Westerburg oder im nördlichen VG-Gebiet in Höhn oder Langenhahn unumgänglich ist. Eine Ergänzung des örtlichen Angebotes

erfolgt zwar teilweise über sogenannte „Rollende Märkte“, jedoch ist auch hierdurch der Bedarf der Bevölkerung nach einer schnellen und umfassenden Nahversorgung nicht gedeckt.

Im Zuge der weiteren Gemeindeentwicklung wird empfohlen, die bestehenden kleineren Läden nach Kräften zu unterstützen und die Attraktivität dieser Standorte für die Kunden in der direkten Umgebung zu erhöhen. Einen ersten Ansatz bietet das Konzept der „Backesdörfer“, einem Projekt, welches die Bewohner der kleineren Gemeinden wieder näher zusammen bringen soll, um diese somit im Rahmen eines „Wir-Gefühls“ für die Nahversorgungsbedürfnisse im ländlichen Raum zu sensibilisieren. Hierbei stehen vor allem die älteren Menschen in den Dörfern im Fokus der Aktion, die im Zuge der Zentralisierung des Handels von der Versorgung immer mehr abgeschnitten werden. Die Backesdörfer organisieren Märkte mit regionalen Produkten und schaffen somit ein attraktives Angebot für ältere aber auch für jüngere Dorfbewohner und können damit punktuell die Versorgung in den Dörfern aufrecht erhalten. Bislang nehmen nur wenige Gemeinden aus der VG Westerburg an dem Projekt teil. Eine Ausdehnung auf das VG-Gebiet ist nach den bislang einsehbaren Erfahrungsberichten der Teilnehmerdörfer aus konzeptioneller und planerischer Sicht empfehlenswert.

4.3 Fazit der Angebotsanalyse

Auf Grund der vorliegenden Daten kann derzeit davon ausgegangen werden, dass in der Stadt Westerburg - bis auf wenige Ausnahmen - alle wesentlichen Sortimente vorhanden sind und im Einzugsbereich des kooperierenden Mittelzentrums eine eingeschränkte, jedoch ausreichende Versorgung gegeben ist.

Insgesamt kann festgehalten werden, dass die vorhandenen Angebote Lücken in nahezu sämtlichen Warengruppen aufweisen. Zu berücksichtigen ist, dass vereinzelt Angebotslücken über Aktionswaren und Sonderangebote einzelner Händler sowie der Discounter abgedeckt werden können. Dabei kann aber nicht von einer flächendeckenden Versorgung ausgegangen werden.

Bei den Fachsortimenten fällt im Einzugsbereich des kooperierenden Mittelzentrums auf, dass prinzipiell Angebote aus allen Warengruppen vorhanden sind. Klar ist aber, dass insbesondere qualitative Lücken bestehen, die nur durch einen spezialisierten Fachmarkt (z.B. im Bereich der Baby- und Kinderartikel) oder durch ein inhabergeführtes Fachgeschäft (z.B. im Bereich Bücher / Schreibwaren) zu decken wären, da entsprechende Sortimente in einem Discounter oder Vollsortimenter zwangsläufig nur in geringer Breite und Tiefe angeboten werden könnten. Insofern ist hier derzeit ein erkennbarer Kaufkraftabfluss, insbesondere in die umliegenden Mittel- und Oberzentren, die Folge. Dabei wird auch die Kombination von verschiedenen Bedürfnissen der Bevölkerung eine Rolle spielen. So ist ein Einkauf in einem anderen Mittel- oder Oberzentrum mit Freizeitbeschäftigungen und Shopping-Erlebnis in Verbindung zu bringen. Derartige Synergie-Effekte lassen sich regelmäßig beobachten. Diesen Wanderungen von Kaufkraft an Tages-ausflugsziele lässt sich nur schwer entgegenwirken. Zudem ist der stetig wachsende Internethandel zu berücksichtigen, der es den Händlern vor Ort zunehmend schwerer macht konkurrenzfähige Angebote vorzuhalten und sich dem Preiskampf zu stellen.

5 STÄDTEBAULICHE SITUATION DES EINZELHANDELS

Die städtebaulichen Rahmenbedingungen für die Einzelhandelssteuerung und -entwicklung betreffen im vorliegenden Fall vorrangig die eigentliche Stadt Westerburg als zentralen Ort und Mittelzentrum, dem die Versorgung der Verbandgemeinde vorrangig zugeschrieben wird. Aber auch die sonstigen Ortsgemeinden der Verbandsgemeinde werden auf ihre Entwicklungsmöglichkeiten hin ebenfalls untersucht.

Zu den städtebaulichen Rahmenbedingungen, welche die gesamte Stadt betreffen, müssen neben den gültigen Bauleitplänen (Flächennutzungsplan und Bebauungsplänen) auch aktuelle Konzepte und Beschlüsse des Rates sowie sich in der Aufstellung befindliche Planungen und Konzepte gezählt werden. Die topografischen und natürlichen Entwicklungsvorgaben- und -grenzen sollen hier ebenfalls berücksichtigt werden.

In der Stadt Westerburg wird die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung zunehmend Teil der politischen Landschaft. Daher soll durch dieses Konzept auch das Ziel verfolgt werden, die Entwicklung im Detail zu untersuchen und Spielräume in rechnerischer sowie städtebaulicher Sicht zu erfassen.

5.1 Städtebauliche Rahmenbedingungen der Gesamtstadt

5.1.1 Allgemeines

Wichtige städtebauliche Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung können aus der topografischen Lage der Stadt hergeleitet werden. Das Stadtgebiet Westerburgs ist topografisch stark bewegt, was daher auch die Stadtentwicklung maßgeblich einschränkt. Neu zu erschließende Flächen entwickeln sich meist an den für die vorgesehene Nutzung verkehrsgünstig gelegenen Standorten. So muss für zukünftige größere Ansiedlungen nach geeigneten Flächen im Stadtgebiet gesucht werden, die aber auch dem Integrationsgebot des Einzelhandels nachkommen.

Insgesamt ist die Stadt Westerburg von der in Mitten des Stadtgebietes auf einer Erhöhung gelegenen Westerburg geprägt. Diese Vorgabe lässt eine Entwicklung der Stadt nur in den Bereichen zu, die sich ringförmig um diesen markanten Punkt befinden. In der Vergangenheit hat sich die Stadt daher entlang der Verkehrsachsen entwickelt, die sich im Westen der Westerburg schneiden. An den Enden dieser Achsen befinden sich verkehrsgünstig gelegene Stellen für größere Ansiedlungen, zu denen auch die Einzelhandelsbetriebe gehören. Es gilt daher für die weitere Entwicklung passsende Grundstücke zu finden, für die die verkehrliche Erschließung gesichert und eine gewisse Nähe zur Innenstadt gegeben sein sollte.

Weiterhin prägend für Westerburg ist die im Westen der Stadt gelegene Wäller-Kaserne. Sie bindet unmittelbar an den Siedlungskörper an und bietet ausreichend Potenzial für eine geordnete städtebauliche Entwicklung. Auch hier laufen derzeit Planungsüberlegungen der Stadt Westerburg. Für Einzelhandel scheint das Areal allerdings nicht geeignet zu sein, da hierdurch ein weiterer Standort im Stadtgebiet geschaffen würde, der eine Zersiedlung des Stadtgebietes und des Einzelhandels zur Folge hätte.

Nachfolgend werden die einzelnen Geschäftslagen näher beschrieben.

5.1.2 Verteilung der Einzelhandelsangebote

Als Grundlage für die Abgrenzung der Versorgungsbereiche dient die Darstellung der aktuellen Standorte des lokalen Einzelhandels. Dabei kann unterschieden werden in verschiedene Kategorien von Angebotsclustern, so wie sie vom Verbraucher vor Ort wahrgenommen werden können.

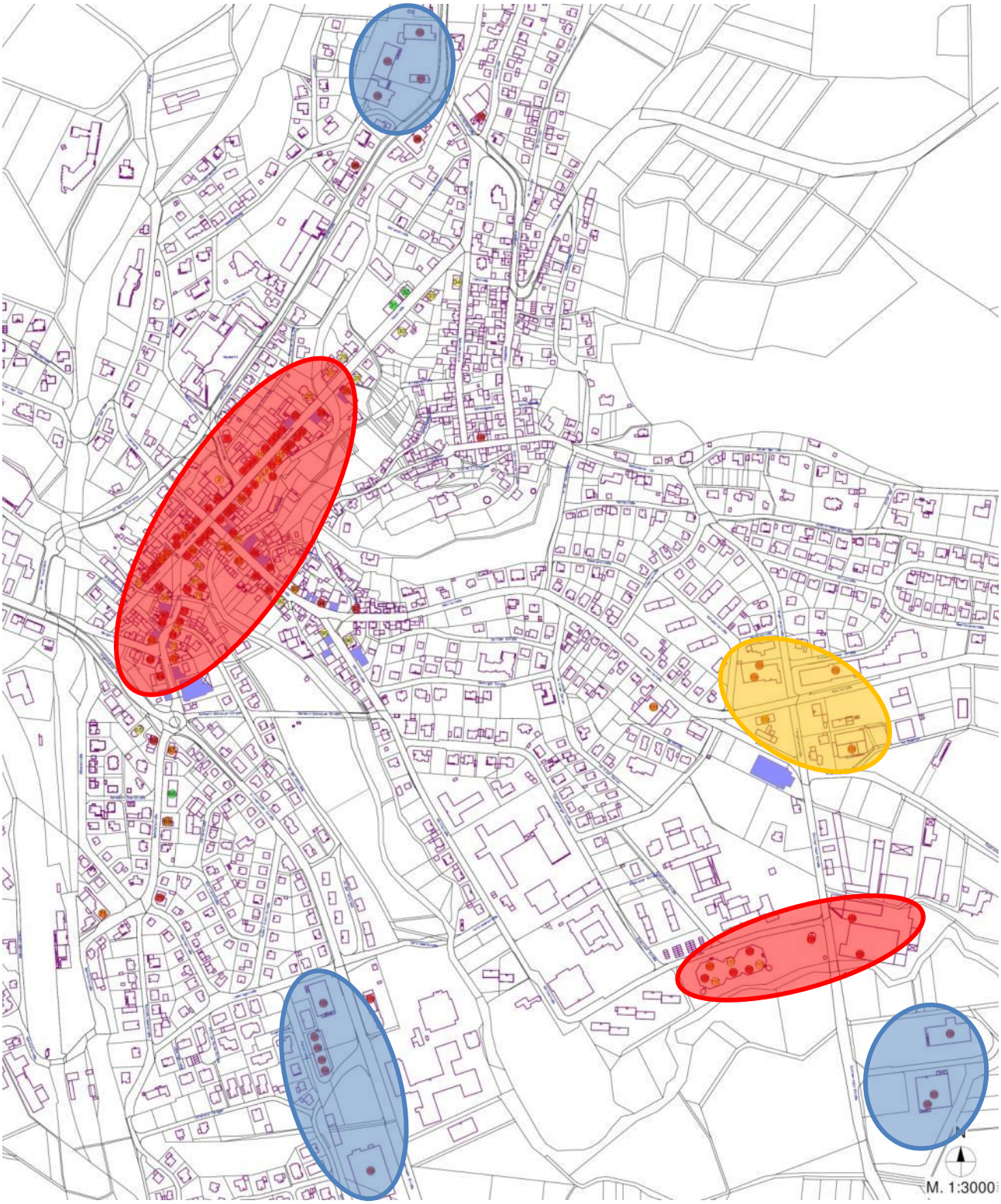


Abbildung 14: Geschäftsbereiche Westerburgs
(Quelle: Liegenschaftskarte | Kartierung Bestandsaufnahme | eigene Darstellung)

In den rot gekennzeichneten Bereichen sind die **Hauptgeschäftsbereiche** der Stadt Westerburg auszumachen. Dabei handelt es sich um die Innenstadt (Zentrum) mit den kleinteiligen Strukturen von Fachgeschäften und einer hohen Durchmischung mit Dienstleistern, Banken und Verwaltungseinrichtungen. Hier sind jedoch auch gleichzeitig einige Leerstände zu verzeichnen, die in kleineren Teilbereichen das Straßenbild prägen. Als weiterer Hauptgeschäftsbereich kann die Agglomeration von Fachgeschäften an der Günther-Koch-Straße angesehen werden. Die dort angebotenen Sortimente sind zu großen Teilen zentrenrelevant und erschließen auf Grund der guten Angebotstiefe einen großen Einzugsbereich von Kunden.

Nördlich des Hauptgeschäftsbereichs Günther-Koch-Straße ist der einzige gelb gekennzeichnete **zersiedelte Geschäftsbereich** vorzufinden. Hier sind einige nicht integrierte Angebote vorhanden, die zwar nicht vordergründig zentrenrelevant sind, jedoch auch städtebauliche nicht günstig angebunden sind und über eine eher geringe Kundenfrequenz verfügen. Im Bereich der Innenstadt kann die Adolfstraße in ihrem Verlauf in östlicher Richtung ebenfalls als zersiedelt beschrieben werden. Hier werden die Angebote flächig weiter auseinandergezogen. Dadurch ist eine zusammenhängende Zentrenstruktur nicht unmittelbar erkennbar. Selbiges gilt auch für den südlichen Verlauf der Bahnhofstraße und den nördlichen Verlauf der Neustraße.

Die ermittelten **Nahversorgungsstandorte** befinden sich am Rand der Siedlungsbereiche und sind generell verkehrlich gut angebunden. Als wichtigster dieser Bereiche ist das Areal Kaufland / Penny an der Willmenroder Straße / Poststraße zu bezeichnen. Die zusätzlichen Angebote der Fachmarkt-Filialisten lässt auf eine gute Kombinierbarkeit von Einkaufsbedürfnissen auf kleiner und zusammenhängender Fläche schließen. Der Bereich kommt daher einem Hauptgeschäftsbereich sehr nahe. Als weiterer Standort ist der Lidl-Markt mit umgebenden Nutzungen an der Hergenrother Straße zu nennen. Hier wird das Angebot der Nahversorgung nur ansatzweise mit innerstädtischen Waren ergänzt. Der dritte Nahversorgungsstandort ist der Bereich Aldi / Rewe in der Günther-Koch-Straße. Hier befinden sich ausschließlich Angebote der Nahversorgung.

5.2 Städtebauliche Situation in den Hauptgeschäftsbereichen

Anhand der zuvor ermittelten und beschriebenen Hauptgeschäftsbereiche lässt sich untersuchen, wie die Entwicklungsmöglichkeiten bauplanungsrechtlich geschaffen sind, um die Bereiche entweder auszubauen oder die Entwicklung beim aktuellen Stand zu festigen. Letztes führt dann zu der Suche nach neuen passenden Standorten.

Eine Fußgängerzone bietet als potentielle Hauptgeschäftsstraße einer Stadt regelmäßig ein breit gefächertes und vielfältiges Angebot an Ladenlokalen unterschiedlichster Größen, so dass sich hier i.d.R. Agglomerationen ganz unterschiedlicher Betriebe, meist ergänzt durch Banken, Dienstleister, gastronomische Angebote, öffentliche Einrichtungen u.ä., befinden.

Die Stadt Westerburg verfügt zwar nicht über eine Fußgängerzone, jedoch lässt sich die Neustraße auf Grund ihrer Gestaltung als eine Art „Fußgänger-Vorrangbereich“ definieren. Diese Zone mit dem typischen Fußgängerzonenangebot befindet sich im Innenstadtbereich Westerburgs. Für die Ansiedlung größerer Projekte bietet die Innenstadt selbst aber kaum Möglichkeiten. Hier kann derzeit lediglich auf das Grundstück im Bereich des ehemaligen Kaufhauses Schwinn in der Bahnhofstraße zurückgegriffen werden, welches gerade noch den Hauptgeschäftsbereich tangiert. Dort strebt die Stadt Westerburg eine angemessene Entwicklung an.

In der Innenstadt wäre eine Umnutzung einzelner leer stehender Ladenlokale möglich.[16] Die hier bereits bestehende Infrastruktur sowie die klare Integration in die Einzelhandelsstruktur machen eine Ansiedlung für derzeit unterrepräsentierte Sortimente interessant.

Eine das Stadtbild prägende Struktur von gastronomischen Einrichtungen ist im Stadtgebiet Westerburgs nicht vorhanden. Die dortigen Angebote sorgen für eine Durchmischung des innerstädtischen Angebotsmixes. Ebenfalls in der Innenstadt vorhanden sind einige Banken und Dienstleister, die den zentralen Bereich Westerburgs sinnvoll ergänzen. Produzierendes Gewerbe ist in der Innenstadt nicht zu finden. Somit ist auch die städtebauliche Struktur größtenteils kleinteilig aufgebaut. Es sind weder größere Parzellen noch freie Flächen verfügbar.

Durch das Westerburger Stadtgebiet verlaufen der Schafbach und der Holzbach, die in einigen Teilen des Stadtgebietes dicht angebaut oder überbaut sind. Aus der Stadtmitte heraus sind die beiden Bachläufe nicht ins Stadtbild eingebunden; das Wasser ist nicht erlebbar. Die Strukturen der beiden Bäche prägen aber auch die Baustruktur, da sie restriktive Vorgaben für die bauliche Entwicklung machen.

Für PKW-Kunden steht in der Innenstadt neben einigen kleineren Parkplätzen und Straßen begleitenden Parkstreifen die Tiefgarage am Neumarkt zur Verfügung. Diese befindet sich nordöstlich der Neustraße bei der Verbandsgemeindeverwaltung, der Stadthalle und der Agentur für Arbeit.

5.3 Städtebauliche Situation in den Nahversorgungsbereichen und Streulagen

Die beiden Versorgungsstandorte an der Hergenrother Straße und an der Willmenroder Straße sind durch ihre dem Zweck des Einzelhandels dienliche Baustruktur geprägt. Die zurück gesetzten Baukörper mit vorgelagerten Stellplätzen dienen der schnellen verkehrsgünstigen Erreichbarkeit. Dabei tritt die Fassung des Straßenraums in den Hintergrund. Die Funktion der Standorte ist für Kunden unmittelbar erkennbar.

Etwas anders stellt sich die Situation im Bereich der Günther-Koch-Straße dar. Hier befinden sich großflächige Angebote in einem als Gewerbegebiet ausgelegten Bereich. Dieses Erscheinungsbild spiegelt auch die städtebauliche Struktur wider. Hier sind ebenfalls vorgelagerte Stellplätze dominierend. Auffällig ist die schlechte Anbindung an die Innenstadt. Der Standort ist über einen Anschluss an die L 288 gut an das umgebende Straßennetz angebunden. Damit ist der Standort schnell erreichbar. Eine ausgebaute Anbindung an die Innenstadt besteht aber nur über Umwege. Damit ist der Standort derzeit nicht direkt in das Stadtgefüge integriert, bietet allerdings einige Flächen, die sich für die Ansiedlung von weiteren Betrieben eignen. Zudem muss Westerburg als Versorgungsgemeinde für das Umland auch auf die Kunden eingehen, die schnell ihren Einkauf mit dem PKW erledigen wollen.

5.4 Bauplanungsrechtliche Vorgaben für die vorgenannten Bereiche

5.4.1 Flächennutzungsplan

Der gültige Flächennutzungsplan der Verbandsgemeinde Westerburg (Stand siebte Änderung aus dem Jahr 2006) geht zum Punkt Einzelhandel nicht auf Details zu Festsetzungen von Bebauungsplänen oder Standorten in Sondergebieten ein.

16 Eine Verortung der möglichen Läden ist der Kartendarstellung im Maßstab 1:3.000 aus der Bestandsaufnahme im Anhang zu entnehmen.

Im Rahmen der Änderung wurden die in der Zwischenzeit erfolgten Planungen übernommen und weitere Entwicklungsabsichten eingefügt. Detaillierte Begründungsaussagen zu den Planinhalten sind nicht enthalten. Der Plan geht lediglich auf die Rahmenbedingungen zur wirtschaftlichen Struktur ein. Die Sonderbauflächen aus Bebauungsplänen sind dargestellt. Einige der ermittelten Einzelhandelsbetriebe außerhalb der Sonderbauflächen befinden sich in Mischbauflächen oder Gewerbeflächen.

5.4.2 Bebauungspläne

Im Verbandsgemeindegebiet liegen der städtebaulichen Entwicklung im Mittelzentrum Westerburg als auch in den sonstigen Ortsgemeinden zahlreiche Bebauungspläne zu Grunde. Diese regeln jedoch nur bei der Ausweisung von Sondergebieten die Thematik der Einzelhandelsansiedlung. In den durch Bebauungsplan ausgewiesenen Gewerbegebieten sind keine Einschränkungen zur Ansiedlung von Einzelhandel enthalten.

Die bestehenden Sondergebiete gehen in ihrem Regelungsgehalt nicht in vollem Umfang auf die notwendigen Rahmenbedingungen der Einzelhandelsnutzung ein.

Derzeit ist beabsichtigt im Bereich der bestehenden Betriebe am Ortseingang der Ortsgemeinde Höhn einen Bebauungsplan aufzustellen, der unter anderem Misch- und Gewerbegebiete festsetzen soll. Dabei ist hier auch die Erweiterung des bestehenden Nahversorgungsstandortes denkbar.

Eine weitere aktuelle Planung ist die Ansiedlung von Einzelhandel im Bereich des ehemaligen Kaufhauses Schwinn in der Bahnhofstraße Westerburg.

5.4.3 Sonstige Planungsvorgaben

Im Stadtgebiet wurde im Jahr 2010 der Sanierungsrahmenplan für den Bereich „Oberstadt“ beschlossen. Dieser grenzt an den bestehenden Bereich der Einzelhandelsversorgung in der Neustraße an. Die in den nächsten Jahren folgenden Sanierungsmaßnahmen werden voraussichtlich einen Einfluss auf die Stadtgestalt haben. Der Einzelhandel an den bereits bestehenden Standorten wird davon nicht betroffen.

5.5 Fazit der städtebaulichen Analyse

Für Westerburg gelten einige städtebauliche Vorgaben, die Einfluss auf die künftige Einzelhandelsentwicklung haben. Dabei spielt insbesondere die planungsrechtliche Situation eine wichtige Rolle. Zu nennen sind hier vor allen Dingen die Festsetzungen verschiedener bestehender Bebauungspläne[17].

Das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept soll die aktuelle Gesamtsituation der Stadt untersuchen und die sich daraus ergebenden Chancen und Risiken für die künftige Entwicklung aufzeigen. Auf der Grundlage einer Analyse der Stadtstruktur soll in diesem Zusammenhang ein Konzept zur Optimierung der Einzelhandelsstruktur entwickelt werden, das als Grundlage für die künftige Steuerung des Einzelhandels mit der Regional- und Landesplanung abzustimmen ist.

17 Die getroffenen Festsetzungen sind aus bauplanungsrechtlicher Sicht nach heutigen Maßstäben teilweise nicht mehr zu halten, da sie nicht den aktuellen Anforderungen des Planungsrechts und der aktuellen Rechtsprechung entsprechen. So wurden in bestimmten Bereichen Festsetzungen getroffen, deren Rechtssicherheit angezweifelt werden muss. Außerdem entsprechen die tatsächlichen Ansiedlungen oftmals nicht den Festsetzungen der betreffenden Pläne. In diesem Zusammenhang ist dringend anzuraten, die vorhandenen Bebauungspläne insgesamt nochmals im Detail auf solche Schwachstellen oder Lücken hin zu analysieren und diese in Änderungs- oder Ergänzungsverfahren anzupassen.

Als kooperierendes Mittelzentrum hat Westerburg in der Region eine herausgehobene Bedeutung, so dass möglicherweise auch bestimmte, früher getroffene Entscheidungen nochmals hinterfragt werden müssen, wenn die Stadt die ihr zugewiesene Funktion auf Dauer wahrnehmen soll. Dies gilt insbesondere im Lichte der in der Umgebung vorhandenen Konkurrenzstandorte.

6 NACHFRAGESITUATION DES EINZELHANDELS

6.1 Allgemeines

Die Darstellung der Nachfragesituation ergibt sich aus einer gemeinsamen Betrachtung des Einzugsbereichs und den statistisch ermittelten Werten zur Kaufkraft in Verbindung mit den errechneten Zahlen zu Umsatz und Angebot der Einzelhandelsbetriebe im Einzugsbereich der Stadt Westerburg.

Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial wird aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ermittelt. Hierzu wird, basierend auf dem durchschnittlichen Einkommen, der Kaufkraftindex berechnet, welcher im Vergleich zum bundesweiten Durchschnitt die Kaufkraft für einzelne Warengruppen angibt.

Die Kaufkraftbindung (in % bzw. Mio. € Umsatz) beschreibt den Teil des Nachfrage- bzw. Kaufkraftpotenzials in einer Stadt und ihrem Einzugsbereich, der zum Untersuchungszeitpunkt tatsächlich dort gebunden wird. Die Berechnung erfolgt branchenspezifisch oder aggregiert. Basis ist dabei der tatsächlich erzielte Umsatz einer Branche dividiert durch das Nachfragepotenzial der jeweiligen Branche. Dabei ist es auch möglich, die Kaufkraftbindung für einen räumlich definierten Bereich zu ermitteln.

Die Kaufkraftbindung bzw. der Kaufkraftzu- und -abfluss bieten neben der Zentralität einen weiteren Ansatz, den Einkaufsstandort Westerburg im Hinblick auf seine Leistungsfähigkeit zu beurteilen. Für die Ermittlung der aktuellen Umsätze werden zunächst die Verkaufsflächen pro Warengruppe sowie die bundesdurchschnittlichen Umsatzkennwerte herangezogen. Die durchschnittliche Flächenproduktivität wird dann für verschiedene Sortimente unter Berücksichtigung der tatsächlichen Angebotsstrukturen im Einzugsbereich sowie mit Hilfe regionalspezifischer Korrekturwerte konkretisiert und zudem mit teilweise vorliegenden Angaben aus den ansässigen Betrieben verglichen und verifiziert.

Zur allgemeinen Bewertung des Einzelhandelsstandortes wird die Einzelhandelszentralität ermittelt. Diese errechnet sich aus den vor Ort erzielten Umsätzen und der zu erwartenden Kaufkraft der Bevölkerung am Ort. Diese lässt sich für einzelne Ortsgemeinden oder Stadtteile gesondert ermitteln. Von Belang ist hier jedoch zunächst die Zentralität der Stadt Westerburg.

6.2 Kaufkraftpotenzial

In der Bundesrepublik Deutschland liegt die Kaufkraft einer Person bei durchschnittlich 5.329 € pro Jahr. Für die Stadt Westerburg gilt auf Grund der regionalspezifischen Einkommenssituation ein Kaufkraftindex von 93,5 %[18]. Hieraus ergibt sich eine Kaufkraft von 4.983 € pro Person und Jahr im Nahbereich (hier soll der gesamte Bedarf durch Westerburg gedeckt werden) sowie von 2.610 € pro Person und Jahr im anteiligen Mittelbereich (die hier lebenden Einwohner werden zur Nahversorgung anderen Grundzentren zugeordnet). Diese Angaben werden im Folgenden den Berechnungen zu Grunde gelegt.

18 Quelle: IHK Koblenz; nach: GFK Marktforschung GmbH, 2011.

Warengruppe	Kaufkraft in €[1]	Kaufkraft-index in %	Kaufkraft im Stadtgebiet in €	Kaufkraft im übrigen Nahbereich in €	Kaufkraft im anteiligen Mittel-bereich in €
Nahrungs- und Genussmittel	2.119	93,5	11.275.379	34.153.046	0
Gesundheits- und Körperpflege	419	93,5	2.229.535	6.753.245	0
Baumarktspezifische Waren	587	93,5	3.123.477	9.460.990	10.308.132
Bekleidung	477	93,5	2.538.158	7.688.062	8.376.455
Einrichtungsbedarf	429	93,5	2.282.745	6.914.420	7.533.541
Bücher / Schreibwaren	221	93,5	1.175.960	3.561.974	3.880.915
Unterhaltungselektronik und elektronische Medien	188	93,5	1.000.364	3.030.096	3.301.412
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	165	93,5	877.979	2.659.392	2.897.516
Spielwaren / Hobbys	119	93,5	633.209	1.917.986	2.089.724
Foto / Optik	112	93,5	595.962	1.805.163	1.966.799
Schuhe / Lederwaren	112	93,5	595.962	1.805.163	1.966.799
Informationstechnologie	106	93,5	564.035	1.708.458	1.861.434
Sport / Camping	95	93,5	505.503	1.531.165	1.668.267
Glas-Porzellan-Keramik	79	93,5	420.366	1.273.285	1.387.295
Uhren / Schmuck	57	93,5	303.302	918.699	1.000.960
Telekommunikation	32	93,5	170.275	515.761	561.942
Baby-/ Kinderartikel	12	93,5	63.853	193.410	210.728
Zwischensumme			**28.356.062**	**85.890.317**	**49.011.921**
Summe				**163.258.300**	

[1] Quelle: GFK Konsumforschung GmbH, 2011.

Tabelle 8: **Kaufkraft im Einzugsbereich**
(Quelle: eigene Berechnung)

Aus diesen Zahlen ergibt ein Versorgungsauftrag für Westerburg, der sich an den Potenzialen von 54,41 Mio. € für die Nahversorgung und 108,85 Mio. € für die Versorgung mit Gütern des mittel- bis langfristigen Bedarfs orientieren soll. Eine entsprechende Versorgung in diesem Umfang steht Westerburg demnach zu, um das Potenzial am Ort zu halten und eine adäquate Versorgung der eigenen Bevölkerung sicherzustellen. Natürlich sind die übrigen Standorte in der Verbandsgemeinde bei der Aufteilung dieser Potenziale zu berücksichtigen.

Aus den genannten Rahmenbedingungen ergibt sich ein gesamtes **Kaufkraftpotenzial im Einzugsbereich** von ca. **163,26 Mio. €**.

6.3 Kaufkraftbindung

Zur Ermittlung der Bindung der festgestellten Kaufkraft werden die Verkaufsflächen der in der Bestandsaufnahme vor Ort erhobenen Einzelhandelsbetriebe herangezogen. Hierbei wird auf die sogenannte Flächenproduktivität zurückgegriffen, die den Umsatz pro m^2 Verkaufsfläche angibt. Diese wurde anhand einer Mittelwertanalyse für die einzelnen Warengruppen bestimmt und basiert

auf Erfahrungswerten, verschiedenen konkreten Umsatzangaben der Betriebe und Filialisten und Angaben der EHI[19].

Aus den gewonnenen Zahlen kann der Umsatz für jede Warengruppe im gesamten Einzugsbereich errechnet werden, der sich dann - bezogen auf die vorhandene Kaufkraft - in eine Kaufkraftbindungsquote umrechnen lässt.

Aus der Kaufkraftbindungsquote lassen sich erste Rückschlüsse auf die Versorgungssituation und ggf. verbleibende Potenziale für den Einzugsbereich ziehen.

Warengruppe	Kaufkraft im Einzugsbereich in Mio. €	Umsatz im Einzugsbereich bei zugrunde liegender Flächenproduktivität in Mio. €	Kaufkraftbindungsquote in %
Nahrungs- und Genussmittel	45,43	48,89	**107,6**
Gesundheits- und Körperpflege	8,98	6,44	**71,7**
Baumarktspezifische Waren	22,89	11,19	**48,9**
Bekleidung	18,60	12,92	**69,4**
Einrichtungsbedarf	16,73	18,44	**110,2**
Bücher / Schreibwaren	8,62	2,23	**25,8**
Unterhaltungselektronik und elektronische Medien	7,33	2,54	**34,6**
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	6,43	1,60	**24,9**
Spielwaren / Hobbys	4,64	1,35	**29,1**
Foto / Optik	4,37	1,83	**41,9**
Schuhe / Lederwaren	4,37	3,49	**79,8**
Informationstechnologie	4,13	0,63	**15,2**
Sport / Camping	3,70	9,30	**251,0**
Glas-Porzellan-Keramik	3,08	1,53	**49,6**
Uhren / Schmuck	2,22	0,75	**33,9**
Telekommunikation	1,25	0,05	**4,2**
Baby-/ Kinderartikel	0,47	0,14	**29,9**
Summe	**163,26**	**123,31**	

Tabelle 9: **Kaufkraftbindung im Einzugsbereich**
(Quelle: eigene Berechnungen)

Aus der Tabelle wird ersichtlich, dass mit Ausnahme der Warengruppe Sport / Camping die Bindungsquoten um oder teilweise deutlich unter 100 % liegen. Das bedeutet, dass die Versorgung der Bevölkerung, deren Auftrag in erster Linie der Stadt Westerburg zukommt, derzeit nicht in vollem Umfang gewährleistet werden kann.

19 EHI Retail Institute GmbH, Köln, Handel aktuell 2008/2009.

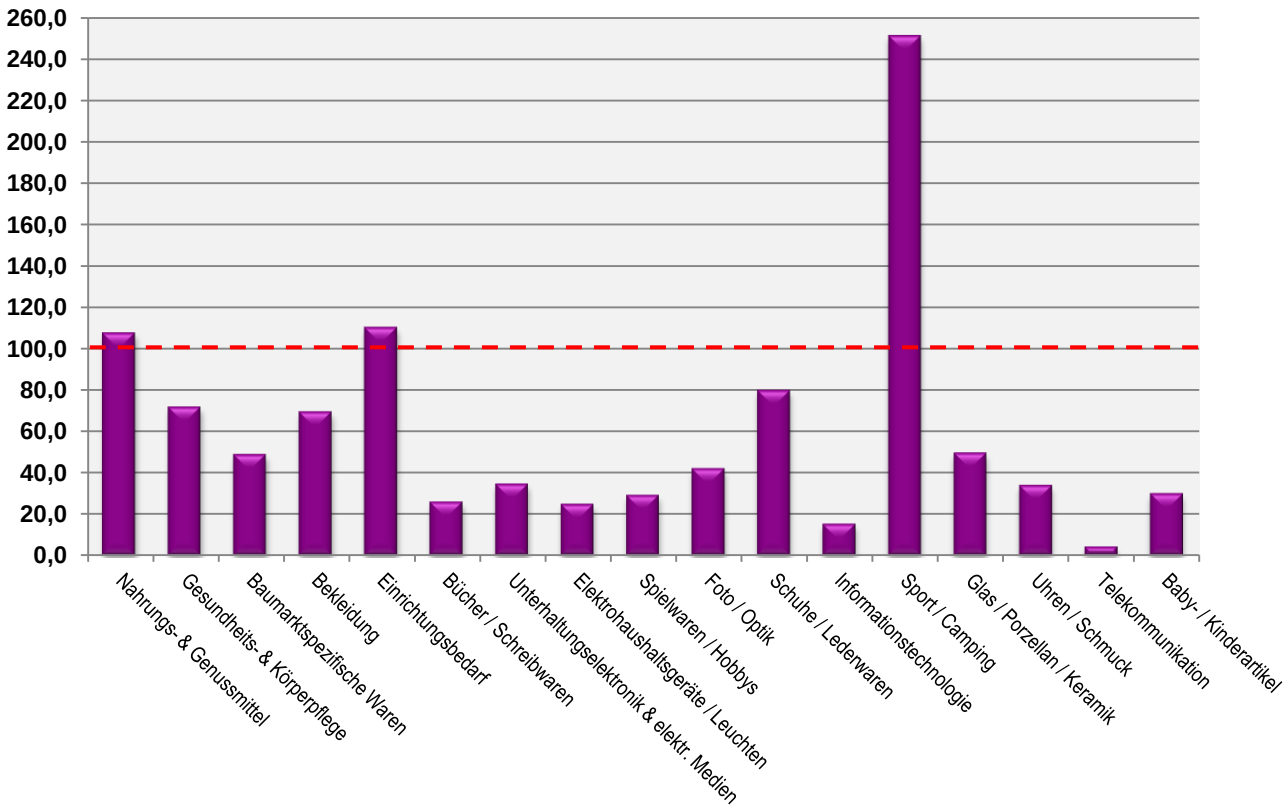


Abbildung 15: Kaufkraftbindungsquoten der einzelnen Warengruppen in %
(Quelle: eigene Darstellung)

Bezug nehmend auf die einzelnen Warengruppen muss die errechnete Kaufkraftbindungsquote aber in einigen Fällen gutachterlich korrigiert werden. Dies bezieht sich insbesondere auf erkennbare Mängel oder besondere Stärken des Angebots einiger Läden. Eine Strahlkraft über den Einzugsbereich hinaus oder die Abwanderung von Kaufkraft in die umliegenden Standorte kann nicht zu 100 % am eigenen Standort kompensiert werden. Des Weiteren sind spezielle große Angebote teilweise für die Bindungsquoten verantwortlich, was im Umkehrschluss bedeutet, dass nicht alle Sortimente aus einer Warengruppe und in allen Qualitätsstufen auch vor Ort vorhanden sind. Hier gilt es also noch nachzusteuern.

Änderungen durch interne Umbaumaßnahmen, andere Gewichtungen innerhalb der angebotenen Waren, die Einrichtung von kurzfristigen Aktionsflächen u.ä. müssen dagegen unberücksichtigt bleiben und bedingen eine gewisse Unschärfe, die jedoch - bezogen auf den gesamten Einzugsbereich und alle hier vertretenen Betriebe - nicht ins Gewicht fällt.

Zudem ist zu bedenken, dass die Flächenproduktivität bei kleinen Läden / Fachgeschäften in aller Regel leicht über den Durchschnittswerten für diese Branche liegt, die eher auf Großanbieter (z.B. große Elektrofachmärkte) bezogen sind. Gewisse Unschärfen sind daher auch hier unvermeidlich, da konkrete Umsatzzahlen pro Fläche nur bedingt zur Verfügung stehen. Diese Unschärfen sollen in einem weiteren Schritt gutachterlich korrigiert werden und zu einer angemessenen Entwicklungsdarstellung führen.

6.4 Bewertung des Einzelhandelsstandortes

Die Bewertung des Einzelhandelsstandorts stützt sich auf die bereits genannten Zahlen. Aus diesen lässt sich die Einzelhandelszentralität ermitteln. Sie gibt die Bedeutung des Standortes für die Versorgung der Bevölkerung an und stellt einen statistischen Wert dar, der sich aus dem

Verhältnis der Einwohner des zu betrachtenden Ortes und der Anziehung in Abhängigkeit vom Einzugsbereich ergibt. Hier sind die wenigen zentralen Orte mit einer ausreichenden Versorgung im ländlichen Raum grundsätzlich anders zu bewerten als Großstädte in Ballungsgebieten. Das resultiert auch den Problemen, die Nahversorgung im ländlichen Raum funktionsfähig aufrecht zu erhalten.

Aus den vorliegenden Daten ergibt sich für die Stadt Westerburg eine Kennziffer für die Einzelhandelszentralität von **357,63**, bezogen auf die Umsätze aller Angebote im gesamten zugrunde gelegten Einzugsbereich und die reine Bevölkerungszahl der Stadt. Bei Betrachtung des Verhältnisses von Umsätzen in der Verbandsgemeinde zu der Kaufkraft in der Verbandsgemeinde ergibt sich eine Zentralität von **107,93**. Bezüglich des mittelzentralen Versorgungsauftrags und der Berücksichtigung des gemeinsamen Mittelbereiches mit Hachenburg ergibt sich bei der Gesamtbetrachtung der einzustellen Kaufkraft eine Zentralität von **75,53**.

Kaufkraft im Einzugsbereich in Mio. €	Umsatz im Einzugsbereich in Mio. €	Kaufkraftabfluss in die umliegenden Zentren	
163,26	**123,31**	**39,95 Mio. €**	**24,5 %**

Tabelle 10: **Kaufkraftabfluss**
(Quelle: eigene Berechnungen)

Es wird deutlich, dass das Angebot im Einzugsbereich größtenteils im Stadtgebiet gebündelt ist. Hierbei ist wesentlich, dass ein Großteil der Angebote aber nicht in der Innenstadt vorhanden ist. Daher weist diese erkennbare Angebotslücken auf. Sie kann der mittelzentralen Bedeutung in Bezug auf den Einzelhandel nicht in jedem Punkt gerecht werden. Zudem ist erkennbar aus den Bindungsquoten für die einzelnen Warengruppen, dass einzelne Angebote die Zentralität auf Grund ihres enormen Übermaßes statistisch spürbar beeinflussen. Die hohe Zentralität gibt somit keinen Aufschluss über die tatsächliche Versorgungsdichte in den einzelnen Warengruppen und die Angebotslücken, die es zur Befriedigung des Bedarfs in den jeweiligen Bedarfsstufen zu schließen gilt. Daher ist die vorgenannte abfließende oder ungebundene Kaufkraft nicht zu 100 % an den Standort zurück zu holen und zu binden. Vielmehr sollte eine ausgewogene Konkurrenz zu den umliegenden Mittel- und Oberzentren hergestellt werden, die viele externe Einkaufstouren verhindern hilft und somit die Attraktivität Westerburgs steigert.

7 GUTACHTERLICHE AUSWERTUNG

7.1 Zahlenwerk

Zunächst ein kurzer Überblick über das bisherige Zahlenwerk:

■ Einwohner	Stadt	5.691
	VG / Nahbereich	22.929
	Mittelbereich (anteilig)	41.711
■ Kaufkraftindex der Stadt Westerburg		93,5
■ Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Nahbereich	4.983 € / Person / a
	Mittelbereich	2.610 € / Person / a
■ Verkaufsfläche nur Stadtgebiet	kurzfristiger Bedarf	8.120 m²
	mittelfristiger Bedarf	26.345 m²
■ Verkaufsfläche Verbandsgemeinde	kurzfristiger Bedarf	12.930 m²
	mittelfristiger Bedarf	28.130 m²
■ Verkaufsfläche / Einwohner	Stadt	5,88 m²
	Verbandsgemeinde	1,79 m²
■ Einzelhandelszentralität	Stadt	357,63
	VG / Nahbereich	107,93
	Mittelbereich (anteilig)	75,53
■ Kaufkraftabfluss bzw.		24,5 %
ungebundene Kaufkraft		39,95 Mio. € / a

7.2 Absatzwirtschaftliche Entwicklungsspielräume / Potenziale und Restriktionen

Die erhobenen Zahlen stützen sich auf derzeit bekannte Nutzungen und die hier vorhandenen Sortimente einzelner Warengruppen. Um aus diesen Zahlen eine gutachterlich Einschätzung der Situation ableiten zu können, müssen jedoch einige Korrekturen aufgrund der tatsächlichen Anbieterstruktur vorgenommen werden. Diese berücksichtigen - wie bereits erläutert - eine Abweichung des theoretischen Zahlenwerks von der realen Situation, aufgrund von Besonderheiten des Warenangebotes und bestimmter örtlicher Faktoren.

Die folgende Tabelle zeigt zunächst die aus der Kaufkraftbindungsquote ermittelten Werte für den Kaufkraftab- bzw. -zufluss in % und in Mio. €. Zu beachtende örtliche Besonderheiten werden im Anschluss beschrieben.

Zu beachten ist, dass eine 100 %-ige Deckung des Bedarfs im Einzugsbereich nicht in allen Warengruppen erreicht werden kann und soll. Beispielsweise werden bestimmte Sortimente eher in Fachmärkten, die typischerweise in größeren Orten, wie etwa dem Oberzentrum, angesiedelt werden, vorgehalten. Auch andere Versorgungsmöglichkeiten, wie etwa Online-Shopping, Tele-

Shopping u.Ä., die gerade im Elektronikbereich einen immer größeren Stellenwert einnehmen, führen dazu, dass eine vollständige Bedarfsdeckung vor Ort in einigen Sortimenten als eher unrealistisch angenommen werden kann.

Warengruppe	Kaufkraft-bindungs-quote in %	Kaufkraftab- und -zufluss in %	Kaufkraftab- und -zufluss in Mio. €	Theoretisches Verkaufsflächen-potenzial in m²
Nahrungs- und Genussmittel	**107,6**	7,6	3,46	-807
Gesundheits- und Körperpflege	**71,7**	-28,3	-2,54	593
Baumarktspezifische Waren	**48,9**	-51,1	-11,71	9.005
Bekleidung	**69,4**	-30,6	-5,69	1.896
Einrichtungsbedarf	**110,2**	10,2	1,71	-633
Bücher / Schreibwaren	**25,8**	-74,2	-6,39	1.522
Unterhaltungselektronik und elektronische Medien	**34,6**	-65,4	-4,80	1.230
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	**24,9**	-75,1	-4,83	1.934
Spielwaren / Hobbys	**29,1**	-70,9	-3,29	1.219
Foto / Optik	**41,9**	-58,1	-2,54	686
Schuhe / Lederwaren	**79,8**	-20,2	-0,88	315
Informationstechnologie	**15,2**	-84,8	-3,50	779
Sport / Camping	**251,0**	151,0	5,60	-1.805
Glas-Porzellan-Keramik	**49,6**	-50,4	-1,55	971
Uhren / Schmuck	**33,9**	-66,1	-1,47	282
Telekommunikation	**4,2**	-95,8	-1,20	460
Baby-/ Kinderartikel	**29,9**	-70,1	-0,33	164
			-39,95	**17.809**

Tabelle 11: Kaufkraftab- und -zuflüsse im Einzugsbereich
(Quelle: eigene Berechnungen)

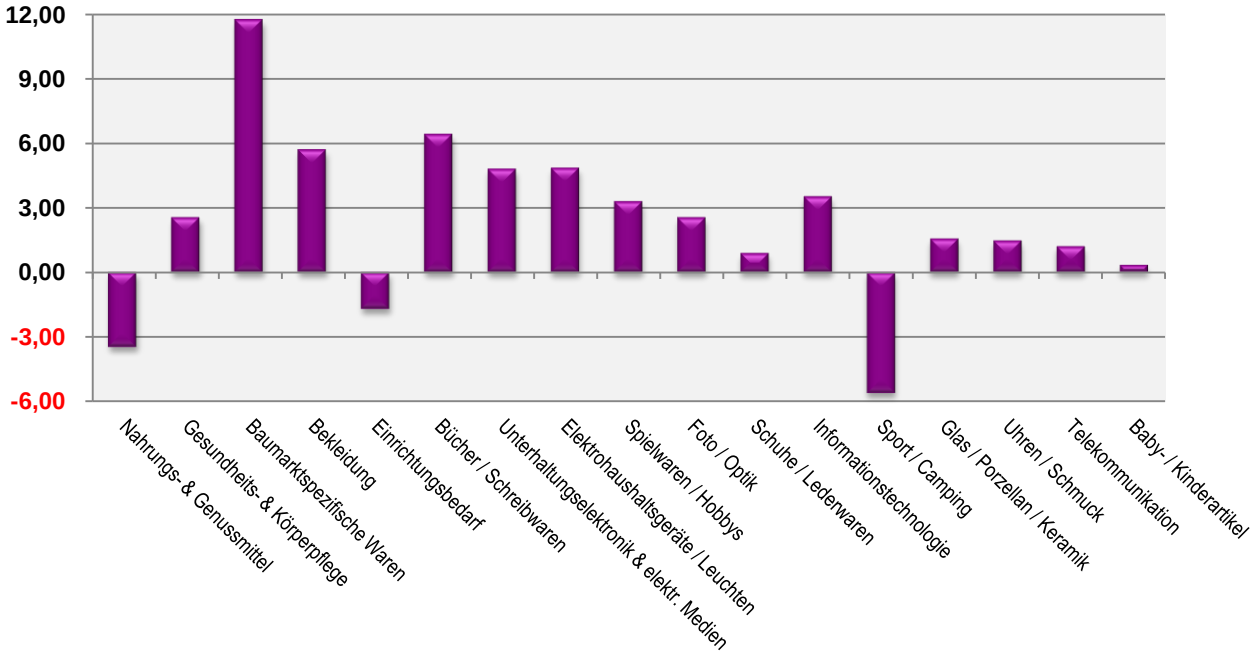


Abbildung 16: Umsatzpotenziale der einzelnen Warengruppen in Mio. € im Vergleich
(Quelle: eigene Darstellung)

→ Nahrungs- und Genussmittel

Der Bereich „Nahrungs- und Genussmittel“ liegt mit einer Kaufkraftbindungsquote von 107,6 % leicht über dem Maß der Vollversorgung. Mit einem Kaufkraftzufluss von 3,46 Mio. € rechnerisch kann festgestellt werden, dass die Bevölkerung im Hinblick auf die Lebensmittelversorgung derzeit gut versorgt ist. Aus der Örtlichkeit kann darauf geschlossen werden, dass dieser Kaufkraftzufluss aus den umliegenden Bereichen ohne ausreichende Nahversorgung stattfindet. Dies ist insbesondere in westlicher Ausdehnung der Verbandsgemeinde der Fall, wo eher kleinere Läden vorhanden sind, die keine alleinige und ausreichende Vollversorgung bieten können.

Aus den Berechnungen geht hervor, dass für den Standort Westerburg im Nahbereich derzeit eine Überschreitung der Verkaufsfläche anzunehmen ist. Dies kann gutachterlich aber nicht in vollem Umfang bestätigt werden. Die Unterbringung von insgesamt rund 2.500 m² Verkaufsfläche mit geeigneter Verteilung in der Bevölkerung - beispielsweise mit einem Angebot im derzeit erkennbaren Nahversorgungsstandort Höhn oder im westlichen Verbandsgemeindegebiet (Langenhahn) - wird überschlägig als verträglich und tragfähig eingestuft. Auch eine Stärkung des Standortes Westerburg wird als verträglich gesehen. Hier sollte insbesondere in den derzeit noch schwach nahversorgten Bereichen, wie der direkten Innenstadt, eine Schließung der Angebotslücke angestrebt werden. Insgesamt kann durch die Ausschöpfung des aufgezeigten Potenzials eine Bindungsquote von rund 127 % erreicht werden.

→ Gesundheits- und Körperpflege

Im Hinblick auf das Sortiment „Gesundheits- und Körperpflege“ wurden im Zuge der vorliegenden Untersuchung alle Betriebe berücksichtigt, die Angebote aus dieser Warengruppe führen. Dazu zählen auch die Discounter und Lebensmitteleinzelhändler im Einzugsbereich, die in ihrem Sortiment einen bestimmten Anteil an Produkten aus dieser Warengruppe anbieten. Des Weiteren zählen hierzu auch Apotheken, die i.d.R. zwar nur über eine kleine Verkaufsfläche verfügen, dafür aber eine überdurchschnittliche Flächenproduktivität aufweisen. Zu beachten ist dabei der Umstand, dass hier nicht nur frei verkäufliche Waren angeboten werden. Dies führt bei der gutachterlichen Einschätzung zu einer leichten Korrektur der Potenziale.

Mit einem Kaufkraftabfluss von derzeit 28,3 % oder 2,54 Mio. € kann von einer leichten Unterversorgung der Bevölkerung ausgegangen werden.

Rein rechnerisch ergibt sich ein offenes Verkaufsflächenpotenzial von 593 m^2. Aktuell errichten Anbieter aus dem Bereich Drogeriewaren Märkte in einer Größe von 500 bis 700 m^2, teilweise auch darüber, und suchen hierfür in der Regel Standorte in Städten mit einem Einzugsbereich von ca. 20.000 Einwohnern oder mehr. Es kann davon ausgegangen werden, dass im zentralen Versorgungsbereich eine Ansiedlung von weiteren ca. 650 m² möglich ist, ohne dass negative Auswirkungen auf den Bestand zu befürchten wären. Eine Erweiterung eines bestehenden Standortes in der Innenstadt kann hier allerdings als größtes Potenzial gesehen werden. In welcher Form das offene Potenzial unterzubringen ist, hängt jedoch auch stark von der Flächenverfügbarkeit ab. Hier sollte daher auch in den übrigen Versorgungsbereichen über die Ansiedlung entsprechender Angebote nachgedacht werden, sofern die Innenstadt nicht in ihrer Funktion geschädigt wird. Dies wäre dann aber in jedem Falle nachzuweisen. Eine Ausnutzung des aufgezeigten Potenzials würde zu einer Bindungsquote von etwa 101 % führen.

→ Baumarktspezifische Waren

Die Warengruppe weist eine deutliche Unterdeckung des Bedarfs auf. Mit nur einem systemrelevanten Anbieter und einer Bindungsquote von 48,9 % ist von einem Kaufkraftabfluss von 11,71 Mio. € auszugehen. Als größter Konkurrenzstandort ist hier der Bereich um Montabaur zu nennen, wo derzeit größere Märkte vorhanden sind.

Eine Erweiterung des Baumarkt-Warensortiments im Einzugsbereich kann bedenkenlos ermöglicht werden zumal auch außerhalb der Verbandsgemeinde Westerburg im zugewiesenen Mittelbereich der beiden Mittelzentren Westerburg und Hachenburg keine sonstigen systemrelevanten Baumärkte vorhanden sind. Ermittelt wurde ein Verkaufsflächenpotenzial von 9.005 m². Klar ist allerdings auch, dass dieses Potenzial vor Ort nur bedingt umsetzbar sein wird. Eine Verkaufsfläche von weiteren 4.500 m² sollte daher zunächst angestrebt werden. Eine Ansiedlung ist dabei auch in den Randbereichen der Stadt Westerburg möglich, sofern eine entsprechende Fläche zur Verfügung steht.

→ Bekleidung

Die Struktur in der Warengruppe „Bekleidung“ ist im Einzugsbereich bereits gut gemischt. Allerdings fanden hier in der jüngeren Vergangenheit die größten Veränderungen des Bestandes statt. Es ist eine Unterdeckung des Bedarfs festzustellen. Die Kaufkraftbindungsquote beträgt derzeit 69,4 %, so dass sich für den Standort Westerburg ein zusätzliches Potenzial von umgerechnet 5,69 Mio. € ergibt. Dies entspricht einer Verkaufsfläche von 1.896 m^2.

Aus gutachtlicher Sicht ist der Ansiedlung mehrerer kleinerer Betriebe in der unmittelbaren Innenstadt natürlich der Vorrang vor der Ansiedlung von Filialisten in nicht integrierter Lage zu geben, auch wenn dadurch rechnerisch nur eine geringere Kaufkraftbindung erreicht wird. Entscheidend sind in erster Linie eine qualitative Verbesserung des vorhandenen Angebots sowie die Schließung von Angebotslücken, beispielsweise durch ein Bekleidungsgeschäft mit junger Mode und weiteren Angeboten im mittleren Preissegment. Hier darf der „Shopping-Faktor“ nicht außer Acht gelassen werden, der den Gästen der Stadt eine Aufenthaltsqualität vermittelt. Die unterschiedlichen Interessen der Bevölkerungsgruppen sollten in den Angebotsmix einfließen. Daher ist es sinnvoll den Verkaufsflächenzuwachs auf etwa 1.500 m² leicht zu verringern.

→ Einrichtungsbedarf

Im Bereich der Warengruppe „Einrichtungsbedarf“ wird das vorhandene Potenzial in etwa am Standort gebunden. Dies führt bei einer Bindungsquote von 110,2 % zu einem Kaufkraftzufluss von 1,71 Mio. € und ergibt bei der zugrunde gelegten Flächenproduktivität eine theoretische Verkaufsflächenüberschreitung von 633 m^2.

Hier muss allerdings erwähnt werden, dass die vorhandenen Angebote in erster Linie aus Möbelhäusern sowie nicht innerstädtischen Einzelhändlern bestehen. Demzufolge ist hier zentrenrelevanten Waren noch ein Entwicklungsspielraum festzustellen. Dieser sollte auf ein Verkaufsflächenpotenzial von 500 m² korrigiert werden. Ansiedlungen von zentrenrelevanten Angeboten in der Innenstadt, wie etwa Heimtextilien und Dekorationsartikel, sind anzustreben. Hierzu bieten sich Neubesetzungen der bestehenden Leerstände in der Innenstadt an. Durch das aufgezeigte Potenzial könnte sich die Bindungsquote auf etwa 118 % ausdehnen, was überschlägig als verträgliche Steigerung eingestuft werden kann.

→ Bücher / Schreibwaren

Bücher und Schreibwaren können als eigenständige Warengruppe nur unter Berücksichtigung der tatsächlichen Angebotsstrukturen realistisch erfasst und bewertet werden. So werden entsprechende (Teil-) Sortimente auch in allen Supermärkten, Warenhäusern, Discountern, Kiosken, Tankstellen und in weiteren Betriebsformen als Randsortiment angeboten, was tatsächlich zu einer deutlich höheren Kaufkraftabschöpfung führt, als es die rechnerisch ermittelten Werte vermuten lassen. Die Kaufkraftbindungsquote von 25,8 % und das sich hieraus ergebende zusätzliche Potenzial von 6,39 Mio. € bzw. 1.522 m^2 Verkaufsfläche kann daher nicht als absolute Kenngröße herangezogen werden.

Geht man von einem tatsächlichen Bedarf von maximal 800 m^2 aus, bis eine Kaufkraftbindung von 100 % erreicht wäre, so lässt sich hieraus durchaus die Verträglichkeit eines weiteren Buchladens im Innenstadtbereich oder der Erweiterung bestehender Angebote ableiten. Ein neuer Anbieter könnte zudem als Ergänzung des vorhandenen Angebots zu einer qualitativen Verbesserung des derzeitigen Besatzes und zu einer höheren Attraktivität der Kernstadt beitragen. Zu beachten ist dabei allerdings, dass dem Ausbau des vorhandenen Angebotes der Vorrang gegeben werden sollte. Da in dieser Warengruppe der Vertrieb und das Bestellen über das Internet ein wichtiger zu beachtender Faktor ist, kann der Ausbau dieses Sortimentes nur unter gleichzeitiger Bewerbung des örtlichen Angebotes funktionieren. Auch hier ist die Form des Marketings über eine eigene Internetseite der Einzelhändler hilfreich. Zu berücksichtigen ist auch die Angebotsvielfalt in der Warengruppe. Hier könnte ein spezialisiertes Fachgeschäft mit einem eng definierten Angebot ohne Schaffung einer zusätzlichen Konkurrenzsituation zu bestehenden Betrieben die Angebotsvielfalt verbessern. Das festgestellte Potenzial ist unter dem Vorbehalt einer ersten groben Einschätzung als oberer Verträglichkeitswert zu verstehen.

→ Unterhaltungselektronik und elektronische Medien

Die Warengruppe Unterhaltungselektronik und elektronische Medien weist eine besondere Charakteristik auf, denn neben den elektronischen Geräten zählen hierzu auch Zubehörartikel und Medien. Diese werden jedoch auch in den unterschiedlichsten Einzelhandelsbetrieben als Teil des dortigen Randsortiments angeboten. So ist beispielsweise der Verkauf von DVD's und CD's bei Discountern und Lebensmitteleinzelhändlern, Warenhäusern und Drogeriemärkten heute bereits Standard. Insofern muss zwischen den Medien und den eigentlichen Geräten genauer unterschieden werden, um ein realistisches Gesamtbild der tatsächlichen Angebotsstruktur zu erhalten.

Im Einzugsbereich befinden sich nur wenige sonstige Einzelhändler, die Medien im Randsortiment führen. Zudem ist die Beurteilung des Angebotes von Waren der Unterhaltungselektronik auf derzeit nur einen faktischen Anbieter zu beschränken. Diese Geräte werden außer im Fachhandel auch in jedem Discounter und Supermarkt als Aktionsware in regelmäßigen Abständen gehandelt. Dadurch entsteht eine durchaus nennenswerte Konkurrenz zu Fachgeschäften, die kaum quantifiziert werden kann, aber dennoch nicht unterschätzt werden darf. Der zusätzliche Bedarf an solchen Waren, bei einer ermittelten Kaufkraftbindungsquote von 34,6 % und einem offenen Potenzial von 4,80 Mio. € bzw. 1.230 m^2 Verkaufsfläche, ist indes relativ hoch und lässt Spielräume für zusätzliche Ansiedlungen erwarten. Derzeit existiert lediglich ein Fachbetrieb der betreffenden Branche in der Stadt Westerburg, so dass ein weiteres Geschäft zur Diversifikation des Angebots sicher wünschenswert wäre. Jedoch ist in Zweifel zu ziehen, dass ein Anbieter der Unterhaltungselektronik mit einer Verkaufsfläche in dieser Größenordnung tatsächlich tragfähig ist,

so dass eher angestrebt werden sollte eine Kombination mit weiteren Sortimenten zu ermöglichen. Dies ist in der Realität häufig der Fall. So kann ein Anbieter dieser Warengruppe in der Innenstadt mit Waren der Informationstechnologie, der Telekommunikation und von Elektrohaushaltsgeräten sein Sortiment breit aufstellen ohne Anbieter im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu schädigen. Dies würde den Innenstadtbereich in seiner Funktion nachhaltig stärken. Bedingt durch die derzeitige Lage des vorhandenen Betriebs wäre auch eine Zweigstelle in der Innenstadt denkbar. Als Alternative sind auch sehr spezialisierte Angebote denkbar (z.B. High-End-Komponenten), die nur geringe Verkaufsflächenansprüche haben. Hier ist jedoch fraglich, ob ein solches Konzept am Standort Westerburg dauerhaft wirtschaftlich betrieben werden kann. Diese Angebote sind in der Regel eher im zugeordneten Oberzentrum zu finden. Es wird deutlich, dass eine Ausweisung von neuen Flächen auf eine Größe von ca. 800 m² zu beschränken ist. Eine geringere Fläche von rund 600 m² ist zu empfehlen. Die tatsächliche Tragfähigkeit einer entsprechend großen Fläche muss jedoch für konkrete Vorhaben ermittelt werden. Hierbei spielt die zunehmende Bedeutung des Internethandels sicherlich für einen potenziellen Händler eine wichtige Rolle.

→ Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten

Die Warengruppe ist in Westerburg durch drei Anbieter vertreten. Der ermittelte Bedarf der Bevölkerung kann derzeit jedoch nicht vor Ort gedeckt werden. Die Kaufkraftbindungsquote von 24,9 % lässt daher ein Potenzial von 4,83 Mio. € und 1.934 m^2 Verkaufsfläche offen. Letztere ist jedoch auf einen Wert von maximal 800 m^2 zu korrigieren.

Zusätzliche Ansiedlungen oder Erweiterungen in diesem Sortiment sind sinnvoll, um die Angebotsvielfalt und damit die Auswahl für den Kunden auszubauen. Die Versorgung der Kernstadt mit Leuchtmitteln oder Haushaltsgeräten ist derzeit zwar gegeben jedoch ausbaufähig. Die Kaufkraft wandert aber teilweise in die umliegenden Zentren ab. Hier ist ebenfalls zu berücksichtigen, dass Kombinationsangebote mit Sortimenten anderer Warengruppen für Einzelhändler ein breiteres Angebotsspektrum eröffnen können. Auch die Konkurrenz durch Online-Angebote ist nicht zu unterschätzen. Ein innenstadtnaher Anbieter könnte für eine bessere Durchmischung des Angebotes im zentralen Versorgungsbereich sorgen und den Standort dadurch attraktiver machen.

→ Spielwaren / Hobby

Das Angebot der Warengruppe „Spielwaren / Hobby“ ist in Westerburg deutlich erkennbar unterrepräsentiert. Lediglich ein Laden bietet im Sortiment Spielwaren an. Hierbei handelt es sich um den örtlichen Baumarkt. Ebenfalls vorhanden, jedoch nicht in der Stadt Westerburg angesiedelt, befindet sich in der Verbandsgemeinde ein Musikalienhändler. Das Sortiment des Bastelbedarfs wird bei einigen Läden im Rand- oder Mischsortiment gedeckt. Die vorhandenen Läden sind aber eher klein und gehen nur teilweise auf die Bedürfnisse der Kunden ein.

Die rechnerisch ermittelte Kaufkraftbindungsquote von 29,1 % lässt einen Kaufkraftabfluss von 3,29 Mio. € erwarten. Bei der maßgeblichen durchschnittlichen Flächenproduktivität ergibt sich hieraus ein theoretisches Verkaufsflächenpotenzial von etwa 1.219 m^2. Insofern wäre die Ansiedlung eines Fachmarktes für Bastel-, Hobby- und Modellbaubedarf in Westerburg rechnerisch durchaus tragfähig. Von einer realisierbaren Verkaufsfläche von 800 m² kann als verträglich ausgegangen werden. Die Tragfähigkeit eines solchen Händlers hängt allerdings maßgeblich davon ab, wie die Bevölkerung das Angebot annimmt. Wünschenswert wäre die

Ansiedlung eines Spielwarenfachgeschäftes in einer städtebaulich integrierten Lage. Dabei ließe sich aber nicht das gesamte Potenzial ausschöpfen. Hier wäre ein kleines Fachgeschäft angemessen. Insgesamt gilt das vorgeschlagene Potenzial als oberer Richtwert, der voraussichtlich nicht in vollem Umfang ausgeschöpft werden kann.

→ Foto / Optik

Die Warengruppe „Foto / Optik“ ist vollinhaltlich in Westerburg vertreten. Das ermittelte Potenzial der lokalen Kaufkraft kann aber nicht in vollem Umfang gebunden werden. Nach den ermittelten Zahlen ergibt sich für die Warengruppe eine Kaufkraftbindungsquote von 41,9 % und somit ein offenes Potenzial von ca. 2,54 Mio. € bzw. 686 m² Verkaufsfläche. Dieses rechnerische Defizit wird auch durch den Eindruck vor Ort bestätigt. Wenngleich bestimmte Angebote - zumindest in kleinerem Umfang - auch durch andere Betriebe abgedeckt oder als Aktionswaren bei Discountern oder Vollsortimentern zu finden sind, ersetzt dies nicht ein Fachgeschäft mit qualifizierter Beratung. Die Verkaufsfläche ist hier auf ein verträgliches Maß von maximal 250 m² zu reduzieren. Dabei ist zu bedenken, dass die Sortimente dieser Warengruppe auch in Verbindung mit anderen Angeboten vorgehalten werden kann und somit ein attraktiver Anziehungspunkt für Fachkunden entstehen könnte.

→ Schuhe / Lederwaren

In Westerburg stellt sich das vorhandene Angebot mit einer Kaufkraftbindungsquote von 79,8 % dar. Ein offenes Potenzial von 0,88 Mio. € lässt auf eine mögliche Verkaufsfläche von 315 m² schließen.

Vor dem Hintergrund, dass die Warengruppe zwei unterschiedliche Sortimentsbereiche umfasst, nämlich Schuhe als meist eigenständiges Ladenlokal und Lederwaren als integrativer Bestandteil von Bekleidungs- oder auch Einrichtungsläden, ist die Ansiedlung markttypischer Betriebsformen in dem ermittelten Umfang nicht möglich. Um das Angebot von Schuhen am Standort Westerburg zu verbessern, ist eine Ansiedlung von etwa 500 m² als verträglich einzustufen. Dabei ist aber zu beachten, dass dies nur verträglich ist, wenn das Angebot in der Innenstadt angesiedelt werden kann oder ein Nachweis erbracht wird, dass der zentrale Versorgungsbereich nicht geschädigt wird.

→ Informationstechnologie

Die Warengruppe ist mit einer Kaufkraftbindungsquote von 15,2 % deutlich unterrepräsentiert. Aber auch hier gilt, dass die Sortimente dieser Warengruppe vielfach in Kombination mit anderen technischen Geräten angeboten werden und eine starke Nachfrage im Internet erfahren. Es wurde ein Abfluss der lokalen Kaufkraft von 3,50 Mio. € und ein Flächenpotenzial von 779 m² ermittelt.

Dieses Potenzial kann für Ansiedlungen neuer Angebote bestätigt werden. Bei Neuansiedlungen sollte berücksichtigt werden, dass insbesondere Informationstechnologie einem starken Preiskampf unterliegt der sich aktuell oftmals zu Gunsten des Internetvertriebs darstellt. Eine vollständige Bindung der offenen Kaufkraftpotenziale sollte insofern nicht zwingend angestrebt werden. Bei Neuansiedlungen ist aber dennoch von einer tragfähigen Verkaufsfläche von etwa 400 m² auszugehen. Zudem sollten neue Angebote bestenfalls in der Innenstadt untergebracht werden, können aber natürlich auch mit anderen Angeboten kombiniert werden.

→ Sport / Camping

Die Kaufkraft in der Warengruppe „Sport / Camping“ stellt sich durch das vorhandene Angebot mit einer Bindungsquote von 251,0 % und einer Abschöpfung von 5,60 Mio. € aus dem Umland dar. Dies entspricht einer theoretischen Verkaufsflächenüberschreitung von 1.805 m².

Das Angebot für „Sport / Camping“ beschränkt sich auf ein einzelnes Angebot in der Verbandsgemeinde. Im bestehenden Intersport-Markt werden auf einer großen Verkaufsfläche Artikel der Warengruppe in Kombination mit anderen Sortimenten angeboten. Da in Westerburg kein entsprechendes Angebot in der Innenstadt vorhanden ist, wäre hier eine Ansiedlung wünschenswert. Auch bei der starken Überschreitung der lokal vorhandenen Kaufkraft ist bei Ansiedlung in der Innenstadt ein Potenzial von 250 m² Verkaufsfläche verträglich. Hierdurch wird der bestehende Anbieter nicht beeinträchtigt und die Angebotsvielfalt in der Innenstadt kann erhöht werden. Zudem ist anzumerken, dass die hohe Kaufkraftbindung auch durch einen großen Flächenanteil für Waffen und Jagdbedarf erzeugt wird. Dies stellt ein sehr spezialisiertes Angebot dar, welches typischerweise eher in Oberzentren vorzufinden ist. Dadurch kann die hohe Bindungsquote zumindest ansatzweise relativiert werden. Allerdings erzeugt das Angebot auch einen großen Einzugsbereich, der sich auf andere Angebote in räumlicher Nähe auswirken könnte.

→ Glas / Porzellan / Keramik

Das Angebot in der Warengruppe „Glas / Porzellan / Keramik“ ist mit einer Kaufkraftbindungsquote von 49,6 % unterrepräsentiert. Hinzu kommt, dass unter den Anbietern dieser Waren lediglich einer umfassende Angebote aus der Warengruppe führt, die den qualitativ durchschnittlichen Ansprüchen genügen. Es ergibt sich hieraus eine ungebundene Kaufkraft von 1,55 Mio. € und damit ein Verkaufsflächenpotenzial von 971 m².

Natürlich entspricht das rechnerische Potenzial nicht einer verträglichen Größenordnung und sollte daher bei maximal 500 m² für Neuansiedlungen angesetzt werden. Neue Angebote sollten zudem in integrierter Lage angesiedelt werden. Für ein Fachgeschäft bieten die ermittelten Leerstände in der Innenstadt Möglichkeiten für angemessene Verkaufsflächengrößen. Eine Abschöpfung der gesamten Kaufkraft für die Warengruppe sollte nach Möglichkeit nur schrittweise angestrebt werden.

→ Uhren / Schmuck

Das Angebot von Uhren und Schmuck ist in geringem Umfang vorhanden. Allerdings können durch die vorhandenen Läden hier nicht alle Preisklassen bedient werden. Es ergibt sich bei einer Bindungsquote von 33,9 % ein ungebundenes Potenzial von 1,47 Mio. € und eine potenzielle Verkaufsfläch von 282 m².

Um die mittelzentrale Versorgungsfunktion Westerburgs ausrechend gewährleisten zu können, sind insbesondere Sortimente der Warengruppe „Uhren / Schmuck“ wichtig. Diese Waren sollten in der Innenstadt vorgehalten werden. Als Geschenke oder Besorgungen zu besonderen Anlässen unterstreichen sie die Shopping-Funktion eines Handelsstandortes und können gezielt Kunden an den Standort binden. Auf der Grundlage der Berechnungen ist in Bezug zu dem vorhandenen Besatz ein Flächenpotenzial von 150 m² als verträglich einzustufen. Dabei ist zu beachten, dass dieses durch mehrere kleinere Läden mit speziellen Angeboten oder auch durch größere Ladenlokale angeboten werden kann, die dann über eine breite Sortimentsaufstellung verfügen.

→ Telekommunikation

Im Stadtgebiet ist derzeit nur ein eigenständiges Angebot der Telekommunikation vorhanden. Die Deckung des Bedarfs kann daher bedingt durch eingeschränkte Markenangebote nicht festgestellt werden. Ergänzt wird das Angebot durch die Produkte bei Discountern oder Vollsortimentern sowie über das Internet und in Kombination mit Besorgungen im Oberzentrum oder Nachbarzentren.

Aufgrund der ermittelten Zahlen ergibt sich für die Warengruppe eine Kaufkraftbindungsquote von nur 4,2 %. Dies bedingt ein offenes Potenzial von 1,20 Mio. € und lässt eine zusätzliche theoretische Verkaufsfläche von etwa 460 m^2 zu. Dieser Wert erscheint auf Grund der geringen benötigten Flächen eines „Handy- und Internet-Ladens“ jedoch deutlich zu hoch, so dass von maximal 150 m² Verkaufsfläche ausgegangen werden sollte. Die Ansiedlung eines entsprechenden Ladens kann zur Strukturierung der Innenstadt beitragen und bietet dann bevölkerungsnahe Angebote. Diese sollten mit Dienstleitungen der vor Ort als Netzbetreiber ansässigen Firmen kombiniert werden. Dann lässt sich auch das Verkaufsflächenpotenzial annähernd ausschöpfen. Kleine Leerstände bieten hier ausreichend Entwicklungspotenzial für gleich zwei oder drei Angebote. Natürlich muss sich dann das Sortiment entsprechend attraktiv und kundenorientiert darstellen. Die Konkurrenz aus dem Internet ist zu berücksichtigen.

→ Baby- / Kinderartikel

In Westerburg gibt es derzeit keine eigenständigen Angebote in dieser Warengruppe, was zu einer Kaufkraftbindungsquote von 29,9 % führt und damit ein Potenzial von 0,33 Mio. € freistellt, welches auf 164 m² Verkaufsfläche gebunden werden könnte. Wichtig bei solchen Angeboten sind eine ausreichende Spezialisierung und vor allen Dingen auch eine qualifizierte Beratung.

Bedingt durch das gänzliche Fehlen dieser Waren - Angebote sind natürlich im Randsortiment von großen Warenhäusern und Supermärkten sowie dem vorhandenen Second Hand Laden zu finden, ergeben aber keine ausreichende Bandbreite für die alleinige Versorgung der Bevölkerung - kann der Warengruppe ein Verkaufsflächenpotenzial von 250 m² zugestanden werden. Eine Ansiedlung sollte vorrangig im zentralen Versorgungsbereich erfolgen. Sollte dies nicht möglich sein wäre auch ein alternativer Standort nach Zulässigkeit der lokalen Sortimentsliste und Abgrenzung der Versorgungsbereiche möglich.

→ Zusammenfassung

Zusammengefasst ergeben sich aus den vorgenannten Betrachtungen die folgenden gutachterlich bereinigten Flächenpotenziale, die jedoch nicht als absolute „Grenzwerte“, sondern eher als „empfohlener oberer Rahmen“ für Neuansiedlungen und Erweiterungen zu verstehen sind. Eine schrittweise Entwicklung dieser Potenziale wird empfohlen.

Insgesamt ergibt sich aus den einzelnen Teilflächen in den verschiedenen Warengruppen ein zusätzliches Verkaufsflächenpotenzial von rund 15.300 m² bei einem mittleren Ansatz für die Flächenproduktivität der jeweiligen Warengruppen. Die Verteilung auf die einzelnen Warengruppen sowie die gutachterlichen Empfehlungen im Hinblick auf die noch „verträglich“ - d.h. ohne Schädigung bereits vorhandener Läden in zentralen Versorgungsbereichen - zu entwickelnden Flächen zeigt die nachfolgende Tabelle in der Zusammenfassung.

Aus den genannten Potenzialen sind überschlägig keine Auswirkungen auf die benachbarten zentralen Orte und deren zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten, die ein interkommunales Abstimmungsgebot auslösen. Vielmehr kann Westerburg hierdurch die Erfüllung des eigenen

Versorgungsauftrages gelingen. Für konkrete Vorhaben sind die Auswirkungen auf die eigenen zentralen Versorgungsbereiche und die der benachbarten Zentren jedoch zu prüfen.

Warengruppe	Flächenpotenzial in m² (ca.)		Warengruppe	Flächenpotenzial in m² (ca.)	
Nahrungs- und Genussmittel	*-807*	**2.500**	Foto / Optik	*686*	**250**
Gesundheits- und Körperpflege	*593*	**650**	Schuhe / Lederwaren	*315*	**500**
Baumarktspezifische Waren	*9.005*	**4.500**	Informationstechnologie	*779*	**400**
Bekleidung	*1.896*	**1.500**	Sport / Camping	*-1.805*	**250**
Einrichtungsbedarf	*-633*	**500**	Glas / Porzellan / Keramik	*971*	**500**
Bücher / Schreibwaren	*1.522*	**800**	Uhren / Schmuck	*282*	**150**
Unterhaltungselektronik und elektronische Medien	*1.230*	**800**	Telekommunikation	*460*	**150**
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	*1.934*	**800**	Baby-/ Kinderartikel	*164*	**250**
Spielwaren / Hobbys	*1.219*	**800**		*17.809*	**15.300**

Tabelle 12: Flächenpotenziale nach Warengruppen (*errechnet* und korrigiert)
(Quelle: eigene Ermittlungen)

Natürlich kommt es in Zukunft nicht darauf an die Potenziale irgendwo im Stadtgebiet zu realisieren. Die Ermittlung basiert bereits auf dem Ansatz, dass die Realisierung zu einer stärkeren Konzentration und damit zur Schwerpunktsetzung von Handelsstandorten führen muss. Insofern ist durch die offenen Potenziale eine gezielte Stärkung der Innenstadt anzustreben. In jedem Fall ist aber eine Schwächung der Innenstadt zu vermeiden. Die Realisierung kann also nicht Vorhaben legitimieren, die entgegen der Vorgaben des LEP IV errichtet werden sollen.

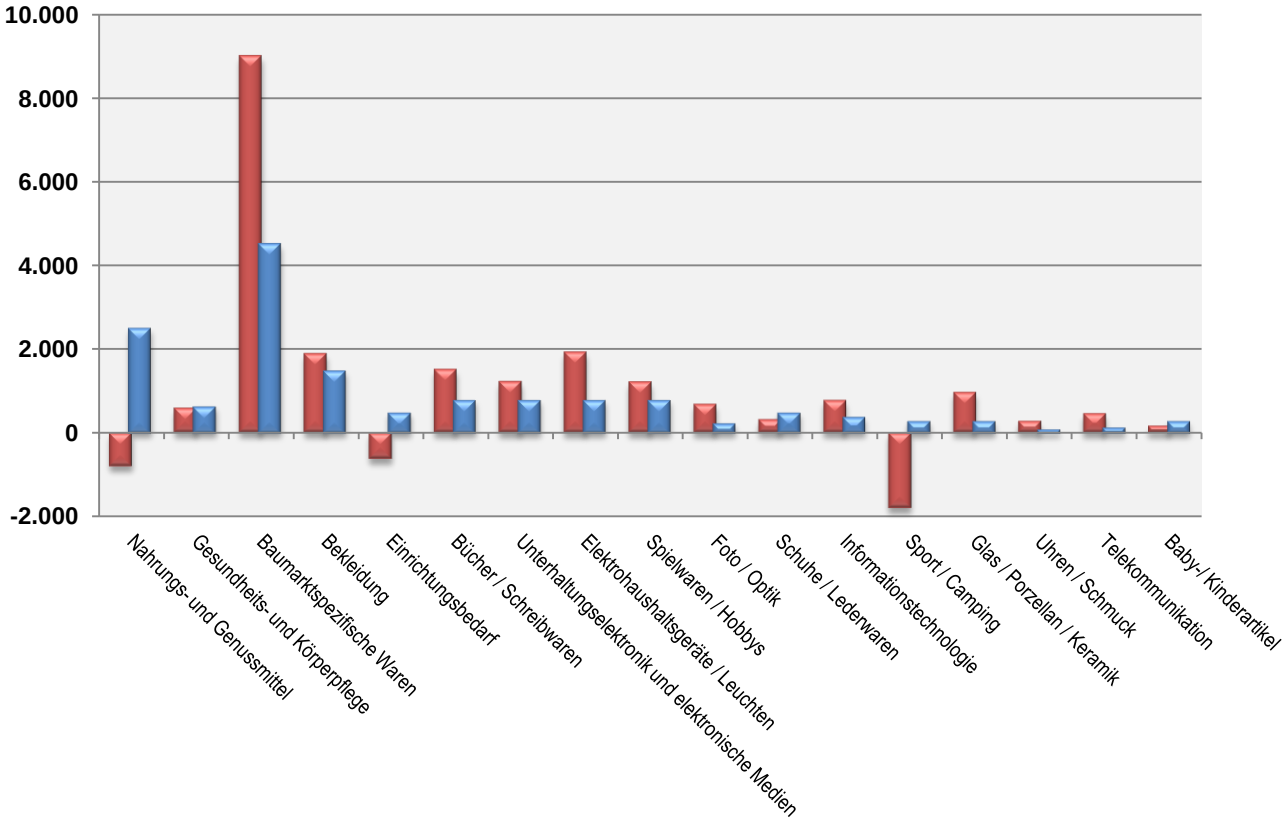


Abbildung 17: Verkaufsflächenpotenziale in m² errechnet (rot) und korrigiert (blau)
(Quelle: eigene Darstellung)

Es sei angemerkt, dass die aufgezeigten Potenziale nicht als Grenzwerte für Aussagen zur Verträglichkeit konkreter Vorhaben zu werten sind. Vielmehr handelt es sich um Angaben, die die Verbandsgemeinde Westerburg heranziehen kann, um überschlägig Vorhaben zu prüfen und eine Einschätzung zur generellen Machbarkeit daraus abzuleiten. Es ist also möglich, dass im Hinblick auf die Ziele des LEP IV eine Überschreitung dieser Potenziale ohne wesentliche schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche Westerburgs oder die umliegenden Zentren gutachterlich bestätigt werden kann. Eine solche Einzelfallprüfung muss sich aber in jedem Fall an den Konzeptaussagen orientieren und kann auf dessen Potenzialermittlung aufbauen.

7.3 Räumlich-funktionale Entwicklungsspielräume

Unter den räumlich-funktionalen Entwicklungsspielräumen sind die zur Erweiterung oder Neuansiedlung geeigneten Flächen zu verstehen, die sich aufgrund der bereits ermittelten Vorgaben als besonders günstig erweisen. Dies können einzelne Grundstücke in der Innenstadt oder auch sinnvolle Potenziale zum Ausbau der Nahversorgung der Bevölkerung sein.

Die im Vorfeld ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume (vgl. Tabelle *Flächenpotenziale nach Warengruppen*) stecken dabei einen realistischen quantitativen oberen Rahmen ab. Ob entsprechende Ansiedlungen auf den verfügbaren Flächen jedoch tatsächlich umgesetzt werden können, hängt von vielerlei Faktoren, z.B. der konkreten Lage, der verkehrlichen Erschließung, den topografischen Gegebenheiten, den verfügbaren Parkplätzen u.ä. ab.

Ziel der Betrachtungen ist es zunächst die Warengruppen, die nach der vorangegangenen Betrachtung unterrepräsentiert sind, an geeigneten Standorten zu integrieren. Demzufolge werden nachfolgend alle Potenziale auf ihre spezifischen Eignungen für einzelne Warengruppen analysiert und diskutiert.

Auf die speziellen Bedürfnisse der Einzelhandelsbetriebe bestimmter Branchen, die zur Verbesserung der Angebotssituation in Westerburg in den jeweiligen Warengruppen in Frage kommen, wird angemessen Rücksicht genommen. Hierbei fließen u.a. folgende Kriterien bei der Standortwahl ein:

- → Größe der verfügbaren Fläche und Lage im Stadt- oder Verbandsgemeindegefüge,
- → potenzielle Verflechtung mit dem Innenstadtbereich Westerburgs,
- → Verkehrliche Anbindung, Parkplatzsituation und
- → Struktur der vorhandenen Nutzungen in der Umgebung (städtebauliche Integration).

Dabei wird zwischen innenstadtnahen und gesamtstädtischen Potenzialflächen mit den sich hieraus ergebenden Restriktionen unterschieden. Zudem werden auch die die Nahversorgung betreffenden Standortgemeinden auf Entwicklungspotenziale hin untersucht.

→ **<u>Innenstadtnahe Potenziale</u>**

An erster Stelle sind als potenzielle Entwicklungsflächen die bereits vorhandenen leer stehenden Ladenlokale in der Innenstadt Westerburgs zu nennen. Sie ermöglichen einem Interessenten schnell und unkompliziert ein Einzelhandelsgeschäft zu eröffnen.

Als innerstädtische Entwicklungsfläche ist das Gelände des ehemaligen Kaufhauses Schwinn in der Bahnhofstraße zu nennen. Hier laufen derzeit bereits Überlegungen zur Nachnutzung der ehemaligen Baustruktur bzw. des Grundstücks. In Anbetracht der Lage im Stadtgebiet am Rande

der innerstädtischen Versorgungszone kann der Standort als integriert eingestuft werden. Auch die verkehrliche Erreichbarkeit ist über den Kreisverkehr an der Kreuzung Willmenroder Straße / Bahnhofstraße gegeben. Zudem bietet eine Aufwertung der dortigen städtebaulichen Situation eine Aufwertung des Eingangsbereichs der Innenstadt, die hier vom Bahnhof Westerburgs aus kommend betreten wird.

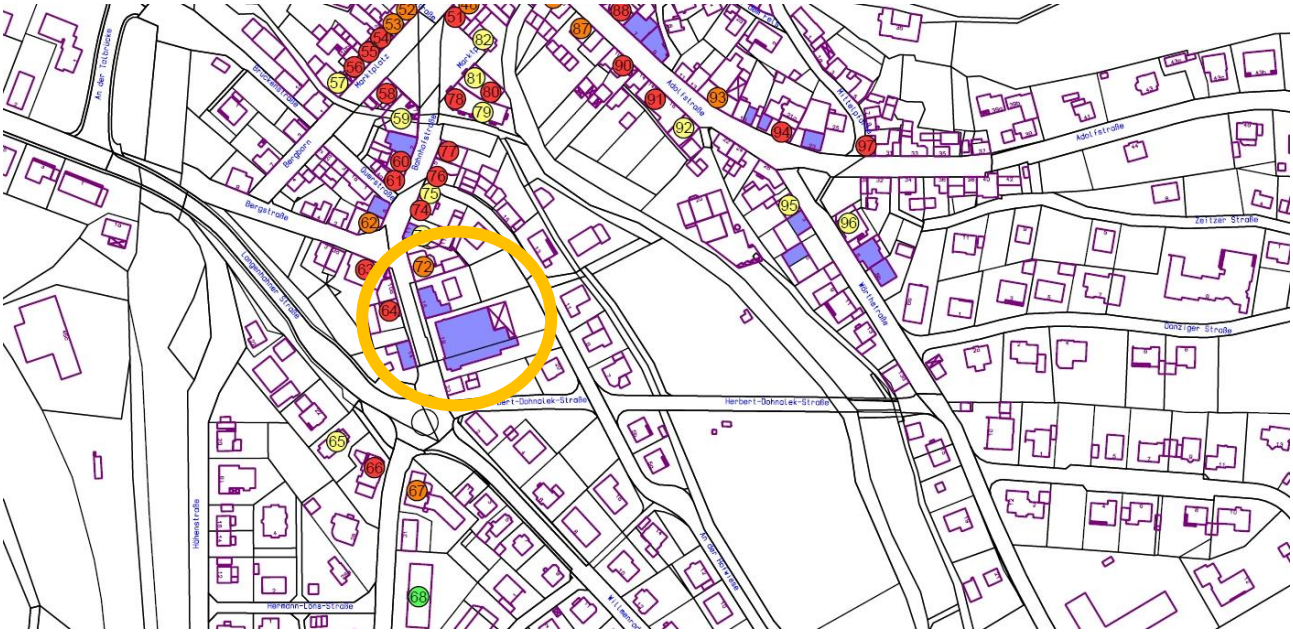


Abbildung 18: Entwicklungsfläche des ehemaligen Kaufhauses Schwinn
(Quelle Liegenschaftskarte | Kartierung Bestandsaufnahme | eigene Darstellung)

Ebenfalls in der Innenstadt befindet sich ein Grundstück an der Neumarktstraße zwischen der Sparkasse und der Jahnstraße. Das Gelände ist an der Stelle zwar topografisch bewegt. Ein geeignetes Bau- und Erschließungskonzept könnte jedoch dafür sorgen, dass dort in unmittelbarer Nähe zur Tiefgarage eine Erweiterung des Einzelhandelsbesatzes stattfinden könnte. Unter Berücksichtigung der Investitionskosten zur Bebauung dieser Fläche scheint eine bauliche Nutzung allerdings eher unrealistisch zu sein.

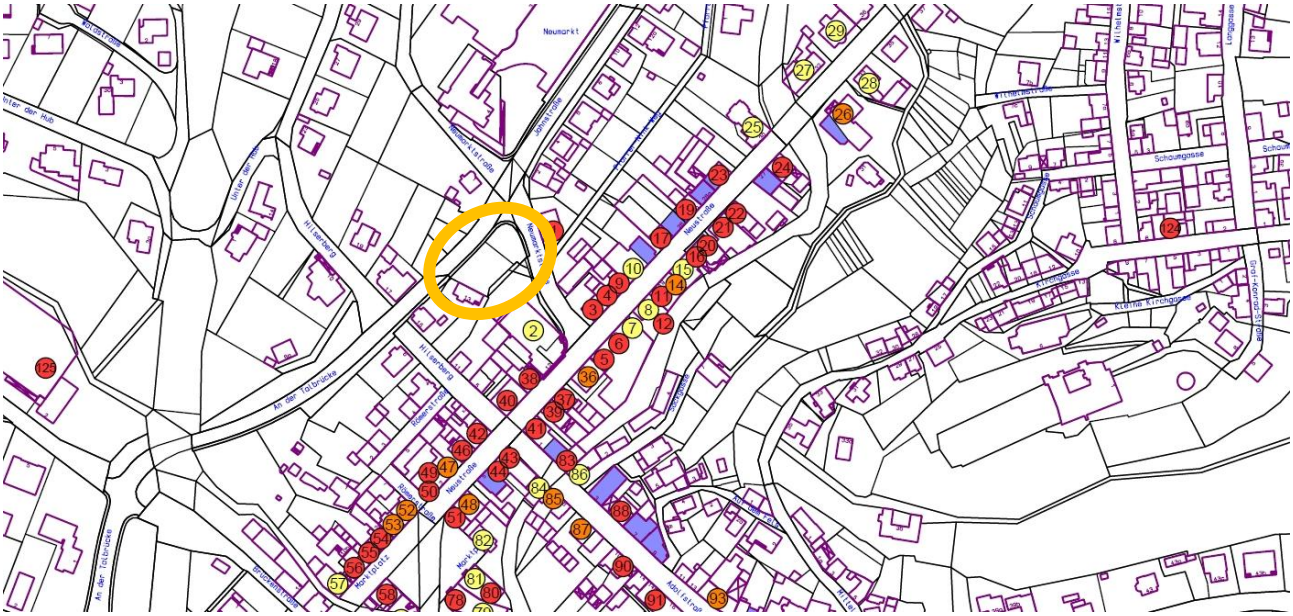


Abbildung 19: Entwicklungsfläche Neumarktstraße
(Quelle: Liegenschaftskarte | Kartierung Bestandsaufnahme | eigene Darstellung)

Die derzeitige städtebauliche Struktur gibt keine weiteren größeren Flächenpotenziale in der direkten Innenstadt frei. Durch die relativ enge Struktur und die in den vergangenen Jahren bereits genutzten Potenzialflächen verbleibt für zukünftige Nutzungen nicht viel Raum in der Innenstadt. Auch bedingt durch die Topografie und die städtebaulichen Restriktionen, die sich durch den Bachlauf des Schafbachs ergeben, ist die bauliche Entwicklung eingeschränkt. Aus diesem Grund ist es nötig hier auch die Potenziale im weiteren Stadtgefüge zu untersuchen und darzustellen.

→ **Gesamtstädtische Potenziale**

Neben den innenstadtnahen Potenzialflächen bieten sich auch Freiflächen und Gebäude im weiteren Stadtgebiet Westerburgs für gezielt gesteuerte Einzelhandelsansiedlungen an. An die bestehenden städtebaulichen und einzelhandelsbezogenen Strukturen angelehnt, bietet das Stadtgefüge Flächen für die Unterbringung von begrenzten zentrenrelevanten und insbesondere für weitere nicht zentrenrelevante Sortimente an verschiedenen Standorten.

Eine solche potenzielle Entwicklungsfläche ist der Bereich des ehemaligen Marktes an der Stadionstraße / Tiergartenstraße. Der hier bestehende Leerstand könnte nachgenutzt oder das Grundstück reaktiviert werden. Verbunden mit den angrenzenden Freiflächen ergibt sich auch die Möglichkeit weitere Ansiedlungsabsichten hier unterzubringen. Dabei sollte es sich aber um nicht zentrenrelevante Sortimente oder Nahversorgungsangebote handeln, sofern letztere nicht in besser integrierter Lage untergebracht werden können.

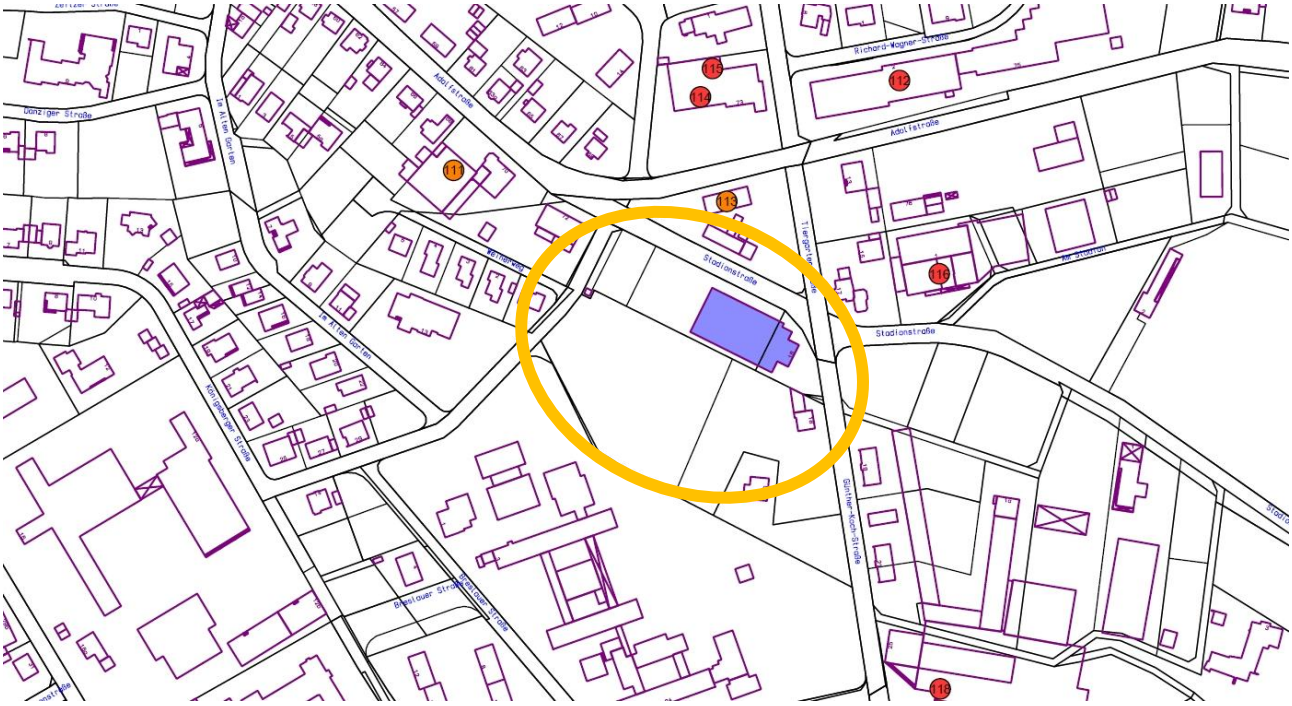


Abbildung 20: Entwicklungsfläche Stadionstraße / Tiergartenstraße
(Quelle: Liegenschaftskarte | Kartierung Bestandsaufnahme | eigene Darstellung)

Ebenfalls an der Stadionstraße gelegen befindet sich eine Freifläche, die der Nutzung durch nicht zentrenrelevanten Einzelhandel zugeführt werden könnte. Die räumliche Nähe zu den vorhandenen Möbelmärkten und die vorhandene Erschließung machen eine Nutzung der Fläche möglich.

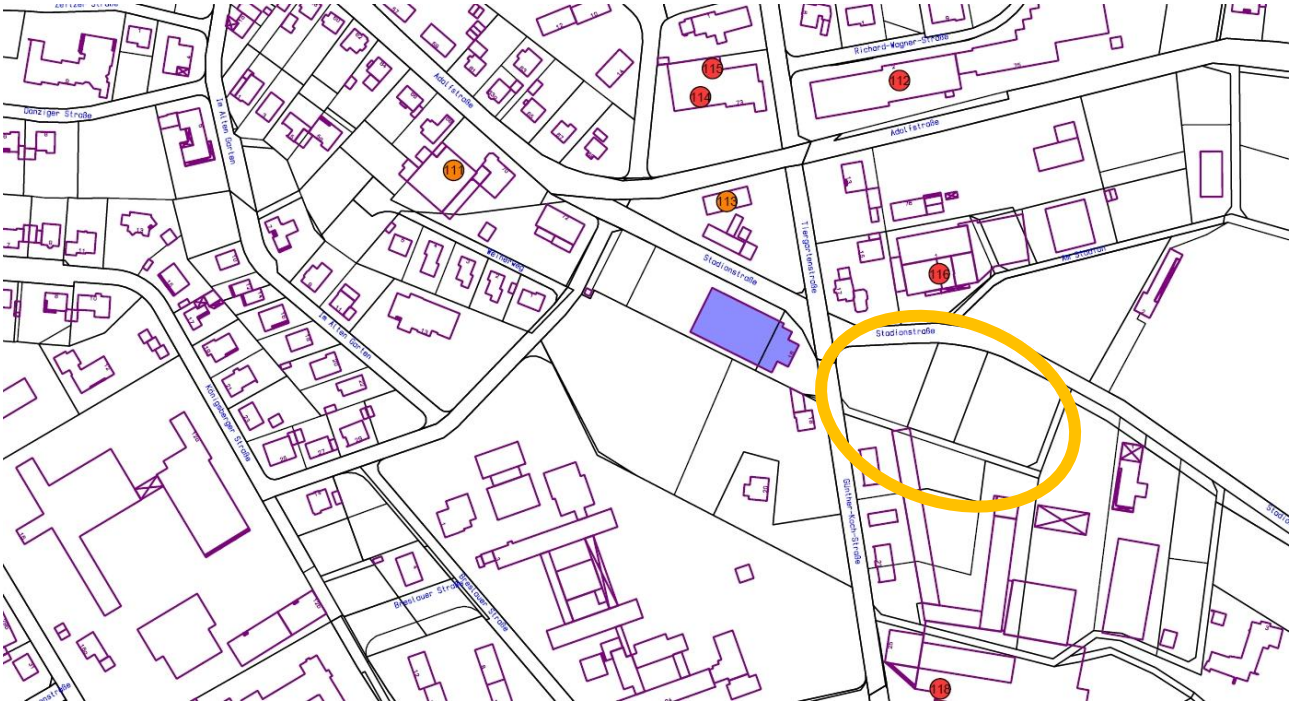


Abbildung 21: Entwicklungsfläche Stadionstraße
(Quelle: Liegenschaftskarte | Kartierung Bestandsaufnahme | eigene Darstellung)

In direkter zum bestehenden REWE-Markt befindet sich ein unbebautes Grundstück an der Günther-Koch-Straße mit Anschluss an den dort vorhandenen Kreisverkehr. Mit einer Größe von ca. 3.000 m² bietet es ausreichend um einige der als fehlend ermittelten Sortimente anzusiedeln, die Flächenmäßig in der Innenstadt nicht untergebracht werden können.

Abbildung 22: Entwicklungsfläche Günther-Koch-Straße 1
(Quelle: Liegenschaftskarte | Kartierung Bestandsaufnahme | eigene Darstellung)

Ebenfalls an der Günther-Koch-Straße gelegen befindet sich eine Freifläche, die derzeit teilweise zur Materiallagerung genutzt wird. Sie bietet mit einer Fläche von ca. 3,5 ha ein großes Potenzial für Ansiedlungen jeglicher Art. Die umgebende bestehende Nutzung gibt die Entwicklung einer gewerblichen baufläche oder die Erweiterung des in der Nachbarschaft befindlichen Einzelhandels

auf der Fläche vor. Hier sollte aber die Nicht-Beeinträchtigung der Innenstadt Berücksichtigung finden. Eine gesteuerte Entwicklung kann daher ermöglicht werden. Die Vorgaben des LEP IV sind hier einzuhalten.

Abbildung 23: Entwicklungsfläche Günther-Koch-Straße 2
(Quelle: Liegenschaftskarte | Kartierung Bestandsaufnahme | eigene Darstellung)

→ Außerstädtische Potenziale

Neben den Flächen im Stadtgebiet sind auch die weiteren Gemeinden der VG für die potenzielle Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsangeboten zu untersuchen. Hier fällt der Blick zunächst auf die Ortsgemeinde Höhn, die bereits heute eine wichtige Rolle in der Nahversorgung der Wohnbevölkerung im nördlichen Verbandsgemeindegebiet wahrnimmt. Diese Funktion kann ausgebaut und den Vorgaben des LEP IV entsprechend als Gemeinde mit über 3.000 Einwohnern gestärkt werden.

Abbildung 24: Entwicklungsfläche Rheinstraße Höhn
(Quelle: Liegenschaftskarte | Kartierung Bestandsaufnahme | eigene Darstellung)

Zu diesem Zweck ist die Erweiterung der vorhandenen Angebote im Bereich des südwestlichen Ortseinganges an der Rheinstraße in Höhn als Möglichkeit aufzuzeigen. Dort laufen derzeit Planungen, die mit einer Umgestaltung der Ortseingangssituation verbunden sind.

7.4 Fazit

Die Stadt Westerburg verfügt in nahezu allen Warengruppen über ein offenes Potenzial (= nicht gebundene Kaufkraft), welches in Teilen auch die Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben ermöglicht. Die Nutzung vorhandener Leerstände in der Innenstadt sowie in den umliegenden Bereichen bietet hierzu verschiedene Flächenpotenziale, die sowohl für die Neuansiedlung kleinerer Betriebe, als auch für die Erweiterung bestehender Verkaufsflächen in Betracht kommen.

Größere Neuansiedlungen haben jedoch so große Flächenansprüche, dass eine Unterbringung im unmittelbaren Kernbereich der Stadt nicht möglich ist. Insofern ist in diesem Zusammenhang eine Ausweisung potenziell geeigneter Flächen als Versorgungsbereiche und eine gleichzeitige bauleitplanerische Steuerung der Ansiedlung mit konkreten Vorgaben im Hinblick auf die zulässigen Verkaufsflächen und Sortimente zu empfehlen.

Erweiterungen vorhandener Betriebe sollten im Rahmen der Ziele des Konzeptes sowie der Regional- und Landesplanung zugelassen werden, damit die Betriebe sich auch künftig an sich ändernde Rahmenbedingungen des Marktes oder gesetzliche Vorgaben anpassen können. Zu beachten ist dabei, dass Vergrößerungen der Verkaufsfläche nicht automatisch auch zu einer deutlichen Steigerung des Umsatzes führen, sondern zum Teil auch aus Gründen einer großzügigeren Warenpräsentation, der Verringerung der Lagerhaltung, der Erfüllung der Verpflichtung zur Pfandrücknahme o.ä. erforderlich werden und daher die Flächenvergrößerungen i.d.R. nicht pauschal mit der gleichen Flächenproduktivität angesetzt werden können, wie die bestehenden Verkaufsflächen. Dennoch sind die Vorgaben des LEP IV bezüglich des Nichtbeeinträchtigungsgebotes im Einzelfall zu berücksichtigen. Daher sind die konkreten Auswirkungen der Erweiterung zu untersuchen, was unter Umständen zu einer planerischen Nachsteuerung führen muss.

8 MODELLE DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG

8.1 Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung

Die beiden Kenngrößen der Bevölkerungsentwicklung und der Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft können als maßgebliche Steuerer der Absatzmärkte in den kommenden Jahren gesehen werden. Dabei ist neben der natürlichen Entwicklung der Bevölkerung, die in der Regel weniger flexiblen Verläufen folgt, insbesondere die Entwicklung der Kaufkraft pro Person in Abhängigkeit unvorhersehbarer Ereignisse zu berücksichtigen, die ähnlich wie die Banken- oder Wirtschaftskrise 2008 / 2009 auch Auswirkungen auf das Kaufverhalten sowie die Sparerquote in der Bevölkerung haben kann. Es kann sich bei beiden folgenden Betrachtungen daher lediglich um statistisch abgeleitete Schätzungen handeln, die den Aussagen des Konzeptes zu Grunde gelegt werden können.

→ **Bevölkerungsentwicklung**

Auf Grundlage der prognostizierten Bevölkerungsentwicklung, als einer wesentlichen absatzwirtschaftlichen Rahmengröße, lassen sich Kaufkrafttrends abschätzen. Die Prognose für die Stadt und die Verbandsgemeinde Westerburg wurde auf Grundlage der Bevölkerungszahlen von 1990 bis 2009 abgeleitet und zeigt, dass ausgehend von diesem Zeitraum eine tendenzielle Abnahme der Bevölkerung auch für die kommenden Jahre wahrscheinlich ist.[20] Auf Grund dieses leichten Rückgangs können in dem betrachteten Zeitraum nachfrageseitig leicht negative Impulse aus der demographischen Entwicklung erwartet werden.

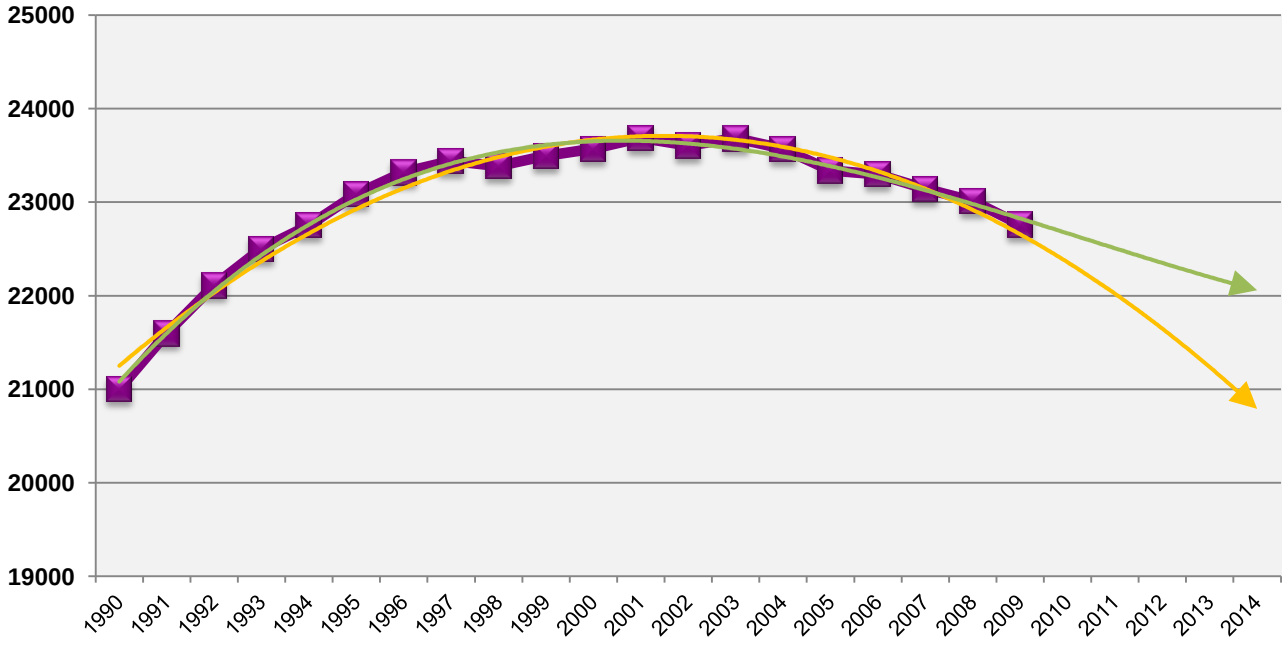


Abbildung 25: Bevölkerungsentwicklung und Prognose der Verbandsgemeinde Westerburg
(Quelle: Statistisches Landesamt | eigene Darstellung)

Aus der Prognose, die einen Trend für die Entwicklung bis 2014 aufzeigt, lässt sich ermitteln, dass die Bevölkerungsentwicklung, die nach einem stetigen Anstieg in den 90er Jahren ihren

20 Vgl. auch Bevölkerungsvorausberechnung des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz.

Höhepunkt Anfang des Jahrtausends hatte, starke Schwankungen aufweist und nun zwar generell negativ ausfällt, deren Fixierung eines Trends aber nur schwer vorher zu sagen ist. Von einem moderaten Rückgang der Bevölkerung sollte aber zunächst ausgegangen werden. Die Zahlen für den Betrachtungszeitraum werden bei etwa 22.000 Einwohnern angesetzt.

→ Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft

Die Ermittlung der lokalen und regionalen Kaufkraft erfolgt in der Regel durch deutschlandweit tätige Unternehmen oder Gutachter, die Vergleichswerte für den Durchschnitt in Deutschland und die einzelnen Regionen treffen können. Dazu werden Daten ausgewertet, die auf die Kaufkraft pro Person und Jahr schließen lassen. Hierbei ist wichtig, dass eine hohe Kaufkraft nicht automatisch auch einen hohen Anteil dieser Kaufkraft für den Einzelhandel bedeutet. Vielmehr sind neben den Einkommensverhältnissen auch Mietpreisspiegel und Grundstückspreise sowie Nebenkosten und Arbeitslosenquoten oder Einkommensverhältnisse für die einzelnen Regionen von Bedeutung.

In der vorliegenden Untersuchung wird auf die Zahlen der GfK GeoMarketing GmbH zurückgegriffen, da diese für ganz Deutschland zur Verfügung stehen und daher verifiziert und vergleichbar sind. Diese Zahlen werden auch von der IHK Koblenz für vergleichende Betrachtungen und Prognosen in der Wirtschaftlichkeitsbetrachtung als Grundlage genutzt. Demnach wird neben der ermittelten Kaufkraft für den Einzelhandel auch die Aufteilung in die 17 Warengruppen der GfK für Berechnungen zu Grunde gelegt.

Ausgehend von den durchschnittlichen Werten für die Einzelhandelskaufkraft in Deutschland wird unter Zuhilfenahme des regionalen oder lokalen Kaufkraftindexes die tatsächlich theoretisch vorhandene Kaufkraft im zu untersuchenden Gebiet errechnet. Diese dient als Grundlage dafür, dass eine Beurteilung zur Unter- oder Überdeckung in einzelnen Warengruppen an die realen Verhältnisse angepasst werden kann.

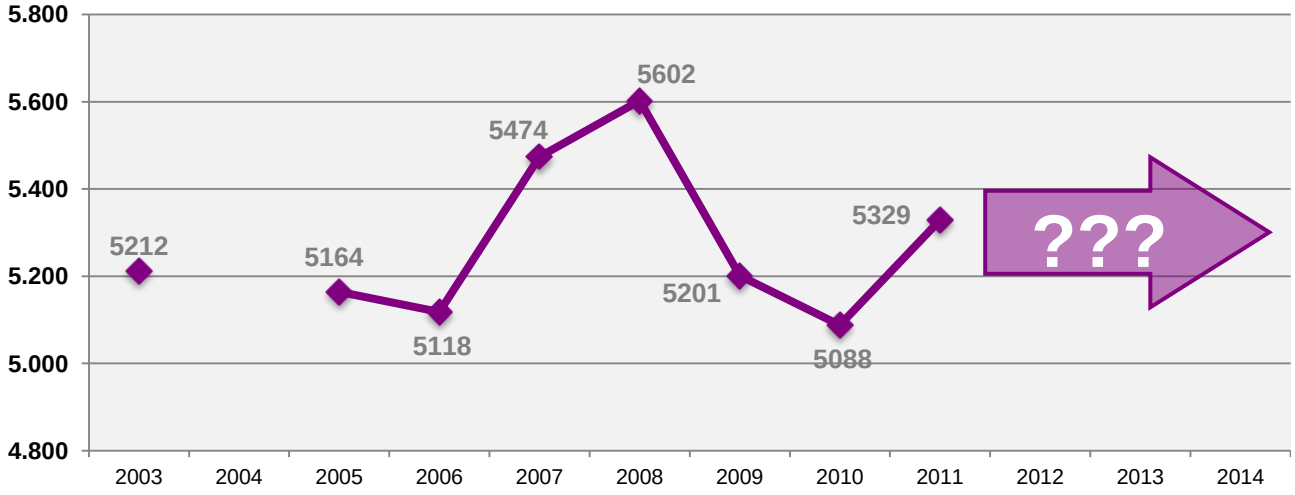


Abbildung 26: Entwicklung der Einzelhandelskaufkraft pro Person und Jahr im bundesdeutschen Durchschnitt
(Quelle: GfK | IHK Koblenz | eigene Darstellung)

Da die Ermittlung der deutschlandweiten Kaufkraft jährlich starken Schwankungen unterliegen kann, ist eine direkte Vergleichbarkeit über mehrere Jahre hinweg jedoch nicht unmittelbar gegeben. So sank die Einzelhandelskaufkraft im bundesdeutschen Durchschnitt von 2008 bis 2010 und stieg zu 2011 wieder deutlich an. Diese Schwankung ließ sich aber nicht immer im gleichen Verhältnis in den einzelnen Warengruppen erkennen. Vielmehr gab es hier teilweise weniger starke oder auch stärkere Schwankungen, die sich teils wieder umkehrten.

→ **Fazit**

Durch die leicht rückläufige Bevölkerungszahl und die mittelfristig als gleichbleibend angenommene Kaufkraft muss von einem leichten Rückgang der örtlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ausgegangen werden. Daher sind die zuvor ermittelten Potenziale für neue Ansiedlungen als empfohlene Obergrenze für den Ausbau der Einzelhandelsstruktur in der Verbandsgemeinde Westerburg zu sehen. Eine unter diesen Werten bleibende Realisierung ist angeraten, wobei gleichzeitig die Deckung des Bedarfs in der Bevölkerung sichergestellt sein sollte. Es ist daher zu unterscheiden zwischen generellen Erstversorgungen und dem Ausbau bereits bestehender Angebote. Hier muss aber auch die Versorgung der Bevölkerung in den Einzugsbereichen berücksichtigt werden, was auch eine Gewährleistung von Ansiedlungen und Erweiterungen zur Folge hat.

8.2 Steuerungsmodelle der Einzelhandelsentwicklung

Um die künftige Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Westerburg gezielt steuern zu können müssen verschiedene Szenarien mit unterschiedlichen politischen und planerischen Vorgaben durchgespielt und hinsichtlich ihrer planerischen, wirtschaftlichen und städtebaulichen Folgewirkungen bewertet werden.

Durch die unterschiedlichen Ansätze werden die Zusammenhänge der Zentren- und Versorgungsstruktur kenntlich gemacht und die Auswirkungen von Ansiedlung, Aus- oder Rückbau von Einzelhandelsstandorten beschrieben.

In den einzelnen Szenarien werden zentrale Versorgungsbereiche sowie die städtebaulich integrierten und nicht integrierten Einzelhandelsstandorte vereinfacht beschrieben, um unter idealtypischen Entwicklungsszenarien die Folgewirkungen der Standortentwicklung aufzuzeigen.

→ **Szenario 1 | Freies Spiel der Kräfte**

Diese auch „Laissez-faire-Szenario“ genannte Untersuchung basiert auf der Annahme, dass bei Einzelhandelsansiedlungen keine politischen und planerischen Restriktionen seitens der Kommune greifen. Dem Ansiedlungsdruck, meist auf nicht integrierte Standorte, wird nicht mit städtebaulich-funktionalen Steuerungen begegnet. Investoren und Unternehmer entscheiden stattdessen über Ansiedlungsvorhaben, Verlagerungen und Erweiterungen ohne an ein (obligatorisches) übergeordnetes Steuerungsleitbild gebunden zu sein.

Die wahrscheinlichste Entwicklung ist die Ansiedlung von autokundenorientierten Einzelhandelsbetrieben auf preisgünstigen Grundstücken in bestehenden oder neuen städtebaulich nicht integrierten Lagen, was die bestehende hierarchische Zentrenstruktur belastet. Die innenstadtinhärenten integrierten Betriebe werden durch den Kaufkraftabfluss geschwächt, was eine Reduzierung des Versorgungsangebotes nach sich zieht. Dies führt zu Geschäftsaufgaben und demzufolge zu vermehrten Leerständen von Ladenlokalen in der Innenstadt.

→ *Kurzbewertung:*

Die Standortplanung von Einzelhandelsunternehmen und die kommunale Entwicklungsplanung stehen häufig im Gegensatz zueinander, da das Interesse des Handels auf niedrige Betriebskosten und bei der Neuansiedlung auf möglichst geringe Erstellungs- und Baukosten (Grundstückspreis, Erschließung, Bauweise etc.) ausgerichtet ist, während sich das Interesse der Stadtentwicklung am Versorgungsbedarf der gesamten Bevölkerung orientiert. Es lässt sich daher mit ziemlicher Sicherheit prognostizieren, dass Standorte außerhalb der ausgewiesenen Zentren,

an denen die Grundstückskosten niedrig sind, zugleich aber eine gute Erreichbarkeit für den individuell motorisierten Verbraucher gegeben ist und möglichst extensive Parkmöglichkeiten geschaffen werden können, gesucht werden.

In Westerburg würde die freie Entfaltung der Kräfte des Marktes zu einer unkontrollierten Entwicklung im Bereich der nicht integrierten Gewerbegebiete führen und die Entwicklung der Innenstadt gänzlich stoppen. Gerade durch die topografische Prägung der Stadt ist diesem Szenario entschieden entgegen zu wirken. Durch freie Flächen auf gewerblichen Grundstücken bieten die Gebiete, hier insbesondere die Günther-Koch-Straße, gute infrastrukturelle Eigenschaften um problemlose Ansiedlungen zu realisieren. Dabei ist auch die Erweiterung nicht integrierter Einzelhandelsbetriebe zu berücksichtigen, die eine eher schleichende Schwächung der Innenstadt zur Folge hätten.

Eine derartige „ungeordnete“ städtebauliche Entwicklung nutzt nicht die bestehenden Zentren- und Stadtstrukturen und beachtet auch keine gestalterische Eingliederung. Im Stadtbild würde sich eine zunehmend diffuse Verteilung der Einzelhandelsbetriebe durchsetzen. Die bereits in der Örtlichkeit vorhandenen Versorgungsstandorte in den nördlichen, südlichen und östlichen Randlagen würden weiter wachsen.

Durch die Erweiterung oder Ansiedlung großflächiger Betriebstypen werden im nicht integrierten Bereich Sortimente angeboten, die nach der lokalen Sortimentsliste zentrenrelevant wären. Dabei würde mittel- bis langfristig auch die damit zusammenhängende Aufenthaltsqualität in der Innenstadt leiden. Ein ‚Trading-Down‘-Effekt wäre dann zu befürchten, was insbesondere vor dem Hintergrund der beabsichtigten Sanierung der Westerburger Oberstadt einen klaren Nachteil für den Standort insgesamt darstellen würde.

→ **Szenario 2 | Schwerpunkt Innenstadt**

Hierbei wird die Einzelhandelsstruktur so gesteuert, dass die kleinteilige Geschäftsstruktur gefördert und ein attraktiver Angebotsmix erhalten bzw. entwickelt wird. Es gilt innerhalb der kompakten Zentren Leerstände zu vermeiden und diese Räumlichkeiten zu nutzen. Das übergeordnete Ziel dieses Szenarios ist die Sicherung und der Schutz der zentralen Versorgungsbereiche. Daher wird eine Verbesserung der Service-Leistungen („König Kunde“), eine Attraktivierung der zentralen Bereiche und eine Verbesserung der Infrastruktur angestrebt.

Daneben gilt das Ziel, durch gezielte Steuerung die Sicherstellung der Nahversorgung in den unterschiedlichen Stadtteilen zu erreichen.

Kernpunkt ist somit die städtebaulich-funktionale Gliederung und Entwicklung mit einer hierarchischen Abstufung. Die Konzentration gilt dabei dem Stadtzentrum und weiteren ausgewählten Standorten, wobei der Innenstadt die größte Bedeutung beigemessen wird. Sie zu entwickeln ist das maßgebliche Ziel bei der stetigen Optimierung des Einzelhandels. Es wird dabei stets das Ziel verfolgt alle Sortimente entsprechend der Nachfrage zu 100 % vorzuhalten. Eine völlige Deckung des Bedarfs nach Abstufung der Zentrenrelevanz gilt als optimale Einzelhandelsstruktur.

Eine Neuentwicklung von Standorten wird nicht restriktiv untersagt, muss aber mit den Entwicklungen der derzeitigen Zentrenstruktur abgestimmt sein und sich zeitlich dieser Vollentwicklung unterwerfen. Eine Einzelhandelssteuerung unter diesen Voraussetzungen schafft einen klaren räumlichen und funktionalen Rahmen für derartige Entwicklungen. Basierend auf

Sortiments- und Größenstrukturen, sowie der funktionalen hierarchischen Eingliederung wird die Einzelhandelsentwicklung an bestimmte Standorte gebunden.

→ *Kurzbewertung:*

Durch die strikte städtebaulich-funktionale Zentrengliederung wird die Sicherung und Stärkung des Stadtzentrums ermöglicht. Da der Hauptfokus weiterer Einzelhandelsansiedlungen auf diesen zentralen Versorgungsbereich ausgerichtet ist und begleitend eine Steigerung der Attraktivität von statten geht, ist eine Bindung der Kaufkraft wahrscheinlich. Hier sind Potenziale vorhanden, die auch schon innerhalb der räumlich-funktionalen Entwicklungsspielräume diskutiert wurden. Dabei gilt dennoch die vorrangige Entwicklung der Innenstadt als Prämisse.

Nach vollständiger Entwicklung der Kernbereiche wird die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben auf die direkte Umgebung ausgeweitet. Dann können einige der bereits genannten Flächen genutzt werden. Dies ist immer an eine straffe Entwicklungshierarchie gekoppelt. Folglich grenzt sich das Stadtzentrum vom übrigen Stadtgebiet deutlich ab und schafft ein charakteristisches Einzelhandelsumfeld.

Auf Sonderwünsche von Investoren und Projektentwicklern kann bei dieser Optimierung nicht eingegangen werden. In der Folge können einige potenzielle Nutzungen nicht am Standort realisiert werden. Es kann sich daher durch die Fokussierung auf die Innenstadt ein Nachteil für die nicht integrierten Flächenpotenziale ergeben, da mögliche Ansiedlungen erschwert werden und dadurch Chancen ungenutzt bleiben die Sortimentsstruktur qualitativ zu verbessern. Dies gefährdet wiederum die wohnortnahe Nahversorgung.

→ **Szenario 3 | Gezielte Einzelhandelssteuerung**

Im Gegensatz zum vorherigen Szenario werden bei der gezielten Einzelhandelssteuerung keine starren Prioritäten bei der Einzelhandelsansiedlung festgelegt. Vielmehr wird auch hier die Einzelhandelsentwicklung grundsätzlich gezielt nach klaren räumlich-funktionalen Vorgaben gesteuert, das bedeutet die Konzentration des Einzelhandels auf ausgewählte Schwerpunktflächen unter Berücksichtigung der Sortiments- und Größenstrukturen, sowie der funktionalen Rahmenbedingungen.

Darüber hinaus bestimmen die absatzwirtschaftlichen Potenziale die Marktentwicklung, d.h. die sortimentsspezifischen Rahmenbedingungen legen Art und Umfang von Neuansiedlungen und Erweiterungen fest. Deshalb kann „gezielt“ reagiert werden. Unterrepräsentierte Sortimente werden bevorzugt, während über eine Ansiedlung von Sortimenten, deren Kaufkraft nahezu ausgeschöpft oder bereits überschritten ist, im Einzelfall zu entscheiden ist.

Im Zuge bestimmter Umsiedlungs- und Ansiedlungsvorhaben gibt eine Einzelfallbeurteilung jeweils Aufschluss über die Tragfähigkeit des Vorhabens und die Verträglichkeit am gewünschten Standort. Auch die Risiken und Gefahren den vorherrschenden Sortimentsbestand und die derzeitige Zentrenstruktur betreffend können eingeschätzt und gezielt untersucht werden.

Auf der einen Seite wird versucht die Vorgaben einer stringenten Steuerung umzusetzen um eine zukunftsfähige räumlich-funktionale Entwicklung zu garantieren. Auf der anderen Seite wird mit Einzelfällen gerechnet, die von der Steuerungspolitik abweichen und die postulierten Leit- und Grundsätze nicht erfüllen können. Derartige Tatbestände werden nicht von vornherein ausgeschlossen, sondern durchlaufen einen Prozess der Abwägung und Entscheidungsfindung,

um herauszufinden, ob sie dem Zeitgeist entsprechend das vorhandene Konzept aufwerten und unterstützen können.

So kann es im Gegensatz zum „Schwerpunkt-Szenario“ zu einer einmaligen Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebs mit politischer Präferenz für einen integrierten Standort an einem durch Gutachten als unschädlich belegten sonstigen Standort kommen. Der Gemeinde werden dann Möglichkeiten eröffnet, die sich den aktuellen Gegebenheiten des Marktes anpassen.

→ *Kurzbewertung:*

Dieses Szenario macht die Bedeutung eines Rahmenkonzeptes für die Einzelhandelsentwicklung auf Ebene der gesamten Stadt oder Verbandsgemeinde Westerburg deutlich. Mit der vorliegenden qualitativen und quantitativen Analyse können sich zukünftige Projekte an formulierten Leitbildern orientieren. Den Entscheidungsträgern wird es möglich sein auf Grundlage des Konzeptes gezielt in die Einzelhandelsentwicklung einzugreifen und öffentliche und private Interessen angemessen gegeneinander abzuwägen.

Die Flächenpotenziale für die unterschiedlichen Warengruppen wurden bereits vorgestellt. Eine gezielte Einzelhandelssteuerung würde basierend auf dieser Liste Flächen in der genannten Größenordnung zulassen. Geringe Abweichungen und Überschreitungen würden nach speziellen Untersuchungen auf die Schädlichkeit oder Unschädlichkeit des Vorhabens hin ermöglicht werden. Demzufolge gibt die Liste nur Orientierungswerte an, die sich im Einzelfall - auch nach Veränderungen am Markt - stützen oder widerlegen lassen.

Das Szenario sorgt für eine bedarfsgerechte Entwicklung der Stadt und die Sicherung des Versorgungsauftrags. Dabei werden sowohl die Rahmenbedingungen der Betriebe als auch die politischen Steuerungsmöglichkeiten gleichermaßen gewichtet. Eine ausgewogene Entwicklung im Sinne der Versorgung der Bevölkerung kann auf Dauer gesehen ermöglicht werden. Dabei berücksichtigt dieses Szenario auch die Nahversorgungsaufgabe der Stadt Westerburg für den zugewiesenen Nah- und Mittelbereich sowie die mögliche Nahversorgung durch die sonstigen Ortsgemeinden der Verbandsgemeinde Westerburg.

8.3 Fazit

Die aufgeführten Szenarien machen deutlich, dass die Entwicklung des Einzelhandels in Westerburg durch eine Steuerungspolitik massiv gelenkt werden kann. Während hier weder die zu strenge Regelung für Ansiedlungen noch die ungesteuerte Entwicklung wünschenswert sind, ist die gezielte Steuerung das geeignete Instrument auf die Entwicklungen des Marktes zu reagieren und neben der Stärkung des Zentrums auch Vorhaben mit Platzbedarf an sonstigen Standorten nach Ausschluss schädlicher Auswirkungen zuzulassen. Es dient damit der Findung des „goldenen Mittelweges“ zwischen privaten Interessen und den restriktiven Vorgaben der planerischen und politischen Öffentlichkeit.

Zudem lässt die Aufstellung eines Gesamtkonzeptes auch eine weitere Beobachtung des Marktes unter der Maßgabe zu, dass auch auf veränderte Rahmenbedingungen flexibel reagiert werden kann.

9 EINZELHANDELS- UND ZENTRENKONZEPT

9.1 Ziele und Grundsätze der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Westerburg

Bei der Aufstellung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist es nicht nur erforderlich, die Angebotsstrukturen quantitativ und räumlich darzustellen und die absatzwirtschaftlichen Spielräume zu ermitteln, sondern insbesondere auch zu untersuchen, ob und wenn ja, welche Gebiete innerhalb der Stadt zukünftig für die Fortführung von Einzelhandelsnutzungen bzw. für zusätzliche Einzelhandelsansiedlungen geeignet erscheinen (Entwicklungsbereiche) und welche übergeordneten Ziele diesen Entwicklungen zu Grunde gelegt werden. Aus dieser Untersuchung heraus muss dann das eigentliche Zentrenkonzept entwickelt werden, das die Vorgaben des LEP IV im Konzept umsetzt und festschreibt.

9.1.1 Übergeordnete Ziele

Die übergeordneten Leitlinien ergeben sich aus der zuvor nochmals zusammengefassten einzelhandels- und zentrenspezifischen Situation in der Verbandsgemeinde und insbesondere der Stadt Westerburg, den daraus resultierenden Bewertungen sowie den weiteren allgemeinen Rahmenbedingungen. Für die zukünftige Entwicklung, sowohl in quantitativer als auch in qualitativer sowie räumlich-funktionaler Hinsicht, ist es erforderlich der Einzelhandelsentwicklung verbindliche Ziele zugrunde zu legen.

Als vorrangige Ziele der Einzelhandelsentwicklung in Westerburg werden von gutachterlicher Seite zum einen die **Sicherung und Stärkung des Stadtzentrums**, zum anderen die **sinnvolle Sicherung der wohnortnahen Nahversorgung** in der gesamten Verbandsgemeinde gesehen. Außerdem wird eine Fortentwicklung der zentrenunschädlichen Standorte zur Deckung des Bedarfs der Bevölkerung aus den ermittelten Einzugsbereichen angestrebt, wobei hier darauf zu achten ist, dass die Randsortimente auf ein verträgliches Maß beschränkt werden.

Zusammenfassend betrachtet ergibt sich aus den vorherigen Arbeitsschritten folgender übergeordneter Zielkatalog zur Einzelhandelsentwicklung in Westerburg:

- Sicherung und Stärkung der Hauptgeschäftsbereiche Westerburgs und Stärkung der Randbereiche (insbesondere bei Angebotslücken),
- Bekämpfung und Vermeidung von Leerständen mit Priorität der Westerburger Innenstadt,
- Erhaltung und Stärkung der Nahversorgungsschwerpunkte in der Verbandsgemeinde,
- Sicherung und Ausbau eines attraktiven und vielschichtigen Einzelhandelsangebotes sowie der Einzelhandels- und Funktionsvielfalt und
- Sicherung von Gewerbegebieten für die vorrangige Ansiedlung von Handwerk, Dienstleistungen und produzierendem Gewerbe.

9.1.2 Grundsätze zur räumlichen Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels

Im Hinblick auf eine den aufgeführten, übergeordneten Zielen entsprechende Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Westerburg sollten für die zukünftige räumliche Steuerung grundsätzliche Strategien entwickelt werden. Vor dem Hintergrund der o.g. Ziele sowie unter Berücksichtigung der Bewertung der Ausgangssituation einerseits sowie der zukünftigen entwicklungsbestimmenden Faktoren andererseits, sollen für Westerburg die nachfolgenden Leitsätze zur räumlichen

Einzelhandels- und Zentrenstruktur gelten und durch entsprechende politische Beschlüsse festgelegt werden. Erst mit diesem Schritt kann es gelingen, allen Beteiligten Planungs-, Investitions- und Rechtssicherheit zu geben und eine Magnetwirkung der Innenstadt zu entfalten.

Dabei soll im Hinblick auf die zukünftige bauleitplanerische Umsetzung darauf hingewiesen werden, dass das Einzelhandels- und Zentrenkonzept zwar eine wichtige Entscheidungsgrundlage - nämlich als abwägungsrelevantes städtebauliches Konzept - darstellt, allerdings keine Rechtsverbindlichkeit im Hinblick auf die Steuerung von Einzelhandelsnutzungen entfaltet. Vielmehr gibt das Konzept Leitvorstellungen und Grundsätze vor, die mittels bauleitplanerischer Entscheidungen umgesetzt werden müssen. Somit wird die Gemeinde nicht von ihrer Pflicht entbunden, in jedem Einzelfall zu prüfen, welche bauleitplanerischen Festsetzungen städtebaulich gerechtfertigt und mit dem Abwägungsgebot vereinbar sind.

→ ***Grundsatz 1: Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten nur noch in den zentralen Versorgungsbereichen***

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit einem zentrenrelevanten Hauptsortiment sind grundsätzlich nur noch in den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichen zulässig. Diese Direktive soll aber auch für alle kleineren Betriebe gelten, die in ihrer Sortimentsstruktur eine gewisse „Systemrelevanz“ erkennen lassen. Ausgelöst wird eine solche Relevanz durch das Verhältnisse der Angebotsfläche des zu bewertenden Betriebes mit der bereits vorhandenen Fläche in der Innenstadt und dem gesamten Stadtgebiet. Dies gilt generell für strukturprägende Betriebsgrößenordnungen, von denen an anderer Stelle Negativauswirkungen auf den Stadtkern zu erwarten sind.

→ ***Grundsatz 2: Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment***

Sowohl kleinflächige, als auch großflächige nahversorgungsrelevante Einzelhandelsbetriebe sollen primär in zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden. Weiterhin spielen diese Betriebe bei der wohnortnahen Grundversorgung eine gewichtige Rolle.

In der Verbandsgemeinde Westerburg soll die flächendeckende Nahversorgung gezielt gesichert und gestärkt werden. So können an solitären Standorten innerhalb des Westerburger Stadtgebietes, aber außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment dann zulässig und sinnvoll sein, wenn sie der Nahversorgung der im unmittelbaren Umfeld vorhandenen Wohnbevölkerung dienen und keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche erwarten lassen. Dies gilt insbesondere auch vor dem Hintergrund der Vorgaben des LEP IV in den übrigen Ortsgemeinden der VG, allen voran in den Ortsgemeinden Höhn und Langenhahn. Bezogen auf die Größe der Verbandsgemeinde sind hiernach im Wesentlichen Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) sowie kleinere Lebensmittelläden (Nachbarschaftsläden, „Convenience-Stores“ und Läden unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit) zulässig, die zur Deckung des täglichen Bedarfs dienen. Eine Ausnahme ist für die Ortsgemeinde Höhn mit derzeit mehr als 3.000 Einwohnern zu sehen.

Die Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten ist an diesem Grundsatz zu orientieren.

→ ***Grundsatz 3: Randsortimente an nicht integrierten Standorten***

Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten führen regelmäßig Randsortimente. Während von nicht zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine

Gefährdung für die Entwicklung des Hauptgeschäftsbereiches ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb der städtebaulich festgelegten Zentren Auswirkungen auf den Hauptgeschäftsbereich möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes grundsätzlich widersprechen würde, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat. Die Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem dann, wenn ein direkter Bezug zum Hauptsortiment vorhanden ist, zulässig sein.

Bisher hat sich eine Begrenzung auf rund 10 % der gesamten Verkaufsfläche als praktikabel erwiesen. Es wird jedoch empfohlen eine maximale Fläche von 800 m² für Randsortimente nicht zu überschreiten. Dies ist jedoch im Einzelfall in der Bauleitplanung zu entscheiden. Eine deutlich geringere Fläche für Randsortimente wäre zwar wünschenswert, unterliegt aber der jeweiligen Abwägung im Bauleitplanverfahren.

→ ***Grundsatz 4: Ansiedlungsperspektiven von Verkaufsstellen der Handwerks-, produzierenden und weiterverarbeitenden Gewerbebetriebe (Handwerkerprivileg)***

Ausnahmsweise sollen kleinflächige Verkaufsstellen von Handwerks-, produzierenden und weiterverarbeitenden Gewerbebetrieben, so genannter Annex-Handel, zugelassen werden, wenn

- eine räumliche Zuordnung zum Hauptbetrieb besteht,
- die Errichtung im betrieblichen Zusammenhang erfolgt,
- eine deutliche flächen- und umsatzmäßige Unterordnung zum Hauptbetrieb gegeben ist und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 BauNVO nicht überschritten wird.

9.2 Ausweisung der zukünftigen zentralen Versorgungsbereiche

Ein zentraler Punkt des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Verbandsgemeinde Westerburg ist die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche im Verbandsgemeindegebiet. Diese Abgrenzung basiert auf dem aktuellen Bestand der Einzelhandelsangebote und der gezielten Steuerungsabsicht der VG für die weitere Entwicklung des Einzelhandels an den jeweiligen Standorten. Hier maßgeblich zu betrachten ist die Stadt Westerburg, die in ihrer Einstufung als Mittelzentrum einzige Gemeinde in der VG ist, die eine Bedeutung als zentraler Ort besitzt. Damit ist die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche auf die Stadt Westerburg beschränkt. Ebenfalls von Belang für die Versorgung der Bevölkerung sind die Gemeinden Höhn und Langenhahn.

Aus der Darstellung der Geschäftsbereiche in der Stadt Westerburg lässt sich die genaue Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche ableiten. Die hier abgebildeten Einheiten sind dabei nicht als parzellenscharf zu verstehen. Sie dienen der Verortung der Entwicklung des Einzelhandels im Stadtgebiet und lassen geringe Unschärfen bei der späteren Entwicklung zu.

Im zentralen Versorgungsbereich **Innenstadt** sind prinzipiell alle Sortimente zulässig. Dabei spielt es keine Rolle, ob die Läden die Schwelle der Großflächigkeit überschreiten.

Im eingeschränkten zentralen Versorgungsbereich **Günther-Koch-Straße** ist die Ansiedlung der Sortimente zu beschränken. Das heißt, die Sortimentsliste für den Bereich ist so zu modifizieren, dass eine Schädigung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt weitgehend ausgeschlossen

werden kann. Dennoch sollen hier ergänzende Angebote zur Innenstadt untergebracht werden können, die das dortige Angebot abrunden und sich maßgeblich am Bestand orientieren.

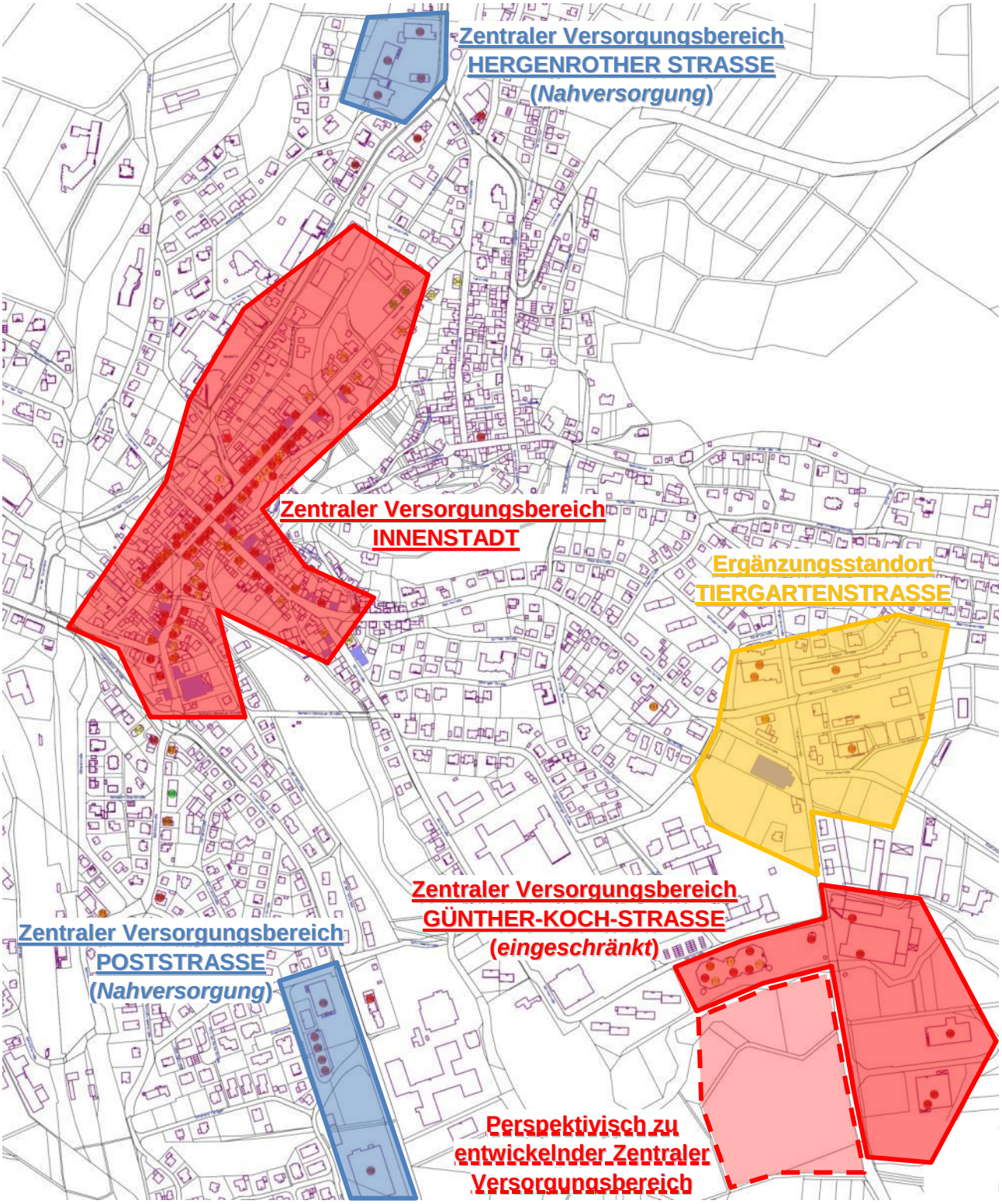


Abbildung 27: Zentrale Versorgungsbereiche Westerburgs
(Quelle: Liegenschaftskarte | Kartierung Bestandsaufnahme | eigene Darstellung)

Dem eingeschränkten zentralen Versorgungsbereich Günther-Koch-Straße wird eine angrenzende Fläche als **perspektivisch zu entwickelnder Zentraler Versorgungsbereich** zugeordnet, der für platzintensive Nutzungen ohne Schädigung der Innenstadt in Anspruch genommen werden kann,

sofern eine Realisierung entsprechender Vorhaben in einem Anderen ausgewiesenen Bereich nicht möglich ist.

Der zur Nahversorgung eingeschränkte zentrale Versorgungsbereich **Poststraße** wird auf seinen jetzigen Bestand an Angeboten festgeschrieben. Es sollen geringfügige Erweiterungen im Umfang der Nahversorgung ermöglicht werden können. Sonstige zentrenrelevante Sortimente sind in der zukünftigen Entwicklung auszuschließen.

Bei dem zur Nahversorgung eingeschränkten zentralen Versorgungsbereich **Hergenrother Straße** handelt es sich ebenfalls um einen Standort, der im Bestand auf die Nahversorgungsfunktion hin festgeschrieben wird. Es sollen kleinere Erweiterungen in diesen Sortimenten ermöglicht werden.

Zudem wird für Westerburg ein Ergänzungsstandort an der **Tiergartenstraße** ausgewiesen. Hier sollen vorrangig nicht zentrenrelevante Sortimente untergebracht werden können. Es soll sichergestellt werden, dass sich durch diese Ausweisung die Entwicklung des großflächigen Einzelhandels auch mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten im Stadtgebiet steuern lässt. Hier sind Entwicklungspotenziale erkennbar.

Als wichtiger Versorgungsstandort innerhalb der Verbandsgemeinde Westerburg ist die Ortsgemeinde Höhn einzustufen. Auch wenn Höhn nicht über eine zugewiesene zentralörtliche Funktion durch die Regionalplanung verfügt, sollte eine gewisse Entwicklung zur Sicherung der wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung auch vor dem Hintergrund, dass Höhn über 3.000 Einwohner hat, dennoch zugesichert werden. Hierzu sind in der folgenden Abbildung in Anlehnung an den derzeit vorhandenen Einzelhandelsbestand noch entwickelbare Flächen gekennzeichnet, die eine Entwicklung im rechtlich zulässigen Rahmen zugestanden bekommen sollten. Sie werden als Zentraler Versorgungsbereich zur Nahversorgung gekennzeichnet.

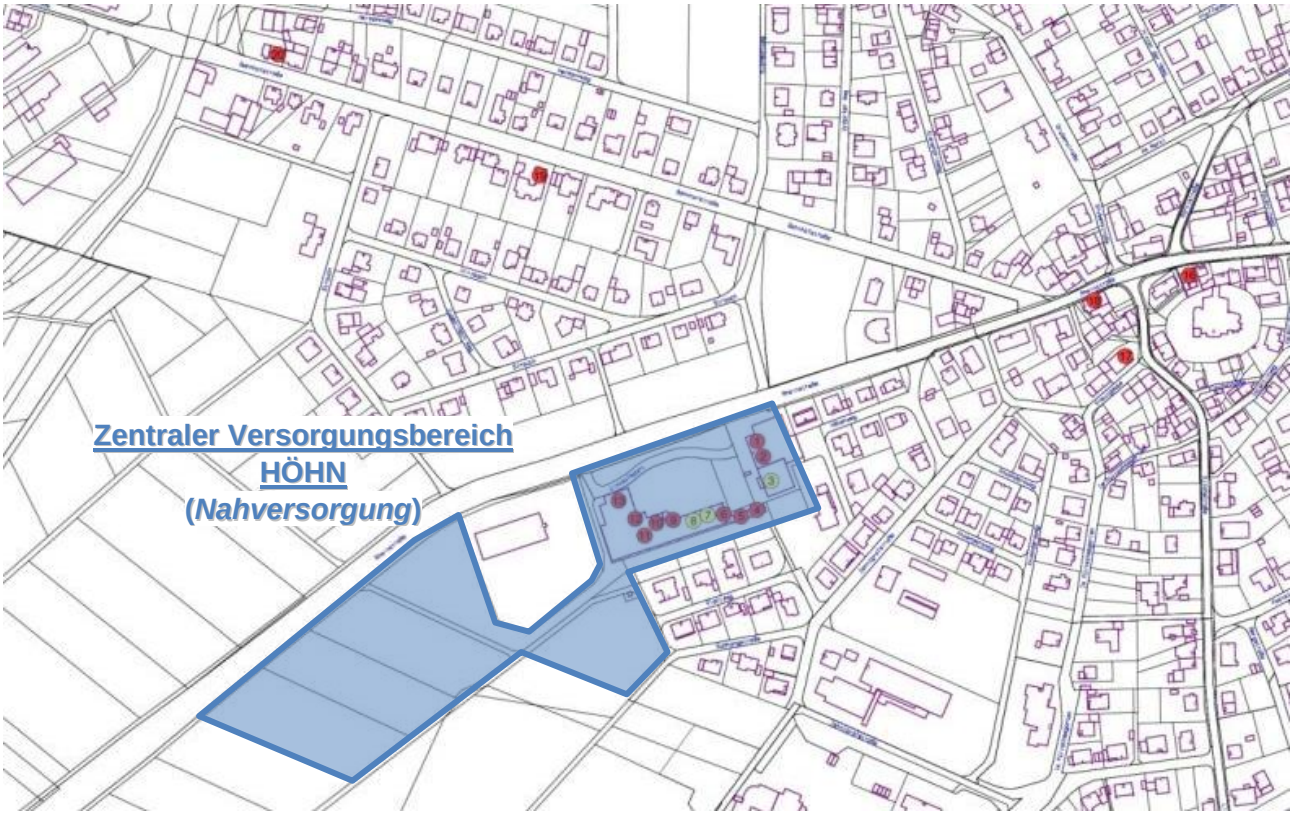


Abbildung 28: Zentraler Versorgungsbereich Höhn (Nahversorgung)
(Quelle: Liegenschaftskarte | Kartierung Bestandsaufnahme | eigene Darstellung)

Zudem soll die Nahversorgung in den übrigen Gemeinden der Verbandsgemeinde Westerburg gesichert, gestärkt und nach Möglichkeit ausgebaut werden. Das Zentrale-Orte-System ist dabei stets zu beachten.

9.3 Lokalspezifische Sortimentslisten

9.3.1 System der Zentrenrelevanz

Die Aufteilung der Sortimente und Warengruppen des Einzelhandels in Sortimentslisten führt zu unterschiedlich strengen Auflagen im Hinblick auf das zulässige Angebot am jeweiligen Standort. Die Zentrenrelevanz einzelner Angebote lässt sich dabei nach den verschiedenen Versorgungsbereichen einer Stadt abschichten. Die nicht innenstadtrelevanten Sortimente sind dabei natürlich auch in den zentralen Versorgungsbereichen zulässig.

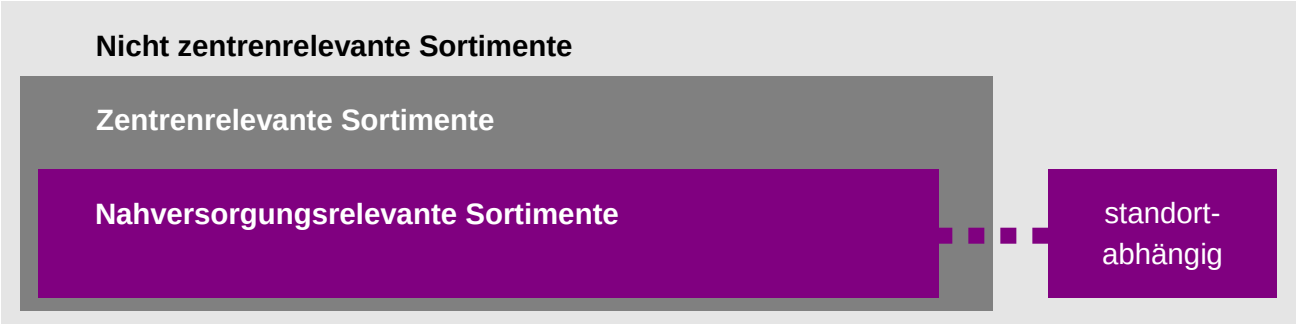


Abbildung 29: System der Zentrenrelevanz
(Quelle: eigene Darstellung)

Generell ist es möglich nahversorgungsrelevante Sortimente, die eigentlich in den Schutz des Zentrums gehören, auch außerhalb des Zentrums anzubieten, um hier eine wohnortnahe Nahversorgung der Bevölkerung sicherstellen zu können.

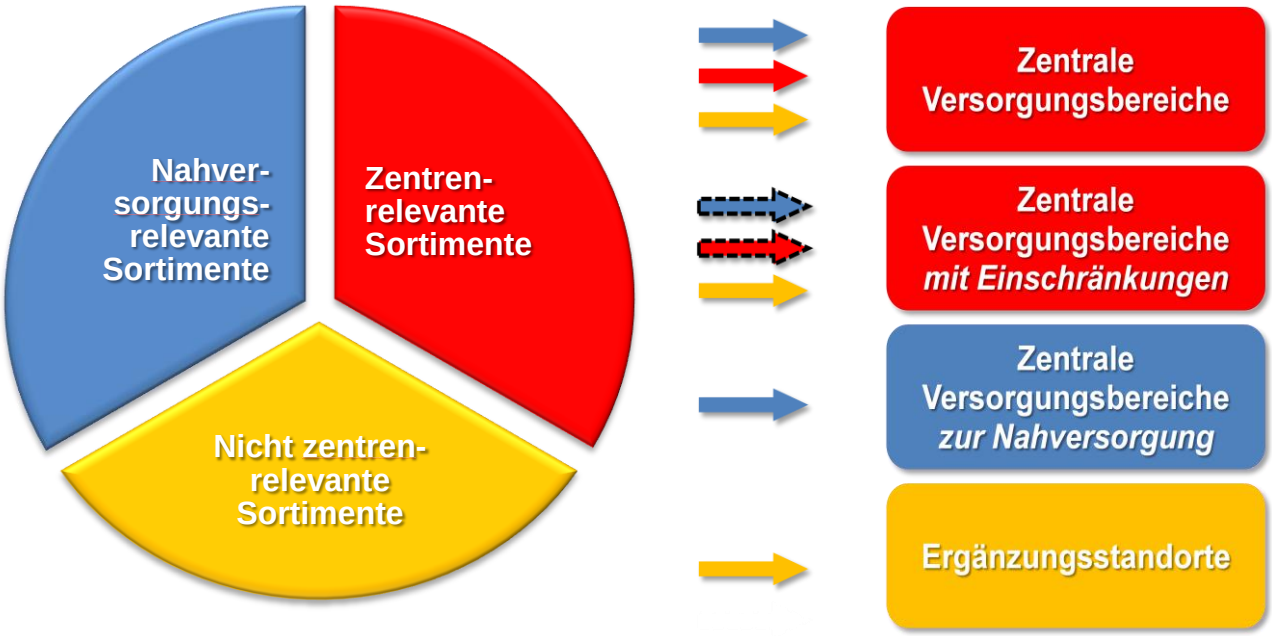


Abbildung 30: Hierarchie der Zuordnung von Sortimenten zu den Versorgungsbereichen mit unterschiedlicher Bedeutung
(Quelle: eigene Darstellung)

Hiervon ausgenommen ist die Zulässigkeit von Randsortimenten, die an einem nicht zentralen Standort auch Angebote mit Zentrenrelevanz zulassen können. Dies bedarf allerdings einer bauleitplanerischen Steuerung zur Zulässigkeit nach Art und Maßverhältnis dieser Angebote zum Kernsortiment.

Im vorliegenden Fall muss nun die Aufteilung der Sortimente auf die möglichen Versorgungsaufträge der einzelnen Bereiche der Stadt Westerburg erfolgen. Hierzu können der Bedeutung für die Gesamtversorgung innerhalb der Verbandsgemeinde diese Sortimente anhand der im Folgenden grafisch aufgezeigten Zuordnung einem nachvollziehbaren System unterworfen werden, das eine transparente Entwicklungsidee für die Versorgung der Bevölkerung erkennbar macht.

Hierbei wird insbesondere der Steuerungswille im Hinblick auf die eingeschränkten Versorgungsbereiche erkennbar. Die gestrichelte Umrandung der Pfeile symbolisiert, dass hier bestimmte Voraussetzungen gelten müssen, um Ansiedlungen zu ermöglichen. Diese sind dann der Sortimentsliste zu entnehmen.

Diese Steuerung muss sich natürlich - wie im LEP IV gefordert - in Sortimentslisten wiederfinden, die für spätere Planungen vergleichend zur Realisierung von Vorhaben herangezogen werden können.

9.3.2 Westerburger Sortimentslisten

Aus dem ermittelten Einzelhandelsbestand in der Verbandsgemeinde Westerburg und den potenziellen Entwicklungsmöglichkeiten für die jeweiligen Versorgungsbereiche ergibt sich die folgende Liste der allgemein nahversorgungs- und zentrenrelevanten sowie nicht zentrenrelevanten Sortimente für die Verbandsgemeinde:

→ **Nahversorgungs- und Zentrenrelevante Sortimente**

Warengruppe	Sortimente	Beispiele zur Erläuterung
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungsmittel, Genussmittel	Alle Arten von Lebens- und Genussmitteln (inkl. Kaffee, Tee, Tabakwaren, Reformhauswaren, etc.) frisches Obst und Gemüse, Back- und Konditoreiwaren, Metzgereiwaren
Gesundheits- und Körperpflege	Drogerie, Parfümerie, Wasch- und Putzmittel	Gesundheits- und Körperpflegeartikel, Drogeriewaren, Putz- und Reinigungsmittel, Waschmittel, Parfümerieartikel, freiverkäufliche Apothekenwaren im Einzelfall gehören hierzu auch medizinische und orthopädische Artikel und Sanitätsbedarf
Baumarktspezifische Waren	Blumen	Schnittblumen und Topfpflanzen sowie Gestecke
Bücher / Schreibwaren	Presse	Zeitungen und Zeitschriften

→ Zentrenrelevante Sortimente

Warengruppe	Sortimente	Beispiele zur Erläuterung
Bekleidung	Damenoberbekleidung, Herrenmode, Kinderoberbekleidung, Wäsche, Strumpfwaren	Bekleidung aller Art (inkl. Lederbekleidung, etc.), Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren, Unterwäsche und Miederwaren, Strümpfe und Strumpfwaren, Bademoden
Einrichtungsbedarf	Haus- und Heimtextilien, Wohneinrichtungsbedarf	Gardinen, Heimtextilien, Dekostoffe, Haus-, Bett- und Tischwäsche sowie Kunstgewerbe, Bilder, Rahmen u.ä., Antiquitäten, Wohneinrichtungsbedarf
Bücher / Schreibwaren	Papier, Schreibwaren, Bürobedarf, Buchhandel	Schreibwaren und Büroartikel aller Art (außer Büroeinrichtung), Papier, Sortimentsbuchhandel
Unterhaltungselektronik und elektronische Medien	Rundfunk-, Fernseh-, phonotechnische Geräte; Bild- und Tonträger; Videospiele; "braune Ware"	Unterhaltungselektronik wie z.B. Rundfunk- und Fernsehgeräte, HiFi-Anlagen, Video- und Audiosysteme, Videokameras und Fotoartikel, Spielekonsolen, Unterhaltungs-software, Computer- und Videospiele
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	Elektrokleingeräte, Leuchten, Lampen, Leuchtmittel	Elektrokleingeräte aller Art (Toaster, Kaffeemaschinen, Rühr- und Mixgeräte, Bügeleisen, Rasierer, Zahnbürsten, …), Leuchten, Lampen, Leuchtmittel u.ä.
Spielwaren / Hobbys	Spielwaren, Hobby-, Bastelwaren, Musikinstrumente	Spielwaren aller Art, technisches Spielzeug, Hobby- und Bastelartikel im weitesten Sinne, Musikinstrumente und Zubehör, Sammlerbriefmarken und Münzen
Foto / Optik		Fotoapparate und Videokameras, Fotoartikel und –zubehör, optische Geräte, Ferngläser, Brillen, Hörgeräte u.ä.
Schuhe / Lederwaren		Schuhe, Sandalen, Stiefel, Lederwaren aller Art, Taschen, Koffer, Schirme
Informationstechnologie	Hard-/Software, Personal Computer, Peripheriegeräte	Computer aller Art und Computerzubehör sowie Peripheriegeräte (Bildschirme, Drucker, Tastaturen und sonstige Eingabegeräte, Festplatten u.ä.), Software einschl. Computerspiele, Navigationsgeräte
Sport / Camping	Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportkleingeräte	Sportbekleidung und –schuhe, Sportartikel und –kleingeräte (Bälle, Schläger, …), Waffen, Angler- und Jagdbedarf
Glas / Porzellan / Keramik	Hausrat, Geschenkartikel	Haushaltswaren aller Art (Töpfe, Pfannen, Schneidwaren und Bestecke, …), Glas, Porzellan, Vasen und Feinkeramik, sonstiger Hausrat, Geschenkartikel und Souvenirs
Uhren / Schmuck		Uhren, Zubehör, Schmuck, Modeschmuck
Telekommunikation		Mobiltelefone, Faxgeräte, Telefone, Internetzubehör
Baby-/ Kinderartikel		Babybekleidung, Babyspielwaren, Babymöbel, Kinderwagen

→ Nicht zentrenrelevante Sortimente

Warengruppe	Sortimente	Beispiele zur Erläuterung
Nahrungs- und Genussmittel	Spirituosen, Getränke	Spirituosen, Getränke
Baumarktspezifische Waren	Baumarktspezifisches Sortiment; Tapeten, Lacke, Farben, Baustoffe, Werkzeuge, ... Pflanzen, Gartenbedarf; Kfz-Zubehör; Zoologischer Bedarf	Maschinen und Werkzeuge, Bauelemente, Baustoffe (inkl. Fenster, Türen, …), Eisenwaren, Beschläge Elektroartikel und –installationsmaterial, Farben, Lacke, Fliesen und Zubehör, Sanitärbedarf, Gartenbedarf und Gartengeräte, einschl. Freilandpflanzen, Kamine und Kachelöfen, Pflanzen und Sämereien sowie sonstige baumarktspezifische Waren; Kfz-und Motorradzubehör, Zoologischer Bedarf
Bekleidung	Berufsbekleidung, Funktionskleidung	Bekleidung für berufliche Tätigkeiten, Arbeitsschutzbekleidung
Einrichtungsbedarf	Möbel	Möbel (inkl. Büro-, Bad- und Küchenmöbel), Gartenmöbel und Polster-auflagen, Bettwaren, Matratzen, Bodenbeläge, hochwertige Bodenbeläge (Einzelware, wie z.B. Orientteppiche), Teppiche (Auslegeware)
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	Öfen; Elektrogroßgeräte; "weiße Ware"	Elektrogroßgeräte (Kühl- und Gefrierschränke, Waschmaschinen, Wäschetrockner, Geschirrspülmaschinen, …) und sonstige Elektrohaushaltsgeräte (Staubsauger, Wäschemangeln, …) außer Elektrokleingeräte und „braune Ware“
Sport / Camping	Sportgeräte, Fahrräder	Camping- und Outdoorartikel, Zelte, Boote, Fahrräder und Zubehör

Tabelle 13: Sortimentslisten der Stadt Westerburg
(Quelle: eigene Darstellung)

→ Erläuterung zu den Abweichungen von der Sortimentsliste des LEP IV

Die Spirituosen und Getränke werden nicht als zentrenrelevant festgeschrieben, da sie nicht zu den Artikeln des „Handtaschenformates“ gehören und in der Regel mit dem PKW besorgt werden. Dies soll nicht zwangsläufig im Zentrum erfolgen müssen.

Zoologischer Bedarf kommt in den meisten Fällen als kombiniertes Angebot in Baumärkten vor, die selbst nicht im Stadtzentrum liegen sollten. Daher wird das Sortiment als nicht zentrenrelevant definiert.

Die Sortimente Berufsbekleidung / Funktionsbekleidung werden aus der sonstigen Bekleidung herausgelöst und als nicht zentrenrelevant deklariert, da die Möglichkeit bestehen soll, sie im Verbund mit baumarktspezifischen Waren anzubieten.

Die als nicht zentrenrelevant aufgenommen Artikel der Warengruppe Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten werden wegen der mangelnden Platzverhältnisse in der Stadtstruktur als nicht erforderlich für die Funktionsfähigkeit der Innenstadt gesehen. Daher diese Abweichung in der Sortimentsliste.

Bei der Abweichung im Hinblick auf die Sportgeräte (hier Sportgroßgeräte) und Fahrräder ist auf die bestehende Struktur der Stadt hinzuweisen. Es gibt bereits Angebote außerhalb der Innenstadt

und eine dringende Relevanz für eine Beschränkung auf den Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt wird aus gutachterlicher Sicht nicht gesehen.

→ **Eingeschränkter Zentraler Versorgungsbereich ‚Günther-Koch-Straße' ***

Für den Zentralen Versorgungsbereich mit Einschränkungen im Stadtgebiet ist eine modifizierte Sortimentsliste zu erstellen, die die Ansiedlung unabhängig von den Vorgaben des Systems der Zentrenrelevanz regeln kann. Dadurch kann auf die lokalen Bedürfnisse und Rahmenbedingungen reagiert werden und der Gemeinde eine Eigenentwicklung zugeschrieben werden.

Die Liste soll eine Abstufung in der Einzelhandelshierarchie erkennbar machen, die klar an erster Stelle den Versorgungsbereich der Innenstadt sieht. Hierzu soll das Instrument der Einschränkung bei Prüfung der Zulassungsfähigkeit behilflich sein. Es soll regeln, dass Ansiedlungen nur eingeschränkt oder unter nachzuweisenden Umständen zulässig werden. Dies ist unmittelbar nach In-Kraft-treten des Konzeptes anhand dessen Aussagen zu entscheiden. In zukünftigen Verfahren werden dazu eventuell Einzeluntersuchungen notwendig sein, die dann genau wie das Konzept selbst in der Bauleitplanung zur Schaffung von Baurecht abwägungsrelevant werden.

Warengruppe	Sortimente	Einschränkung
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungsmittel, Genussmittel	Ansiedlung und Erweiterung des bestehenden Angebotes möglich; Schädigung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt ist auszuschließen
Gesundheits- und Körperpflege	Drogerie, Parfümerie, Wasch- und Putzmittel	Geringfügige Erweiterung des Angebotes an bereits bestehenden Märkten, Verträglichkeit ist im Einzelfall nachzuweisen
Baumarktspezifische Waren	Blumen	Tragfähigkeit und Verträglichkeit sind im Einzelfall nachzuweisen
Bekleidung	Damenoberbekleidung, Herrenmode, Kinderoberbekleidung, Wäsche, Strumpfwaren	Kleinflächige Ansiedlungen / Erweiterungen nur zulässig, wenn die Verträglichkeit mit den Angeboten im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt nachgewiesen werden kann; Sinnvolle Ergänzung des bestehenden Angebotes
Einrichtungsbedarf	Haus- und Heimtextilien, Wohneinrichtungsbedarf	Tragfähigkeit und Verträglichkeit sind im Einzelfall nachzuweisen
Bücher / Schreibwaren	Presse	Zeitungen und Zeitschriften
Unterhaltungselektronik und elektronische Medien	Rundfunk-, Fernseh-, phonotechnische Geräte; Bild- und Tonträger; Videospiele; "braune Ware"	Tragfähigkeit und Verträglichkeit sind im Einzelfall nachzuweisen
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	Elektrokleingeräte, Leuchten, Lampen, Leuchtmittel,	Erweiterung bestehender Angebote möglich; Tragfähigkeit und Verträglichkeit sind im Einzelfall nachzuweisen
Spielwaren / Hobbys	Spielwaren, Hobby-, Bastelwaren, Musikinstrumente	Kleinflächige Entwicklung sowie Erweiterung möglich; Verträglichkeit ist im Einzelfall nachzuweisen
Foto / Optik	Fotoapparate und Videokameras, Fotoartikel und –zubehör, optische Geräte, Ferngläser, Brillen, Hörgeräte u.ä.	Geringfügige Erweiterung des Angebotes möglich, Verträglichkeit ist im Einzelfall nachzuweisen

Schuhe / Lederwaren	Schuhe, Sandalen, Stiefel	Erweiterung des bestehenden Angebotes möglich; Verträglichkeit im Einzelfall nachzuweisen
Informationstechnologie	Hard-/Software, Personal Computer, Peripheriegeräte	Tragfähigkeit und Verträglichkeit im Einzelfall nachzuweisen
Sport / Camping	Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportkleingeräte, Waffen, Angler- und Jagdbedarf	Tragfähigkeit und Verträglichkeit im Einzelfall nachzuweisen
Glas / Porzellan / Keramik	Haushaltswaren aller Art, Geschenkartikel	Geringfügige Erweiterung des bestehenden Angebots möglich, Verträglichkeit im Einzelfall nachzuweisen
Baby-/ Kinderartikel	Babybekleidung, Babyspielwaren, Babymöbel, Kinderwagen	Tragfähigkeit und Verträglichkeit im Einzelfall nachzuweisen

* Die als nicht zentrenrelevant festgelegten Sortimente aus der lokalen Sortimentsliste sind ebenfalls im Versorgungsbereich zulässig.

Tabelle 14: Modifizierte Sortimentslisten der Stadt Westerburg
(Quelle: eigene Darstellung)

Die Sortimentslisten regeln lediglich die Neuansiedlungen, Erweiterungen und Nutzungsänderungen von Einzelhandelsbetrieben, sofern hierzu neue Genehmigungen erforderlich werden. Die als nicht zentrenrelevant festgelegten Sortimente sind ebenfalls in den zentralen Versorgungsbereichen (auch in Bereichen mit Einschränkungen) zulässig. Bestehende Betriebe sind im Bestand zunächst geschützt.

Durch das Konzept können zunächst nur die großflächigen Einzelhandelsbetriebe verbindlich geregelt werden. Das Konzept sollte daher mit Selbstbindung als städtebauliches Konzept nach § 1 Abs. 6 Nr. 1 BauGB durch die Gemeinde beschlossen werden. Die Sortimentslisten sind dann durch die Bauleitplanung über Satzungen in Ortsrecht zu überführen und bei weiteren Planungen der Verbandsgemeinde Westerburg in der Bauleitplanung und auf Genehmigungsebene zu beachten und umzusetzen.

9.4 Handlungsempfehlungen

→ **Handlungsempfehlungen für den Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen**

Insbesondere die Stadtkerne definieren sich als Knotenpunkte wirtschaftlicher und sozialer Beziehungen. Dabei nimmt der Einzelhandel eine herausragende Stellung ein, indem er vor allem für eine ausreichende Besucherfrequenz sorgt. Eine dauerhafte und hohe Frequenz wiederum sorgt erst für die gewünschte Lebendigkeit und Attraktivität des Stadtkerns. Somit steht die behutsame quantitative und qualitative Verbesserung der Einzelhandelsstruktur in den Stadtkernen zur Sicherung und Stärkung ihrer Attraktivität im Vordergrund. Hierbei ist wichtig, die vorhandene, kompakte, städtebaulich wertvolle Struktur zu erhalten, um möglichst hohe Synergieeffekte der einzelnen Funktionen untereinander zu erreichen.

Unter qualitativer Verbesserung ist z.B. die wettbewerbsmäßige Anpassung der Betriebsgrößen einzelner nicht mehr marktgerechter Ladenlokale, die Durchsetzung hoher städtebaulicher und architektonischer Ansprüche sowie die Beseitigung von Leerständen zu verstehen.

In die bestehenden Leerstände sind nach Möglichkeit entsprechende Nachnutzungen, insbesondere mit zentrenrelevanten, bislang nicht vorhandenen Sortimentsgruppen, bzw. mit Sortimenten mit bislang geringer Kaufkraftbindung zu integrieren, die sich in die kleinflächige

Struktur einfügen. Im Falle schwieriger Nachnutzungsbedingungen für Leerstände ist dafür Sorge zu tragen, dass die Standortbedingungen verbessert werden.

Außerhalb der gewachsenen Strukturen können auch Einzelhandelsvorhaben mit größerem Flächenbedarf realisiert werden, für die im Bereich der Innenstadt kein Platz vorhanden ist. So eröffnen sich sehr gute Chancen für die Ansiedlung von unterrepräsentierten jedoch flächenintensiven Angeboten.

→ **Handlungsempfehlungen für den Einzelhandel in den Nahversorgungsbereichen**

Hier soll der Fokus auf die Sicherung und ggf. behutsame Erweiterung der bestehenden Einzelhandelsbetriebe gelegt werden, da sie wichtige Voraussetzungen zur flächendeckenden Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs bieten.

Durch die verbindliche Bauleitplanung sollte sichergestellt werden, dass hier nur nahversorgungsrelevante Sortimente zulässig sind. Alle anderen zentrenrelevanten Sortimente sind ausschließlich in den dafür definierten Bereichen vorzuhalten.

→ **Handlungsempfehlungen für den Einzelhandel im eingeschränkten zentralen Versorgungsbereich**

Im eingeschränkten zentralen Versorgungsbereich sollten alle Ansiedlungen, Erweiterungen oder sonstigen Veränderungen gemäß den modifizierten Sortimentslisten geprüft werden und über diese hinaus keine Verkaufsflächen zugelassen werden.

Im Einzelfall soll stets geprüft werden, ob eine entsprechende Ansiedlung innerhalb der normalen zentralen Versorgungsbereiche möglich ist. Sollte dies nicht der Fall sein, kann eine Ansiedlung im eingeschränkten zentralen Versorgungsbereich im Einzelfall zugelassen werden. Dies kann jedoch nur unter der Maßgabe des Schutzes der uneingeschränkten Versorgungsbereiche dann der Fall sein, wenn eine Ansiedlung dort aus städtebaulichen oder wirtschaftlich zwingenden Gründen ausgeschlossen ist. Die Verträglichkeit ist dann im Einzelfall nachzuweisen.

9.5 Zentren übergreifende Empfehlungen

→ **Schließung von Angebotslücken**

Die ermittelten Angebotslücken, die in allen Warengruppen aufgezeigt wurden, sollten nach den Vorgaben der lokalen Sortimentslisten bestmöglich geschlossen werden. Hierbei ist zu bedenken, dass eine Kaufkraftbindungsquote von 100 % nicht in allen Warengruppen erreicht werden kann. Die Empfehlungen zur Ergänzung der verschiedenen Sortimente berücksichtigen diese Tatsache bereits angemessen.

Die Angebote in den elektronisch-technischen Warengruppen sowie im Bereich der Hauhaltswaren sind prioritär zu ergänzen, um dem erkennbaren Kaufkraftabfluss in die umliegenden Zentren entgegenzuwirken und den Bedarf der Bevölkerung künftig am Ort decken zu können.

→ **Attraktivierung der städtebaulichen Situation**

In den zentralen Versorgungsbereichen sollten die Ansiedlung von Einzelhandelsangeboten sowie die Sicherung vorhandener Läden stets mit einer Verbesserung des städtebaulichen Gesamterscheinungsbildes einhergehen. Dabei sind die Gestaltung der Ortseingänge und die Aufwertung der Neustraße / Poststraße als Haupteinkaufsstraße die wichtigsten Punkte.

Eine weitere Maßnahme ist die bessere Anbindung des Bahnhofs an die Innenstadt. Dies kann durch eine Aktivierung des Flächenpotenzials des ehemaligen Kaufhauses Schwinn und eine Aufwertung der vorhandenen Unterführung am Kreisverkehr umgesetzt werden.

10 PLANUNGSRECHTLICHE EMPFEHLUNGEN

Von entscheidender Bedeutung zur Erzielung einer unmittelbaren räumlichen Steuerungswirkung eines Einzelhandelskonzeptes, ist die Koppelung an die Bauleitplanung und deren rechtliche Instrumente.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept selbst beschreibt dabei zunächst nur unverbindliche Rahmenbedingungen, ist aber für die Schaffung von Baurecht unverzichtbar und als „städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB“ für die Abwägung ohne Alternative.

Nach dem BauGB steht jeder Gemeinde ein umfangreiches Instrumentarium zur konzeptkonformen Erstellung von Bauleitplänen zur Verfügung. Sowohl in den Flächennutzungsplan, als auch in Bebauungspläne sollten Aussagen des Einzelhandelskonzeptes einfließen. Als städtebauliches Konzept ist es ohnehin im Rahmen der Abwägung zu berücksichtigen (vgl. siehe oben). Insofern werden nachfolgend einige Maßnahmen empfohlen.

In diesem Zusammenhang ist eine proaktive Politik der Bebauungsplanänderung und der Neuaufstellung in bestimmten Teilbereichen sinnvoll, so dass das „Einsickern“ von unverträglichen Einzelhandelsnutzungen in ältere Bebauungsplangebiete verhindert bzw. in bisher nicht beplanten Bereichen nach § 34 BauGB deutlich eingeschränkt werden kann.

Um das Gemeindegebiet flächendeckend vor unerwünschten Einzelhandelsansiedlungen zu schützen, ist es wichtig, in Industrie- oder Gewerbegebieten ggf. vorhandene Baurechte für Einzelhandelsbetriebe angemessen zurückzunehmen und baurechtliche Unsicherheiten klarzustellen. Dies gilt sicher auch für einige Mischgebiete. Ergänzend ist das Instrumentarium der Sortimentsdifferenzierung in „zentrenrelevant“ und „nicht zentrenrelevant“ in die Bauleitplanung zu übernehmen.

Grundsätzlich bestehen verschiedene Optionen zur rechtsförmlichen Umsetzung eines Einzelhandelskonzeptes in Bauleitplänen. Insgesamt sind durch Aufstellung, Ergänzung und Änderung von Bebauungsplänen bestehende „Schlupflöcher“ für Einzelhandelsansiedlungen, welche der planerischen Zielsetzung für die künftige Siedlungs- und Einzelhandelsentwicklung widersprechen, zu schließen. Die konzeptionell festgelegten Zentren sollten planungsrechtlich mit Kern-, Misch- oder Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel unterlegt werden. Bei der Neuausrichtung an Nutzungsrechten für den Einzelhandel ist grundsätzlich auf eine konsequente Ausschöpfung der Möglichkeiten zur detaillierten Sortiments- und Größensteuerung von Einzelhandelsbetrieben zu achten.

10.1 Änderungserfordernis des Flächennutzungsplans

Ein wichtiges Scharnier zwischen der vorbereitenden, den allgemeinen abstrakten Rahmen setzenden, und der diesen Rahmen konkretisierend ausfüllenden Planungsstufe bei Einzelhandelskonzepten besteht mit der räumlichen Abgrenzung und Aufnahme von „Zentrenbereichen“ und Baugebieten in den Flächennutzungsplan.

Um den räumlichen Abgrenzungen rechtsförmliche Verbindlichkeit zu verleihen, bietet es sich an, diese zunächst in den Flächennutzungsplan aufzunehmen. Dort sollte sich das verfolgte Einzelhandelsstrukturmodell mit seinen unterschiedlichen Zentren räumlich konkretisiert wiederfinden.

Insofern ist in erster Linie die räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in den Flächennutzungsplan aufzunehmen. Folgerichtig sollten auch die eingeschränkten Versorgungsbereiche und die Ergänzungsstandorte im Flächennutzungsplan gekennzeichnet werden. Dies kann im Rahmen einer weiteren Fortschreibung eingearbeitet werden.

Zusammenfassend erscheinen auf der Grundlage des vorliegenden Konzeptes im Flächennutzungsplan keine Umwidmungen von Bauflächen erforderlich, die verschiedenen Versorgungsbereiche sind lediglich entsprechend abzugrenzen. Sollte es durch weitergehende Konkretisierungen von Vorhaben in Bebauungsplanverfahren erforderlich sein, ist der Flächennutzungsplan im Parallelverfahren fortzuschreiben, zu ändern oder anzupassen.

Generell scheint es allerdings angeraten zu sein, den Flächennutzungsplan nach mehreren Fortschreibungen einmal in seiner Gesamtheit zu überarbeiten. Hier sollte mindestens die statistische Datengrundlage dann aktualisiert und die generelle Entwicklung der Verbandsgemeinde in den vergangenen Jahren neu aufgesetzt werden. Auch wäre in diesem Zusammenhang eine den Anforderungen des LEP IV nachkommende Beleuchtung der Einzelhandelssituation in der Verbandsgemeinde wichtig. Als Anhaltspunkt und Grundlage hierfür kann das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept dienen.

Bei zukünftigen Planungen insbesondere von großflächigen Einzelhandelsbetrieben und der damit verbundenen Ausweisung von Kerngebieten und Sondergebieten sind diese im Rahmen der Fortschreibung oder der Anpassung im Flächennutzungsplan ohnehin einzuarbeiten. Eine gute und aktuelle Flächennutzungsplanung hilft der Gemeinde dabei eine ausgewogene und unter allen Gesichtspunkten abgewogene Entscheidung im Rahmen eines Bebauungsplanverfahrens herbeizuführen.

10.2 Änderungserfordernis bestehender Bebauungspläne

Um die Gefährdung der Funktionsfähigkeit und eine Schwächung der normalen und eingeschränkten zentralen Versorgungsbereiche durch standortunverträgliche Einzelhandelsansiedlungen an anderer Stelle zu verhindern, müssen im Sinne eines Negativkatalogs Tabuflächen identifiziert und - wo es sich nach den verfolgten Zielsetzungen als notwendig erweist - bezogen auf den Einzelhandel derzeit bestehende baurechtliche Entwicklungsmöglichkeiten eingeschränkt bzw. zurückgenommen werden. Als bauleitplanerische Instrumente sind hierfür die Änderung bestehender Bebauungspläne sowie die Überplanung unbeplanter Bereiche geeignet.

Besondere Aufmerksamkeit sollten dabei Bebauungspläne für Kern-, Misch-, Gewerbe- und Industriegebiete, die nach älteren Baunutzungsverordnungen (z.B. BauNVO 1962 bzw. 1968) erstellt wurden, und solche Einzelhandelssondergebiete für den großflächigen Einzelhandel erfahren, die ohne beschränkte Festsetzungen zu maximalen Flächengrößen oder zulässigen Sortimenten Rechtskraft erlangt haben. Zur Anpassung bestehender Baurechte, die im Widerspruch zum beschlossenen Einzelhandels- und Zentrenkonzept stehen, sollten frühzeitig entsprechende Bebauungsplanverfahren eingeleitet werden. Natürlich müssen hierbei auch mögliche Schadenersatzansprüche in den Blick genommen werden, so dass ggf. bestimmte wünschenswerte Änderungen nicht oder zumindest nicht kurzfristig umgesetzt werden können. Dabei spielt die Verjährungsfrist von 7 Jahren zur Erlangung eines Baurechtsanspruches gemäß § 42 BauGB eine wichtige Rolle.

Darüber hinaus sollten bisher unbeplante Siedlungsgebiete betrachtet und ggf. durch Neuaufstellung von Bebauungsplänen Einzelhandelsbetriebe vollständig (oder bestimmte Unterarten davon) ausgeschlossen werden. Auch die Aufstellung von Plänen zur gezielten Ansiedlung von Einzelhandel ist möglich. Dabei kann der Effekt entstehen, dass an anderen Stellen im Stadtgebiet eine eigenständige Entwicklung gar nicht erst zu Stande kommt. Diese Möglichkeit ist jedoch mit entsprechender Weitsicht und Vorsicht anzugehen, da die Entwicklungen des Einzelhandels am Markt schnelllebig und unvorhersehbar sind.

→ **Fazit**

Die bestehenden Bebauungspläne in der Verbandsgemeinde und der Stadt Westerburg sollten nach Möglichkeit an die lokalen Sortimentslisten und die abgegrenzten Versorgungsbereiche des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes angepasst werden. Eine dann sichere Planungsgrundlage für die Stadt, die potenziellen Bauherren und Investoren sowie die Betreiber bestehender Ladenlokale (Stichwort „Rechtsicherheit“) ist dabei von besonderer Bedeutung.

Für die Entwicklung der Verbandsgemeinde Westerburg wird auf Grund der vorgenannten Punkte die Durchführung von bauplanungsrechtlichen Maßnahmen zur Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche empfohlen.

Da in einigen Bereichen der Stadt Westerburg die Überplanung mit einem Bebauungsplan nach § 9 Abs. 2a BauGB zur Sicherung zentraler Versorgungsbereiche ausreichend wäre und eine weitere, differenzierte Feinsteuerung in Bezug auf andere Belange nicht unbedingt erforderlich ist, sollte auch über die Anwendung dieses Instrumentariums nachgedacht werden.

Als sicher gilt auch, dass die Ausschöpfung der ermittelten Potenziale der einzelnen Warengruppen bestmöglich in der Kernstadt Westerburgs und natürlich so nah am Zentrum wie möglich untergebracht werden sollten. Eine gezielte Steuerung dieser Potenziale ist damit stets bei Planungen und Genehmigungen im gesamten Stadtgebiet zu beachten.

10.3 Empfehlung zur Neuaufstellung von Bebauungsplänen sowie Erweiterung bestehender Baurechte (planungsrechtliche ‚Pull-Maßnahmen‘)

Zur Lenkung von Einzelhandelsangeboten auf dafür geeignete Flächen sind im Sinne von Positivplanungen aktiv Flächenangebote zu schaffen. Insofern ist an den dafür geeigneten Standorten Baurecht für die planungsrechtliche Zulässigkeit wünschenswerter Betriebe herzustellen. Als bauleitplanerische Instrumente stehen hierfür die Neuaufstellung von Bebauungsplänen sowie die differenzierte Festsetzung in Bebauungsplänen zur Gliederung der Gebiete zugunsten des Einzelhandels (§ 1 Abs. 4, 5 und 9 BauNVO) zur Verfügung.

Flächen, die bereits von großflächigen Einzelhandelsbetrieben beansprucht werden, sind als „Sondergebiet Handel / Einzelhandel“ entsprechend § 11 Abs. 2, 3 BauNVO auszuweisen. In Sondergebieten sollte die Nutzungsart des großflächigen Einzelhandels hinsichtlich Zweckbestimmung, maximal zulässiger Verkaufsfläche und / oder der Differenzierung zulässiger und nicht zulässiger Sortimente sowie der Randsortimente und bei Bedarf der Aktionswaren festgelegt werden. Insgesamt sollte den ansässigen Betrieben stets eine angemessene wirtschaftliche Eigenentwicklung ermöglicht werden, was neben der Neuansiedlung auch Erweiterungen mit einschließt.

Zusätzlich sollten die noch nicht beplanten Bereiche mit Einzelhandelsnutzung zeitnah planungsrechtlich geregelt werden. Damit lässt sich verhindern, dass im Falle einer

Nutzungsaufgabe eine gleiche oder ähnliche Nutzung an dieser Stelle entsteht, deren Verträglichkeit im Zweifelsfall nicht nachgewiesen werden kann.

Für den Fall entsprechender Anfragen zur Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in der Westerburger Innenstadt sollte kurzfristig reagiert werden. Dazu sind i.d.R. Bebauungspläne mit Kern- oder Sondergebietsausweisungen aufzustellen. Eine Planung im Vorfeld einer möglichen Ansiedlung ist hier jedoch nicht sinnvoll, da die konkreten Anforderungen aus dem Projekt zu diesem Zeitpunkt noch nicht bekannt sind und insofern naturgemäß erst ein Sondergebiet geplant werden kann, wenn das Vorhaben hinreichend genau bekannt ist.

Die gesamten Entwicklungen rund um die Innenstadt Westerburgs sind im Hinblick auf die umfassende integrierte Stadtentwicklung stets auch unter dem Aspekt einer optimierten Verkehrsführung inklusive der Regelung des ruhenden Verkehrs, einer Aufwertung des öffentlichen Raums und ähnlicher Kriterien zu sehen. Insofern sind bei der Bauleitplanung immer auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen des Standortes selbst sowie die sich aus der Gesamtentwicklung ergebenden Anforderungen zu beachten. Die Planungen sollen daher generell auch gestalterische Ansätze und Zielsetzungen verfolgen, die im Einklang mit der Stadtsanierung stehen und Aufenthaltsqualität für die Bürger und Kunden der einzelnen Bereiche schaffen.

10.4 Ergänzende Planungsrechtliche Empfehlungen

→ **Sicherung der Versorgungsbereiche**

Ein erster Schritt zur Sicherung der Versorgungsbereiche kann die Aufstellung eines Bebauungsplans (oder mehrerer Bebauungspläne) mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB sein. In nachfolgenden Detailplanungen für bestimmte Teilbereiche können dann die weiteren Rahmenbedingungen definiert werden. Durch entsprechende rahmensetzende Pläne entsteht frühzeitig Planungssicherheit für die Gemeinden und potenzielle Investoren gleichermaßen. Letztere können auf einen Blick erfahren, welche Ansiedlungen an welchen Stellen möglich sind und wo sich detailliertere Planungsüberlegungen lohnen.

→ **Festlegung von Kern- und Randsortimenten**

Um den Angebotsstrukturen von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten gerecht zu werden, sollte diesem Einzelhandelszweig auch weiterhin die Möglichkeit eingeräumt werden, branchenunübliche zentrenrelevante Randsortimente anzubieten. Diese müssen gerade bei großflächigen Betrieben (insbesondere Möbelmärkte, Baumärkte, Gartenmärkte) aber regelmäßig auf zentrenverträgliche Größenanteile (z.B. 5 % oder 10 % der Gesamtverkaufsfläche) begrenzt werden. Außerdem kann zusätzlich eine maximale Flächenobergrenze bestimmt werden, da z.B. bei einem Baumarkt mit über 10.000 m² Verkaufsfläche und einem Randsortimente von 10 %, dieses Randsortiment mit 1.000 m² alleine bereits oberhalb der Schwelle der Großflächigkeit liegen würde. Insofern sind bestimmte Obergrenzen (beispielsweise maximal 800 m² oder weniger Verkaufsfläche für Randsortimente) sinnvoll, um eine Gefährdung des zentralen Versorgungsbereiches auszuschließen. Dies ist allerdings nicht auf der Ebene eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes zu bestimmen und muss daher im Rahmen der verbindlichen Bauleitplanung (Bebauungsplanung) im Einzelfall abgewogen, entschieden und über die Festsetzungen geregelt werden.

Hier ist insbesondere am Ergänzungsstandort und in den Gewerbegebieten darauf zu achten, dass die Angebotsvielfalt durch die Randsortimente das Angebot in den zentralen Versorgungs-

bereichen nicht schädigt oder gar übertrifft. Die Hierarchie der Handelsstandorte sollte für den Kunden so erkennbar bleiben. Dies ist dann auch im Sinne einer die Innenstadt stärkenden integrierten Stadtentwicklung zu sehen.

→ **Sortimentsqualifizierung**

Das Instrument der Sortimentsqualifizierung sollte konsequent in der Bauleitplanung angewendet werden. Die innerhalb des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes erarbeitete lokale Sortimentsliste sollte mit ihrer Unterscheidung von nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimenten über das Instrumentarium des § 1 Abs. 5, 9 und 10 BauNVO Bestandteil sämtlicher Bebauungspläne werden, welche die Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben vorbereiten.

Hierbei ist jedoch darauf zu achten, dass eine einheitliche Steuerung in der gesamten Stadt und Verbandsgemeinde Westerburg verfolgt und die Festsetzungen in den Bebauungsplänen entsprechend systematisch ausgestaltet werden.

11 SCHLUSSWORT

Mit dem vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept verfügt die Verbandsgemeinde Westerburg über eine gute Ausgangsbasis für die Sicherung der vorhandenen Einzelhandelsstandorte sowie eine nachhaltige Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche und der gewachsenen historischen Innenstadt Westerburgs.

Insbesondere die Haupteinkaufsbereiche in der Kernstadt können so als bedeutende zentrale Versorgungsbereiche langfristig entwickelt werden. Die aufgezeigten Potenziale zur weiteren Einzelhandelsentwicklung lassen eine dynamische Zukunft des Einzelhandels in Westerburg erwarten. Bedingt durch die Ansiedlungsmöglichkeiten kann das Mittelzentrum seine Versorgungsfunktion aufbauend auf den Aussagen des Konzeptes ausbauen und nachhaltig sichern. Zudem dient die Sicherung der Funktion der Innenstadt durch die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche dem Schutz und Erhalt des Einzelhandels im Mittelzentrum.

Das Konzept ist ein wichtiger Baustein der gesamtstädtischen Entwicklung und bietet durch seine umfassenden Analysen, seine Empfehlungen und Anregungen den verantwortlichen Akteuren aus Einzelhandel, Verwaltung und Politik sowie weiteren Institutionen einen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen, der gepaart mit der angemessenen bauleitplanerischen Absicherung die notwendige Rechtssicherheit vermittelt.

Durch den Beschluss des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes durch den Rat der Verbandsgemeinde im Sinne einer Selbstbindung und Zustimmung der Gemeinden werden die Empfehlungen in der künftigen Abwägung bindend; zugleich entfalten die enthaltenen Instrumente hierdurch größtmögliche Wirkung und erleichtern die Aufstellung oder Änderung von Bauleitplänen sowie die Beurteilung einzelner Vorhaben im Rahmen der Baugenehmigung.

Alle Behörden, aber auch Handelstreibende, Eigentümer und Investoren sind aufgefordert, die aufgezeigten Anregungen und Perspektiven zur Entwicklung des Einzelhandels in der Verbandsgemeinde zusammen mit der Verwaltung und den Gremien zu diskutieren und im Konsens eine zeitnahe Umsetzung der Empfehlungen zu forcieren. Dabei sollte jeder der beteiligten Akteure seine spezifischen Möglichkeiten einbringen.

ANHANG

- Sortimentsliste des Einzelhandels
- Glossar
- Flächenproduktivitäten
- Abbildungsverzeichnis
- Tabellenverzeichnis
- Bestandsaufnahmeplan

Sortimentsliste des Einzelhandels

Warengruppe	Sortimente	Beispiele zur Erläuterung
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungsmittel, Getränke, Spirituosen, Genussmittel	alle Arten von Lebens- und Genussmitteln (inkl. Kaffee, Tee, Tabakwaren, Reformhauswaren etc.), frisches Obst und Gemüse, Back- und Konditoreiwaren, Metzgereiwaren sowie Getränke
Gesundheits- und Körperpflege	Drogerie, Parfümerie; Wasch-/Putzmittel	Gesundheits- und Körperpflegeartikel, Drogeriewaren, Putz- und Reinigungsmittel, Waschmittel, Parfümerieartikel, freiverkäufliche Apothekenwaren; im Einzelfall gehören hierzu auch medizinische und orthopädische Artikel und Sanitätsbedarf
Baumarktspezifische Waren	Blumen, Baumarktspezifisches Sortiment; Tapeten, Lacke, Farben, Baustoffe, Werkzeuge, …; Pflanzen, Gartenbedarf; Kfz-Zubehör; Zoologischer Bedarf	Schnittblumen und Topfpflanzen sowie Gestecke; Maschinen und Werkzeuge, Bauelemente, Baustoffe (inkl. Fenster, Türen, …), Eisenwaren, Beschläge Elektroartikel und -installationsmaterial, Farben, Lacke, Fliesen und Zubehör, Sanitärbedarf, Gartenbedarf und Gartengeräte, einschl. Freilandpflanzen, Kamine und Kachelöfen, Zoologischer Bedarf, lebende Tiere, Tierfutter, Pflanzen und Sämereien sowie sonstige baumarktspezifische Waren; hierunter fallen aber auch: Kraftfahrzeuge und Fahrräder, Kfz-, Motorrad- und Fahrradzubehör
Bekleidung	Damenoberbekleidung; Herrenmode; Kinderoberbekleidung; Wäsche; Strumpfwaren	Bekleidung aller Art (inkl. Lederbekleidung, Berufsbekleidung etc.), Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren, Unterwäsche und Miederwaren, Strümpfe und Strumpfwaren, Bademoden
Einrichtungsbedarf	Haus- und Heimtextilien; Möbel	Gardinen, Heimtextilien, Dekostoffe, Haus-, Bett- und Tischwäsche sowie Kunstgewerbe, Bilder, Rahmen u.ä., hochwertige Bodenbeläge (Einzelware, wie z.B. Orientteppiche), Antiquitäten; Möbel (inkl. Büro-, Bad- und Küchenmöbel), Gartenmöbel und Polsterauflagen, Bettwaren, Matratzen, Bodenbeläge, Teppiche (Auslegeware), Wohneinrichtungsbedarf
Bücher / Schreibwaren	Papier; Schreibwaren; Bürobedarf; Buchhandel	Schreibwaren und Büroartikel aller Art (außer Büroeinrichtung), Papier, Sortimentsbuchhandel, Zeitungen und Zeitschriften
Unterhaltungselektronik und elektronische Medien	Rundfunk-, Fernseh-, phonotechnische Geräte; Bild- und Tonträger; Videospiele; "braune Ware"	Unterhaltungselektronik wie z.B. Rundfunk- und Fernsehgeräte, HiFi-Anlagen, Video- und Audiosysteme, Videokameras und Fotoartikel, Spielekonsolen, Unterhaltungssoftware, Computer- und Videospiele
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	Elektrokleingeräte; "braune Ware"; Öfen; Elektrogroßgeräte; "weiße Ware"	Elektrokleingeräte aller Art (Toaster, Kaffeemaschinen, Rühr- und Mixgeräte, Bügeleisen, Rasierer, Zahnbürsten, …), Leuchten, Lampen, Leuchtmittel u.ä.¸ Elektrogroßgeräte (Kühl- und Gefrierschränke, Waschmaschinen, Wäschetrockner, Geschirrspülmaschinen, …) und sonstige Elektrohaushaltsgeräte (Staubsauger, Wäschemangeln, …) außer Elektrokleingeräte und „braune Ware“

Warengruppe	Sortimente	Beispiele zur Erläuterung
Spielwaren / Hobbys	Spielwaren; Hobby- und Bastelwaren; Musikinstrumente	Spielwaren aller Art, technisches Spielzeug, Hobby- und Bastelartikel im weitesten Sinne, Musikinstrumente und Zubehör, Sammlerbriefmarken und -münzen
Foto / Optik		Fotoapparate und Videokameras, Fotoartikel und -zubehör, optische Geräte, Ferngläser, Brillen, Hörgeräte u.ä.
Schuhe / Lederwaren		Schuhe, Sandalen, Stiefel, Lederwaren aller Art, Taschen, Koffer, Schirme
Informationstechnologie	Hard-/Software, Personal Computer, Peripheriegeräte	Computer aller Art und Computerzubehör sowie Peripheriegeräte (Bildschirme, Drucker, Tastaturen und sonstige Eingabegeräte, Festplatten u.ä.), Software einschl. Computerspiele, Navigationsgeräte
Glas-Porzellan-Keramik	Hausrat; Geschenkartikel	Haushaltswarenl aller Art (Töpfe, Pfannen, Schneidwaren und Bestecke, …), Glas, Porzellan, Vasen und Feinkeramik, sonstiger Hausrat, Geschenkartikel und Souvenirs
Sport / Camping	Sportbekleidung, -schuhe; Sportgeräte; Fahrräder	Sportbekleidung und –schuhe, Sportartikel und -kleingeräte (Bälle, Schläger, …), Waffen, Angler- und Jagdbedarf; Camping- und Outdoorartikel, Zelte, Boote, Fahrräder und Zubehör
Uhren / Schmuck		
Telekommunikation	(Mobil-)Telefone; Faxgeräte	
Baby-/ Kinderartikel		

Erläuterung:

Die Liste lehnt sich an die Definition der Warengruppen und Sortimente der GfK Marktdaten an[21]. Die in der rechten Spalte aufgeführten Beispiele dienen lediglich der Veranschaulichung und näheren Erläuterung dessen, was mit dem Sortiment gemeint ist.

Mit einer gutachterlich standortspezifischen Differenzierung der obigen Sortimentsliste soll eine einheitliche Steuerung von Einzelhandelsansiedlungen innerhalb der jeweiligen Gemeinde ermöglicht werden. In Verbindung mit der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sowie der ergänzenden Nahversorgungsstandorte ist somit eine klare und eindeutige Aussage möglich, welche Sortimente an welcher Stelle zulässig sind.

Basierend auf obiger Tabelle wird innerhalb des Gutachtens zwischen „zentrenrelevanten“ und „nicht zentrenrelevanten“ Sortimenten unterschieden. Die Zentrenrelevanz ergibt sich dabei vor allem aus der konkreten Verteilung der Einzelhandelsangebote in der betrachteten Gemeinde (Bestand) sowie einer städtebaulich wünschenswerten künftigen Entwicklung (Planung).

21 Quelle: GfK - Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung: Datenkatalog 2009; Deutschland

Glossar

Begriff	Erläuterung
Bindungsquote	Verhältnis zwischen Umsatz und Kaufkraftpotenzial: Sie indiziert einen Zufluss (>100 %) oder einen Abfluss (<100 %).
Discounter	Lebensmitteldiscounter zeichnen sich durch ein spezialisiertes Sortiment, niedriger Artikelzahl und aggressive Marketing-Strategien aus. Ergänzt wird das Sortiment durch Non-Food-Artikel.
Einzelhandel	Absatz von Waren an den Endverbraucher ohne Kraftfahrzeug-Handel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie rezeptpflichtige Apothekenwaren
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.
Hauptgeschäftsbereich	→ **Lagekategorie**
Innenstadtbereich	→ **Lagekategorie**
Integrierte Lage	→ **Lagekategorie**
Kaufkraft	Kaufkraft der Bevölkerung (Global- oder auch Gesamtkaufkraft): Geldmittel, welche einer Person in einem räumlich abgegrenzten Gebiet für Konsum- oder andere Zwecke während einer Zeitperiode tatsächlich zur Verfügung stehen. Sie wird auf die einzelnen Warengruppen umgerechnet.
Kaufkraftbindung	Bindung der Kaufkraft (des Umsatzes) an den Standort/ die Region; Er quantifiziert den Kaufkraftfluss: Ein Kaufkraftabfluss liegt vor wenn ein Teil außerhalb der Region ausgegeben wird. Wenn Kaufkraftanteile aus Fremdregionen dem Marktgebiet zufließen herrscht ein Kaufkraftzufluss vor.
Kaufkraftindex-/ kennziffer	Die Kaufkraftkennziffer einer Region gibt das Kaufkraftniveau pro Einwohner oder Haushalt im Vergleich zum nationalen Durchschnitt an. Sie zeigt an, ob die Gebietseinheit bei der Pro-Kopf-Kaufkraft über oder unter dem Bundesdurchschnitt liegt.
Kaufkraftpotenzial	sämtliche einem Haushalt zur Verfügung stehenden Geldmittel, einschließlich Transferzahlungen wie Familienbeihilfe oder Arbeitslosengeld, aber ohne Kreditaufnahme und Sparerträge. Das für Konsumausgaben verwendete Geld wird durch die Kaufkraft quantifiziert
Nahversorgungszentrum	→ **Lagekategorie**
Nicht integrierte Lage	→ **Lagekategorie**

Begriff	Erläuterung
Lagekategorie	Man unterscheidet vier Lagekategorien: • Innenstadt- bzw. Hauptgeschäftsbereich: innerstädtisches Geschäftszentrum • Nahversorgungszentrum: kleineres, vorwiegend der Grundversorgung der Bevölkerung des Stadtteils dienendes Zentrum • integriert: sonstige, den Wohnsiedlungsbereichen unmittelbar zugeordnete Standorte • nicht-integriert: Standorte ohne Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen (fehlende Einbettung), d.h. in der Regel Gewerbegebiete oder „Grüne-Wiese"-Standorte
Nebenzentrum	Stadt- und Ortsteilzentren die über einen hohen Besatz an Einzelhandelsgeschäften verfügen. Darüber hinaus weisen sie Zentrenfunktionen und städtebauliche Zentrenmerkmale auf. Es grenzt sich über die Nutzungsdichte und die Lage im Stadtgebiet ab.
Sortiment	Artikelstruktur eines Einzelhandelsunternehmens; Unterschieden wird in Kern- und Randsortiment: • Das Kernsortiment beinhaltet das eigentliche Sortiment z.B. Gesundheits- und Körperpflege. Mit dem Kernsortiment wird der Hauptumsatz erzielt. In Ausnahmefällen kann ein Sortiment, dass nicht als Kernsortiment betrachtet wird den Hauptumsatz ausmachen, welches als Grundsortiment bezeichnet wird. • Beim Randsortiment ist der Anteil am Umsatz gering. Solche Artikel werden geführt, um den Kunden einen zusätzlichen Service zu bieten.
Zentraler Versorgungsbereich	Zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen sämtliche städtebaulich-funktionale Zentren (Innenstadtzentrum, Nebenzentrum, Nahversorgungszentrum) Die Abgrenzung und der Schutz zentraler Versorgungsbereiche ist im § 34 Abs. 3 BauGB sowie § 11 Abs. 3 BauNVO gesetzlich begründet.
Zentralität	Die Einzelhandelszentralität quantifiziert die regionale Bedeutung des Einzelhandels einer Stadt oder Gemeinde. Sie leitet sich aus dem Umsatz pro Einwohner und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner ab. Erreicht die Einzelhandelszentralität einen Wert von mehr als 100, bedeutet dies eine überdurchschnittliche Einzelhandelszentralität aufgrund von Kaufkraftzuflüssen; liegt der Wert unter 100, fließt einzelhandelsrelevante Kaufkraft ab.

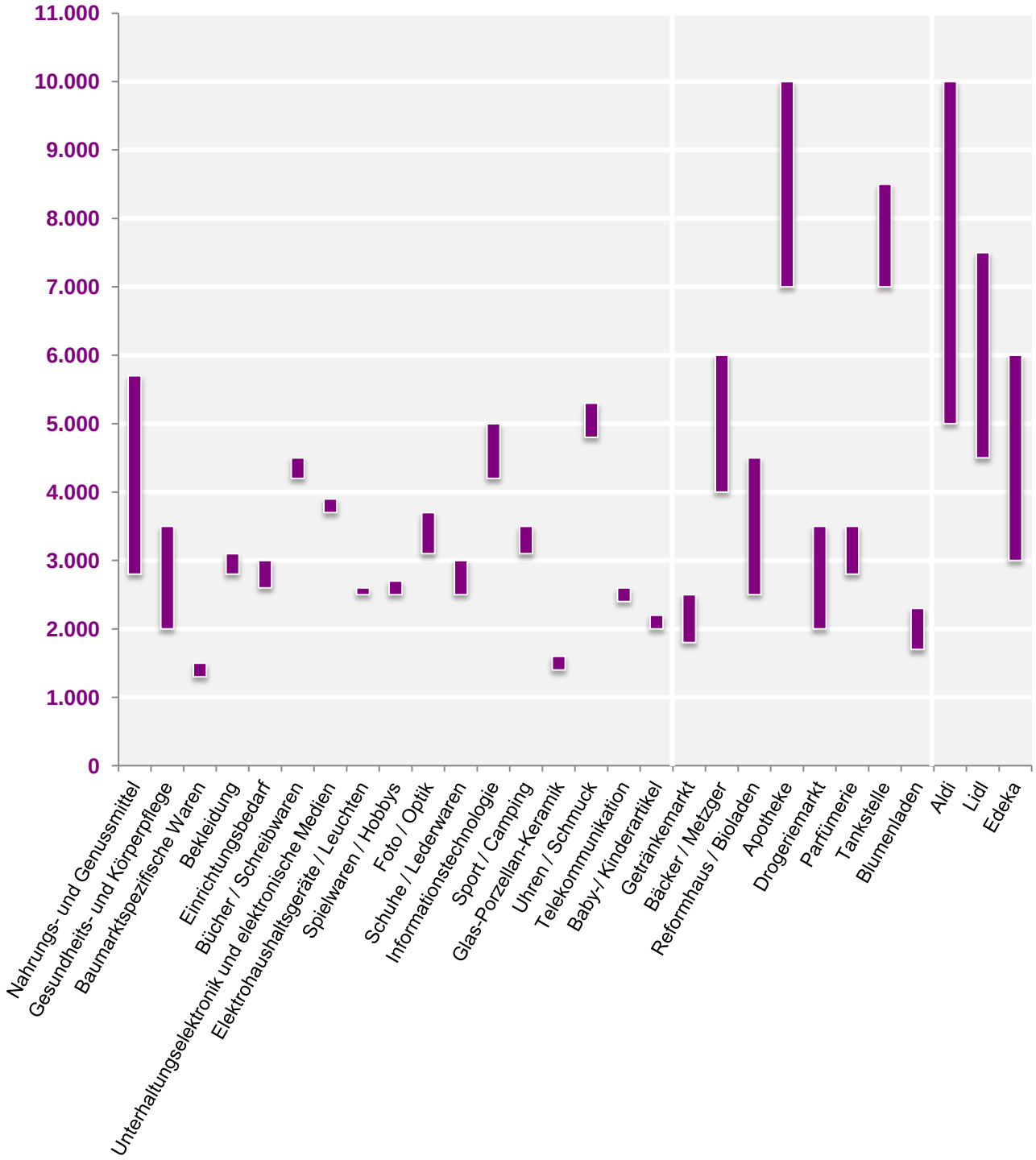
Flächenproduktivitäten

nach Betrieben und Warengruppen

Die folgenden Flächenproduktivitäten können für Berechnungen in Einzelhandelsuntersuchungen genutzt werden:

Warengruppe	Betriebstyp	Betrieb	Produktivität in € / m²	
			Minimum	Maximum
Nahrungs- und Genussmittel			2.800	5.700
Gesundheits- und Körperpflege			2.000	3.500
Baumarktspezifische Waren			1.300	1.500
Bekleidung			2.800	3.100
Einrichtungsbedarf			2.600	3.000
Bücher / Schreibwaren			4.200	4.500
Unterhaltungselektronik und elektronische Medien			3.700	3.900
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten			2.500	2.600
Spielwaren / Hobbys			2.500	2.700
Foto / Optik			3.100	3.700
Schuhe / Lederwaren			2.500	3.000
Informationstechnologie			4.200	5.000
Sport / Camping			3.100	3.500
Glas-Porzellan-Keramik			1.400	1.600
Uhren / Schmuck			4.800	5.300
Telekommunikation			2.400	2.600
Baby-/ Kinderartikel			2.000	2.200
	Getränkemarkt		1.800	2.500
	Bäcker / Metzger		4.000	6.000
	Reformhaus / Bioladen		2.500	4.500
	Apotheke		7.000	10.000
	Drogeriemarkt		2.000	3.500
	Parfümerie		2.800	3.500
	Tankstelle		7.000	8.500
	Blumenladen		1.700	2.300
		Aldi	5.000	10.000
		Lidl	4.500	7.500
		Edeka	3.000	6.000

Verhältnis der Flächenproduktivitäten



(**Quellen**:
- EHI-Handelsatlas 2008 / 2009 sowie 2009 / 2010
- Angaben von Betrieben zu Einzeluntersuchungen
- Erfahrungswerte aus Einzelhandelsuntersuchungen sowie Einzelhandels- und Zentrenkonzepten der ISU)

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entwicklung der Verkaufsflächen im Einzelhandel (Quelle: DIHK | Statista) 6

Abbildung 2: Einzelhandelsumsätze in Deutschland in Mrd. € und Veränderungen gegenüber dem Vorjahr (Quelle: Destatis) 7

Abbildung 3: Lage der Stadt und Verbandsgemeinde Westerburg im Raum (Quelle: TK 25 | eigene Darstellung) 15

Abbildung 4: Die Westerburg über der Stadt (Quelle: freie Enzyklopädie Wikipedia) 16

Abbildung 5: Lage und verkehrliche Anbindung der Stadt und der Verbandsgemeinde Westerburg (Quelle: TK 25 | eigene Darstellung) 17

Abbildung 6: Potenzielle Einzugsbereiche der Stadt Westerburg in 5, 10, 15 und 20 Pkw-Fahrminuten (Quelle: inframation AG) 19

Abbildung 7: Nahbereiche und Mittelbereich von Westerburg und Hachenburg (nach Vorgabe der Regional- und Landesplanung) (Quelle: TK 25 | Raumordnungsplan 2006 | eigene Darstellung) 21

Abbildung 8: Angebote mit strukturprägender Bedeutung im Stadtgebiet Westerburgs (Quelle: inframation AG) 23

Abbildung 9: Strukturprägende Einzelhandelsangebote im Umfeld der Verbandsgemeinde Westerburg (Quelle: inframation AG | eigene Darstellung) 27

Abbildung 10: Zentrale Geschäftsstandorte großräumig (Quelle: TK 25 | eigene Darstellung) 28

Abbildung 11: Zentrale Geschäftsstandorte im Stadtgebiet Westerburgs (Quelle: TK 25 | eigene Darstellung) 29

Abbildung 12: Nahversorgungssituation im Stadtgebiet Westerburgs (Quelle: Liegenschaftskarte | eigene Darstellung) 30

Abbildung 13: Nahversorgungssituation im Verbandsgemeindegebiet Westerburg (Quelle: Abbildung der Ortsgemeinden in der VG Westerburg | eigene Darstellung) 31

Abbildung 14: Geschäftsbereiche Westerburgs (Quelle: Liegenschaftskarte | Kartierung Bestandsaufnahme | eigene Darstellung) 34

Abbildung 15: Kaufkraftbindungsquoten der einzelnen Warengruppen in % (Quelle: eigene Darstellung) 42

Abbildung 16: Umsatzpotenziale der einzelnen Warengruppen in Mio. € im Vergleich (Quelle: eigene Darstellung) 45

Abbildung 17: Verkaufsflächenpotenziale in m² errechnet (rot) und korrigiert (blau) (Quelle: eigene Darstellung) 53

Abbildung 18: Entwicklungsfläche des ehemaligen Kaufhauses Schwinn (Quelle Liegenschaftskarte | Kartierung Bestandsaufnahme | eigene Darstellung) 55

Abbildung 19: Entwicklungsfläche Neumarktstraße (Quelle: Liegenschaftskarte | Kartierung Bestandsaufnahme | eigene Darstellung) 55

Abbildung 20: Entwicklungsfläche Stadionstraße / Tiergartenstraße (Quelle: Liegenschaftskarte | Kartierung Bestandsaufnahme | eigene Darstellung) 56

Abbildung 21: Entwicklungsfläche Stadionstraße (Quelle: Liegenschaftskarte | Kartierung Bestandsaufnahme | eigene Darstellung) 57

Abbildung 22: Entwicklungsfläche Günther-Koch-Straße 1 (Quelle: Liegenschaftskarte | Kartierung Bestandsaufnahme | eigene Darstellung) 57

Abbildung 23: Entwicklungsfläche Günther-Koch-Straße 2 (Quelle: Liegenschaftskarte | Kartierung Bestandsaufnahme | eigene Darstellung) 58

Abbildung 24: Entwicklungsfläche Rheinstraße Höhn (Quelle: Liegenschaftskarte | Kartierung Bestandsaufnahme | eigene Darstellung) 58

Abbildung 25: Bevölkerungsentwicklung und Prognose der Verbandsgemeinde Westerburg (Quelle: Statistisches Landesamt | eigene Darstellung) 60

Abbildung 26: Entwicklung der Einzelhandelskaufkraft pro Person und Jahr im bundesdeutschen Durchschnitt (Quelle: GfK | IHK Koblenz | eigene Darstellung) 61

Abbildung 27: Zentrale Versorgungsbereiche Westerburgs (Quelle: Liegenschaftskarte | Kartierung Bestandsaufnahme | eigene Darstellung) 69

Abbildung 28: Zentraler Versorgungsbereich Höhn (Nahversorgung) (Quelle: Liegenschaftskarte | Kartierung Bestandsaufnahme | eigene Darstellung) 70

Abbildung 29: System der Zentrenrelevanz (Quelle: eigene Darstellung) 71

Abbildung 30: Hierarchie der Zuordnung von Sortimenten zu den Versorgungsbereichen mit unterschiedlicher Bedeutung (Quelle: eigene Darstellung) 71

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bevölkerung im Einzugsbereich der Stadt Westerburg (Quelle: inframation AG) 18

Tabelle 2: Warengruppen als Grundlage für die Einzelhandelsuntersuchung (Quelle: Gesellschaft für Konsumforschung GfK) 22

Tabelle 3: Einzelhandelsangebot (Stadtgebiet, kurzfristiger Bedarf) mit Bedeutung für die Nahversorgung (Quelle: inframation AG) 24

Tabelle 4: Ergänzende nahversorgungsrelevante Einzelhandelsangebote im Stadtgebiet (Quelle: eigene Erhebung) 24

Tabelle 5: Einzelhandelsangebot VG (kurzfristiger Bedarf) mit Bedeutung für die Nahversorgung (Quelle: inframation AG) 25

Tabelle 6: Nahversorgungsrelevante Einzelhandelsangebote im VG-Gebiet (Quelle: eigene Erhebung) 25

Tabelle 7: Verkaufsflächen mittelbereichsrelevanter Angebote im Stadt- und VG-Gebiet Westerburg (Quelle: eigene Erhebung) 26

Tabelle 8: Kaufkraft im Einzugsbereich (Quelle: eigene Berechnung) 40

Tabelle 9: Kaufkraftbindung im Einzugsbereich (Quelle: eigene Berechnungen) 41

Tabelle 10: Kaufkraftabfluss (Quelle: eigene Berechnungen) 43

Tabelle 11: Kaufkraftab- und -zuflüsse im Einzugsbereich (Quelle: eigene Berechnungen) 45

Tabelle 12: Flächenpotenziale nach Warengruppen (errechnet und korrigiert) (Quelle: eigene Ermittlungen) 53

Tabelle 13: Sortimentslisten der Stadt Westerburg (Quelle: eigene Darstellung) 74

Tabelle 14: Modifizierte Sortimentslisten der Stadt Westerburg (Quelle: eigene Darstellung) 76