



Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Euskirchen Endbericht

AUFTRAGGEBER: Stadt Euskirchen

PROJEKTLEITUNG: Monika Kollmar, Niederlassungsleitung
Patrick Bergmann, M.Sc. Humangeografie

Köln, 31.08.2021

GMA
Forschen. Beraten. Umsetzen.

Urheberrecht

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

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

Quelle Titelbild: eigene Aufnahme GMA



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

Niederlassung Köln
Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl, Oliver Matzek

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

Vorbemerkung

Im Mai 2020 beauftragte die Stadt Euskirchen die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, mit der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes 2014.

Für die Bearbeitung der vorliegenden Untersuchung erfolgten im Juni und Juli 2020 eine Erhebung des Einzelhandelsbestandes im Stadtgebiet sowie eine Kartierung der sonstigen zentrenprägenden Nutzungen (z. B. Dienstleistung, Gastronomie) und der Leerstände in den wesentlichen Euskirchener Geschäftslagen durch GMA-Mitarbeiter. Während der Bearbeitung des Gutachtens fand zudem eine intensive Abstimmung mit der Stadt Euskirchen statt.

Im Zeitraum vom 06.04.2021 – 04.05.2021 fand eine Beteiligung der Öffentlichkeit und der Träger öffentlicher Belange sowie Behördenbeteiligung statt. Dabei wurden einige Anregungen eingebracht, die im nachfolgenden Endbericht im Sinne inhaltlicher Klarstellungen berücksichtigt wurden (z. B. exakte räumliche Abgrenzung des potenziellen Nahversorgungszentrums Ehemalige Westdeutsche Steinzeugwerke). Des Weiteren wurden bei den Bestandsdaten die im Januar / Februar erfolgten Erweiterungen zweier Lebensmittelmärkte in der Kernstadt Euskirchen (2x Netto) berücksichtigt.

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

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, 31.08.2021
KO/BNP-aw

| Inhaltsverzeichnis | Seite |
|---|-----------|
| I. Grundlagen | 7 |
| 1. Ausgangslage und Aufgabenstellung | 7 |
| 2. Anforderungen an das Einzelhandelskonzept | 8 |
| 2.1 Anforderung 1: Das Einzelhandelskonzept als ganzheitliches strategisches Entwicklungsinstrument | 9 |
| 2.2 Anforderung 2: Das Einzelhandelskonzept zur rechtssicheren räumlichen Steuerung des Einzelhandels | 10 |
| 2.3 Anforderung 3: Das Einzelhandelskonzept als Anpassungsstrategie zu veränderten Konsumverhalten und Flächenbedarfen | 11 |
| 3. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel | 15 |
| 3.1 Bauplanungsrecht | 15 |
| 3.1.1 Gebiete mit Bebauungsplan | 15 |
| 3.1.2 Gebiete ohne Bebauungsplan | 16 |
| 3.2 Landesplanung | 16 |
| 3.3 Aufgabe und Bedeutung von Einzelhandelskonzepten | 19 |
| 4. Zentrale Versorgungsbereiche | 20 |
| 4.1 Begriff „Zentraler abelle 3Versorgungsbereich“ | 20 |
| 4.2 Abgrenzung und Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche | 21 |
| 5. Methodik und Untersuchungsablauf | 22 |
| II. Einzelhandelsrelevante Rahmendaten der Stadt Euskirchen | 25 |
| 1. Räumliche Einordnung und verkehrliche Anbindung | 25 |
| 2. Siedlungsstruktur, Bevölkerungsentwicklung und wirtschaftliche Rahmenbedingungen | 25 |
| 3. Einzelhandelsstandortgefüge | 29 |
| III. Angebots- und Nachfragesituation | 30 |
| 1. Angebotssituation | 30 |
| 1.1 Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt | 30 |
| 1.2 Veränderungen seit 2014 | 32 |
| 1.3 Einzelhandelsbestand nach Ortsteilen | 35 |
| 1.4 Einzelhandelsbestand nach Standortlagen | 36 |
| 1.5 Nahversorgungssituation | 38 |

| | |
|--|-----------|
| 2. Nachfragesituation | 40 |
| 2.1 Marktgebiet von Euskirchen | 40 |
| 2.2 Kaufkraftpotenziale im Marktgebiet von Euskirchen | 42 |
| 2.3 Mögliche Auswirkungen des Onlinehandels und der Corona-Pandemie auf die Flächennachfrage in Euskirchen | 44 |
| 3. Zusammenfassende Bewertung und Empfehlungen | 46 |
| 3.1 Kennziffern zum Einzelhandel | 46 |
| 3.1.1 Verkaufsflächenausstattung | 46 |
| 3.1.2 Zentralitätskennziffer | 47 |
| 3.2 Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsbesatzes in Euskirchen | 48 |
| IV. Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Euskirchen | 53 |
| 1. Städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung | 53 |
| 2. Sortimentskonzept | 54 |
| 2.1 Begriffsdefinition | 54 |
| 2.2 Kriterien zentren- / nahversorgungsrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente | 56 |
| 2.3 Fortschreibung der Sortimentsliste der Stadt Euskirchen | 57 |
| 3. Standortkonzept | 59 |
| 3.1 Überprüfung des Standortkonzepts (2014) | 59 |
| 3.2 Fortschreibung des Standortkonzepts (2020) | 60 |
| 3.3 Zentrale Versorgungsbereiche in Euskirchen | 63 |
| 3.3.1 Hauptzentrum Innenstadt | 63 |
| 3.3.2 Nahversorgungszentrum Kuchenheim | 67 |
| 3.3.3 Nahversorgungszentrum Flamersheim | 70 |
| 3.3.4 Nahversorgungszentrum Stotzheim | 73 |
| 3.3.5 Potenzielles Nahversorgungszentrum Ehemalige Westdeutsche Steinzeugwerke | 76 |
| 3.4 Sonstige Lagen | 79 |
| 3.4.1 Siedlungsräumlich integrierte Lagen (u. a. Nahversorgungslagen) | 79 |
| 3.4.2 Siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen (u. a. dezentrale Sonderstandorte) | 85 |
| 4. Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung in Euskirchen | 89 |
| 4.1 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche | 90 |
| 4.1.1 Zentrale Versorgungsbereiche: Hauptzentrum Innenstadt | 90 |
| 4.1.2 Zentrale Versorgungsbereiche: Nahversorgungszentren | 91 |
| 4.2 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (sonstige Lagen) | 91 |
| 4.2.1 Siedlungsräumlich integrierte Lagen (inkl. Nahversorgungslagen) | 91 |

| | | |
|-----------|--|-----------|
| 4.2.2 | Dezentrale Sonderstandorte | 93 |
| 4.2.3 | Sonstige siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen | 94 |
| 5. | Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes | 95 |
| | Verzeichnisse | 97 |

I. Grundlagen

1. Ausgangslage und Aufgabenstellung

Die Stadt Euskirchen steuert ihre Einzelhandels- und Standortentwicklung bereits seit vielen Jahren über ein Einzelhandelskonzept, das zuletzt 2014 durch die GMA erarbeitet wurde.¹ Zwischenzeitlich haben sich die Rahmenbedingungen des stationären Einzelhandels in Deutschland stark verändert, was auch in Euskirchen entsprechende Auswirkungen zur Folge hat (u. a. dynamische Entwicklung Onlinehandel, Erweiterungsplanungen der Lebensmitteldiscounter). Darüber hinaus gab es in den vergangenen Jahren einige wichtige Veränderungen insbesondere im Lebensmitteleinzelhandel in Euskirchen (u. a. Bauleitplanung zu Nahversorgung in Kleinbüllesheim, Erweiterungen verschiedener Märkte). Vor diesem Hintergrund, sowie angesichts der aktuellen landesplanerischen Regelungen (u. a. Fortschreibung LEP NRW, Entwurf Einzelhandelserlass NRW) und der Weiterentwicklung der Rechtsprechung zur Einzelhandelssteuerung, soll das Einzelhandelskonzept 2014 nunmehr fortgeschrieben werden. Dabei ist auch die europäische Rechtsprechung, hier insbesondere das Urteil des EuGH vom 30.01.2018 (Fall Visser / Appingedam), zu beachten.

Im Fokus der Stadtentwicklung steht aktuell vor allem die Entwicklung eines mischgenutzten Quartiers auf dem Areal der ehemaligen westdeutschen Steinzeugwerke. Hier sollen sowohl Wohnnutzungen als auch Büros, soziale Einrichtung (Kindergarten) und Handelseinrichtungen angesiedelt werden. Zur Versorgung der geplanten rd. 1.000 – 1.200 neuen Wohneinheiten liegen derzeit Planungen zur Etablierung eines Geschäftszentrums vor, für welches die GMA 2019 bereits im Auftrag des Entwicklers eine erste Einschätzung vorgenommen hat.² Durch einen Schwerpunkt der Sortimente bei Lebensmitteln und Drogeriewaren würde der Standort eine wichtige Nahversorgungsfunktion erfüllen; in diesem Kontext ist in der vorliegenden Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes auch die Ausweisung als zentraler Versorgungsbe- reich „Nahversorgungszentrum“ zu prüfen.

Vor dem Hintergrund dieser aktuellen Stadtentwicklungsprojekte und Ansiedlungsplanungen möchte die Stadt Euskirchen eine fundierte Entscheidungsgrundlage für künftige Standortentscheidungen im Einzelhandel entwickeln. Dabei sind – auch mit Blick auf die Anforderungen des LEP NRW und europarechtlicher Vorgaben – zunächst die angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen zu untersuchen, die vorhandenen Standorte und insbesondere die Zentren auf ihre Zukunftsfähigkeit hin zu bewerten und Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Einzelhandels nach Branchen, Stadtteilen und Standortlagen zu treffen. Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes soll als Grundlage für die künftige Bauleitplanung dienen und aktuelle Planungen (z. B. Entwicklung ehemalige westdeutsche Steinzeugwerke, Nahversorgung in Kleinbüllesheim) berücksichtigen.

Der vorliegende Bericht umfasst im Wesentlichen folgende Inhalte:

¹ vgl. GMA, Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Euskirchen, November 2014.

² vgl. GMA, Wirkungsanalyse zur Ansiedlung von Handelsnutzungen in Euskirchen. Stufe 1 – Auswirkungen in Euskirchen, 2019.

- /// Darstellung der allgemeinen Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung
- /// Darstellung der planungsrechtlichen Rahmenbedingungen zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel
- /// Darstellung und Bewertung des Einzelhandelsangebotes in Euskirchen; Entwicklung des Einzelhandelsbesatzes seit 2014
- /// Analyse der gegenwärtigen Nachfragesituation
- /// Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebotes
- /// Empfehlungen zur Sicherung und Stärkung der Nahversorgungsstrukturen im Stadtgebiet
- /// Zielsetzungen für die Einzelhandelsentwicklung in Euskirchen
- /// Fortschreibung der Euskirchener Sortimentsliste
- /// Überprüfung und Anpassung der Zentren- und Standortstruktur
- /// Überprüfung der räumlichen Abgrenzung und z. T. Neuabgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche nach funktionalen und städtebaulichen Kriterien
- /// Darstellung der Handlungsbedarfe für einzelne zentrale Versorgungsbereiche unter Berücksichtigung der Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes sowie funktionaler und städtebauliche Aspekte im jeweiligen Zentrum
- /// Darstellung der Entwicklungspotenziale der Zentren
- /// Empfehlungen zur Einzelhandelssteuerung unter Berücksichtigung der regionalplanerischen und landesplanerischen Entwicklungsziele sowie der Rechtsprechung

2. Anforderungen an das Einzelhandelskonzept

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

- /// Der Handel verändert sich ständig: Die Einzelhandelsunternehmen setzen in einem ausdifferenzierten Wettbewerb der Betriebsformen³, Standorte und Vertriebskanäle⁴ zunehmend auf **ganzheitliche Marktbearbeitungsstrategien**⁵.
- /// In der europäischen Konkurrenz der Regionen und im regionalen Wettbewerb der Zentralen Orte stehen die **strategischen Zielsetzungen für die Handelsentwicklung** auf dem Prüfstand.⁶

³ Nach Standorten werden etwa im Lebensmitteleinzelhandel vom gleichen Betreiber unterschiedliche Betriebsformen eingesetzt, so z. B. kleinere Lebensmittelvollsortimenter wie auch größere Supermärkte oder SB-Warenhäuser.

⁴ Umgangssprachlich auch Multi-Channel-Selling oder Omni-Channeling.

⁵ Bis hin zu vertikalen Marktbearbeitungsstrategien im Textilhandel oder im Möbeleinzelhandel. Dort nutzen einzelne Anbieter die ganze Wertschöpfungskette vom Entwurf der Produkte über die Fertigung, eigene Logistik bis hin zur Beschickung in die Vertriebskanäle stationärer Handel und Onlinehandel, um Wettbewerbsvorteile auf unterschiedlichen Ebenen zu generieren.

⁶ Vgl. hierzu exemplarisch Handelsmonitor Oberrhein 2008 – 2017: Untersuchung zur Einzelhandelsentwicklung und raumordnerischen Steuerungswirkung zum großflächigen Einzelhandel 2008 – 2017.

- / Die **rechtlichen Rahmenbedingungen** haben ebenfalls Veränderungen erfahren. Hier ist neben der landes- und regionalplanerischen Steuerung zunächst die mittlerweile ausdifferenzierte Rechtsprechung (z. B. hinsichtlich der Begrifflichkeiten, der Festsetzungs- und Abgrenzungserfordernisse zentraler Versorgungsbereiche) zu nennen. Zudem beobachtet die EU die räumliche Einzelhandelssteuerung kritisch.⁷

Um den Handelsstandort Euskirchen in einem sich dynamisch ändernden Marktumfeld zukunftsfähig aufstellen zu können, ist neben der strategischen und planungsbezogenen Überprüfung und Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes eine ganzheitliche Betrachtung unabdingbar.⁸ Teilaspekte dieser Betrachtung sind neben der positiven Entwicklung der Kaufkraft der Wohnbevölkerung auch die Wettbewerbsverschärfung durch den Onlinehandel.

Das fortgeschriebene Einzelhandelskonzept der Stadt Euskirchen ist in diesem Sinne als strategisches Steuerungsinstrument zu verstehen und aus folgenden Gründen notwendig:

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

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

2.1 Anforderung 1: Das Einzelhandelskonzept als ganzheitliches strategisches Entwicklungsinstrument

Für das Mittelzentrum Euskirchen sind der Erhalt (Mindestziel) und ggf. der Ausbau der zentralörtlichen Versorgungsfunktion (Maximalziel) mit leistungsfähigen, vitalen und starken Zentren und Versorgungslagen wesentliche Ziele der Einzelhandelsentwicklung. Deshalb sind im Einzelhandelskonzept die Möglichkeiten zur Erreichung dieser Ziele des Einzelhandels herauszuarbeiten, sortiments- bzw. standortbezogen abzuwägen und in ein strategisches Gesamt-

⁷ Dabei ist auf das jüngste Urteil des Europäischen Gerichtshofs (Urteil C-31/16) vom 30. Januar 2018 hinzuweisen, wonach Beschränkungen von Einzelhandelsnutzungen in Bauleitplänen am Maßstab der Europäischen Dienstleistungsrichtlinie (RL 2006/123/EG) zu messen sind. Damit sind sie auf Verstöße gegen das Diskriminierungsverbot sowie auf ihre europarechtliche Erforderlichkeit und Verhältnismäßigkeit zu prüfen. Niederlassungsfreiheit bedeutet aus GMA-Sicht hier, dass für ansiedlungswillige Unternehmen auch Standorte ermöglicht werden; einer Kontingentierung von Standorten oder Verkaufsflächen – etwa bedingt durch eine wie auch immer wahrgenommenen Marktsättigung – hat die Europäische Kommission eine klare Absage erteilt.

⁸ Neben dem sehr dynamischen Handel werden vermehrt städtebauliche Aspekte (Verknüpfung von Handel mit anderen Funktionen der (Innen-)Städte im Wettbewerb der Standorte) zu berücksichtigen sein.

konzept einzuarbeiten. Das Einzelhandelskonzept ist eine informelle Entwicklungs- und Planungsgrundlage. Erst mit Beschluss des Stadtrates wird es zu einem Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB, das im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen ist.

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

Im Baugesetzbuch ist als Grundsatz der Einzelhandelssteuerung zunächst der **Schutz und die Stärkung zentraler Versorgungsbereiche** verankert, die Rechtsprechung hat die Anforderungen an die Begründung, Abgrenzung und die Inhalte dieser Gebietskategorie präzisiert⁹; durch die räumliche Konzentration wichtiger Einzelhandelsbetriebe auf zentrale Versorgungsbereiche sollen diese gestärkt werden.

Ein weiterer Aspekt der Begründung planerischer Steuerung ist die **Sicherung und Weiterentwicklung der verbrauchernahen Versorgung**. Auch in der Baunutzungsverordnung wird die verbrauchernahe Versorgung als „Schutzgut“ genannt (Vgl. § 11 Abs. 3 BauNVO). Bürger denken beim Einkauf oft an den Lebensmitteleinkauf; auch in Euskirchen kommt der Nahversorgung eine wichtige Rolle zu. Ferner stellt auch die **Sicherung des jeweiligen Baugebietscharakters**¹⁰ bei anhaltender Flächenknappheit eine oft verfolgte Zielsetzung der Einzelhandelssteuerung dar.

Das jüngste **Urteil des Europäischen Gerichtshofs** vom 30. Januar 2018 unterstreicht die Anforderungen an kommunale Planungskonzepte, die immer städtebaulich zu begründen sind.¹¹ In einer gesonderten Mitteilung der Europäischen Kommission wird verdeutlicht, wie wichtig ein zeitnaher und zügiger Marktzugang in Form von „Verkaufsstellen“ für Einzelhändler ist.¹² In der Folge sind insbesondere wirtschaftliche Bedarfsprüfungen, die letztlich zu einer wirtschaftlichen Bewertung einer Einzelhandelsaktivität führen, untersagt. Dagegen sind Regelungen für die weitere Einzelhandelsentwicklung, die städtebauliche und raumordnerische Ziele verfolgen, grundsätzlich möglich.

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

⁹ Vgl. Urteile BVerwG (27.03.2013), Az. BVerwG 4 CN 7.11 und OVG NRW (28.01.2014), Az 10 A 152/13.

¹⁰ Durch den generellen bzw. gezielten Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten sind diese für das produzierende und verarbeitende Gewerbe zu sichern.

¹¹ Vgl. Urteil des EuGH vom 30.01.2018 (C-31/16).

¹² Vgl. Mitteilung der Kommission an das europäische Parlament, den Rat, den europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen (2018): Ein den Anforderungen des 21. Jahrhunderts gewachsener europäischer Einzelhandel. Drucksache 127/18, Dokument COM(2018) 219 final vom 19.08.2018, Brüssel. Hierin setzt sich die Kommission mit der vielerorts beklagten Dauer und Komplexität der Niederlassungsverfahren in den Ländern der Union auseinander. Die Beschränkungen von Einzelhandelsnutzungen in Bauleitplänen haben sich am Maßstab der europäischen Dienstleistungsrichtlinie zu messen.

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

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

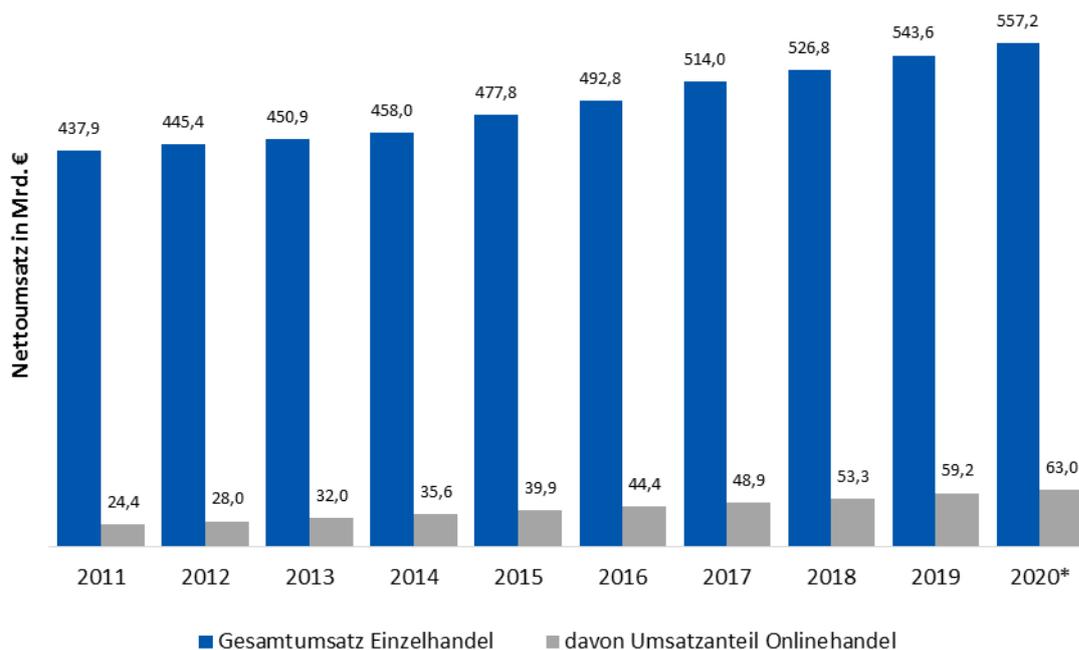
Für die großmaßstäbliche Einzelhandelsentwicklung und raumordnerische Bewertung von Einzelhandelsgroßprojekten sind – neben den einschlägigen Vorschriften des BauGB und der BauNVO – die Ziele der Raumordnung und Landesplanung festgelegt im Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen 2017 (LEP NRW) zu beachten (vgl. Kapitel I., 3). Das Einzelhandelskonzept dient als notwendiges Vermittlungsinstrument zwischen den raumordnerischen Anforderungen auf Ebene der Landes- und Regionalplanung und den bauleitplanerischen und bauordnungsrechtlichen Prozessen auf kommunaler Ebene.

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

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

- /// War die Einzelhandelsentwicklung bis 2011 noch durch ein beachtliches Verkaufsflächenwachstum gekennzeichnet, von dem auch Euskirchen profitierte, hat sich das Flächenwachstum bundesweit mittlerweile deutlich abgeschwächt bzw. ist gänzlich zum Stillstand gekommen.
- /// Obwohl der gesamte Handelsumsatz infolge des insgesamt guten konjunkturellen Umfelds in Deutschland während der letzten Dekade kontinuierlich anstieg, entfällt ein guter Teil des Umsatzwachstums auf den Onlinehandel (Vgl. Abbildung 1).

Abbildung 1: Umsatzentwicklung im deutschen Einzelhandel (netto) zwischen 2011 und 2020



* Prognosedaten (ggf. vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie zu relativieren)

Quelle: EHI Retail Institute 2020, Handelsverband Deutschland (HDE) 2020, Statistisches Bundesamt 2020, GMA-Darstellung 2020

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

Abbildung 2: Konsumententrends des „hybriden Kunden“



Discount-Shopping vs. stärkeres Qualitäts- und Regionalbewusstsein

Convenience-Shopping und Zeitersparnis vs. Nachhaltigkeit, bewusster Einkauf

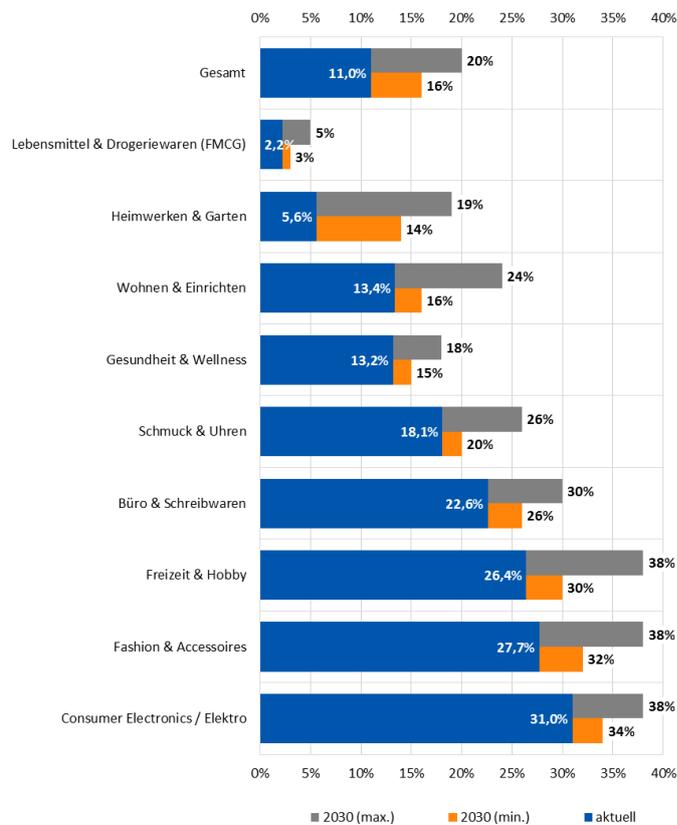
No parking, no business vs. umweltverträgliche Mobilität

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

Quelle: GMA-Grundlagenforschung und -Darstellung 2020

Die Folgen der Digitalisierung als Treiber der weiteren Einzelhandelsentwicklung sind im Nonfood-Segment bereits deutlich spürbar. Dabei zählen Textil- und Schuhanbieter, Elektronik- und Buchhandel zu den innenstadtorientierten Sortimenten, welche die höchsten Umsatzanteile abgegeben haben. Im Lebensmittelbereich zeigt sich aktuell, dass die (kosten-)intensiven Bemühungen der Händler zum Aufbau ihrer Marktanteile bislang nur geringen Erfolg haben. Gerade in Städten trifft die onlineaffine Kundenschaft in der Regel auf ein sehr engmaschig gewobenes Netz an Nahversorgern.¹³ Im ländlichen Raum bzw. einwohnerschwächeren Räumen hingegen, wo der Onlinelebensmittelhandel einen tatsächlichen Mehrwert im Sinne einer Versorgungssicherheit darstellen könnte, wurde bislang noch kein nachhaltig rentables Geschäftsmodell entwickelt. Kostendruck und Umweltschutz lassen eine ökonomisch nachhaltige Lösung der „Logistik der letzten Meile“ kaum möglich erscheinen.¹⁴

Abbildung 3: Onlinemarktanteile und Entwicklungsszenarien des Onlinehandels bis 2030



Quelle: GMA-Berechnungen 2020 auf Basis von HDE Online-Monitoren der letzten Jahre sowie Veröffentlichungen des bevht

Einigkeit besteht darin, dass der digitale Handel als ergänzender Vertriebskanal seinen festen Platz in der Konsumentenwelt gefunden hat. Insbesondere die zentrenrelevanten Sortimente (z. B. Fashion und Accessoires, Bücher und Medien) werden vergleichsweise stark vom Onlinehandel bedient (Vgl. Abbildung 3). Demnach werden in diesen Warengruppen künftig weniger Verkaufsflächen nachgefragt. Trotz wachsender Marktanteile im Onlinebereich wird der stationäre Einzelhandel mittelfristig der wichtigste Einkaufskanal bleiben.

So setzt sich auch die Polarisierung zwischen dem sogenannten „Run-Shopping“ (versorgungsorientierter Routineeinkauf) und dem „Fun-Shopping“ (freizeitorientierter Spaßeinkauf) weiter fort und wird durch die Möglichkeiten der Digitalisierung vorangetrieben. In der Folge ver-

¹³ Zum Teil auch mit erweiterten Öffnungszeiten; Kioske und Eckläden gestalten die Grenze zur Gastronomie fließend und sind teilweise bis weit in die Abendstunden geöffnet.

¹⁴ Vgl. u. a. Supermarkt statt online, Pressemitteilungen z. B. in der Süddeutschen Zeitung, Stuttgarter Zeitung, Hamburger Abendblatt et al.; 24.05.2018; Onlinelebensmittelhandel: die Verkürzung der letzten Meile; hi-heute.de; 07.08.2018, S. 4 ff.

liert die „unprofilerte Mitte“ weiter an Bedeutung. Gewinner sind neben den digitalen Marktplätzen und Plattformen vor allem attraktive und multifunktionale Innenstädte, die das Grundbedürfnis nach gemeinschaftlichem „Erlebnis“ und nach Aufenthaltsqualität bedienen. Verbrauchernahe und gut erreichbare Nahversorgungslagen profitieren von der Entwicklung, da sie neben den Faktoren Zeitersparnis und kurze Wege zunehmend auch die emotionale Ebene ansprechen.

Damit eröffnen sich an gut im Markt positionierten Standorten, zu denen auch der Standort Euskirchen zählt, auch für den stationären Handel weiterhin Chancen, da Entwickler und Handelsunternehmen vorrangig dort Standorte nachfragen werden. Hier wird der Fokus vor allem im nahver-

Abbildung 4: Gewinner und Verlierer des digitalen Wandels



Quelle: GMA-Grundlagenforschung 2020

sorgungsrelevanten Handel liegen, jedoch ist – wenn auch überschaubar – von Entwicklungspotenzialen im zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Handel auszugehen. Im Ergebnis lässt die aktuelle Entwicklung eine Dreiteilung erwarten (vgl. Abbildung 4):

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

Standorte wie Euskirchen werden vor dem Hintergrund ihrer Nähe zu Großstädten (u. a. Köln und Bonn) daher in Zukunft gefordert sein, den erlebnisorientierten Einkauf auch im stationären Handel weiterzuentwickeln. Hierbei kann die Stadt auf ihr attraktives und kulturell wie touristisch bedeutsames Umfeld zurückgreifen. Mittelmäßigkeit und Profillosigkeit hingegen wird nicht länger funktionieren.

3. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel

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

3.1 Bauplanungsrecht

3.1.1 Gebiete mit Bebauungsplan

In Gebieten mit Bebauungsplänen kommt es auf deren Festsetzungen an. Werden in Bebauungsplänen die in der BauNVO bezeichneten Baugebiete festgelegt, sind Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe der §§ 2 bis 9 BauNVO – teils ausdrücklich als Läden oder Einzelhandelsbetriebe, teils allgemein als Gewerbebetriebe – in allen Baugebieten möglich¹⁵:

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

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

- „1. *Einkaufszentren,*
2. *großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,*
3. *sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,*

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

¹⁵ Dies gilt auch für solche Vorhaben, die in einem unbeplanten Innenbereich nach § 34 BauGB liegen, bei dem die Eigenart der näheren Umgebung jedoch einem der Baugebiete der BauNVO entspricht.

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

Handelt es sich dagegen um einen Betrieb, der aus städtebaulichen oder betrieblichen Gründen gerade nicht unter die Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO fällt, obwohl er mehr als 800 m² Verkaufsfläche und mehr als 1.200 m² Geschossfläche aufweist, liegt eine sogenannte atypische Fallgestaltung vor.¹⁶ Dann sind in einem nächsten Schritt die konkreten Auswirkungen des Vorhabens zu prüfen. Sollten keine potenziellen Auswirkungen ermittelt werden, sind solche Betriebe auch in anderen Gebietstypen der BauNVO zulässig (z. B. Baustoffhandel in einem Gewerbegebiet oder Lebensmittelhandel in einem Mischgebiet)¹⁷.

3.1.2 Gebiete ohne Bebauungsplan

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

3.2 Landesplanung

Der LEP NRW ist am 25. Januar 2017 im Gesetz- und Verordnungsblatt des Landes Nordrhein-Westfalen veröffentlicht worden und trat am 08. Februar 2017 in Kraft. Für den großflächigen Einzelhandel setzt der LEP NRW folgende Ziele und Grundsätze fest:

¹⁶ Eine betriebliche Atypik kann z. B. bei einem schmalen und schwer transportablen Warenangebot vorliegen (z. B. Baustoffhandel), eine städtebauliche Atypik z. B. bei einem Nahversorger, der vorrangig die Bevölkerung in einem fußläufigen Einzugsbereich versorgt und einen klaren Angebotsschwerpunkt bei Waren des täglichen Bedarfs hat.

¹⁷ Dies gilt auch für solche Vorhaben, die nach § 34 Abs. 2 BauGB zu bewerten sind, da die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete der BauNVO entspricht.

„6.5 Großflächiger Einzelhandel

Ziele und Grundsätze

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

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

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

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

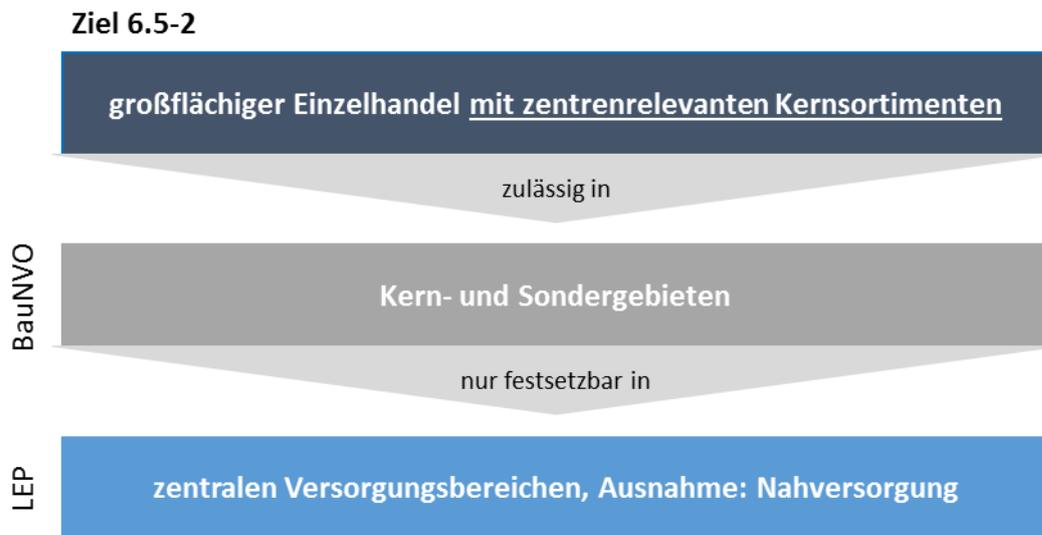
- in bestehenden zentralen Versorgungsbereichen sowie
- in neu geplanten zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrierten Lagen, die aufgrund ihrer räumlichen Zuordnung sowie verkehrsmäßigen Anbindung für die Versorgung der Bevölkerung zentrale Funktionen des kurz-, mittel- oder langfristigen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

Zentrenrelevant sind

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

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

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

Abbildung 5: Regelung gemäß LEP NRW für großflächigen Einzelhandel mit zentrenrelevanten Kernsortimenten¹⁸


GMA-Darstellung 2020

„6.5-3 Ziel Beeinträchtungsverbot

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

6.5-4 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche

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

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

Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen nur dann auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden, wenn der Umfang der zentrenrelevanten Sortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche beträgt und es sich bei diesen Sortimenten um Randsortimente handelt.

6.5-6 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente

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

18

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

6.5-7 Ziel Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel

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

6.5-8 Ziel Einzelhandelsagglomerationen

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

6.5-9 Grundsatz Regionale Einzelhandelskonzepte

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

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

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

3.3 Aufgabe und Bedeutung von Einzelhandelskonzepten

Kommunale Einzelhandelskonzepte dienen v. a. der Erarbeitung von Leitlinien für eine zielgerichtete und nachhaltige Einzelhandelsentwicklung. Diese werden in Form eines Zentren- und Sortimentskonzeptes konkretisiert. Das im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes erarbeitete **Sortimentskonzept** (sog. „Sortimentsliste“) stellt einen gutachterlichen Vorschlag zur künftigen Einstufung der Sortimente in nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente dar. Mithilfe des **Standortkonzeptes** soll eine Funktionsteilung zwischen zentralen und dezentralen Einzelhandelslagen erfolgen. Der Fokus liegt dabei v. a. auf der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, deren Lage, Ausdehnung und Funktion im Einzelhandelskonzept definiert wird. Die Grundlage des Sortiments- und Standortkonzeptes stellt die aktuelle Einzelhandelssituation in der jeweiligen Kommune dar, die im Rahmen der Konzepterarbeitung erhoben und ausgewertet wird.

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

4. Zentrale Versorgungsbereiche

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

4.1 Begriff „Zentraler Versorgungsbereich“

Der Begriff des „zentralen Versorgungsbereiches“ ist Bestandteil der planungsrechtlichen Grundlagen und in verschiedenen Schutznormen verankert. Mit der Novellierung des Baugesetzbuches im Jahr 2004 und der Einführung des zusätzlichen Absatzes 3 in § 34 BauGB erfuhr der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches im Baugesetz einen wesentlichen Bedeutungszuwachs¹⁹:

- /// **§ 11 Abs. 3 BauNVO** weist großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige vergleichbare großflächige Handelsbetriebe, die sich u. a. „auf die Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche in der Stadt oder in anderen Städten nicht nur unwesentlich auswirken können“, ausdrücklich nur Kerngebieten und speziell für diese Nutzung festgesetzten Sondergebieten zu.
- /// **§ 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB** in der seit dem 20. Juli 2004 geltenden Fassung erweitert das interkommunale Abstimmungsgebot dahin, dass sich Städte sowohl gegenüber Planungen anderer Städte als auch gegenüber der Zulassung einzelner Einzelhandelsnutzungen auf „Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche“ berufen können.
- /// **§ 34 Abs. 3 BauGB** knüpft die Zulässigkeit von Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich, die sonst nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB zuzulassen wären, zusätzlich daran, dass von ihnen „keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Stadt oder in anderen Städten“ zu erwarten sein dürfen.
- /// **§ 9 Abs. 2a BauGB** ermöglicht es den Städten nunmehr, für die im Zusammenhang bebauten Ortsteile i. S. v. § 34 BauGB „zur Erhaltung oder Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche“ mit einem einfachen Bebauungsplan die Zulässigkeit bestimmter Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzung zu steuern.

Nach **§ 1 Abs. 6 BauGB** sind bei der Aufstellung der Bauleitpläne insbesondere „die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ zu berücksichtigen. Durch diese unterschiedlichen Schutznormen sind zentrale Versorgungsbereiche unter verschiedenen Aspekten

¹⁹ Quelle: Ulrich Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn, 2007, S. 77 f.

geschützt. Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches wurde als unbestimmter Rechtsbegriff eingeführt, sodass keine allgemein gültige Definition vorliegt. Das OVG Münster führt in einem Urteil (Beschluss vom 11.12.2006, 7 A 964/05) hierzu aus:

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

Entscheidend ist, dass der zentrale Versorgungsbereich eine städtebaulich integrierte Einzelhandelslage darstellt und nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine zentrale Funktion für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich übernimmt²⁰. In diesem Bereich ist Einzelhandel vorhanden, welcher aufgrund Qualität und Umfang einen über die eigenen Grenzen und über den unmittelbaren Nahbereich hinausgehenden Einzugsbereich hat²¹.

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

4.2 Abgrenzung und Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche

Bei der Festlegung eines zentralen Versorgungsbereiches handelt es sich um eine Abwägung unterschiedlicher Kriterien, wenngleich die städtebauliche Integration und die Versorgungsfunktion als „Muss-Kriterien“ gelten. Die Abgrenzung²² erfolgt anhand der faktischen Prägung, wobei folgende Anforderungen mindestens erfüllt sein müssen:

- / **Städtebaulich integrierte Lage:** Diese ist durch die Einbettung in eine bzw. Zuordnung zu einer zusammenhängenden Wohnbebauung charakterisiert, d. h. es muss ein baulicher Zusammenhang mit einem Wohngebietsbezug mit Gewicht vorliegen. Fußläufige Austauschbeziehungen zwischen Wohnumfeld und Einzelhandel sind Voraussetzung. Städtebauliche, natürliche oder topografische Barrieren zwischen Geschäftslage und Wohnbereichen (z. B. Autobahn, Flüsse, Geländesprünge) mindern die Integrationsfähigkeit einer Lage, schließen sie jedoch per se nicht aus. Entscheidend ist die fußläufige Anbindung, welche über ergänzende Hilfsmittel (z. B. Ampelanlagen, Querungshilfen) sichergestellt werden kann. Grundlage ist die Bewertung der konkreten Situation vor Ort.
- / **Zusammenhängende Versorgungslage:** Die vorhandenen oder geplanten Einzelhandelsbetriebe müssen in einem räumlichen und funktionalen Kontext stehen. Dies wird v. a. durch kurze Entfernungen zwischen den Geschäften und wenigen Lücken im Besatz, z. B. durch reine Wohnhäuser, wahrgenommen.

²⁰ vgl. u. a. BVerwG Urteil 4 C 7.07 vom 11.10.2007 bzw. Urteil 4 C 2.08 vom 17.12.2009.

²¹ vgl. u. a. OVG Sachsen, Bautzen, Urteil vom 13.05.2014; AZ 1 A 432 / 10, juris RN 30 ff.

²² BVerwG, Urteil vom 11.11. 2007; BVerwG, Urteil vom 17.12.2009.

- / **Magnetbetriebe:** Eine hohe Kundenfrequenz wird maßgeblich von „Magnetbetrieben“ gewährleistet, wozu (großflächige) Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Drogeriemärkte, Kauf- und Warenhäuser zählen. Auch informelle Planungen können eine Rolle spielen, sofern diese von einer Kommune als Arbeitsgrundlage für ihre Planungen verwendet werden²³ und sich die Planungsabsichten bereits konkretisiert haben²⁴.
- / In Abgrenzung zu Solitärstandorten des Einzelhandels zeichnen sich zentrale Versorgungsbereiche durch **Einzelhandel** und **ergänzende Nutzungen** (z. B. Dienstleister, Gastronomie, Kultur, Freizeit, öffentliche Einrichtungen) aus.
- / **Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus:** Die Betriebe in einem zentralen Versorgungsbereich können sowohl einen überörtlichen Versorgungsbereich als auch einen bestimmten örtlich begrenzten Teilraum als Versorgungsbereich abdecken. Ein übergemeindliches Einzugsgebiet ist nicht Voraussetzung. Auch Betriebe in einer Lage, welche auf die Nahversorgung eines örtlich begrenzten Einzugsgebietes zugeschnitten sind, können einen zentralen Versorgungsbereich ausmachen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherung der wohnortnahen Versorgung. Ein zentraler Versorgungsbereich muss jedoch einen über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich haben und über den unmittelbaren Nahbereich hinauswirken.

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

5. Methodik und Untersuchungsablauf

Die vorliegende Untersuchung stützt sich auf eine umfassende Datenbasis. Dabei handelt es sich um überwiegend primärstatistisches Datenmaterial, welches durch die GMA erfasst und ausgewertet wurde. Darüber hinaus standen der GMA sekundärstatistische Daten der Stadt Euskirchen, des statistischen Bundesamtes, des Landesbetriebs für Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT NRW) sowie das kommunale Einzelhandelskonzept der Stadt Euskirchen aus dem Jahr 2014 zur Verfügung. Nachfolgend werden die im Rahmen der Erarbeitung des vorliegenden Gutachtens durchgeführten **primärstatistischen Erhebungen** in Kürze vorgestellt.

Die **Angebotssituation** wurde durch eine flächendeckende Vor-Ort-Aufnahme der genutzten Verkaufsflächen aller Einzelhandelsbetriebe²⁵ im gesamten Euskirchener Stadtgebiet im Juni und Juli 2020 erfasst.²⁶

²³ vgl. OVG Lüneburg, Beschluss vom 30.11.2005, 1ME172/05.

²⁴ d. h. die Umsetzung muss in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erfolgen, vgl. VG München, Urteil vom 07.11.2005, M8K05.1763.

²⁵ Darunter ist der „Einzelhandel im engeren Sinne“ bzw. der „funktionale Einzelhandel“ zu verstehen. Dieser umfasst den Absatz von Waren an den Endverbraucher ohne den Handel mit Kraftfahrzeugen und Brennstoffen.

²⁶ Für den vorliegenden Endbericht wurden die aktuellen Verkaufsflächen zweier Netto-Märkte in der Kernstadt in den Bestandsdaten berücksichtigt, die im Januar / Februar 2021 erweitert haben.

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

Tabelle 1: GMA-Branchensystematik

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

GMA-Darstellung 2020

Verkaufsfläche wird in dieser Analyse wie folgt definiert:

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

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

- / **Zentrale Lagen:** Lagen in zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Euskirchen basieren auf dem 2014 beschlossenen Einzelhandelskonzept für die Stadt Euskirchen. Hierbei wurde differenziert zwischen dem Hauptzentrum Innenstadt und den Nahversorgungszentren.²⁷
- / **Städtebaulich integrierte Lagen:** Lagen mit zusammenhängender Bebauung und Wohngebietsbezug mit Gewicht.²⁸
- / **Städtebaulich nicht integrierte Lagen:** Lagen mit keinem bzw. nur geringem Wohngebietsbezug.

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

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

²⁷ Im Laufe der Bearbeitung wurden die Daten an die zum Teil veränderten Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche angepasst.

²⁸ Im weiteren Verlauf des Gutachtens werden an den entsprechenden Stellen detaillierter Hinweise zur Einordnung der Einzelhandelsstandorte zu diesen Kategorien außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches gegeben.

II. Einzelhandelsrelevante Rahmendaten der Stadt Euskirchen

1. Räumliche Einordnung und verkehrliche Anbindung

Die Kreisstadt Euskirchen liegt im Nordosten des gleichnamigen Landkreises innerhalb des Regierungsbezirkes Köln und ist in der landesplanerischen Hierarchie des Landes Nordrhein-Westfalen als Mittelzentrum eingestuft. In unmittelbarer Nachbarschaft befinden sich die Grundzentren Zülpich, Weilerswist, Swisttal und Bad Münstereifel sowie die Mittelzentren Rheinbach und Mechernich. In rd. 25 bzw. 35 km Entfernung sind des Weiteren die Oberzentren Bonn und Köln zu nennen (vgl. Karte 1).

Die verkehrliche Anbindung der Stadt Euskirchen an das überregionale Straßenverkehrsnetz wird insbesondere durch die nahe gelegenen Anschlüsse an die Bundesautobahnen A 1 und A 61 sichergestellt. Für die regionale verkehrliche Anbindung des Stadtgebietes stellen die das Stadtgebiet kreuzende B 51 und B 56 die wesentlichen Verkehrsträger dar. Ergänzt wird das innerstädtische Straßenverkehrsnetz durch weitere Landes- und Kreisstraßen. An das Schienennetz der Deutsche Bahn AG ist die Stadt Euskirchen ebenfalls angeschlossen. Zudem verkehren im Stadtgebiet mehrere Buslinien.

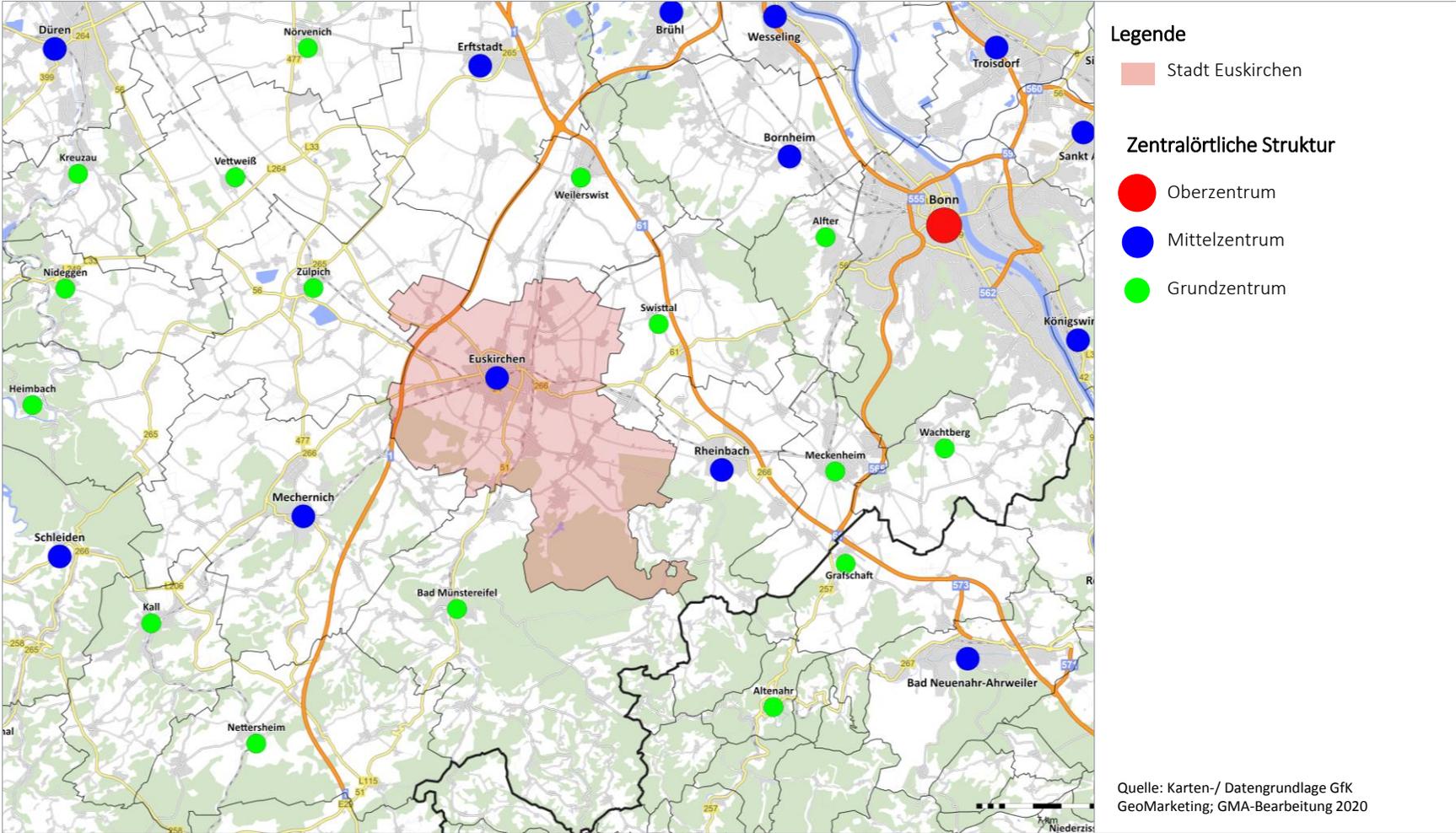
2. Siedlungsstruktur, Bevölkerungsentwicklung und wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Insgesamt leben in der Stadt Euskirchen derzeit 58.938 Einwohner²⁹. Die Einwohner in Euskirchen verteilen sich auf die Kernstadt sowie die umliegenden 22 Ortsteile, welche überwiegend einen dörflichen Charakter aufweisen. Mit einem Einwohneranteil von rd. 53 % (rd. 30.990 Einwohner³⁰) bildet die Kernstadt den deutlichen Siedlungsschwerpunkt (vgl. Tabelle 2). Die Ortsteile Kirchheim, Kuchenheim und Stotzheim weisen Einwohneranteile von rd. 5 – 7 % auf. In den sonstigen Ortsteilen sind geringere Bevölkerungswerte zu ermitteln.

²⁹ Quelle: Stadt Euskirchen, Stand: 31.12.2019.

³⁰ Quelle: Stadt Euskirchen, Stand 31.12.2019.

Karte 1: Lage der Stadt Euskirchen und zentralörtliche Struktur in der Region



Übersicht 1: Standortprofil der Stadt Euskirchen

| | |
|--|---|
| zentralörtliche Funktion | Mittelzentrum |
| Einwohner (31.12.2019)¹ | 58.938 |
| Bisherige Einwohnerentwicklung:² Stadt Euskirchen Landkreis Euskirchen Nordrhein-Westfalen | 2011 – 2019 steigend (+ 5,3 %) steigend (+ 3,1 %) steigend (+ 2,3 %) |
| Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex 2020:³ Stadt Euskirchen Landkreis Euskirchen Nordrhein-Westfalen | Bundesdurchschnitt = 100 leicht unterdurchschnittlich (97,0) leicht unterdurchschnittlich (98,5) leicht unterdurchschnittlich (99,5) |
| Zentralitätskennziffer 2020:³ Stadt Euskirchen Landkreis Euskirchen | Bundesdurchschnitt = 100 überdurchschnittlich (123,5) überdurchschnittlich (104,5) |
| Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort (30.06.2019)³ | 22.201 |
| Pendlersaldo (30.06.2019)³ | + 603 (13.519 Einpendler – 12.916 Auspendler) |
| Arbeitslosenquote (12/2019)⁴ Stadt Euskirchen Landkreis Euskirchen Nordrhein-Westfalen | k. A. 4,7 % 6,4 % |

¹ Quelle: Stadt Euskirchen 2020.

² Quelle: IT: NRW 2020, Fortschreibung des Bevölkerungsstandes auf Basis des Zensus 2011, Stand: jew. 31.12.

³ Quelle: MB-Research 2020.

⁴ Quelle: Bundesagentur für Arbeit 2020, bezogen auf zivile Erwerbspersonen.

GMA-Zusammenstellung 2020

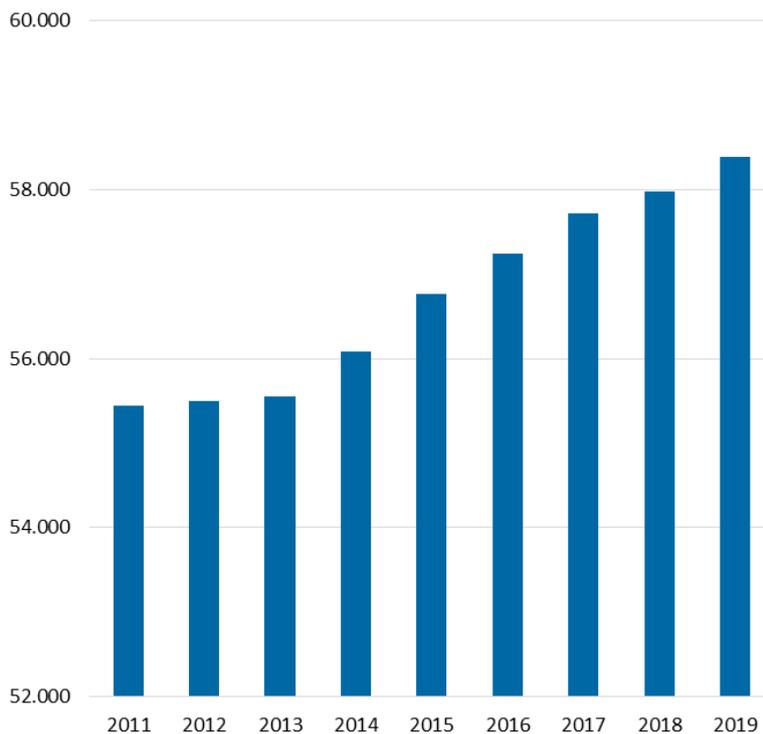
Für den Zeitraum zwischen 2011 und 2019 konnte für die Gesamtstadt ein Bevölkerungswachstum um rd. 5,3 % (ca. 2.940 Personen) nachgewiesen werden.³¹ Im Vergleich dazu ist im Landkreis Euskirchen sowie im Bundesland Nordrhein-Westfalen ein etwas niedrigeres Bevölkerungswachstum von 3,1 % bzw. 2,3 % festzustellen.

In den kommenden Jahren ist für die Stadt und den Landkreis Euskirchen eine leicht negative Bevölkerungsentwicklung anzunehmen. Bis zum Jahr 2030 ist in der Stadt ein Rückgang der Bevölkerung um rd. 760 Einwohner bzw. ca. -1,3 % gegenüber 2019 zu erwarten, für den Landkreis wird im Vergleichszeitraum ein Rückgang um rd. 605 Einwohner (ca. -0,3 %) prognostiziert. Für das Bundesland Nordrhein-Westfalen geht die Bevölkerungsvorausberechnung hingegen von einem leichten Bevölkerungszuwachs (+1,1 %) aus.³²

³¹ Quelle: IT.NRW, Stand: jeweils 31.12. Die Angaben der Fortschreibung des Bevölkerungsstandes auf Basis des Zensus weichen leicht von den Meldedaten der Städte und Gemeinden ab und liegen i. d. R. unterhalb der Einwohnermeldedateien.

³² Quelle: IT.NRW 2020, Gemeindemodellrechnung (Stadt Euskirchen) bzw. Bevölkerungsvorausberechnung (Landkreis Euskirchen, NRW) auf Basis des Einwohnerbestandes zum 01.01.2018.

Abbildung 6: Bevölkerungsentwicklung in Euskirchen, 2011 – 2019



Quelle: IT.NRW, Fortschreibung des Bevölkerungsstandes auf Basis des Zensus 2011, Stand: jeweils 31.12.

Tabelle 2: Bevölkerung in Euskirchen

| Ortsteil | Einwohner (31.12.2019) | Anteil | Ortsteil | Einwohner (31.12.2019) | Anteil |
|-----------------|------------------------|--------|------------------|------------------------|--------------|
| Euskirchen | 30.986 | 53 % | Kuchenheim | 3.454 | 6 % |
| Billig | 548 | 1 % | Niederkastenholz | 305 | 1 % |
| Dom-Esch | 873 | 1 % | Oberwichterich | 322 | 1 % |
| Elsig | 596 | 1 % | Palmersheim | 1.143 | 2 % |
| Euenheim | 1.269 | 2 % | Rheder | 468 | 1 % |
| Flamersheim | 3.012 | 5 % | Roitzheim | 1.083 | 2 % |
| Frauenberg | 658 | 1 % | Schweinheim | 408 | 1 % |
| Großbüllesheim | 2.002 | 3 % | Stotzheim | 4.229 | 7 % |
| Kessenich | 273 | 0 % | Weidesheim | 873 | 1 % |
| Kirchheim | 2.660 | 5 % | Wißkirchen | 883 | 1 % |
| Kleinbüllesheim | 1.376 | 2 % | Wüschheim | 692 | 1 % |
| Kreuzweingarten | 825 | 1 % | Gesamt | 58.938 | 100 % |

Quelle: Stadt Euskirchen, Stand: 31.12.2019.

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort betrug Mitte 2019 rd. 22.200 Personen. Trotz seiner Nähe zu Köln und Bonn ist der Wirtschaftsstandort Euskirchen von einem leicht positiven Pendlersaldo geprägt. So standen den rd. 13.520 Einpendlern rd. 12.920 Auspendler gegenüber (+ 600 Personen).³³ Mit einer Arbeitslosenquote von 4,7 % liegt der Landkreis Euskirchen deutlich unter dem nordrhein-westfälischen Durchschnitt (6,4 %).³⁴

³³ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2019.

³⁴ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, bezogen auf zivile Erwerbspersonen, Stand: Dezember 2019.

3. Einzelhandelsstandortgefüge

Mit Blick auf die Standortstruktur des Einzelhandels in Euskirchen ist das örtliche Gefüge in folgende wesentliche Einzelhandelslagen zu untergliedern:

- /// Die **innerstädtische Haupteinkaufslage** befindet sich im Zentrum der Kernstadt von Euskirchen und umfasst vorwiegend die als Fußgängerzone ausgewiesene Neustraße, die Hochstraße, die Berliner Straße, Wilhelmstraße und Bahnhofstraße sowie den Alten Markt.
- /// Darüber hinaus sind sowohl in der Kernstadt als auch in den umliegenden Ortsteilen (u. a. Kuchenheim, Stotzheim, Flamersheim) **mehrere Einzelhandelsstandorte** vorhanden, die einen deutlichen Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfssegment (v. a. Lebensmittel) aufweisen und damit überwiegend der Nahversorgung dienen.
- /// Als wesentliche autokundenorientierte Versorgungslage ist im Südosten der Kernstadt zunächst die **Roitzheimer Straße** zu nennen, an der sich mehrere Einzelhandelsbetriebe konzentrieren. In unmittelbarer Nähe befindet sich im Bereich **Narzissenweg** eine weitere dezentrale Einzelhandelsagglomeration. Beide Standorte sind durch mehrere großflächige Anbieter (u. a. Hit, Roller, real) geprägt.
- /// An der **Georgstraße** sind darüber hinaus ebenfalls großflächige Einzelhandelsbetriebe (u. a. Hit, Hagebau) ansässig, die überwiegend mit dem Pkw erreicht werden können und keinen Wohngebietsanschluss aufweisen.
- /// In Ergänzung dazu sind im sonstigen Stadtgebiet eine Reihe weiterer Einzelhandelsbetriebe ansässig, welche jedoch Solitärstandorte bilden.

III. Angebots- und Nachfragesituation

1. Angebotssituation

Zur Erfassung der Angebotssituation in Euskirchen wurde im Juni und Juli 2020 eine intensive Vor-Ort-Erhebung des Einzelhandels durch GMA-Mitarbeiter durchgeführt, deren Ergebnisse der nachfolgenden Bestandsanalyse zugrunde liegen.

1.1 Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt

Zum Zeitpunkt der Erhebungen stellt sich der Einzelhandelsbestand in Euskirchen wie folgt dar:

Tabelle 3: Einzelhandelsbestand nach Branchen

| Branche | Anzahl der Betriebe* | Verkaufsfläche** in m ² | Umsatz in Mio. € |
|---|----------------------|---------------------------------------|---------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel | 107 | 33.930 | 163,3 |
| Gesundheit/Körperpflege | 25 | 4.130 | 33,0 |
| Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf, Zeitschriften | 15 | 3.530 | 10,7 |
| Summe kurzfristiger Bedarf | 147 | 41.590 | 207,1 |
| Bücher, Schreib- / Spielwaren | 11 | 3.835 | 16,7 |
| Bekleidung, Schuhe, Sport | 53 | 21.285 | 69,4 |
| Summe mittelfristiger Bedarf | 64 | 25.120 | 86,1 |
| Elektrowaren, Medien, Foto | 24 | 7.445 | 43,5 |
| Hausrat, Einrichtung, Möbel | 34 | 19.965 | 34,2 |
| Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf | 24 | 33.265 | 46,4 |
| Optik / Akustik , Uhren / Schmuck | 18 | 1.530 | 11,0 |
| Sonstige Sortimente*** | 34 | 5.880 | 12,1 |
| Summe langfristiger Bedarf | 134 | 68.085 | 147,3 |
| Nichtlebensmittel | 238 | 100.865 | 277,1 |
| Summe Einzelhandel | 345 | 134.795 | 440,4 |

* Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

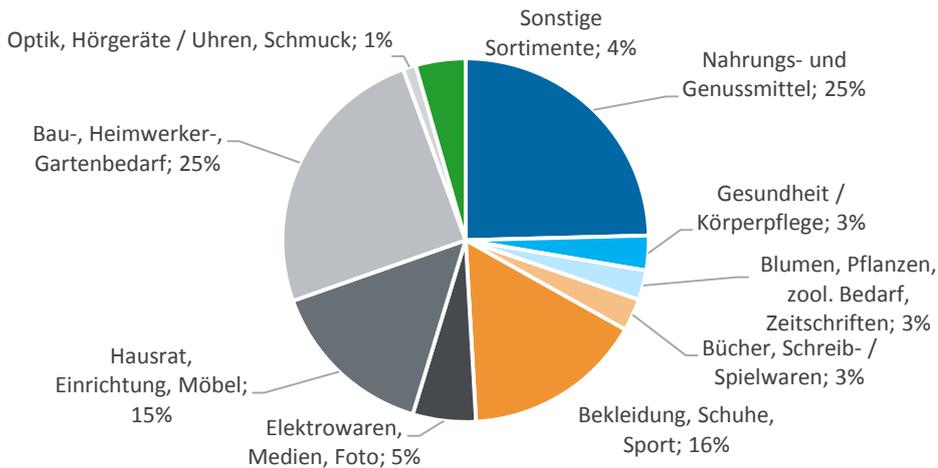
** Bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgeteilt und der jeweiligen Branche zugeordnet.

*** Sportgroßgeräte (z. B. Fahrräder, Hometrainer), Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, großteilige Babyartikel wie Kinderwagen)

Quelle: GMA-Erhebung 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich); zzgl. den Erweiterungen von Netto am Rüdeshheimer Ring und an der Kölner Straße, die im Januar / Februar 2021 ihre Verkaufsflächen erweitert haben.

Demnach liegt ein **Angebotsschwerpunkt** in Euskirchen auf Angeboten im **Nahrungs- und Genussmittelsegment**. Dieser Sortimentsbereich umfasst fast ein Drittel der Betriebe sowie ein Viertel der Gesamtverkaufsfläche und erwirtschaftet mehr als ein Drittel des gesamten lokalen Einzelhandelsumsatzes. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf den Warengruppen Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf und Bekleidung, Schuhe, Sport. Auf diese Sortimente entfallen rd. 25 % bzw. 16 % der Gesamtverkaufsfläche in Euskirchen. 53 Betriebe bei Bekleidung, Schuhe, Sport bilden ca. 15 % der Betriebe in Euskirchen ab, damit liegt dieses typisch innenstadtrelevante Sortiment an zweiter Stelle nach Betrieben des Lebensmittelhandels.

Abbildung 7: Verkaufsflächenanteile nach Branchen

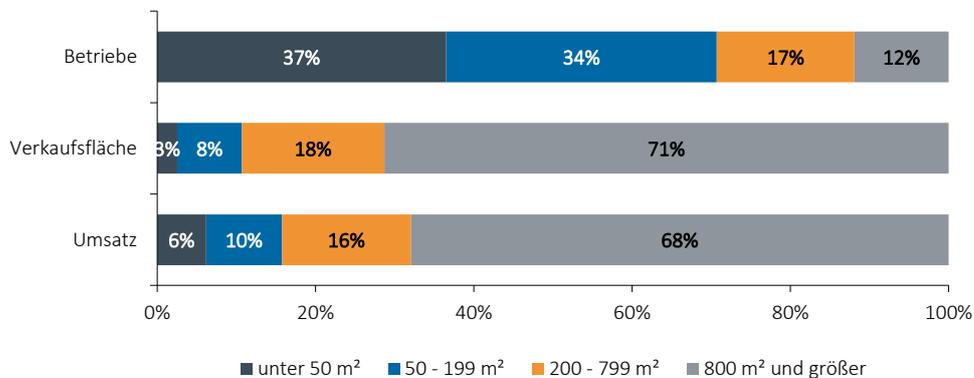


Quelle: GMA-Erhebung 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Die Analyse der **Betriebsgrößenstruktur** macht deutlich, dass der Einzelhandelsbestand in Euskirchen von Betrieben mit einer Verkaufsfläche von unter 200 m² dominiert wird; von den insgesamt in Euskirchen ansässigen 345 Einzelhandelbetrieben fallen 71 % aller Geschäfte in diese Größenordnung. Dabei sind ca. 37 % der Betriebe als Kleinbetriebe mit unter 50 m² Verkaufsfläche zu beschreiben, welche einen Verkaufsflächenanteil am Gesamtbestand von nur ca. 3 % repräsentieren. Anbieter zwischen 50 und 199 m² Verkaufsfläche machen ca. 34 % des gesamten Betriebsbestandes aus und nehmen einen Verkaufsflächenanteil von ca. 8 % ein. Auf Betriebe mit über 800 m² Verkaufsfläche entfällt zwar nur ca. 12 % des Bestandes, jedoch ein Anteil von über zwei Drittel der Gesamtverkaufsflächen in Euskirchen (ca. 71 %). Umsatzseitig generieren die großflächigen Betriebe mit mehr als 800 m² VK ca. 68 % des gesamten Handelsumsatzes.

Die **durchschnittliche Betriebsgröße** liegt mit rd. **391 m²** Verkaufsfläche über dem bundesdeutschen Durchschnitt (ca. 240 m² Verkaufsfläche) und über der durchschnittlichen Betriebsgröße aus dem Jahr 2014 (damals rd. 329 m² Verkaufsfläche). Dies hängt in erster Linie mit der Existenz mehrerer großflächiger Einzelhandelbetriebe (u. a. Bau- und Gartenmärkte, Möbelmärkte, SB-Warenhäuser) im Euskirchener Stadtgebiet sowie mit der Tendenz des überwiegenden Wegfalls kleinteiliger Angebotsformate gegenüber 2014 zusammen.

Abbildung 8: Betriebsgrößenstruktur



Quelle: GMA-Erhebung 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Ein Blick auf die **Betriebstypenstrukturen** zeigt für Euskirchen eine herausragende Stellung der Fachgeschäfte. Mit 209 Betrieben und damit ca. 61 % entfällt der Großteil der vorhandenen Anbieter auf diesen Betriebstyp.

- / Im **Lebensmittelbereich** sind neben dem Lebensmittelhandwerk und kleineren Fachgeschäften die Betriebstypen Discounter, Supermärkte und SB-Warenhäuser als wichtigste Betriebsform zu nennen. Sie repräsentieren 22 % der Lebensmittelanbieter und vereinen 81 % der Food-Verkaufsfläche auf sich.
- / Auch im **Nichtlebensmittelbereich** nehmen Fachgeschäfte eine herausragende Stellung ein. Mit 61 % des Bestandes bilden sie eine etablierte Betriebsform. Verkaufsflächen-seitig dominieren jedoch fachmarktorientierte Betriebsformen, die zwar nur 30 % des Betriebsbestandes im Nonfood-Bereich repräsentieren, jedoch mehr als drei Viertel der Nonfood-Verkaufsflächen (78 %) auf sich vereinen.

Tabelle 4: Verteilung der Betriebe und Verkaufsflächen nach Betriebstypen

| Betriebstypen | Betriebe in % | Verkaufsfläche in % |
|--|---------------|---------------------|
| Lebensmittelhandwerk/kleinere Fachgeschäfte | 64 | 5 |
| Supermarkt/Großer Supermarkt | 9 | 22 |
| Lebensmitteldiscounter | 10 | 27 |
| SB-Warenhaus | 3 | 32 |
| sonstige Betriebstypen (z. B. Getränkefachmarkt) | 21 | 13 |
| Summe Nahrungs- und Genussmittel | 100 | 100 |
| Fachgeschäft/filialisierter Einzelhandel | 145 | 11 |
| Fachmarkt | 71 | 78 |
| Kaufhaus/Warenhaus | 2 | 9 |
| sonstige Betriebstypen | 20 | 2 |
| Summe Nichtlebensmittel | 100 | 100 |

Quelle: GMA-Erhebung 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

1.2 Veränderungen seit 2014

Die angebotsbezogenen **Entwicklungen des Euskirchener Einzelhandels zwischen 2014 und 2020** folgten dem anhaltenden Strukturwandel im deutschen Einzelhandel.

- / So ist auch in Euskirchen die **Anzahl der Betriebseinheiten** rückläufig gewesen.
- / Die **Verkaufsflächenentwicklung** verlief stagnierend. Festzuhalten bleibt ein gewisser Verkaufsflächenzuwachs bei Nahrungs- und Genussmitteln bei gleichzeitiger Verringerung der Verkaufsflächen im Nichtlebensmittelsegment.
- / Vor dem Hintergrund des deutlichen Betriebsstättenrückgangs bei stagnierender Verkaufsflächenentwicklung ist die **durchschnittliche Ladengröße** stark angestiegen.
- / Weiterhin verzeichnet der **Handelsumsatz** in Euskirchen im Vergleichszeitraum eine positive Bilanz. So konnte der Umsatz des lokalen Einzelhandels insbesondere aufgrund der positiven Einwohnerentwicklung und des generellen Kaufkraftanstiegs der letzten Jahre gesteigert werden.

- Die rückläufige **Zentralitätskennziffer** deutet einen leichten Kaufkraftabfluss an und ist überwiegend mit der gestiegenen Bedeutung des Onlinehandels zu erklären.

Tabelle 5: Entwicklung des Euskirchener Einzelhandels zwischen 2014 und 2020

| | 2014 | 2020 | Veränderungen 2014 / 2020 | |
|--|---------------------------|---------------------------|---------------------------|--------------|
| | | | absolut | relativ in % |
| Einwohner | 55.502 | 58.938 | + 3.436 | + 6 |
| Betriebsanzahl | 411 | 345 | - 66 | - 16 |
| Verkaufsfläche, davon | 135.185 m ² | 134.795 m ² | - 390 m ² | - 1 |
| Lebensmittel | 32.415 m ² | 33.930 m ² | + 1.515 m ² | + 5 |
| Nichtlebensmittel | 102.770 m ² | 100.865 m ² | - 1.905 m ² | - 2 |
| Betriebsgröße (Ø) | 329 m ² | 391 m ² | + 62 m ² | + 19 |
| Einzelhandelsumsatz | 391,7 Mio. € | 440,4 Mio. € | +48,7 Mio. € | + 12 |
| Flächenproduktivität | 2.898 €/m ² VK | 3.293 €/m ² VK | +395 €/m ² VK | + 14 |
| Einzelhandelsrelevante Kaufkraft p. P. | 5.247 € | 6.210 € | +963 € | + 18 |
| Zentralität | 137 | 124 | - 13 | - 9 |
| Kaufkraftindex | 98,6 | 97,0 | - 1,6 | - 2 |

Quelle: GMA-Berechnungen 2021 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich), GMA, Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Euskirchen, 2014. Einwohnerstände: Stadt Euskirchen Stand 31.12.2013 bzw. 31.12.2019, nur Hauptwohnsitze.

In Bezug auf die Verkaufsflächenentwicklung der einzelnen Branchen sind folgende Aspekte festzustellen (vgl. Abbildung 9):

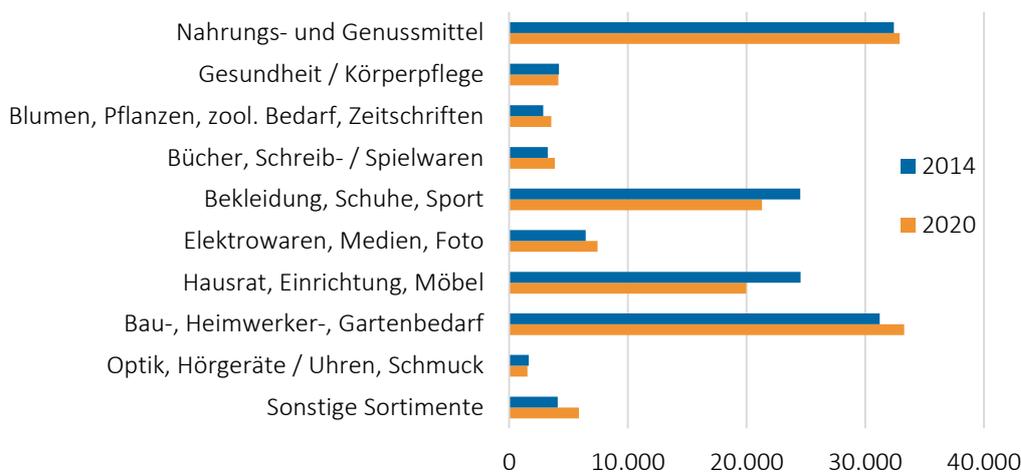
- Im Sortiment **Nahrungs- und Genussmittel** wird aufgrund von Neuansiedlungen wie bspw. die des Getränkemarktes trinkgut in Flammersheim und Erweiterungen von zwei Netto-Märkten in der Kernstadt von Verkaufsflächenzuwachsen profitiert. Vereinzelt kam es auch zu Betriebsaufgaben von Lebensmittelmärkten (z. B. Netto in der Oberstraße; jetzt Action). Insgesamt konnte in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ein Verkaufsflächenzuwachs von ca. 1.515 m² (rd. 5%) verzeichnet werden.
- In der Branche **Gesundheit / Körperpflege** waren nur kleinteilige Änderungen zu verzeichnen (u. a. Wegfall von Apotheken). Insgesamt ist hier ein Verkaufsflächenrückgang um rd. 75 m² bzw. rd. -2 % gegenüber 2014 zu konstatieren.
- Im Sortiment **Blumen, Pflanzen zoologischer Bedarf, Zeitschriften** ist gegenüber 2014 ein deutlicher Verkaufsflächenzuwachs von rd. 670 m² (+ 23 %) zu beobachten. Dies ist mitunter auf diverse kleinteilige Neuansiedlungen (u. a. Blumengeschäft in Flammersheim), die Erweiterung des Zoofachmarktes Fressnapf in der Roitzheimer Straße sowie Erhebungsdifferenzen zurückzuführen. Innerhalb des Stadtgebietes Euskirchens haben sich teilweise räumliche Verlagerungen vollzogen. In den letzten Jahren wurden drei Blumengeschäfte geschlossen.
- In der Hauptwarengruppe **Bücher, Schreib- und Spielwaren** ist ein Verkaufsflächenzuwachs von rd. 595 m² (rd. 18 %) festzustellen. Ausschlaggebend ist hier besonders die Neuansiedlung des Spielwarenfachmarktes Rofu Kinderland in der Roitzheimer Straße. Demgegenüber stehen Geschäftsaufgaben einzelner Fachgeschäfte (u. a. Modell & Technik Gebr. Dahlem, Reinartz Bürobedarf). Eine Buchhandlung in der Innenstadt wird

voraussichtlich im Frühjahr 2021 schließen. Auch in dieser Hauptwarengruppe kam es zu räumlichen Verlagerungen der Verkaufsflächen.

- /// Das Sortiment **Bekleidung, Schuhe, Sport** weist einen deutlichen Verkaufsflächenrückgang von rd. - 13 % (rd. - 3.245 m²) auf. Dabei fallen zahlreiche Betriebsaufgaben kleinteiliger bis mittelgroßer Bekleidungsgeschäfte (u. a. Esprit, Sandys Mode, MS Center Mode, CMP Sportartikel) ins Gewicht. Gleichzeitig konnten nur wenige Neuansiedlungen in diesen Sortimenten verzeichnet werden.
- /// Im Bereich **Elektrowaren, Medien, Foto** ist ein Verkaufsflächenwachstum von rd. 15 % (ca. 995 m²) festzustellen. Diese Entwicklung ist zum einen auf die Neuansiedlung des Fachgeschäftes Holzleitner Elektrogeräte und zum anderen auf unterschiedliche Sortimentszusammenstellungen bei den Anbietern HIT, real und GALERIA Karstadt Kaufhof zurückzuführen. Geschäftsaufgaben waren nur im kleinteiligen Bereich zu ermitteln.
- /// Der deutliche Verkaufsflächenrückgang (rd. - 4.585 m² / ca. - 19 %) im Bereich **Hausrat, Einrichtung, Möbel** resultiert größtenteils aus dem Wegfall des Möbelhauses Betten Walthers im Narzissenweg sowie im Vergleich zu 2014 kleineren Randsortimenten der Baumärkte Hagebau und Obi sowie des Fachmarktes Hammer. Demgegenüber stehen die Neuansiedlungen kleinflächiger Fachgeschäfte (u. a. Küchenladen Euskirchen, Schlafprofis).
- /// Im Sortiment **Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf** ist zwischen den Jahren 2014 und 2020 ein Verkaufsflächenanstieg von rd. 7 % (ca. 2.060 m²) festzuhalten, der im Wesentlichen auf die Erweiterung des Anbieters Blumen Risse (Narzissenweg), die Neuansiedlung eines Fliesenstudios (Narzissenweg) sowie unterschiedliche Sortimentszusammenstellungen der Anbieter Hagebau, Obi und Thomas Philipps zurückzuführen ist. Betriebsaufgaben, wie die des Teppichhauses Wachendorf (In den Herrenbenden), wirken sich dagegen negativ auf die Gesamtverkaufsfläche in dieser Warengruppe aus.³⁵
- /// Im Bereich **Optik / Hörgeräte, Uhren / Schmuck** sind geringfügige Verkaufsflächenrückgänge (rd. - 105 m² / rd. - 6 %) zu beobachten, welche auf Geschäftsaufgaben diverser Juweliere und Optiker beruhen. Seit 2014 haben drei Juweliere und ein Optiker in der Innenstadt Euskirchens geschlossen, deren Ladenlokale bislang noch nicht nachgenutzt wurden.
- /// Hinsichtlich der **sonstigen Sortimente** ist v. a. auf die Neuansiedlung des Sonderpostenmarktes Action (ehemals Netto) in der Oderstraße, die Erweiterung des Fahrradfachgeschäftes Kraft Rad in der Roitzheimer Straße sowie den Ausbau der Randsortimente unterschiedlicher Betriebe (u. a. real, Hagebau, Obi) zu verweisen. Insgesamt konnte bei sonstigen Sortimenten ein Verkaufsflächenzuwachs von ca. 1.785 m² (rd. 44 %) verzeichnet werden.

³⁵ Zwischenzeitlich wurde ein Farbenfachgeschäft geschlossen.

Abbildung 9: Verkaufsflächenentwicklung in Euskirchen nach Hauptwarengruppen zwischen 2014 und 2020



Quelle: GMA-Erhebung 2020; GMA, Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Euskirchen, 2014.

1.3 Einzelhandelsbestand nach Ortsteilen

Differenziert nach **Ortsteilen** ist der eindeutige Einzelhandelsschwerpunkt in der Euskirchener **Kernstadt** zu finden (vgl. Tabelle 5). Hier ist, wie auch schon im Jahre 2014, ein Großteil der Betriebe und Verkaufsfläche verortet. Dies ist neben der kompakten innerstädtischen Einkaufslage mit den an der Neustraße ansässigen Einzelhandelsbetrieben und Galeria Karstadt Kaufhof v. a. auf die großflächigen Anbieter am dezentralen Standort Georgstraße zurückzuführen.³⁶ Im Gegensatz zum Jahr 2014 ist in der Kernstadt ein deutlicher Rückgang der Betriebe bei einer gleichzeitig stagnierenden Entwicklung der Verkaufsfläche zu beobachten.

Da die Einzelhandelsbetriebe an den autokundenorientierten Versorgungslagen Narzissenweg und Roitzheimer Straße dem Ortsteil **Roitzheim** zugeordnet werden, ist hier ebenfalls ein großer Teil der Betriebe und Verkaufsfläche ansässig. Im eigentlichen Ortskern von Roitzheim befinden sich keine Anbieter.

Im Ortsteil **Flamersheim** kann bei der Verkaufsflächenentwicklung seit 2014 ein Positivtrend beobachtet werden. Dies hängt mit dem Ansiedlung des Getränkemarktes trinkgut und weiterer kleinteiliger Fachgeschäfte (u.a. Blumengeschäft) im Rahmen der Entwicklung auf dem Areal der ehemaligen Lederwarenfabrik zusammen. In **Kuchenheim** und **Stotzheim** ist hingegen eine stagnierende Entwicklung der Verkaufsfläche festzustellen.

³⁶ Zur Kernstadt Euskirchens ist sowohl die Innenstadt als auch der Georgpark zu zählen.

Tabelle 6: Einzelhandelsbestand nach Ortsteilen

| Ortsteil | Anzahl der Betriebe | | Verkaufsfläche | |
|-------------------------|---------------------|------------|----------------|----------------|
| | 2014 | 2020 | 2014 | 2020 |
| Kernstadt | 305 | 251 | 89.570 | 89.475 |
| Roitzheim | 31 | 25 | 31.540 | 29.670 |
| Kuchenheim | 15 | 15 | 1.645 | 1.730 |
| Flamersheim | 15 | 15 | 2.590 | 4.225 |
| Stotzheim | 8 | 8 | 2.755 | 2.720 |
| Kirchheim | 9 | 9 | 665 | 825 |
| Großbüllesheim | 8 | 7 | 1.010 | 1.000 |
| Kreuzweingarten | 5 | 4 | 325 | 310 |
| Wißkirchen | 4 | 3 | 4.020 | 3.840 |
| Dom-Esch | 4 | 3 | 140 | 120 |
| <i>Kleinbüllesheim*</i> | - | (1) | - | (1.700) |
| sonstige Ortsteile | 7 | 5 | 925 | 880 |
| gesamt** | 411 | 345 | 135.185 | 134.795 |

* Am Standort östlich der Luxemburger Straße am Ortseingang Kleinbüllesheims ist ein Edeka-Vollsortimenter mit 1.700 m² Verkaufsfläche geplant.

** Ohne geplante Neuansiedlung des Lebensmittelvollsortimenters in Kleinbüllesheim

Quelle: GMA-Erhebung 2020; GMA, Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Euskirchen, 2014.

Insgesamt weist die Kernstadt Euskirchens (zusammen mit den an der Roitzheimer Straße bzw. am Narzissenweg ansässigen Einzelhandelsbetrieben) klar dominierende und prägende Einzelhandelsfunktionen auf, übernimmt somit die Versorgung der Gesamtstadt und übt auch eine überörtliche Versorgungsfunktion aus. Die Einzelhandelslagen in den Ortsteilen sind aufgrund ihrer geringen Betriebsanzahl und Verkaufsflächendimensionierung als Nahversorgungsstandorte der umliegenden Siedlungsstrukturen zu bewerten.

1.4 Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Nach **Lagekategorien** differenziert liegen die eindeutigen Verkaufsflächenschwerpunkte auf den dezentralen Lagen³⁷ (rd. **58 %**) was v. a. auf die großflächigen Einzelhandelsangebote in diesen Bereichen (u. a. Hagebau, Roller, OBI) zurückzuführen ist. Lediglich ca. 23 % der Gesamtverkaufsfläche entfallen auf die Innenstadt, in den Streulagen³⁸ ist ein Verkaufsflächenanteil von ca. **15 %** zu lokalisieren. Die restlichen 4 % entfallen auf die Nahversorgungszentren³⁹.

Bei Betrachtung der Betriebsanzahl zeigt sich, dass rd. 40 % der Betriebe der Innenstadt zuzuordnen sind. Somit ist hier eine deutliche Konzentration von Einzelhandelsnutzungen festzustellen, die auch einen Indikator für eine gewisse Kleinteiligkeit der Einzelhandelsstrukturen

³⁷ Die dezentralen Lagen entsprechen den Sonderstandorten an der Georgstraße, der Roitzheimer Straße und dem Narzissenweg sowie den sonstigen dezentralen Lagen im Stadtgebiet Euskirchens (u. a. Carl-Benz-Straße, Philipp-Reis-Straße).

³⁸ Bei den Streulagen handelt es sich um alle Lagen außerhalb der Innenstadt, der Nahversorgungszentren und der dezentralen Standorte.

³⁹ Nahversorgungszentren werden nachfolgend erläutert (vgl. Kapitel IV., 3.3)

darstellt. Auf die dezentralen Lagen entfallen rd. ca. 21 % der Betriebe, während ca. 34 % in den Streulagen und 5 % in den Nahversorgungszentren angesiedelt sind.

Hinsichtlich der Umsätze ist zu konstatieren, dass der Umsatzschwerpunkt deutlich in den dezentralen Lagen (rd. 47 %) zu finden ist. In der Innenstadt werden rd. 28 % der Umsätze erwirtschaftet, die Nahversorgungszentren und die Streulagen spielen mit rd. 6 % bzw. 19 % eine eher untergeordnete Rolle.

Tabelle 7: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

| Standortbereich | Betriebe | | Verkaufsfläche* | | Umsatz* | |
|---|------------|------------|-------------------|------------|--------------|------------|
| | Anzahl | in % | in m ² | in % | in Mio. € | in % |
| Innenstadt Euskirchen (ZVB „Hauptzentrum Innenstadt“) | 139 | 40 | 30.405 | 23 | 123,2 | 28 |
| Nahversorgungszentren** | 18 | 5 | 5.955 | 4 | 26,7 | 6 |
| Streulagen | 116 | 34 | 19.935 | 15 | 83,9 | 19 |
| Dezentrale Lagen | 72 | 21 | 78.500 | 58 | 206,6 | 47 |
| Summe | 345 | 100 | 134.795 | 100 | 440,4 | 100 |

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

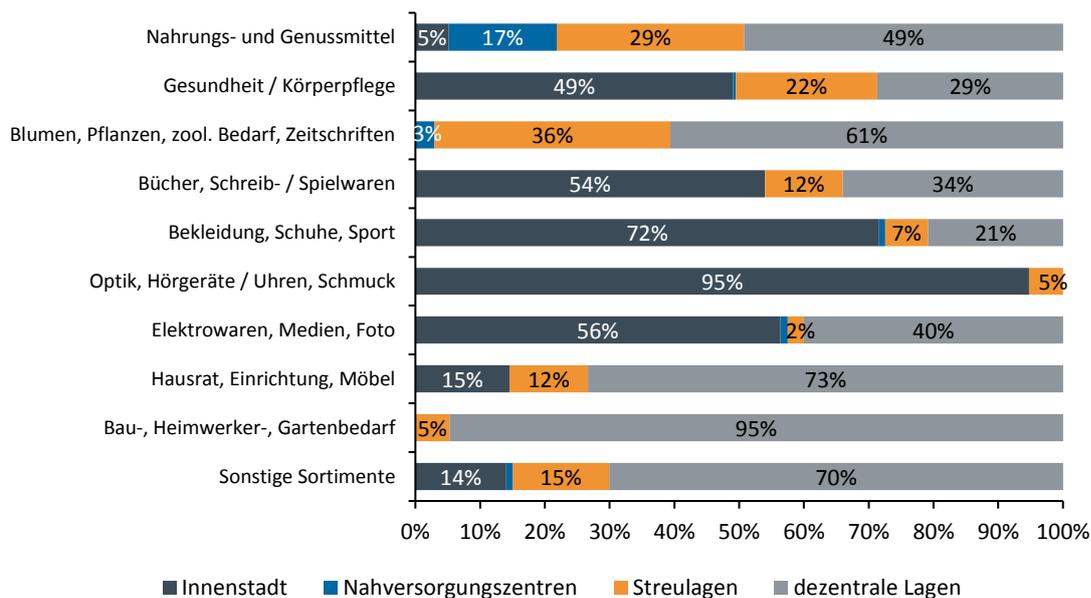
** siehe Kapitel IV., 3.3

GMA-Berechnungen 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Sortimentsspezifisch zeigen sich bei der Verkaufsflächenaufteilung nach Lagekategorien jedoch deutliche Unterschiede:

- Bei den flächenintensiven Branchen Nahrungs- und Genussmittel, Möbel sowie Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf spielt die Innenstadt nur eine geringe Rolle. Hier ist ein Großteil der Verkaufsfläche in dezentralen Lagen verortet. Ähnlich verhält es sich auch im Bereich zool. Bedarf; die wesentlichen Anbieter (Fressnapf, Das Futterhaus) in diesem Segment sind an der Roitzheimer Straße bzw. an der Georgstraße ansässig.
- Positiv ist hervorzuheben, dass in den typisch innenstadtrelevanten Sortimenten (z. B. Bücher, Schreib- / Spielwaren, Bekleidung, Schuhe, Sport, Optik / Uhren, Schmuck, Gesundheit / Körperpflege, Elektrowaren, Medien, Foto) die Innenstadt mit ca. 49 – 95 % den Verkaufsflächenschwerpunkt darstellt.
- Die Nahversorgungszentren erreichen lediglich in den Hauptwarengruppen Nahrungs- und Genussmittel und Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf, Zeitschriften nennenswerte Verkaufsflächenanteile.

Abbildung 10: Verkaufsflächenanteile* nach Standortlagen** und Branchen



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

** Die Standortlagen beziehen sich auf die im Zuge dieses Einzelhandelskonzeptes aktualisierten Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche (vgl. Kapitel IV., 3.3).

Quelle: GMA-Berechnungen 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

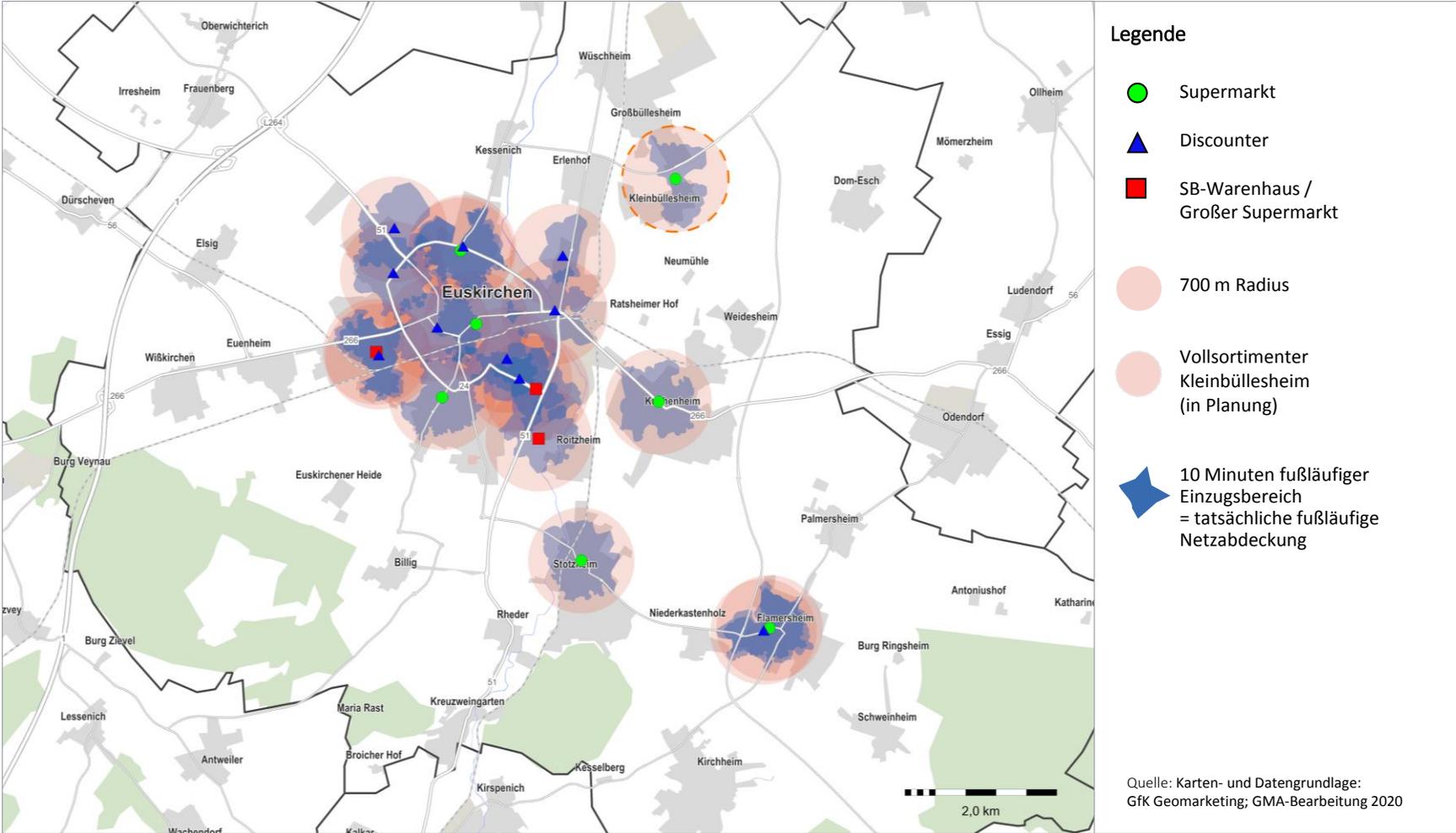
1.5 Nahversorgungssituation

Für die **Kernstadt** von Euskirchen kann eine weitgehend flächendeckende Ausstattung mit Nahversorgungsangeboten (v. a. Lebensmittelmärkten) konstatiert werden (vgl. Karte 2). Über das gesamte Stadtgebiet sind mehrere leistungsfähige Lebensmittelmärkte vorhanden. Eine besondere Versorgungsleistung kommt den SB-Warenhäusern bzw. großen Supermärkten (2x Hit, real) zu, die sich jedoch alle in dezentraler Lage befinden. Unter räumlichen Gesichtspunkten können lediglich im südlichen Teil der Kernstadt (u. a. an der Münstereifeler Straße) nahversorgungsstrukturelle Lücken lokalisiert werden.

Darüber hinaus ist festzuhalten, dass Ortsteile wie **Roitzheim, Kessenich** oder **Euenheim** über kein fußläufig erreichbares Versorgungsangebot im Lebensmittelsektor verfügen, sich jedoch in unmittelbarer Nachbarschaft zur Kernstadt befinden und demnach durch das hier ansässige Lebensmittelangebot mitversorgt werden.

In **Kuchenheim, Stotzheim** und **Flamersheim** sind Lebensmittelmärkte vorhanden, die insbesondere die fußläufige Nahversorgung der umliegenden Siedlungsbereiche gewährleisten. Darüber hinaus übernehmen v. a. die Märkte in Stotzheim bzw. Flamersheim auch eine Versorgungsfunktion für die benachbarten Ortsteile (u. a. Kirchheim, Palmersheim, Niederkastholz), so dass im **Süden Euskirchens** ein insgesamt gutes Nahversorgungsangebot konstatiert werden kann.

Karte 2: Nahversorgungssituation in Euskirchen



Im **Norden des Stadtgebietes** (u. a. Dom-Esch, Groß- und Kleinbüllesheim) sind hingegen aktuell noch deutliche Versorgungslücken gegeben. Im August 2020 wurde daher der Bebauungsplan Nr.9 (Ortsteil Kleinbüllesheim) vom Euskirchener Stadtrat beschlossen. In dessen Geltungsbereich am Standort östlich der Luxemburger Straße am Ortseingang Kleinbüllesheims ist ein Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel vorgesehen. Konkret ist hier die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters mit einer Verkaufsfläche von max. 1.750 m² zulässig. Der Anbieter Edeka hat bereits einen Bauantrag für einen Vollsortimenter mit 1.700 m² bei der Stadt Euskirchen eingereicht. Dieser übernimmt perspektivisch eine Nahversorgungsfunktion für die nördlichen Ortsteile und wird somit zur Schließung der dort bestehenden Versorgungslücken beitragen.

2. Nachfragesituation

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

2.1 Marktgebiet von Euskirchen

Die Abgrenzung des Marktgebietes für den Einzelhandelsstandort Euskirchen stellt die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials dar.

Als Marktgebiet wird der Raum bezeichnet, in dem sich die Verbraucher zum Einkauf überwiegend auf einen Einzelhandelsstandort orientieren. Das Marktgebiet lässt sich weiterhin nach Zonen untergliedern, aus denen eine gleichmäßige Kundeneinkaufsorientierung an den Standort Euskirchen zu erwarten ist. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei in der Regel von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen. Durch die Zonierung des Marktgebietes wird diesem Umstand Rechnung getragen.

Zur Abgrenzung und Zonierung des Marktgebietes Euskirchens werden in vorliegender Untersuchung folgende Kriterien herangezogen:

- /// wesentliche Strukturdaten und Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (z. B. Wirtschaftsstruktur, Pendlerbeziehungen),
- /// Erreichbarkeit des Standortes unter Berücksichtigung verkehrlicher, topografischer und siedlungsstruktureller Bedingungen,
- /// Angebotssituation in der Stadt Euskirchen sowie Wettbewerbssituation und Einkaufsalternativen in den umliegenden Städten und Gemeinden sowie
- /// generelle Anziehungskraft des Standortes (Infrastrukturausstattung, verkehrliche Anbindung, Lage der Einzelhandelsschwerpunkte usw.).

Unter Berücksichtigung der oben genannten Faktoren lässt sich für den Einzelhandelsstandort Euskirchen das in Tabelle 8 dargestellte Marktgebiet abgrenzen.

Karte 3: Marktgebiet des Handelsstandortes Euskirchen

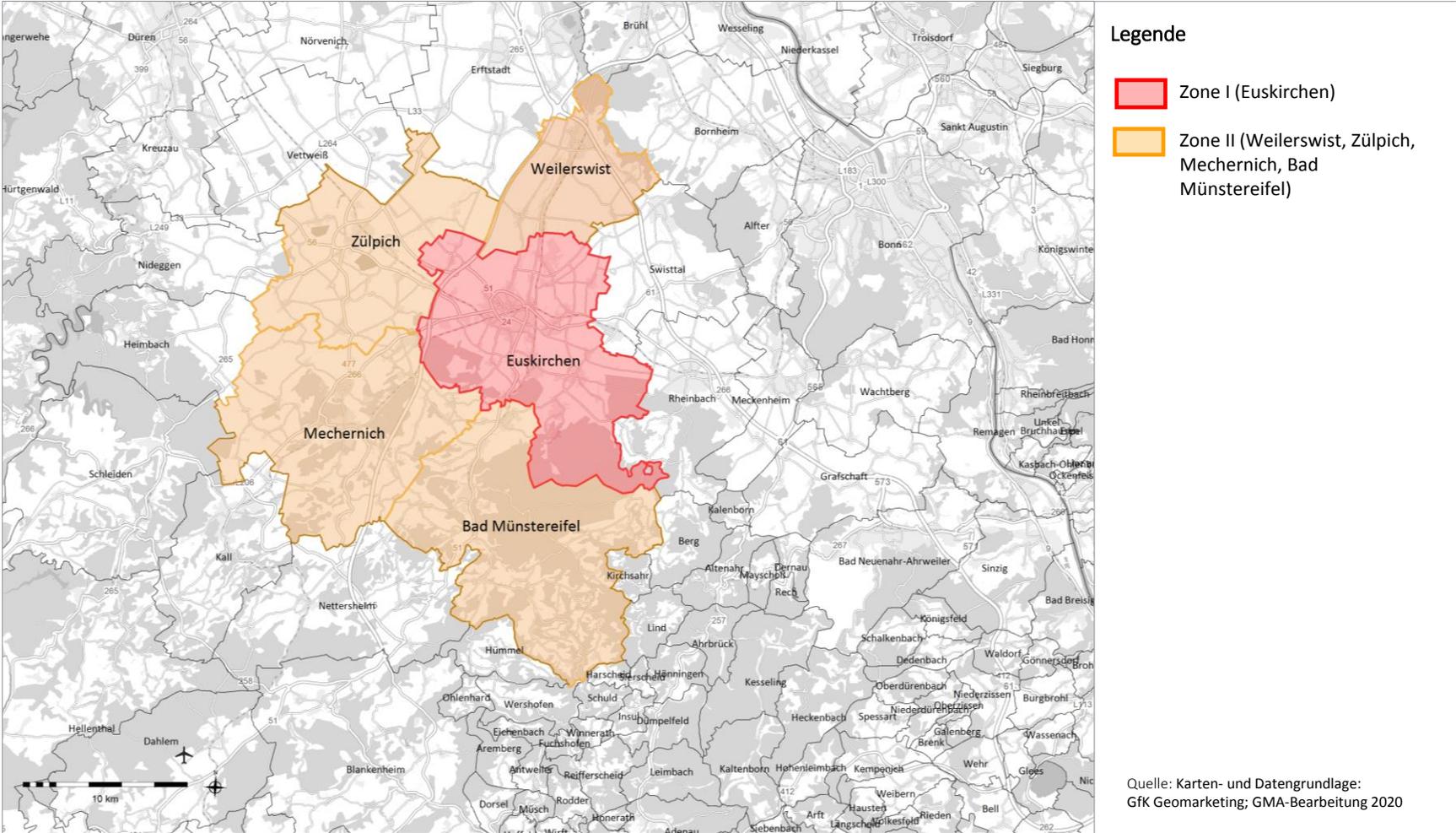


Tabelle 8: Einwohnerpotenzial im Marktgebiet von Euskirchen

| Zone | Kommunen | Einwohner |
|------------------------------------|--|----------------|
| Zone I Kernmarktgebiet | Euskirchen | 58.938 |
| Zone II erweitertes Marktgebiet | Weilerswist, Zülpich, Mechernich, Bad Münstereifel | 83.119 |
| Summe | | 142.057 |

Quelle: Zone I: Einwohnerdaten auf Basis der Stadt Euskirchen (Stand: 31.12.2019); Zone II: Einwohnerzahlen nach Angaben von IT.NRW (Stand:31.12.2019).

Das Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Euskirchen kann aus gutachterlicher Sicht in zwei Zonen aufgeteilt werden. Das Kerneinzugsgebiet (Zone I) umfasst die Gesamtstadt Euskirchen mit einem Einwohnerpotenzial von ca. 58.940 Einwohnern. Die in unmittelbarer Nachbarschaft gelegenen Städte Zülpich, Mechernich und Bad Münstereifel sowie die Gemeinde Weilerswist sind dem erweiterten Einzugsgebiet (Zone II, ca. 83.120 Einwohner) zuzuordnen. Somit umfasst das faktische Marktgebiet der Stadt Euskirchen rd. 142.060 Einwohner. In östliche Richtung ist eine zunehmende Orientierung auf das Oberzentrum Bonn festzustellen, demnach werden Swisttal und Rheinbach nicht mehr dem Marktgebiet von Euskirchen zugeordnet.

In einem gewissen Umfang ist darüber hinaus von Kundeneinkaufsbeziehungen auszugehen, die von außerhalb des Marktgebietes an den Einkaufsstandort Euskirchen kommen (z. B. Touristen, Berufspendler).

Im Vergleich zum Marktgebiet von Euskirchen aus dem Jahr 2014 sind keine Veränderungen festzustellen.

2.2 Kaufkraftpotenziale im Marktgebiet von Euskirchen

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-eigenen Berechnungen liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland derzeit bei ca. 6.210 €/Jahr⁴⁰.

Davon entfallen auf

- /// Nahrungs- und Genussmittel ca. 2.285 €/Jahr
- /// Nichtlebensmittel ca. 3.925 €/Jahr

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft der lokale Kaufkraftkoeffizient zu berücksichtigen. Für die Stadt Euskirchen liegt dieser mit 97,0 leicht unter dem Bundesdurchschnitt (= 100). Im Umland werden durchschnittliche bis leicht überdurchschnittliche Kaufkraftkoeffizienten zwischen 98,8 (Mechernich) und 106,2 (Weilerswist) erzielt.⁴¹

⁴⁰ Ohne Anteil verschreibungspflichtiger Sortimente bei Apotheken. Die Pro-Kopf-Ausgaben ermitteln sich aus den Einzelhandelsumsätzen der jeweiligen Branchen und beziehen sich auf das Jahr 2019. Dies bedeutet, dass in den aktuellen Zahlen keine Corona-Effekte enthalten sind.

⁴¹ Quelle: MB Research (2020): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2020 in Deutschland. Werte über 100,0 deuten auf ein im Vergleich zum Bundesdurchschnitt höheres Kaufkraftniveau, Werte unter 100,0 auf ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Niveau hin.

Bei Zugrundelegung der aktuellen Einwohnerwerte und der lokalen Kaufkraftkoeffizienten errechnet sich für das Marktgebiet von Euskirchen ein jährliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen in Höhe von **877,8 Mio. €**.

Hiervon entfallen auf das

| | | |
|---------------------------------------|------------------|------------|
| /// Kernmarktgebiet (Zone I) | rd. 354,9 Mio. € | (rd. 40 %) |
| /// erweitertes Marktgebiet (Zone II) | rd. 522,9 Mio. € | (rd. 60 %) |

Nach Branchen und Bedarfsbereichen differenziert verteilt sich das Kaufkraftvolumen für die Stadt Euskirchen und das zugeordnete Marktgebiet wie in nachfolgender Tabelle dargestellt⁴²:

Tabelle 9: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet von Euskirchen

| Branchen | Zone I | Zone II | Marktgebiet |
|---|--------------|--------------|--------------|
| | in Mio. € | | |
| Nahrungs- und Genussmittel | 130,6 | 192,4 | 323,0 |
| Gesundheit / Körperpflege | 26,6 | 39,2 | 65,8 |
| Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf, Zeitschriften | 11,5 | 16,9 | 28,4 |
| Summe kurzfristiger Bedarf | 168,7 | 248,5 | 417,2 |
| Bücher, Schreib- / Spielwaren | 14,4 | 21,2 | 35,6 |
| Bekleidung, Schuhe, Sport | 42,1 | 62,1 | 104,2 |
| Summe mittelfristiger Bedarf | 56,5 | 83,3 | 139,8 |
| Elektrowaren, Medien, Foto | 32,6 | 48,1 | 80,7 |
| Hausrat, Einrichtung, Möbel | 35,8 | 52,8 | 88,6 |
| Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf | 30,5 | 44,9 | 75,4 |
| Optik / Akustik, Uhren / Schmuck | 9,2 | 13,6 | 22,8 |
| Sonstige Sortimente ¹ | 21,6 | 31,7 | 53,3 |
| Summe langfristiger Bedarf | 129,7 | 191,1 | 320,8 |
| Nichtlebensmittel | 224,3 | 330,5 | 554,8 |
| Summe Einzelhandel | 354,9 | 522,9 | 877,8 |

¹ sonstige Sortimente: Sportgroßgeräte (z. B. Fahrräder, Hometrainer), Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, großteilige Babyartikel wie Kinderwägen); GMA-Erhebung und -Berechnung 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Insgesamt ist das Kaufkraftvolumen im **Marktgebiet** im Vergleich zu 2014 nominell um rd. 25 % von rd. 704,8 Mio. € auf rd. 877,8 Mio. € gestiegen. Dieser Zuwachs ist neben der dynamisch durchlaufenen Einwohnerentwicklung auch auf einen Anstieg der einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben zurückzuführen (nominell rd. + 15 %⁴³).

⁴² Die nachfolgende Tabelle 9 ist lediglich deskriptiv gedacht. Hieraus werden keine Flächenpotenziale für den Einzelhandelsplatz Euskirchen abgeleitet, d. h. planerisch greift Euskirchen nicht auf die Kaufkraft der Umlandkommunen in Zone II des Marktgebietes zurück.

⁴³ Aus dem Nachfragevolumen für das Mittelzentrum Euskirchen aus dem Jahr 2014 (287,1 Mio. €) lässt sich in Verbindung mit der damaligen Bevölkerungszahl (ca. 55.500 Einwohner) und der lokalen Kaufkraftkennziffer (98,6) eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von ca. 5.246 € pro Person und Jahr ableiten.

In den letzten zehn Jahren wies die Stadt Euskirchen insgesamt eine dynamische Bevölkerungsentwicklung auf. Auch für die kommenden Jahre wird ein Zuwachs der Einwohnerzahlen in Euskirchen (rd. +2.648 Personen bzw. rd. +5 % bis zum Jahr 2040)⁴⁴ und in Zone II des Marktgebietes (rd. +2.703 Personen bzw. rd. +3 % bis zum Jahr 2040)⁴⁵ prognostiziert, sodass für das gesamte Marktgebiet eine positive Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung zu erwarten ist.

2.3 Mögliche Auswirkungen des Onlinehandels und der Corona-Pandemie auf die Flächen- nachfrage in Euskirchen

Als zentraler Veränderungsfaktor der Einzelhandelsentwicklung ist die **Digitalisierung** herauszustellen: Die Folgen sind vor allem im Nonfood-Segment der zentrenprägenden Sortimente offensichtlich. So zählen Consumer Electronics, Fashion & Lifestyle oder Freizeit & Hobby zu den Sortimentsbereichen, welche die höchsten Umsatzanteile an den Onlinehandel abgegeben haben. Im Lebensmittel- und Drogeriewarenbereich (Fast Moving Consumer Goods; FMCG) zeigt sich aktuell, dass die (kosten-)intensiven Bemühungen der (Online-)Händler zum Aufbau ihrer Marktanteile bislang nur geringen Erfolg haben. Aktuell erreicht der Onlinevertriebskanal über den gesamten Lebensmittel- und Drogeriewarenhandel einen Umsatzanteil von ca. 2 %. Dennoch haben sich alle relevanten Händler dem Thema angenommen.⁴⁶

Als rahmensetzende Bedingung zur Prognose der Nachfrage zeigt der **Onlinehandel** auch in Zukunft ungebrochen hohe Zuwachsraten. Diese schlagen sich nicht nur in den etablierten Sortimentsbereichen Consumer Electronics, Fashion & Lifestyle oder Freizeit & Hobby nieder, sondern zunehmend auch bei den Themen Heimwerken & Garten, Wohnen & Einrichten oder Spezialartikeln aller anderen Warengruppen. Die GMA beobachtet fortlaufend die Entwicklungen im Onlinehandel und schätzt die Entwicklung bis zum Jahr 2030 ab (Vgl. Kapitel I., 2.3).

Befördert wird der Onlinehandel durch eine zunehmende Internetaffinität aller Altersgruppen, eine bessere Versorgung mit schnellem Internet sowie dem wachsenden technischen Ausstattungsgrad (PCs, Laptops, Notebooks, Tablets). Hinzu kommen die flächendeckende und intensive Nutzung von Smartphones und die damit verbundenen Zugangsmöglichkeiten zu Mobile-Commerce-Angeboten. Vor dem Hintergrund dieser übergeordneten Entwicklungen ist auch für den Handelsstandort Euskirchen davon auszugehen, dass sich die Marktanteile des Onlinehandels weiter erhöhen werden – mit entsprechenden Effekten auf den stationären Handel bzw. die Flächennachfrage. In welchem Umfang sich der Flächenbedarf im stationären Einzelhandel vor allem aufgrund logistischer Entwicklungen verändern wird, ist noch nicht abschließend geklärt. Feststeht jedoch, dass neben den mögliche Rückwirkungen auf die Nachfrage nach stationärer Handelsfläche vor allem die Nachfrage nach Verkehrs- und Logistikflä-

⁴⁴ Quelle: demosim/otm, Report Euskirchen, Stand: 07.05.2020.

⁴⁵ Quelle: IT.NRW 2021, Gemeindemodellrechnung; Basis der Berechnungen bildet der Einwohnerbestand zum 01.01.2018.

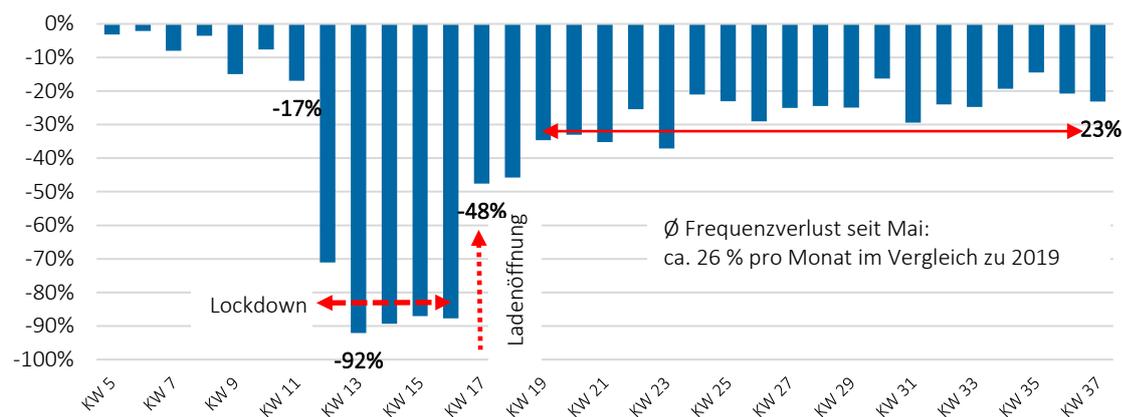
⁴⁶ Insbesondere in Städten trifft die onlineaffine Kundschaft in der Regel auf ein sehr engmaschig gewobenes Netz an Nahversorgern. Unter gewöhnlichen Marktbedingungen würde der Onlinehandel mit Lebensmitteln insgesamt, aber auch für Euskirchen, auf absehbare Zeit für den täglichen Einkauf keine nennenswerte Rolle spielen. Neu zu bewerten ist jedoch sein Einfluss im Kontext von „click & collect“ sowie Lieferdiensten in krisenbedingten Ausnahmesituationen (z. B. Corona-Pandemie und damit verbundene Ausgangsbeschränkungen).

chen eine mindestens gleich starke Relevanz besitzen dürfte. Konkrete Prognosen zu möglichen Auswirkungen des Onlinehandels auf die stationäre Flächennachfrage sind aktuell jedoch unseriös.

Verstärkt wird die rückläufige Flächennachfrage zusätzlich durch die sich aktuell vollziehende **Corona-Pandemie**. Verschiedene Wirtschaftsinstitute, darunter der Handelsverband Deutschland (HDE) oder das Institut für Handelsforschung (IFH) gehen davon aus, dass bis zum Ende des Jahres 2020 rd. 50.000 Betriebe infolge der wirtschaftlichen Belastungen durch die mit der Corona-Krise verbundenen Beschränkungen aus dem Markt ausscheiden könnten. Dies träfe vor allem innenstadtrelevante Leitsortimente wie *Bekleidung, Schuhe und Sportartikel* sowie die *Elektrobranche* (vor allem Unterhaltungselektronik); diese Warengruppen sind schon heute einer deutlichen Onlineaffinität unterworfen. Wenngleich sich das Bild der klassischen Innenstadtsortimente zukünftig wandeln wird, birgt der Abschmelzprozess bei der Verkaufsflächennachfrage die Möglichkeit, vermeintlich „neue“ Nutzungen in die Innenstädte zu bringen. Denkbar ist hierbei vor allem eine Nutzungsverschiebung in Richtung Wohnen und Arbeiten sowie Raum für experimentelle Ansätze (z. B. Pop-up-Stores, kreative Zwischennutzungen).⁴⁷ Als zielführend werden dabei integrierte Handlungsansätze erkannt, die neben klassischen Themenfeldern wie dem der Stadtsanierung zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität (und letztlich auch Verweildauer und somit Frequenz) auch Akteursnetzwerke umfassen, die die Stadtnutzer (Eigentümer, Mieter, Kunden, Politik & Verwaltung) zusammenbringen.

Ganz deutlich werden die bisherigen Auswirkungen der Pandemie und der damit einhergehenden Maßnahmen auf Bundes- und Landesebene bei der Betrachtung der **Veränderung der Besucherfrequenz** bei untersuchten Händlern. Einerseits werden die Phase des Lockdowns und der Zeitpunkt der ersten Ladenöffnungen für Geschäfte mit einer Verkaufsfläche unter 800 m² (20.04.2020; KW 17) klar ersichtlich. Andererseits zeigt sich das weiterhin unterdurchschnittliche Kundenaufkommen im Vorjahresvergleich (vgl. Abbildung 13).

Abbildung 11: Frequenzverluste im Einzelhandel in Deutschland (Anfang Februar bis Mitte September 2020) im Vergleich zum Vorjahr



Quelle: GMA-Darstellung 2020 nach Daten von Statista 2020, Hochrechnungen auf Basis von Besucherzählungen

Unter Berücksichtigung dieser externen Entwicklungen ist nicht zu erwarten, dass der Einzelhandel in Euskirchen seine Marktbedeutung räumlich wesentlich ausweiten kann. Die umliegenden Zentren – insbesondere die Großstädte Köln und Bonn – sind sehr gut ausgestattet.

⁴⁷ Entsprechende Ansätze werden in Euskirchen z. B. im Rahmen des Sofortprogramms Innenstadt bereits verfolgt.

Es ist davon auszugehen, dass sich an den grundsätzlichen Einkaufsverflechtungen in der Region keine größeren Veränderungen ergeben werden. Prinzipiell muss sich der Einzelhandelsstandort Euskirchen daher darum bemühen, seine Wettbewerbsposition zu erhalten, ggf. punktuell weiter auszubauen und vor allem unter städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten konsequent zu entwickeln (= Zentren zuerst).

3. Zusammenfassende Bewertung und Empfehlungen

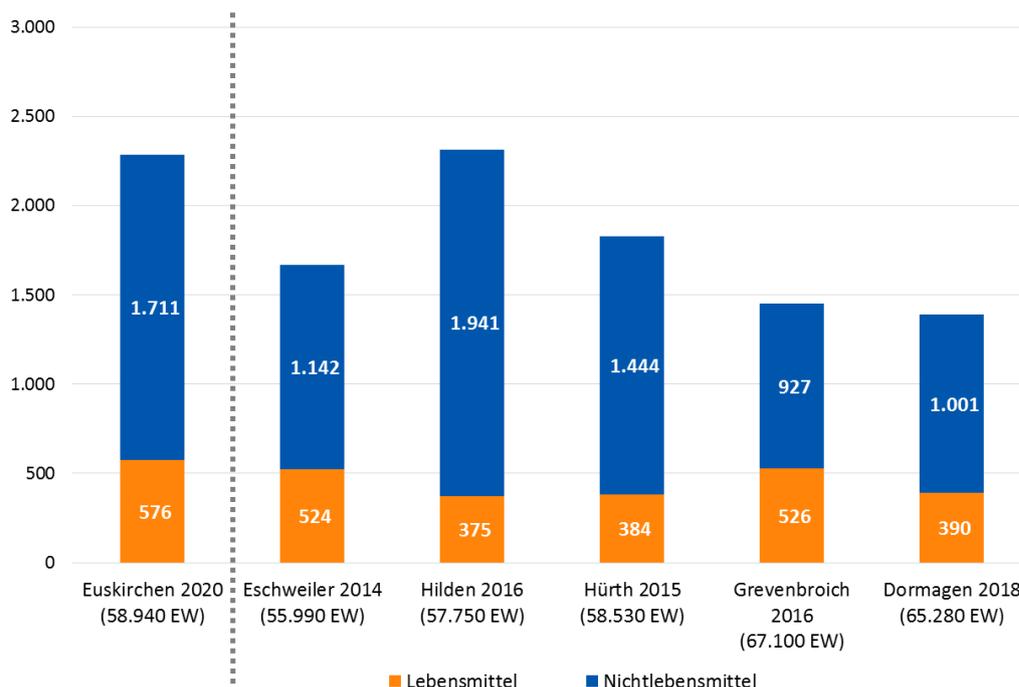
3.1 Kennziffern zum Einzelhandel

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

3.1.1 Verkaufsflächenausstattung

Der **regionale Vergleich der Verkaufsflächenausstattung** zeigt, dass in Euskirchen eine insgesamt überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung besteht. Im Lebensmittelbereich verfügt die Stadt Euskirchen über den höchsten Ausstattungswert der Referenzstädte. Bei Nichtlebensmitteln wird die Verkaufsflächenausstattung Euskirchens lediglich von der Stadt Hilden übertroffen (vgl. Abbildung 12). Die gute Ausstattung von Euskirchen ist in erster Linie auf die Existenz mehrerer flächenextensiver Angebotsformen (u. a. Hagebau, Roller, Obi) im Euskirchener Stadtgebiet zurückzuführen.

Abbildung 12: Regionaler Vergleich der Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner



Quelle: GMA-Erhebung 2020 sowie vorliegende Einzelhandelskonzepte der aufgeführten Städte (die Jahreszahlen beziehen sich auf den Zeitpunkt der Einzelhandelserhebung; die Einwohnerstände basieren auf den zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des jeweiligen Einzelhandelskonzepts gültigen Zahlen der städtischen Einwohnermeldeämter; ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Die hier zugrunde gelegten Daten basieren auf den jeweiligen kommunalen Einzelhandelskonzepten, die z. T. auf anderen Erhebungssystematiken (z. B. bereinigte / unbereinigte Verkaufsflächen in Mehrbranchenunternehmen) basieren. Darüber hinaus ist zu beachten, dass die Daten der Referenzstädte aus den jeweiligen Einzelhandelskonzepten resultieren, deren Erstellung bereits einige Jahre zurückliegt. Den allgemeinen Entwicklungstrends der vergangenen Jahre folgend, dürfte die Verkaufsfläche in den Vergleichsstädten – v. a. durch die Erweiterung von Lebensmittelmärkten – tendenziell gestiegen sein. Aus diesen Gründen ist eine direkte Vergleichbarkeit nicht gegeben, vielmehr liefert die Darstellung nur Anhaltswerte.

3.1.2 Zentralitätskennziffer

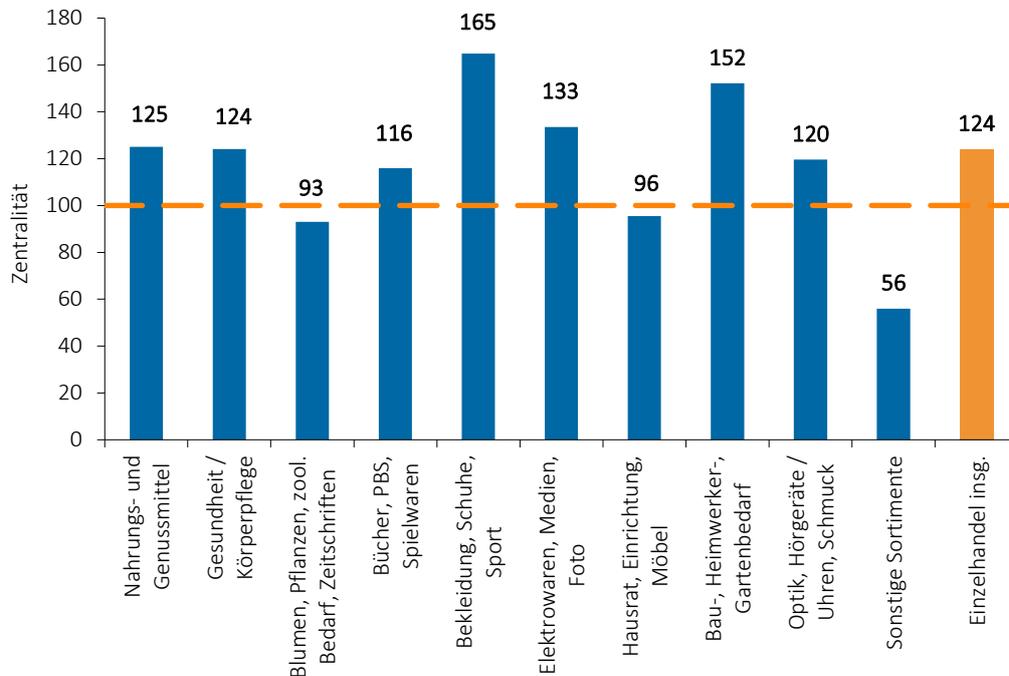
Die Betrachtung der Einzelhandelszentralität⁴⁸ zeigt, dass im Vergleich zum örtlichen Kaufkraftvolumen in Euskirchen deutlich höhere Umsätze getätigt werden. Die Einzelhandelszentralität von insgesamt 124 deutet somit per Saldo auf Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland hin (vgl. Abbildung 13).

Insbesondere in den Branchen Bekleidung / Schuhe / Sport, Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Elektrowaren / Medien / Foto sowie Nahrungs- und Genussmittel und Gesundheit / Körperpflege sind mit Zentralitätswerten zwischen 124 und 165 die intensivsten Kundenbindungen vorhanden. In diesen Sortimenten bestehen erhebliche Kaufkraftzuflüsse von außen nach Euskirchen.

⁴⁸ Die Einzelhandelszentralität stellt den in Euskirchen getätigten Einzelhandelsumsatz der in Euskirchen vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gegenüber. Werte über 100 weisen dabei – per Saldo – auf einen Bedeutungsüberschuss hin, Werte unter 100 entsprechend auf einen Kaufkraftabfluss.

- / Auch in den Sortimentsbereichen Optik / Hörgeräte, Uhren / Schmuck und Bücher, Schreib-/ Spielwaren werden überdurchschnittliche Zentralitäten in Höhe von 120 bzw. 116 erreicht.
- / Lediglich für die Hauptwarengruppen Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf, Zeitschriften (93) und Hausrat, Einrichtung, Möbel (96) sowie die sonstigen Sortimente (56) sind leichte Kaufkraftabflüsse festzustellen, was auf Nachholbedarf in diesen Bereichen hinweist.

Abbildung 13: Einzelhandelszentralität nach Branchen in Euskirchen



100 = ausgeglichene Einzelhandelszentralität; GMA-Berechnungen 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

3.2 Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsbesatzes in Euskirchen

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

Übersicht 2: Branchenbezogene Entwicklungspotenziale für Euskirchen

| Sortiment | Aktuelle Situation | Empfehlungen |
|----------------------------|---|--|
| Nahrungs- und Genussmittel | <ul style="list-style-type: none"> ▪ überdurchschnittliche Zentralität in Euskirchen (rd. 125 %) ▪ mit insgesamt sechs Vollsortimentern, zehn Discountern und drei SB-warenhäusern bzw. großen Supermärkten ausgewogenes Angebot der gängigen Betriebstypen und Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels; Ergänzung des Angebotes durch Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) und kleinere Spezialanbieter (u. a. ethnische Supermärkte, Feinkostgeschäft) ▪ überwiegend zeitgemäße und moderne Marktauftritte der Anbieter ▪ Fokussierung der Anbieter auf die Kernstadt; dazu jeweils eigene Märkte in den Ortsteilen Kuchenheim, Stotzheim, Flamersheim und perspektivisch Kleinbüllesheim vorhanden ▪ überwiegend flächendeckende Ausstattung in der Kernstadt (Ausnahme: kleinere Bereiche in der südlichen Kernstadt) und im südlichen Stadtgebiet; z. T. noch Versorgungslücken im Norden des Stadtgebietes (vgl. Kapitel III.,1.6) | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Im Zuge der Entwicklung des neu geplanten Quartiers im Bereich der ehemaligen westdeutschen Steinzeugwerke wird die Neuansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters sowie die Verlagerung / Erweiterung der Aldi-Filiale (An der Vogelroute) in das Planareal (Bereich zwischen Gottlieb-Daimler-Straße und Pützbergring) empfohlen (vgl. Kapitel IV., 3.3.5) ▪ Lebensmitteldiscounter könnte Nahversorgungsangebot in der Innenstadt in Ergänzung zum Rewe-Supermarkt im Veybach-Center verbessern ▪ zur Schließung der Versorgungslücke im Norden wurde die Ansiedlung eines Vollsortimenters bauleitplanerisch gesichert |
| Gesundheit, Körperpflege | <ul style="list-style-type: none"> ▪ insgesamt überdurchschnittliche Zentralität (rd. 124 %) ▪ Qualitativ gute Ausstattung; Ansässigkeit der gängigen Drogeriefachmärkte dm (2x) und Rossmann (1x) sowie von zwei Parfümerien (Douglas, Parfümerie Becker) und einer Vielzahl an Apotheken im Stadtgebiet ▪ Ergänzung des Drogeriewarenangebots durch Randsortimente der Lebensmittelmärkte ▪ mit Ausnahme des Drogeriefachmarktes dm in autokundenorientierter Lage an der Roitzheimer Straße räumliche Fokussierung des Angebotes auf die Innenstadt Euskirchens (Neustraße, Veybachstraße) | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Verlagerung / Erweiterung der dm-Filiale von der Roitzheimer Straße an den Standort der ehemaligen westdeutschen Steinzeugwerke (vgl. Kapitel IV., 3.3.5) ▪ Drogeriefachmärkte sollten sich auf die Kernstadt beschränken (vgl. Kapitel IV., 3 und 4) |

| Sortiment | Aktuelle Situation | Empfehlungen |
|---|--|--|
| Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf, Zeitschriften | <ul style="list-style-type: none"> ▪ derzeit insgesamt leicht unterdurchschnittliche Zentralität von rd. 93 % ▪ im Bereich Blumen, Pflanzen einige kleinere Fachgeschäfte über das gesamte Stadtgebiet verteilt ▪ Konzentration des Angebotes im zoologischen Bedarf auf die Fachmärkte Fressnapf (Roitzheimer Straße) und Das Futterhaus (Georgstraße) in dezentralen Lagen; Ergänzung durch Randsortimente von Lebensmittelmärkten und Bau- und Gartenmärkte (u. a. Hagebau, Obi, Raiffeisenmarkt) ▪ Deckung des Angebotes bei Zeitschriften durch mehrere Kioske | <ul style="list-style-type: none"> ▪ allgemein noch gewisse Erweiterungspotenziale vorhanden, aktuell jedoch kein akuter Handlungsbedarf; Konzentration auf Bestands-sicherung / -optimierung |
| Bücher, Schreib- und Spielwaren | <ul style="list-style-type: none"> ▪ überdurchschnittliche Zentralität (rd. 116 %) in Euskirchen ▪ Magnetbetrieb Thalia in der Neustraße ▪ bei Papier-, Bastel- und Schreibwaren verschiedene kleinteilige Fachgeschäfte existent (u. a. Bastelparadies, Papierwelten) ▪ im Bereich Spielwaren ein großflächiger Fachmarkt (Rofu) an der Roitzheimer Straße ansässig; Ergänzung durch Randsortimente von Drogeriemärkten (dm , Rossmann), Galeria Karstadt Kaufhof und SB-Warenhäusern (real, HIT) | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bestandssicherung, sonst kein wesentlicher Handlungsbedarf |
| Bekleidung, Schuhe, Sport | <ul style="list-style-type: none"> ▪ insgesamt deutlich überdurchschnittliche Angebotssituation (Zentralität: 165 %) ▪ mehrere Magnetbetriebe (u. a. C&A, Galeria Karstadt Kaufhof, Prinz Mode) im Hauptzentrum Innenstadt vorhanden; drei größere Bekleidungsfachmärkte (Robert Ley Classic, Cube115, kik) in dezentraler Lage (Roitzheimer Straße) ansässig ▪ qualitativ v. a. im mittelpreisigen Segment angesiedelt ▪ im Sportbekleidungssegment zwei kleinere Anbieter im Hauptzentrum Innenstadt existent (Intersport, Runners Point) sowie Randsortimente von Galeria Karstadt Kaufhof vorhanden ▪ bei Schuhen neben zwei größeren Fachmärkten (Siemens Schuhcenter, Deichmann) einige kleinere Schuhgeschäfte vorhanden | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Segment ist lediglich in den Bereichen Junge Mode und Kindermode ausbaufähig ▪ Vor dem Hintergrund des gegenüber 2014 deutlichen Verkaufsflächenrückgangs Konzentration auf Bestandssicherung |

| Sortiment | Aktuelle Situation | Empfehlungen |
|------------------------------------|---|---|
| Elektrowaren, Medien, Foto | <ul style="list-style-type: none"> überdurchschnittliche Zentralität von rd. 133 % Magnetbetrieb Saturn innerhalb der Innenstadt; mit expert weiterer großflächiger Elektrofachmarkt in dezentraler Lage (Roitzheimer Straße) vorhanden Ergänzung des Angebotes durch kleinteilige Elektrofachgeschäfte | <ul style="list-style-type: none"> derzeit besteht kein akuter Handlungsbedarf |
| Hausrat, Einrichtung, Möbel | <ul style="list-style-type: none"> leicht unterdurchschnittliche Zentralität (rd. 96 %) in den Sortimenten Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik und Heimtextilien insgesamt gute Ausstattung; zahlreiche Betriebe des niedrig- bis mittelpreisigen Segments in der Euskirchener Innenstadt vertreten (u. a. Arena Multistore, Kodi, NanuNana, Stoff Zentrale, Fachabteilung Galeria Karstadt Kaufhof); Ergänzung durch Randsortimente der Bau- und Möbelmärkte bei Möbeln neben Magnetbetrieb Roller nur vereinzelte mittelgroße Fachmärkte im Stadtgebiet ansässig (u. a. Dänisches Bettenlager, Matratzen Concord), kein modernes Vollsortimentsmöbelhaus vorhanden intensive Wettbewerbssituation im Umland (Oberzentren Bonn / Köln, Porta in Bornheim) | <ul style="list-style-type: none"> Qualitative Aufwertung des Angebotes in den Bereichen Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik (bspw. Depot) in der Innenstadt darstellbar Ausbau des Angebotes bei Möbeln, Ansiedlung eines Vollsortimentsmöbelhauses wünschenswert, jedoch starkes regionales Wettbewerbumfeld |
| Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf | <ul style="list-style-type: none"> deutlich überdurchschnittliche Zentralität (rd. 152 %) ausgewogener Betriebstypenmix bei Bau- und Gartenmärkten; mit Hagebau und Obi zwei großflächige Magnetbetriebe vorhanden; Ergänzung des Angebotes durch weitere großflächige Fachmärkte (Hammer, Blumen Risse, Raiffeisenmarkt) | <ul style="list-style-type: none"> kein akuter Handlungsbedarf, Anpassungen (z. B. Baustoff-Drive-In) grundsätzlich möglich, wenn kein Ausbau zentrenrelevanter Randsortimente |
| Optik / Hörgeräte, Uhren / Schmuck | <ul style="list-style-type: none"> überdurchschnittliche Zentralität von rd. 120 % im Bereich Optik / Akustik filialisierter Facheinzelhandel (Apollo Optik, Fielmann, Geers) und zahlreiche inhabergeführte Betriebe insbesondere im Hauptzentrum Innenstadt ansässig moderates Angebot bei Uhren / Schmuck; hier v.a. kleine inhabergeführte Juweliere in der Innenstadt vorhanden | <ul style="list-style-type: none"> derzeit kein wesentlicher Handlungsbedarf |

| Sortiment | Aktuelle Situation | Empfehlungen |
|---------------------|---|--|
| Sonstige Sortimente | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zentralität insgesamt deutlich unterdurchschnittlich (rd. 56 %) ▪ mit Thomas Philipps und Action zwei größere Sonderpostenmärkte vorhanden ▪ nur ein größerer Fahrradfachmarkt (Kraft Rad) sowie ein kleines Fahrradfachgeschäft existent ▪ Ergänzung des Angebotes durch Randsortimente der ansässigen Baumärkte und SB-Warenhäuser | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ansiedlungspotenziale bei <ul style="list-style-type: none"> - Sportgeräte / Camping - Kinderwagen / Babyausstattung - Motorradzubehör |

GMA-Empfehlungen 2020

IV. Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Euskirchen

Aufbauend auf den Analyseergebnissen zur Angebots- und Nachfragesituation sowie den abgeleiteten branchenbezogenen Empfehlungen erfolgt die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes aus dem Jahr 2014 zur künftigen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Euskirchen. Dabei sind neben den **städtebaulichen Zielsetzungen** auch das **Sortimentskonzept** sowie das **Standortkonzept** zu überprüfen und ggf. zu aktualisieren und anzupassen.

1. Städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

Die 2014 formulierten Ziele für die Einzelhandelsentwicklung in Euskirchen sind auch weiterhin noch gültig:

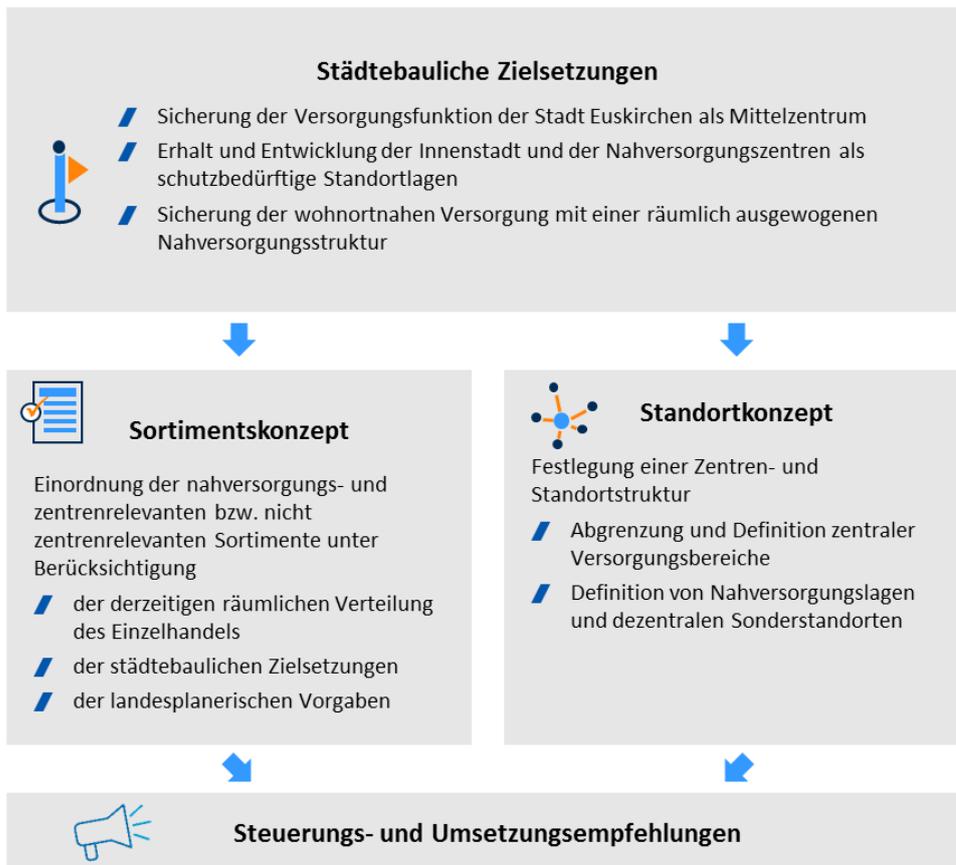
- / Sicherung der Versorgungsfunktion der Stadt Euskirchen als Mittelzentrum
 - Erhalt und sortimentspezifischer Ausbau des Einzelhandelsangebotes
 - Schaffung von Investitionssicherheit
- / Erhalt und Entwicklung der Innenstadt und der Nahversorgungszentren als schutzbedürftige Standortlagen
 - Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche gegenüber dezentralen Standorten durch zielgerichteten Ausbau des Einzelhandelsangebotes
 - keine (Weiter-)Entwicklung von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche
 - Schaffung von Investitionssicherheit in den zentralen Versorgungsbereichen
- / Sicherung der wohnortnahen Versorgung mit einer räumlich ausgewogenen Nahversorgungsstruktur

Zur Steuerung des Einzelhandels auf kommunaler Ebene werden zwei einander bedingende und aufeinander aufbauende städtebauliche Konzepte benötigt (vgl. Abbildung 14).

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

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

Abbildung 14: Wesentliche Bausteine des Einzelhandelskonzeptes



GMA-Darstellung 2020

2. Sortimentskonzept

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

2.1 Begriffsdefinition

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

In Nordrhein-Westfalen wird im LEP NRW auf Basis der Untersuchung von Junker + Kruse⁴⁹ ein verbindlicher Kern an Sortimenten festgelegt, die stets als zentrenrelevant anzusehen sind.

⁴⁹ Grundlagen für die Erarbeitung einer neuen landesplanerischen Regelung zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels, Junker + Kruse, 2011.

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

Folgende Sortimente sind demnach stets **zentrenrelevant**:

- /// Papier- / Büro- / Schreibwaren
- /// Bücher
- /// Bekleidung, Wäsche
- /// Schuhe, Lederwaren
- /// medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel
- /// Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik
- /// Spielwaren
- /// Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Teilsortimente Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte)
- /// Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto – ohne Elektrogroßgeräte, Leuchten)
- /// Uhren, Schmuck
- /// Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)
- /// Gesundheits- und Körperpflegeartikel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant).

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

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

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

2.2 Kriterien zentren- / nahversorgungsrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente

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

Übersicht 3: Kriterien der Zentrenrelevanz

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

GMA-Darstellung 2020

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

im Umfeld überschaubar sind, sodass dies ein Hinweis auf die fehlende Zentrenrelevanz eines Sortiments sein kann.

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

2.3 Fortschreibung der Sortimentsliste der Stadt Euskirchen

Die nachfolgende Übersicht stellt die zukünftige Einstufung der Sortimente in zentren-, nahversorgungs- und nicht zentrenrelevante Sortimente in der Stadt Euskirchen dar.⁵⁰ Dabei ist zu beachten, dass sich die Abgrenzung nicht nur an der derzeitigen räumlichen Verteilung des Einzelhandels in Euskirchen orientiert (vgl. Kapitel III., 1.4), sondern auch städtebauliche Zielsetzungen berücksichtigt. So können z. B. Branchen, die derzeit nicht innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten werden bzw. dort nicht ihren Verkaufsflächenschwerpunkt aufweisen, als zentrenrelevant eingestuft werden, sofern entsprechende Ansiedlungen im zentralen Versorgungsbereich möglich erscheinen und dort zu einer maßgeblichen Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes beitragen würden.

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

⁵⁰ Im Einzelhandelskonzept von 2014 wurde eine Unterscheidung nach innenstadt-, nahversorgungs- und nicht zentrenrelevante Sortimente vorgenommen. Der Begriff „innenstadtrelevant“ ist als Synonym für die hier verwendete Bezeichnung „zentrenrelevant“ zu verstehen.

Tabelle 10: Sortimentsliste der Stadt Euskirchen (zusammenfassende Darstellung)

| Zentrenrelevante Sortimente | Nicht zentrenrelevante Sortimente* |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - <u>pharmazeutische Artikel</u> - Sanitätswaren, <u>medizinische, orthopädische Artikel</u> - <u>Bücher</u> - <u>Spielwaren</u> - <u>Papier-/ Schreibwaren</u>, Schulbedarf - Bastelartikel, <u>Bürobedarf</u> - <u>Bekleidung</u> (Herren, Damen, Kinder / Säuglinge), <u>Wäsche</u> - <u>Sportbekleidung, -schuhe, -artikel</u>, (ohne Teilsortimente Angelartikel, Campinggroßartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitsportartikel und Sportgroßgeräte) - Wolle, Kurzwaren, Handarbeiten, Stoffe, Gardinen und -zubehör - <u>Schuhe, Lederwaren</u> - <u>Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik</u>, Korbwaren - Kunstgewerbe, Bilder / Rahmen / Spiegel - Heimtextilien, Haus- / Tischwäsche, Bettwäsche (Bettbezüge, Laken), Zierkissen, Badtextilien - <u>Uhren, Schmuck</u> - Optik, Akustik - Musikalien, Musikinstrumente - Baby-, Kinderartikel (Kleinteile wie Schnuller, Flaschen, Zubehör zum Füttern, Wickeln) - <u>Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs-, Kommunikationselektronik, Computer, Foto)</u> - Elektro-Haushaltswaren (Kleingeräte wie Mixer, Bügeleisen) (außer Elektrogroßgeräte) | <ul style="list-style-type: none"> - Tiernahrung, Tierpflegemittel, zoologischer Bedarf - Pflanzen, Pflege, Düngemittel, Gartenartikel, Gartengeräte (z. B. Rasenmäher) - Bau- und Heimwerkerbedarf, Baustoffe, Bauelemente, Beschläge, Eisenwaren und Werkzeuge, Leitern - Sanitärartikel, Fliesen, Installationsbedarf - Rollläden, Sicht- und Sonnenschutz, Markisen - Möbel, Antiquitäten (inkl. Kücheneinrichtungen, Gartenmöbel, Büromöbel, Badmöbel) - Matratzen, Bettwaren (z. B. Steppbettdecken) - Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten - Elektrogroßgeräte (z. B. Waschmaschinen, Kühlschränke) - Büromaschinen - Lampen, Leuchten, Beleuchtungskörper - Campinggroßartikel (z. B. Zelte, Campingmöbel) - Sportgroßgeräte - Fahrrad / Zubehör (ohne Bekleidung) - Erotikartikel - Angelartikel, Jagdbedarf, Reitsportartikel, (alle Sortimente ohne Bekleidung) - Kinderwagen, Autokindersitze - Kfz-Handel, Motorräder, Campingfahrzeuge, Reifenhandel, Auto-, Motorradzubehör, Motorradbekleidung |
| nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente | |
| <ul style="list-style-type: none"> - <u>Nahrungs-/ Genussmittel</u>, Getränke, Tabak-, Reformwaren - <u>Gesundheits- und Körperpflegeartikel</u> (Drogeriewaren inkl. Wasch- und Putzmittel, Kosmetika) - Zeitschriften, Zeitungen - Schnittblumen | |

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

unterstrichen = zentrenrelevant gemäß Anlage 1 des LEP NRW.

GMA-Empfehlungen 2020, auf Grundlage der erhobenen Standortverteilung

Die Euskirchener Sortimentsliste ist an die lokale Situation angepasst und damit **stadtspezifisch**. Zur Einordnung der Sortimente im Vergleich zum Einzelhandelskonzept von 2014 ist auf folgende Aspekte gesondert hinzuweisen:

- /// In der Euskirchener Sortimentsliste von 2014 wird das Sortiment **Zeitschriften / Zeitungen** nicht explizit aufgeführt. Dieses wird in Euskirchen überwiegend von Kiosken sowie als Teilsortiment von Lebensmittelmärkten geführt und ist daher als nahversorgungsrelevant einzustufen.
- /// Beim Sortiment **Antiquitäten**, welches in der Euskirchener Sortimentsliste von 2014 als innenstadtrelevantes Sortiment eingestuft wurde, wird künftig die Einstufung als nicht zentrenrelevant empfohlen. Dieses Sortiment wird derzeit lediglich von vier Anbietern in Euskirchen geführt, wovon nur einer innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches (Hauptzentrum Innenstadt) liegt. Dieser Anbieter befindet sich dazu in Nebenlage des Zentrums und verfügt über eine sehr kleine Verkaufsfläche. Die weiteren Anbieter sind außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche in Streulagen (u. a. Kreuzweingarten, Kuchenheim) ansässig.

3. Standortkonzept

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

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

3.1 Überprüfung des Standortkonzepts (2014)

Das geltende Standortkonzept der Stadt Euskirchen aus dem Jahr 2014 sieht eine hierarchisch angelegte Standortstruktur vor:

- /// Als zentrale Versorgungsbereiche wurden das Hauptzentrum Innenstadt sowie die folgenden fünf Nahversorgungszentren abgegrenzt.
 - Gerberstraße / Bendenstraße
 - Rüdesheimer Ring / Winkelpfad
 - Flamersheim
 - Stotzheim
 - Kuchenheim

- / Weiterhin wurden **zwei Nahversorgungslagen** definiert:
 - Billiger Straße (Edeka)
 - Kessenicher Straße / Jülicher Ring (Rewe, Penny)

- / Darüber hinaus wurden **drei dezentrale Sonderstandorte** für großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel benannt:
 - Georgstraße
 - Narzissenweg
 - Roitzheimer Straße

Zur Überprüfung des Standortkonzepts aus dem Jahr 2014 wurden alle ausgewiesenen Zentren und Standorte mit Versorgungsfunktion ergebnisoffen anhand aktueller Abgrenzungskriterien aus der Rechtsprechung, der aktuellen Verkaufsflächenausstattung sowie der Versorgungsbedeutung untersucht. Zentral waren dabei die Fragen, ob die 2014 ausgewiesenen Zentren den rechtlich bzw. städtebaulich begründeten Festlegungskriterien 2020 entsprechen und ihren zugewiesenen Versorgungsauftrag noch wahrnehmen (können).

3.2 Fortschreibung des Standortkonzepts (2020)

Unter Berücksichtigung der in Euskirchen bestehenden Einzelhandelsausstattung und der damit ausgeübten Versorgungsfunktion und Entwicklungsfähigkeit ergibt sich vor dem Hintergrund der Überprüfung des Standortkonzepts 2014 die in Übersicht 4 dargestellte aktualisierte Zentren- und Standortstruktur.

Übersicht 4: Zentren- und Standortstruktur der Stadt Euskirchen (2020)

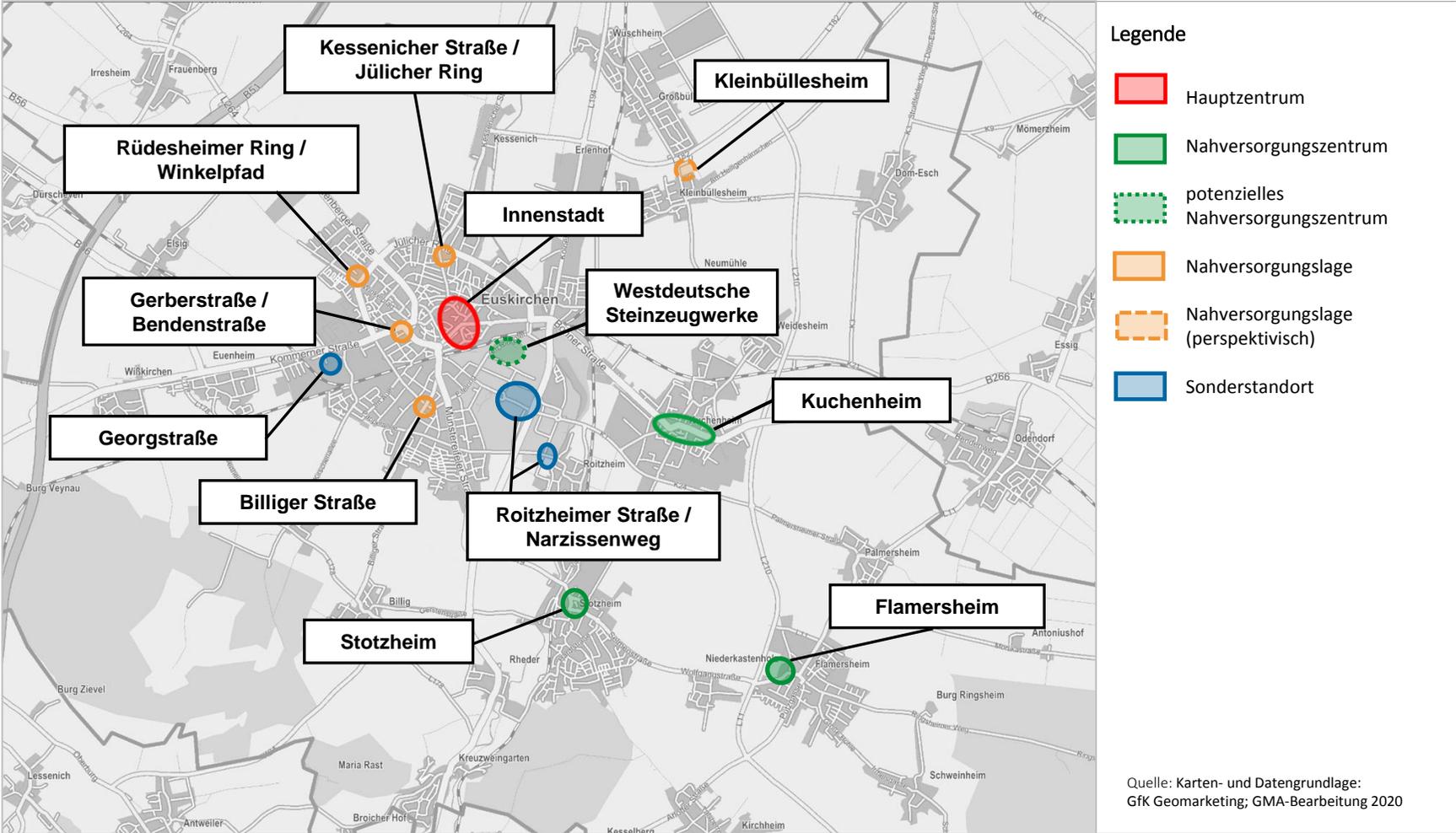
| | | | |
|--|--|---|--|
| Zentrale Versorgungsbereiche i. S. v. BauGB und BauNVO | Hauptzentrum | <ul style="list-style-type: none"> • Innenstadt | Zentrale Versorgungsbereiche gemäß: § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO § 2 Abs. 2 Nr. 3 Satz 3 ROG |
| | Nahversorgungszentren | <ul style="list-style-type: none"> • Kuchenheim • Flamersheim • Stotzheim • Ehemalige Westdeutsche Steinzeugwerke (potenziell) | |
| Sonstige Lagen | Siedlungsräumlich integrierte Lagen (inkl. Nahversorgungslagen) | <ul style="list-style-type: none"> • Kessenicher Straße / Jülicher Ring • Rüdesheimer Ring / Winkelpfad • Gerberstraße / Bendenstraße • Billiger Straße • Kleinbüllesheim (perspektivisch) • sonstige siedlungsräumlich integrierte Lagen | wohnortnahe, fußläufig erreichbare, städtebaulich integrierte Lagen mit mindestens einem größeren Lebensmittelmarkt und ggf. weiteren, meist kleinteiligen arrondierenden Handelsnutzungen |
| | Dezentrale Sonderstandorte | <ul style="list-style-type: none"> • Georgstraße • Narzissenweg • Roitzheimer Straße | autokundenorientierte, städtebaulich nicht-integrierte Standorte / Lagen des großflächigen Einzelhandels |
| | Sonstige siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen | | v.a. Gewerbegebiete |

GMA-Empfehlung 2020

Neben den weiterhin bestehenden Nahversorgungszentren in den Ortsteilen Kuchenheim, Flamersheim und Stotzheim, wird die Einstufung des Areals der **Ehemaligen Westdeutschen Steinzeugwerke** als potenziellem zentralen Versorgungsbereich (Nahversorgungszentrum) empfohlen (vgl. Kapitel IV., 3.3.5).

Für die 2014 noch als Nahversorgungszentren ausgewiesenen Standortbereiche **Gerberstraße / Bendenstraße** und **Rüdesheimer Ring / Winkelpfad** wird jeweils die Einstufung als Nahversorgungslage empfohlen. Diese Rückstufung ist aufgrund des geringen Einzelhandelsbesatzes und des Fehlens weiterer zentrenprägender Nutzungen an den beiden Standorten vorzunehmen. Zudem konnte im Vergleich zu 2014 keine Weiterentwicklung der Standortbereiche festgestellt werden. Da die Standortbereiche auch keine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich ausweisen, sind sie nicht als zentrale Versorgungsbereiche i. S. der Rechtsprechung zu sehen. Als neue Nahversorgungslage wird der Standort des geplanten Edeka-Vollsortimenters (zzgl. kleinteiliger Einzelhandelsbetriebe im Vorkassenbereich des Marktes) am Ortseingang Kleinbüllesheims eingestuft.

Karte 4: Zentren- und Standortstruktur der Stadt Euskirchen (2020)



3.3 Zentrale Versorgungsbereiche in Euskirchen

3.3.1 Hauptzentrum Innenstadt

| Einwohner ⁵¹ | 31.12.2019 |
|---------------------------|------------|
| ■ Kernstadt Euskirchen | 30.986 |
| ■ Stadt Euskirchen gesamt | 58.938 |

Versorgungsgebiet: Gesamtstadt Euskirchen (rd. 58.940 Einwohner); z. T. überörtliches Einzugsgebiet (siehe Marktgebiet, Kapitel III.,2.1)

Ausstattung

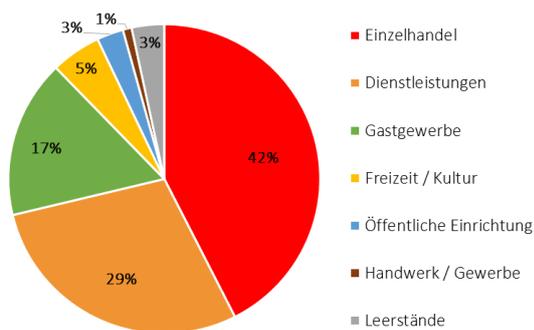
| Einzelhandelsdaten | Betriebe ¹ | | | Verkaufsfläche ² | | |
|--|-----------------------|------------|------------|-----------------------------|------------|---------------|
| | 2020 | | 2014 | 2020 | | 2014 |
| | abs. | in % | abs. | abs. | in % | abs. |
| kurzfristiger Bedarf | 34 | 24 | 51 | 3.720 | 12 | 4.150 |
| Nahrungs- und Genussmittel | 22 | 16 | 32 | 1.695 | 6 | 1.875 |
| Gesundheit / Körperpflege | 12 | 9 | 16 | 2.025 | 7 | 2.120 |
| Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf, Zeitschriften | - | - | 3 | - | - | 155 |
| mittelfristiger Bedarf | 47 | 34 | 73 | 17.310 | 57 | 21.485 |
| langfristiger Bedarf | 58 | 42 | 73 | 9.375 | 31 | 10.895 |
| Einzelhandel insgesamt | 139 | 100 | 197 | 30.405 | 100 | 36.530 |

1 Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

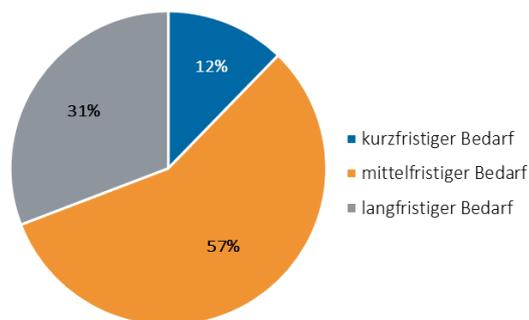
2 Bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgeteilt und der jeweiligen Branche zugeordnet.

Quelle: GMA-Erhebung 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)

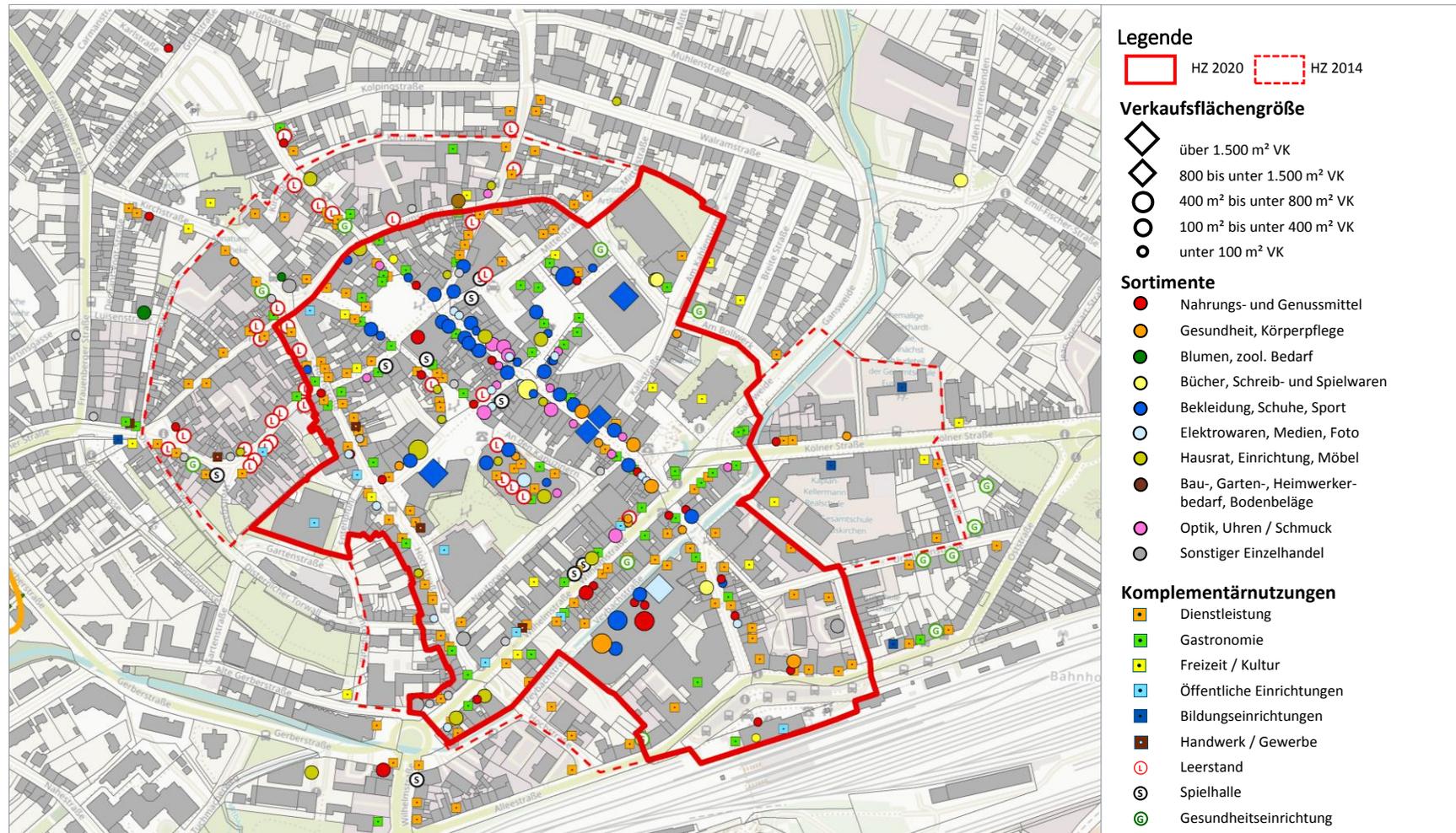


strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

- größer 1.500 m² Galeria Karstadt Kaufhof, Saturn, C&A
- 800 bis unter 1.500 m² Prinz Mode
- 400 bis unter 800 m² Rewe Schäfer, Thalia, Rossmann, Reno, Arena Multistore
- bis unter 400 m² u.a. dm, Kodi, Douglas, Kik, S'Oliver, Intersport, Jack & Jones

⁵¹ Quelle: Stadt Euskirchen, Stand: 31.12.2019

Karte 5: Hauptzentrum Innenstadt



Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, Stadt Euskirchen; GMA-Darstellung 2020, Erhebungsstand Juli 2020

Räumliche Situation

- Hauptzentrum Innenstadt erstreckt sich in Nord-Süd-Richtung über eine Distanz von rd. 500 m zwischen der Baumstraße im Norden und dem Bahnhof im Süden; in West-Ost-Richtung beträgt die maximale Ausdehnung des Zentrums etwa 400 m (zwischen Parkhaus Entenpfuhl / City-Forum im Westen und Parkhaus Spiegelstraße im Osten)
- Begrenzung durch Bahntrasse und Veybachstraße im Süden; Kaplan-Kellermann-Straße, Am Bollwerk und Am Kahlenturm im Osten; Spiegelstraße und Baumstraße im Norden sowie westlichen Gebäudebesatz der Hochstraße im Westen
- Haupteinkaufslage mit höchster Einzelhandelsdichte und Fußgängerfrequenz entlang der Neustraße zwischen Einmündung Veybachstraße und Alter Markt, hier hoher Anteil filialisierter und strukturprägender Betriebe (u.a. Thalia, Jack & Jones, dm, Prinz Mode); weitere Magnetbetriebe am Gardeplatz (Galeria Karstadt Kaufhof), in der Berliner Straße (C&A) und im Veybach-Center (u.a. Saturn)
- gegenüber 2014 Verkleinerung des Hauptzentrums (Reduktion, Konzentration); kompaktere Abgrenzung v.a. im nordwestlichen und östlichen Bereich des Zentrums aufgrund des jeweils auslaufenden Geschäfts- und Nutzungsbesatzes; hier (v.a. Kappelenstraße, Bischofstraße, Annatumstraße) mittlerweile vermehrt Leerstände vorzufinden

Angebots- und Nachfragesituation

- im **Einzelhandel** umfassendes Angebot im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich; umfassender Betriebstypenmix; Einkaufszentrum (Veybach-Center) sowie Kauf- und Warenhäuser (Galeria Karstadt Kaufhof, C&A) als strukturprägende Betriebe vorhanden
- Verkaufsflächenschwerpunkt eindeutig im mittelfristigen Bedarfsbereich (ca. 57 %) und hier insbesondere bei Bekleidung, Schuhe, Sport mit rd. 15.240 m² Verkaufsfläche; kurzfristiger Bedarfsbereich noch ausreichend ausgestattet (u. a. Rewe, Rossmann, dm); im langfristigen Bedarfsbereich v. a. kleinstrukturierte Betriebe und nur einzelne größere Angebotsformen (u. a. Saturn, Arena Multistore)
- nahversorgungsrelevante Angebote in erster Linie auf die Wohnbevölkerung der Innenstadt, Beschäftigte und Besucher ausgerichtet; Angebote des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs ein gesamtstädtisches und z. T. überörtliches Einzugsgebiet ansprechend (siehe Kapitel III., 2.1)
- Angebot bei **Komplementärnutzungen** umfassen vielfältige Dienstleistungsangebote (Banken und Versicherungen, Rechtsanwälte, Immobilienbüros, Reisebüros u. v. m.), Gesundheitseinrichtungen (u. a. Ärztehaus, Radiologie), Hotels und Gastronomiebetriebe (Restaurants, Bars, Cafés, Imbisse, Hotels), Freizeit- und Kulturangebote (u.a. Fitnessstudios, Atelier, Bibliothek, Kino), öffentliche Einrichtungen (u.a. City-Forum, Verbraucherzentrale, Bürgerbüro) sowie kleinteilige Gewerbebetriebe (u. a. Sanitärbetriebe) vorhanden

Vergleich zum Einzelhandelsbesatz 2014

- deutlicher Rückgang der Betriebsanzahl von insgesamt 197 auf 139 (ca. - 29 %); insbesondere im mittelfristigen Bedarfsbereich, hier - 26 (ca. - 36 %)
- Verkleinerung der Gesamtverkaufsfläche um ca. 6.125 m² (ca. - 17 %); Rückgang insbesondere im mittelfristigen Bedarfsbereich (rd. - 4.175 m² Verkaufsfläche bzw. ca. - 19 %) und hier v. a. bei Bekleidung, Schuhe, Sport (rd. -4.220 m² Verkaufsfläche)
- Verringerung im Geschäftsbesatz hängt v. a. mit Wegfall zahlreicher kleinteiliger bis mittelgroßer Einzelhandelsbetriebe (u. a. Esprit, Sandys Mode, MS Center-Mode) sowie in Teilen mit Verkleinerung der Zentrumsabgrenzung zusammen

Städtebauliche Situation / Verkehr und Parken

- mit 500 m Nord-Süd- bzw. 400 m West-Ost-Ausrichtung fußläufige Erlebbarkeit gegeben
- Kernbereich des Hauptzentrums (entlang der Neustraße) mit höchster Nutzungsdichte und meist durchgängig zusammenhängender Besatz an Erdgeschossnutzungen bei hoher Bebauungsdichte
- weiterhin ausgeprägter Nutzungsbesatz in den Nebenstraßen (z. T. Klosterstraße, Hochstraße, Wilhelmstraße), allerdings hier mit Schwerpunkt auf Komplementärnutzungen (insbesondere Dienstleistungen und gastronomische Einrichtungen) und nur noch wenigen Einzelhandelsbetrieben

- Alter Markt als Gastronomieschwerpunkt
- Randlagen des Zentrums mit deutlich schwächerer Frequentierung, z. T. geringe Handelsdichte und vermehrt Leerstände
- grundsätzlich gute großräumige verkehrliche Anbindung des Zentrums über die Bundesstraßen B 266 und B 51
- sehr gute Anbindung des Zentrums an den ÖPNV aufgrund des Bahnhofs im Süden des zentralen Versorgungsbereiches
- gutes Parkplatzangebot; mehrere Parkhäuser (u. a. Parkhäuser Veybach-Center, Spiegelstraße, Entenpfuhl/City-Forum) im Zentrum vorhanden

Entwicklungspotenziale und Ziele

- ▶ Gezielte Standortprofilierung der Euskirchener Innenstadt über die Ansiedlung von Betrieben in den innerstädtischen Leitsortimenten (v. a. Bekleidung, Schuhe, Sport; insbesondere Segmente Junge Mode und Kindermode)
- ▶ Vor dem Hintergrund der Auswirkungen des Online-Handels ist die Flächennachfrage für neue Einzelhandelsentwicklungen deutlich zurückgegangen. Dieser Trend wird durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie nochmals deutlich verstärkt, sodass insgesamt eine Kompaktierung des zentralen Versorgungsbereiches zum Schutz der Haupteinkaufslagen in der Euskirchener Innenstadt zu empfehlen ist. Im Gegensatz zum Einzelhandelskonzept 2014 werden daher auch keine größeren Entwicklungsflächen in den Nebenlagen des Hauptzentrums mehr ausgewiesen. Ein Umstrukturierungsbedarf bleibt in gewissen Bereichen (z. B. Galleria) jedoch weiterhin erkennbar. Hier sollten die Eigentümer dafür sensibilisiert werden, auch Folgenutzungen außerhalb des Einzelhandels in Betracht zu ziehen. Der Einzelhandel sollte sich hingegen auf die Haupteinkaufslagen konzentrieren.
- ▶ Weitere Flächen- und Standortentwicklungen mit innenstadtrelevanten Sortimenten an dezentralen, nicht integrierten (Fachmarkt-)Standorten (z. B. an der Roitzheimer Straße) sind in Euskirchen zu vermeiden
- ▶ Sicherung und Förderung des Wochenmarktes in Euskirchen, verstärkte Profilierung als „Grüner Markt“
- ▶ Weiterentwicklung des Alten Marktes als Gastronomiestandort und als „Altstadtkern“, ggf. gezielte Ansiedlung von weiteren attraktiven Gastronomiebetrieben v. a. auch im Übergangsbereich von Neustraße zum Alten Markt
- ▶ Strukturelle und gestalterische Stärkung der Verbindungsachse zwischen dem Alten Markt und dem Veybach-Center, insbesondere der Bereich nach der Einmündung Neustraße / Berliner Straße
- ▶ Sicherung und weiterer Ausbau der Multifunktionalität der Innenstadt von Euskirchen mit einem urbanen Ambiente (z. B. qualitätsvolle Straßengastronomie, Schaufenster- und Fassadengestaltung)
- ▶ Städtebauliche und gestalterische Attraktivitätssteigerung vorhandener Platzsituationen (z. B. Klosterplatz)
- ▶ Punktuelle Entwicklung von städtebaulichen und funktionalen Qualitäten entlang der Verbindung zwischen Parkhäusern und Einkaufsinnenstadt, z. B. entlang der Berliner Straße (zwischen Parkhaus Entenpfuhl/City-Forum und Parkhaus Spiegelstraße)
- ▶ Sicherung des vorhandenen Stellplatzangebotes im Innenstadtbereich
- ▶ Fokussierung der Kommunikations- und Imagepolitik auf authentische, breit getragene Leistungsmerkmale (z. B. familienfreundliche Qualitätsangebote, gemütliche Einkaufsatmosphäre).
- ▶ Möglichkeit von verkaufsoffenen Sonntagen zur Imagebildung der Innenstadt: Eine ausnahmsweise Öffnung der Verkaufsstellen an Sonntagen unterstützt den stationären Einzelhandel und trägt zur Stärkung des Hauptzentrums bei.
- ▶ der örtliche Einzelhandel, Immobilieneigentümer, Interessengemeinschaften etc. mit z. T. umfassenden Standort- und Lagekenntnissen sollte aktiv in zukünftige Planungen eingebunden werden

3.3.2 Nahversorgungszentrum Kuchenheim

| Einwohner ⁵² | 31.12.2019 |
|---------------------------|------------|
| ▪ Ortsteil Kuchenheim | 3.454 |
| ▪ Stadt Euskirchen gesamt | 58.938 |

Versorgungsgebiet: Ortsteil Kuchenheim (rd. 3.450 Einwohner); Ortsteil Weidesheim (rd. 870 Einwohner)

Ausstattung

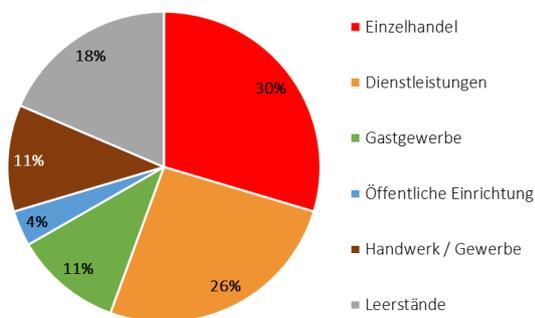
| Einzelhandelsdaten | Betriebe ¹ | | | Verkaufsfläche ² | | |
|--|-----------------------|------------|----------|-----------------------------|------------|------------|
| | 2020 | | 2014 | 2020 | | 2014 |
| | abs. | in % | abs. | abs. | in % | abs. |
| kurzfristiger Bedarf | 6 | 75 | 6 | 760 | 77 | 630 |
| Nahrungs- und Genussmittel | 5 | 63 | 5 | 740 | 75 | 610 |
| Gesundheit / Körperpflege | 1 | 13 | 1 | 20 | 2 | 20 |
| Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf, Zeitschriften | - | - | - | - | - | - |
| mittelfristiger Bedarf | 1 | 13 | 1 | 200 | 20 | 200 |
| langfristiger Bedarf | 1 | 13 | 2 | 25 | 3 | 75 |
| Einzelhandel insgesamt | 8 | 100 | 9 | 985 | 100 | 905 |

1 Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

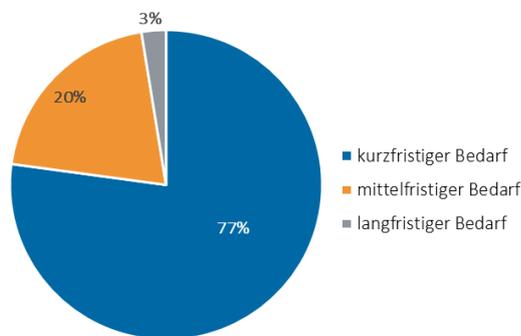
2 Bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgeteilt und der jeweiligen Branche zugeordnet.

Quelle: GMA-Erhebung 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)

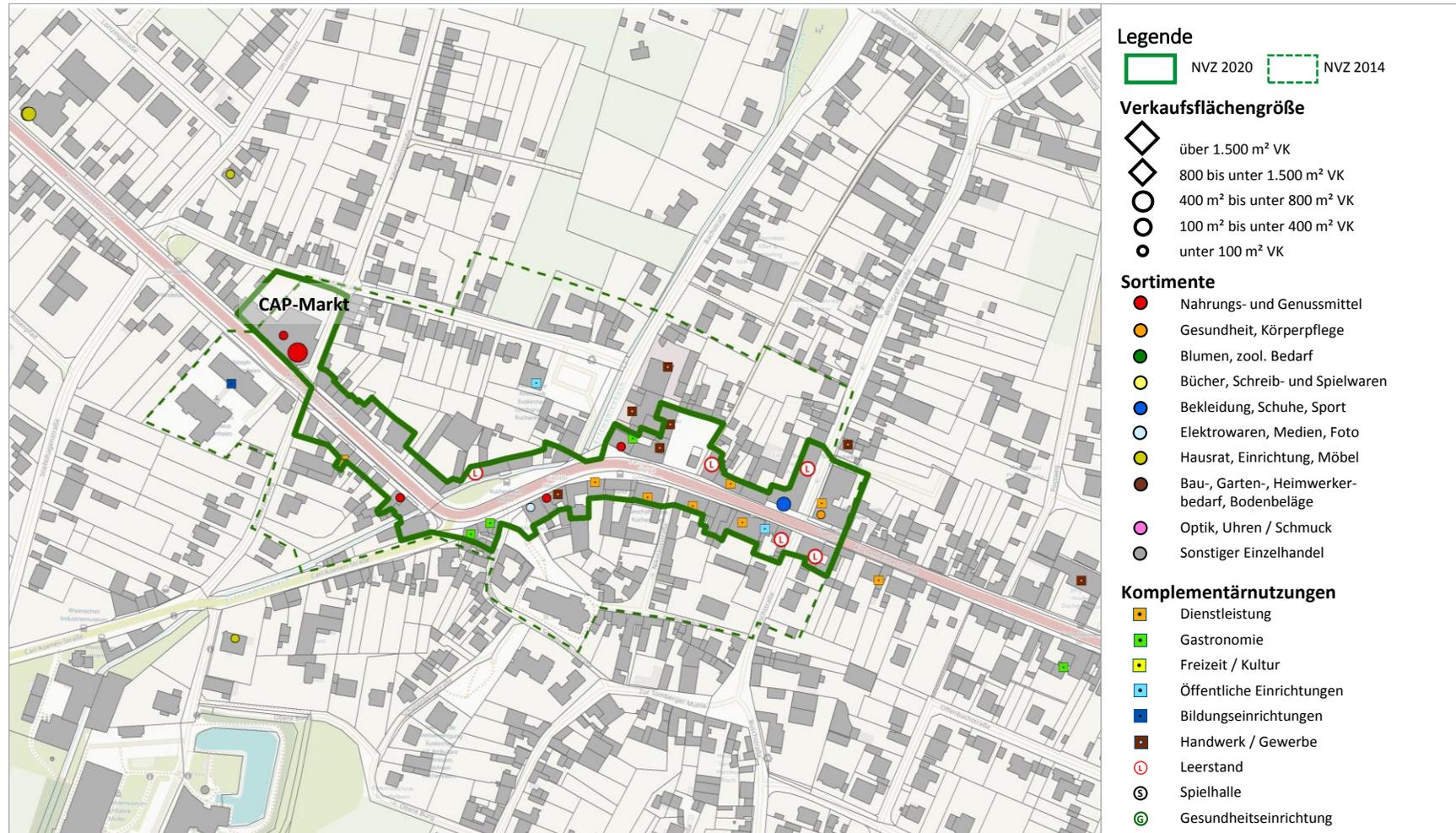


strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

- größer 1.500 m² -
- 800 bis unter 1.500 m² -
- 400 bis unter 800 m² CAP-Markt
- bis unter 400 m² u.a. Schnäppchentreff-Boutique, Bäckereien, Metzgerei, Apotheke

⁵² Quelle: Stadt Euskirchen, Stand: 31.12.2019

Karte 6: Nahversorgungszentrum Kuchenheim



Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, Stadt Euskirchen; GMA-Darstellung 2020, Erhebungsstand Juli 2020

Räumliche Situation

- Zentrum erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Kuchenheimer Straße
- Begrenzung des zentralen Versorgungsbereichs insbesondere durch umgebende Wohnnutzungen und auslaufende Geschäftsbesätzen
- Magnetbetrieb CAP-Markt (ca. 640 m² Verkaufsfläche) an der Kuchenheimer Straße; einziger Nahversorgermarkt in Kuchenheim
- gegenüber 2014 wesentlich kompaktere Abgrenzung in nördlicher und südlicher Richtung des Zentrums (größtenteils ohne an Kuchenheimer Straße angrenzende Stichstraßen)

Angebots- und Nachfragesituation

- im **Einzelhandel** mit Lebensmittelmarkt, Bäckereien, Metzgerei und Apotheke Großteil der nahversorgungsrelevanten Sortimente vertreten
- Verkaufsflächenschwerpunkt mit Anteil von 77 % deutlich im kurzfristigen Bedarfsbereich
- Versorgungsfunktion im Wesentlichen für die Ortsteile Kuchenheim (rd. 3.450 Einwohner) und Weidesheim (rd. 870 Einwohner)
- Angebot bei **Komplementärnutzungen** mit mehreren Dienstleistungen (u. a. Banken mit Geldautomaten, Steuerberater, Fahrschule), Gastronomie (Eisdiele, Restaurant, Imbiss), öffentlicher Einrichtung (Quartiersbüro) sowie einigen Gewerbe- und Handwerksbetrieben (u. a. Werkstatt, Sanitärbetrieb) vorhanden

Vergleich zum Einzelhandelsbesatz 2014

- In etwa konstante Entwicklung des Einzelhandelsbesatzes

Städtebauliche Situation / Verkehr und Parken

- mit ca. 400 m Länge große räumliche Ost-West-Ausdehnung für ein Nahversorgungszentrum, z. T. mit Lücken im Geschäftsbesatz und Wohnnutzungen in Erdgeschosslagen
- überwiegend einfache bis mittlere Wohnbebauung, heterogene Gebäudestruktur, ländlicher Charakter; geringe Aufenthaltsqualität aufgrund starker Verkehrsbelastung der Kuchenheimer Straße, keine Verweilmöglichkeiten gegeben
- innerhalb des Zentrums eingeschränktes Parkplatzangebot (lediglich kleinere Parkplatzanlage bei CAP-Markt); ausreichendes Angebot an Parkplätzen, die unmittelbar an das Zentrum angrenzen (u.a. Parkplatzanlage vor Feuerwehr Kuchenheim, vereinzelte Parkmöglichkeiten in den Stichstraßen der Kuchenheimer Straße)

Entwicklungspotenziale und Ziele

- ▶ Sicherung und Ausbau der Versorgungsfunktion des Zentrums in den nahversorgungsrelevanten Branchen, v. a. Nahrungs- und Genussmittel und Gesundheit / Körperpflege
- ▶ Erweiterungsmöglichkeiten des CAP-Marktes prüfen (ggf. durch Zusammenlegung mit nordwestlich angrenzendem Grundstück)

3.3.3 Nahversorgungszentrum Flammersheim

| Einwohner ⁵³ | 31.12.2019 |
|---------------------------|------------|
| ▪ Ortsteil Flammersheim | 3.012 |
| ▪ Stadt Euskirchen gesamt | 58.938 |

Versorgungsgebiet: Ortsteile Flammersheim (rd. 3.010 Einwohner), Palmersheim (rd. 1.140 Einwohner), Schweinheim (rd. 410 Einwohner), Niederkastenholz (rd. 300 Einwohner); z.T. Ortsteil Kirchheim (2.660 Einwohner)

Ausstattung

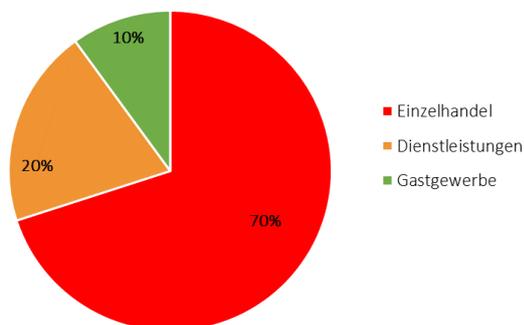
| Einzelhandelsdaten | Betriebe ¹ | | | Verkaufsfläche ² | | |
|--|-----------------------|------------|-----------|-----------------------------|------------|--------------|
| | 2020 | | 2014 | 2020 | | 2014 |
| | abs. | in % | abs. | abs. | in % | abs. |
| kurzfristiger Bedarf | 6 | 100 | 8 | 3.425 | 100 | 1.995 |
| Nahrungs- und Genussmittel | 4 | 67 | 6 | 3.320 | 97 | 1.945 |
| Gesundheit / Körperpflege | - | - | 2 | - | - | 50 |
| Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf, Zeitschriften | 2 | 33 | - | 105 | 3 | - |
| mittelfristiger Bedarf | - | - | 1 | - | - | 25 |
| langfristiger Bedarf | - | - | 1 | - | - | 100 |
| Einzelhandel insgesamt | 6 | 100 | 10 | 3.425 | 100 | 2.120 |

1 Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

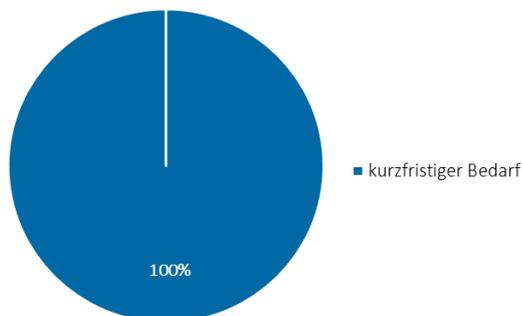
2 Bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgeteilt und der jeweiligen Branche zugeordnet.

Quelle: GMA-Erhebung 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)

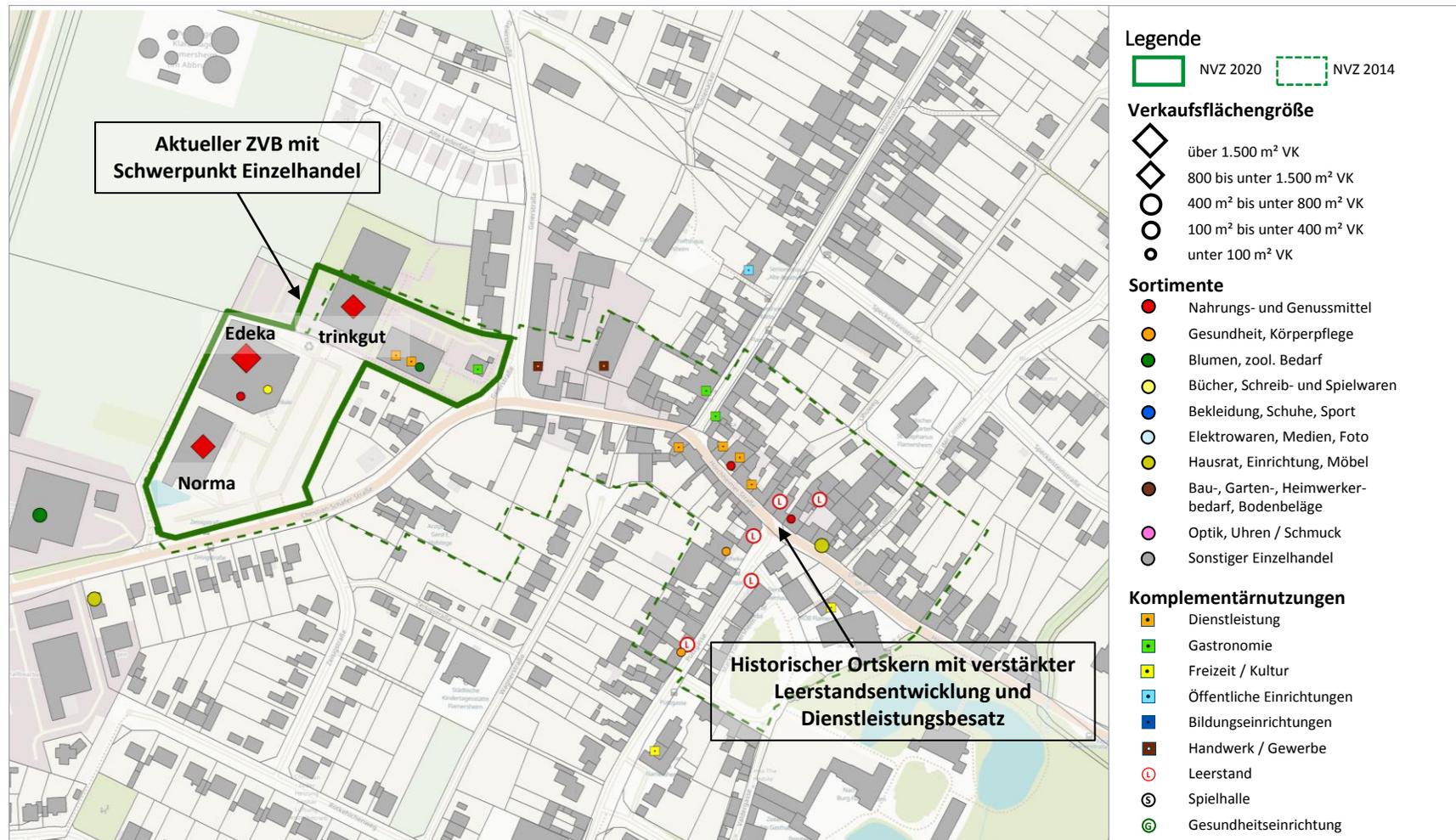


strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

- größer 1.500 m² Edeka
- 800 bis unter 1.500 m² Norma, Trinkgut
- 400 bis unter 800 m² -
- bis unter 400 m² Blumengeschäft, Bäckerei, Kiosk

⁵³ Quelle: Stadt Euskirchen, Stand: 31.12.2019

Karte 7: Nahversorgungszentrum Flamersheim



Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, Stadt Euskirchen; GMA-Darstellung 2020, Erhebungsstand Juli 2020

Räumliche Situation

- im Westen des Siedlungsgebietes von Flammersheim (nördlich der Christian-Schäfer-Straße und westlich der Geierstraße) gelegenes kompaktes Zentrum
- Beschränkung des zentralen Versorgungsbereichs auf den vorhandenen Einzelhandels- und Komplementärnutzungsbesatz am westlichen Ortsrand von Flammersheim, Begrenzung durch umgebende Wohnnutzungen und Hauptverkehrsachse Christian-Schäfer-Straße
- Magnetbetriebe Edeka (ca. 1.600 m² Verkaufsfläche), Norma (ca. 800 m² Verkaufsfläche) und trinkgut (ca. 900 m² Verkaufsfläche)
- gegenüber 2014 deutlich engere Neuabgrenzung, Wegfall des kompletten östlichen Bereichs der Christian-Schäfer-Straße aufgrund deutlich auslaufender Nutzungsdichte (z. T. auf den Wegfall von Betrieben – u. a. nah & frisch an der Horchheimer Straße – zurückzuführen)
- Bereich östlich der neuen Zentrumsabgrenzung durch deutliche Lücken im Nutzungsbesatz, Wohnnutzungen in den Erdgeschosslagen und verstärkte Leerstandsentwicklung geprägt; Gewerbebetriebe in dominanten Gebäuden an der Christian-Schäfer-Straße (zwischen Geierstraße und Mönchstraße) wirken als funktionale Barriere

Angebots- und Nachfragesituation

- im **Einzelhandel** mit Vollsortimenter, Lebensmitteldiscounter, Getränkemarkt, Bäckerei, Kiosk und Florist ist ein Großteil der nahversorgungsrelevanten Sortimente vertreten; insbesondere im Nahrungs- und Genussmittelbereich überdurchschnittliche Ausstattung für einen Ortsteil in der Größe von Flammersheim vorhanden
- Einzelhandelsangebot ausschließlich im kurzfristigen Bedarfsbereich
- Versorgungsfunktion im Wesentlichen für die Ortsteile Flammersheim, Palmersheim, Schweinheim und Niederkastenholz sowie teilweise für den Ortsteil Kirchheim
- Angebot bei **Komplementärnutzungen** beschränkt sich auf vereinzelte Dienstleistungsbetriebe (Friseursalon, Tattoostudio) und ein Eiscafé

Vergleich zum Einzelhandelsbesatz 2014

- Verringerung der Betriebsanzahl (- 4 Betriebe) ist im Wesentlichen auf Verkleinerung des Zentrums zurückzuführen; Vergrößerung der Gesamtverkaufsfläche aufgrund von Neuansiedlung des trinkgut Getränkemarktes sowie Erhebungsdifferenzen gegenüber 2014

Städtebauliche Situation / Verkehr und Parken

- kompaktes Nahversorgungszentrum
- im Norden des Zentrums bzw. an das Zentrum angrenzend befindet sich der Campus Flammersheim, 2018 wurde hier auf dem Areal der ehemaligen Lederfabrik ein moderner Wohnkomplex mit Eigentumswohnungen errichtet
- sehr gutes Parkplatzangebot aufgrund der bereitgestellten Stellplatzanlagen der ansässigen Lebensmittelanbieter

Entwicklungspotenziale und Ziele

- ▶ Erhalt der Magnetbetriebe zur Sicherung der Versorgungsfunktion des Zentrums
- ▶ Stärkere Ergänzung durch Gastronomie und Dienstleistungsnutzungen
- ▶ Verbesserung der städtebaulich-funktionalen Anbindung an den historischen Ortskern von Flammersheim

3.3.4 Nahversorgungszentrum Stotzheim

| Einwohner ⁵⁴ | 31.12.2019 |
|---------------------------|------------|
| ▪ Ortsteil Stotzheim | 4.229 |
| ▪ Stadt Euskirchen gesamt | 58.938 |

Versorgungsgebiet: Ortsteile Stotzheim (rd. 4.230 Einwohner), Rheder (rd. 470 Einwohner); z. T. Ortsteile Kirchheim (2.660 Einwohner), Kreuzweingarten (rd. 825 Einwohner)

Ausstattung

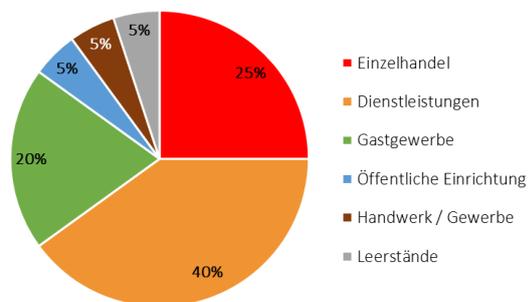
| Einzelhandelsdaten | Betriebe ¹ | | | Verkaufsfläche ² | | |
|--|-----------------------|------------|----------|-----------------------------|------------|--------------|
| | 2020 | | 2014 | 2020 | | 2014 |
| | abs. | in % | abs. | abs. | in % | abs. |
| kurzfristiger Bedarf | 3 | 60 | 4 | 1.460 | 92 | 1.560 |
| Nahrungs- und Genussmittel | 2 | 40 | 3 | 1.425 | 90 | 1.525 |
| Gesundheit / Körperpflege | 1 | 20 | 1 | 35 | 2 | 35 |
| Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf, Zeitschriften | - | - | - | - | - | - |
| mittelfristiger Bedarf | - | - | - | - | - | - |
| langfristiger Bedarf | 2 | 40 | 1 | 120 | 8 | 60 |
| Einzelhandel insgesamt | 5 | 100 | 5 | 1.580 | 100 | 1.620 |

1 Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

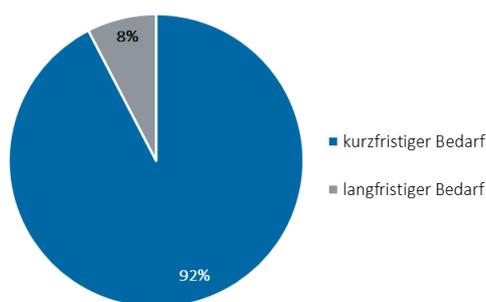
2 Bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgeteilt und der jeweiligen Branche zugeordnet.

Quelle: GMA-Erhebung 2020 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)

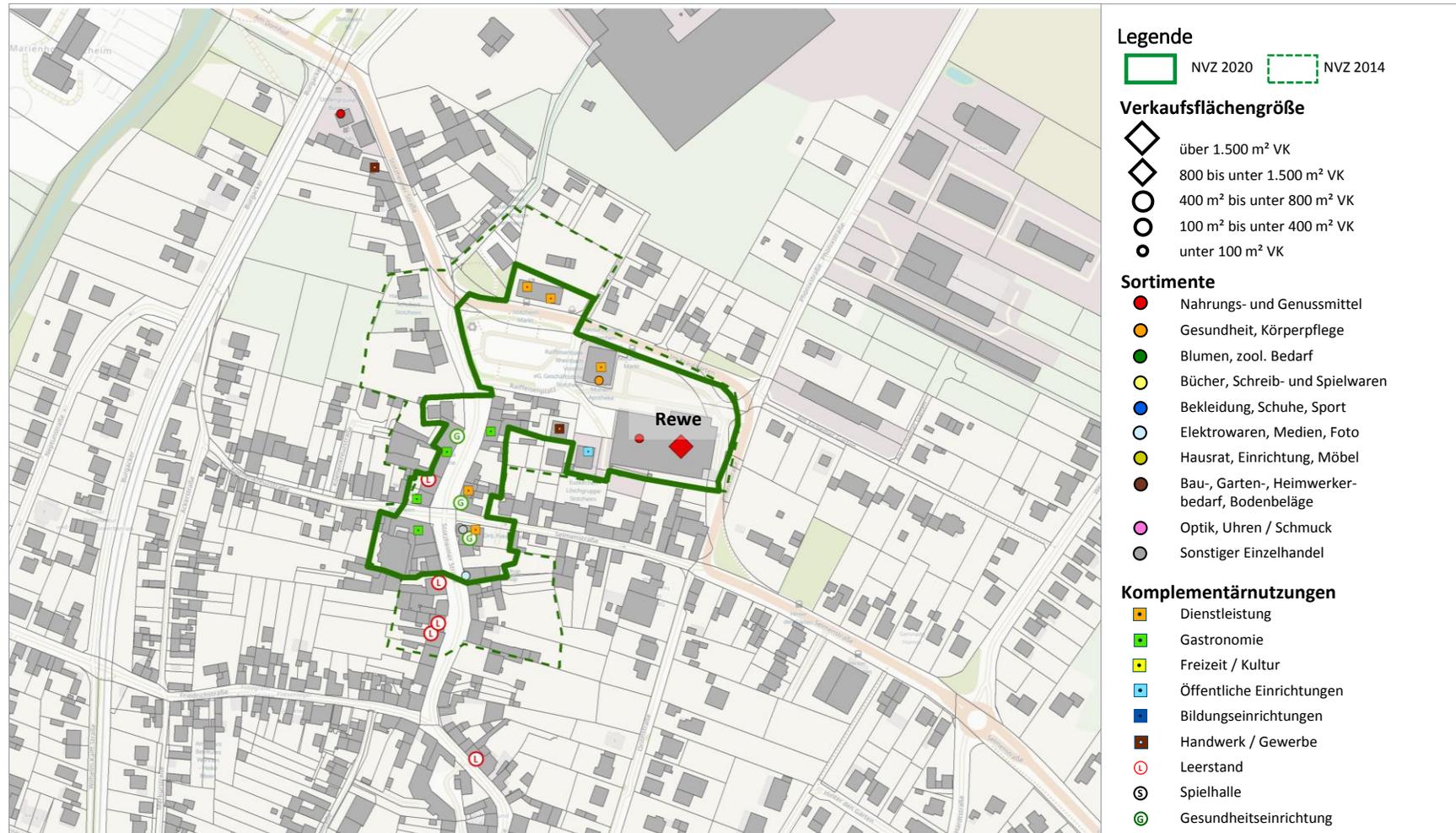


strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

- größer 1.500 m² -
- 800 bis unter 1.500 m² Rewe
- 400 bis unter 800 m² -
- bis unter 400 m² Elektrofachgeschäft, Kfz-Ersatzteilegeschäft, Bäckerei, Apotheke

⁵⁴ Quelle: Stadt Euskirchen, Stand: 31.12.2019

Karte 8: Nahversorgungszentrum Stotzheim



Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, Stadt Euskirchen; GMA-Darstellung 2020, Erhebungsstand Juli 2020

Räumliche Situation

- Zentrum erstreckt sich über eine Distanz von knapp 200 m in Nord-Süd- bzw. Ost-West-Richtung entlang der Straße Im Krautgarten und der Stotzheimer Straße
- Begrenzung des zentralen Versorgungsbereichs durch umgebende Wohnnutzungen
- Magnetbetrieb Rewe (ca. 1.400 m² Verkaufsfläche) im Nordosten des Zentrums
- gegenüber 2014, kompaktere Abgrenzung im Norden und Süden des zentralen Versorgungsbereiches aufgrund des dort jeweils auslaufenden Geschäftsbesatzes

Angebots- und Nachfragesituation

- im **Einzelhandel** mit Lebensmittelvollsortimenter, Apotheke und Bäckerei wesentliche nahversorgungsrelevante Sortimente vertreten
- Verkaufsflächenschwerpunkt eindeutig im kurzfristigen Bedarfsbereich (92 % der Verkaufsfläche); Ergänzung des Angebotes im langfristigen Bedarfsbereich (Elektrofachgeschäft, Kfz-Ersatzteilgeschäft)
- Standort mit Versorgungsfunktion v. a. für den Ortsteil Stotzheim selbst und den Ortsteil Rheder sowie z.T. für die umliegenden Ortsteile Kreuzweingarten und Kirchheim
- Angebot bei **Komplementärnutzungen** mit diversen Dienstleistungsbetrieben (Banken mit Geldautomaten, Fahrschule, Friseure), Gesundheitseinrichtungen (Arztpraxen, Krankengymnastik), Gastgewerbe (Hotel/Restaurant, Pizzeria, Imbiss, Eiscafé) sowie der Freiwilligen Feuerwehr und einem Gewerbebetrieb vorhanden

Vergleich zum Einzelhandelsbesatz 2014

- im Wesentlichen unveränderter Einzelhandelsbesatz

Städtebauliche Situation / Verkehr und Parken

- mit ca. 200 m Länge / Breite insgesamt angemessene räumliche Ausdehnung für ein Nahversorgungszentrum
- höchste Nutzungsdichte im nordöstlichen Zentrumsbereich (Rewe, Bäckerei, Apotheke)
- heterogene Bebauung, keine einheitlichen Gebäudefronten, überwiegend ländlicher Charakter
- gute Parkplatzsituation aufgrund der Stellplatzanlagen vor der Rewe-Filiale und am Raiffeisenplatz

Entwicklungspotenziale und Ziele

- ▶ Sicherung der Versorgungsfunktion des Zentrums in den nahversorgungsrelevanten Branchen, v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit / Körperpflege
- ▶ Ergänzung in den Sortimenten Blumen und Zeitschriften darstellbar

3.3.5 Potenzielles Nahversorgungszentrum Ehemalige Westdeutsche Steinzeugwerke

Am Standort der **ehemaligen westdeutschen Steinzeugwerke** ist die Realisierung eines **mischgenutzten Areals** geplant, welches sowohl Wohnnutzungen als auch Versorgungseinrichtungen, soziale Einrichtungen (Kindergarten), Büros und Einzelhandelsnutzungen vorsieht. Die genaue Zusammensetzung der einzelnen Komponenten steht noch nicht fest. Im gesamten Quartier (inklusive Nachbargrundstücke, die Bestandteil der Rahmenplanung sind) sollen rd. 1.220 – 1.470 Wohneinheiten neu entstehen. Dazu sind etwa 250 neue Wohneinheiten im Rahmen der Entwicklung der sog. City Süd geplant, in der auch ein Schwerpunkt bei Büronutzungen (u. a. für die Stadtverwaltung Euskirchen) liegen soll. Um die Nahversorgung zu gewährleisten, ist die Ansiedlung mehrerer Einzelhandelsbetriebe geplant.

Gemäß aktuellem Planungsstand ist die Verlagerung bzw. Neuansiedlung **folgender Einzelhandelsnutzungen** vorgesehen:

Tabelle 11: Derzeit vorgesehene Einzelhandelsnutzungen im Planareal

| Nutzungen | VK-Planung in m ² | VK-Bestand in m ² (bei Verlagerungen) |
|-----------------------------|------------------------------|---|
| Lebensmittelvollsortimenter | 1.900 | - |
| Lebensmitteldiscounter | 1.200 | 950 |
| Getränkemarkt | 800 | 800 |
| Drogeriemarkt | 720 | 530 |
| Tierfachmarkt | 600 | - |
| Summe | 5.220 | - |

Quelle: GMA, Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung von Handelsnutzungen in Euskirchen, 2021

Bei dem Lebensmitteldiscounter, dem Getränkemarkt und dem Drogeriemarkt handelt es sich jeweils um Verlagerungen bereits bestehender Anbieter in Euskirchen. Dabei soll der Aldi-Markt „An der Vogelrute“ verlagert und um rd. 250 m² erweitert werden. Der trinkgut Getränkemarkt ist gegenwärtig an der Stresemannstraße ansässig (trinkgut Wachendorf) und soll im Zuge der Verlagerung in seiner aktuellen Verkaufsflächendimensionierung belassen werden. Der Anbieter dm plant die Verlagerung der Filiale von der Roitzheimer Straße an den Planstandort, bei der der Markt um ca. 190 m² vergrößert werden soll.

Das für die Ansiedlung des Planvorhabens vorgesehene Areal befindet sich im Südosten der Euskirchener Kernstadt im Kreuzungsbereich Pützberggring / Gottlieb-Daimler-Straße. Das Gelände stellt gegenwärtig überwiegend eine Gewerbebrache dar; ein schmaler Randstreifen an der Gottlieb-Daimler-Straße wird als Ackerfläche genutzt. In nördliche Richtung ist das Standortumfeld v. a. durch die Bahngleise begrenzt. Darüber hinaus ist an der Alfred-Nobel-Straße auf vereinzelte Wohnnutzungen hinzuweisen. Südlich des Planareals sind auf der gegenüberliegenden Seite der Gottlieb-Daimler-Straße das Autohaus Weißweiler sowie weitere Gewerbebetriebe ansässig. Darüber hinaus ist eine Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr gegeben; der Bahnhof von Euskirchen befindet sich rd. 250 m westlich des Planareals.

Siedlungsräumlich ist der Planstandort derzeit nur in geringem Maße an Wohngebiete angeschlossen. Die Gesamtplanung (inkl. Nachbargrundstücke) sieht jedoch die Entwicklung eines

Wohnquartiers im unmittelbaren Umfeld der projektierten Einzelhandelsnutzungen vor, welches rd. 1.220 – 1.470 Wohneinheiten umfassen soll. Auf dem nahegelegenen Areal südlich des Hauptbahnhofes existiert zudem die Planung für die sog. City Süd. Hier ist ein mischgenutztes Quartier u.a. mit Büros, der Verlagerung des Rathauses sowie weiteren Wohnnutzungen (ca. 250 Wohneinheiten) vorgesehen. Insgesamt handelt es sich demnach perspektivisch um einen integrierten Standort.

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt liegt nordwestlich des Planstandortes. Die zwischen dem Planstandort und der Innenstadt befindlichen Bahngleise stellen jedoch eine deutliche städtebauliche Zäsur dar, sodass keine funktionalen Wechselwirkungen zwischen den Standorten zu erwarten sind.

Bezüglich der Auswirkungen der avisierten Einzelhandelsnutzungen hat die GMA 2021 im Auftrag des Entwicklers eine Einschätzung vorgenommen.⁵⁵ Im Fazit der Auswirkungsanalyse wird festgehalten, dass mit der geplanten Ansiedlung bzw. Verlagerung und Erweiterung der oben aufgelisteten Einzelhandelsnutzungen weder städtebauliche noch versorgungsstrukturelle Folgewirkungen in Euskirchen und im Umland einhergehen werden. Auch werden zentrale Versorgungsbereiche nicht in ihrer Funktions- oder Entwicklungsfähigkeit gefährdet.

Positiv ist zu sehen, dass im Zuge dieser Entwicklungen mit dem Discounter, dem Getränkemarkt und dem Drogeriefachmarkt drei Anbieter ihre Standorte innerhalb Euskirchens von jeweils autokundenorientierten Standorten an einen perspektivisch städtebaulich integrierten Standort verlagern würden.

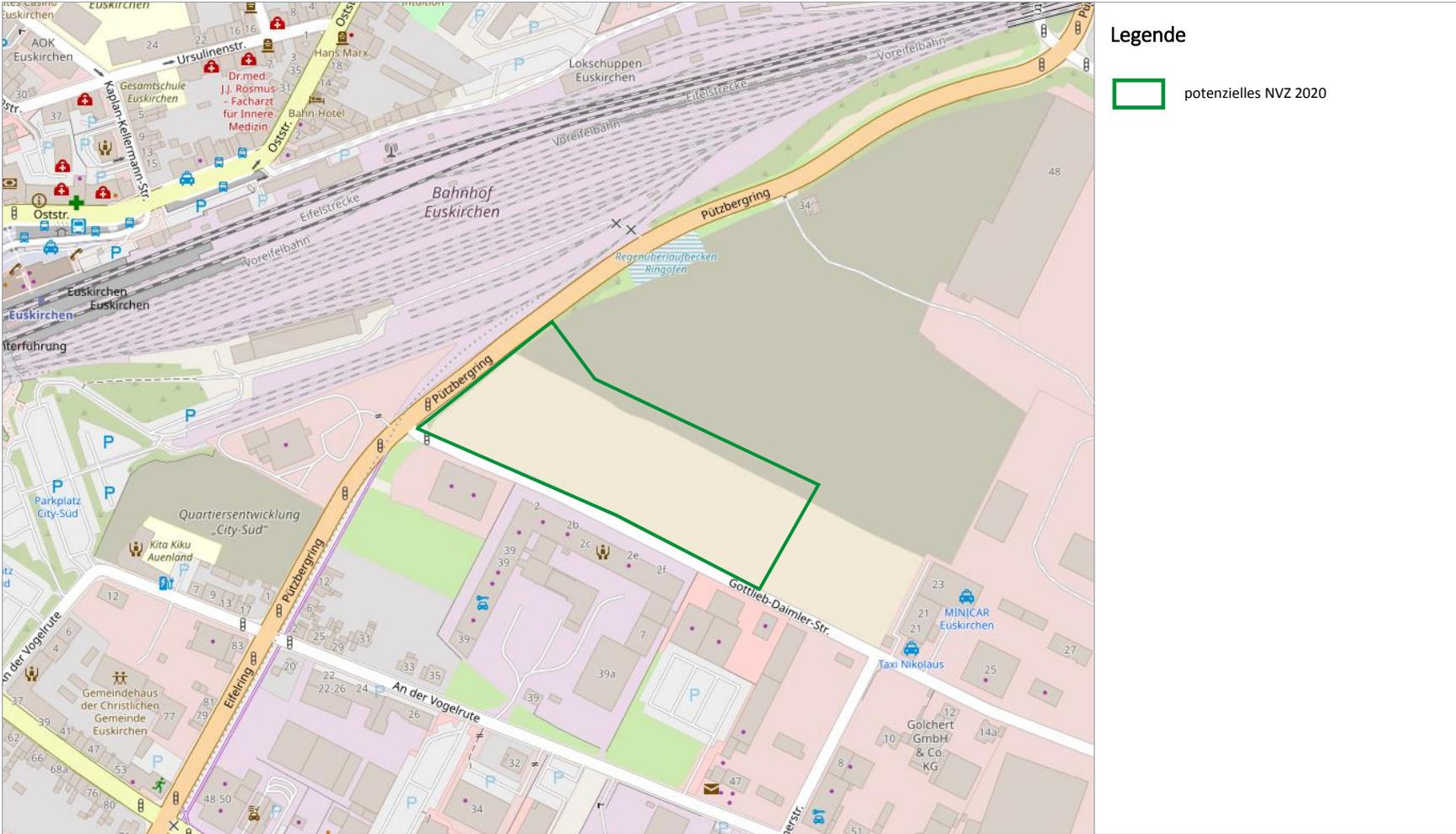
Hinsichtlich der Vereinbarkeit des Planvorhabens mit dem Landesentwicklungsplan (LEP) hat sich gezeigt, dass die Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereiches erforderlich ist, um das Vorhaben zu realisieren.⁵⁶ Die projektierten Einzelhandelsnutzungen fungieren als Nahversorger für die geplanten Wohneinheiten, welche zusammen mit weiteren Einrichtungen (z. B. sozialer Infrastruktur, ergänzende Komplementärnutzungen) ein durchmischtes Areal darstellen. Des Weiteren können Teile der südlichen Kernstadt über diesen Standort versorgt werden.

Unter der Prämisse, dass die Gesamtentwicklung am Standort der ehemaligen westdeutschen Steinzeugwerke realisiert wird, ist eine Einstufung als Nahversorgungszentrum zu empfehlen.

⁵⁵ vgl. hierzu GMA, Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung von Handelsnutzungen in Euskirchen. 2021.

⁵⁶ siehe hierzu Ziel 6.5-2 LEP NRW.

Karte 9: Potenzielles Nahversorgungszentrum Ehemalige Westdeutsche Steinzeugwerke



Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Darstellung 2021

3.4 Sonstige Lagen

Darüber hinaus bestehen Einzelhandelsbetriebe in **sonstigen Lagen** im Stadtgebiet (Streulagen). Hierzu zählen sowohl **siedlungsräumlich integrierte Lagen** (u. a. Nahversorgungslagen) als auch dezentrale, **nicht integrierte Standorte** in autokundenorientierter Lage (z. B. in Gewerbe- und Industriegebieten) sowie Sonderstandorte.

3.4.1 Siedlungsräumlich integrierte Lagen (u. a. Nahversorgungslagen)

Nahversorgungslagen können z. B. aufgrund des geringen Besatzes oder der fehlenden räumlichen Konzentration zentrenprägender Nutzungen aktuell nicht als zentrale Versorgungsgebiete gewertet werden. Gleichzeitig besitzen sie jedoch aufgrund der vorhandenen Nutzungen (Lebensmittelmärkte, kleinteiliger Einzelhandel, Komplementärnutzungen) eine Bedeutung für die wohnortnahe Versorgung. Nahversorgungslagen weisen einen gewissen Zentrumscharakter auf und sind daher ebenfalls bei Standortplanungen zu berücksichtigen und nach Möglichkeit zu sichern. Im Rahmen der Vor-Ort-Arbeiten und intensiver Datenauswertung konnten die Standortbereiche **Gerberstraße / Bendenstraße, Rüdesheimer Ring / Winkelpfad, Kessenicher Straße / Jülicher Ring** und **Billiger Straße** als Nahversorgungslagen ausgewiesen werden (vgl. Übersicht 5).

In **sonstigen (siedlungsräumlich) integrierten Lagen** kann es vereinzelt Betriebe geben, welche ebenfalls wichtige Nahversorgungsfunktionen übernehmen. Dabei handelt es sich i. d. R. um kleinflächige Angebotsformen mit überwiegend nahversorgungsrelevanten Sortimenten (z. B. Bäcker, Metzger, Blumengeschäft) oder solitär gelegene Lebensmittelmärkte (Discounter), die z. T. bereits großflächig sind.

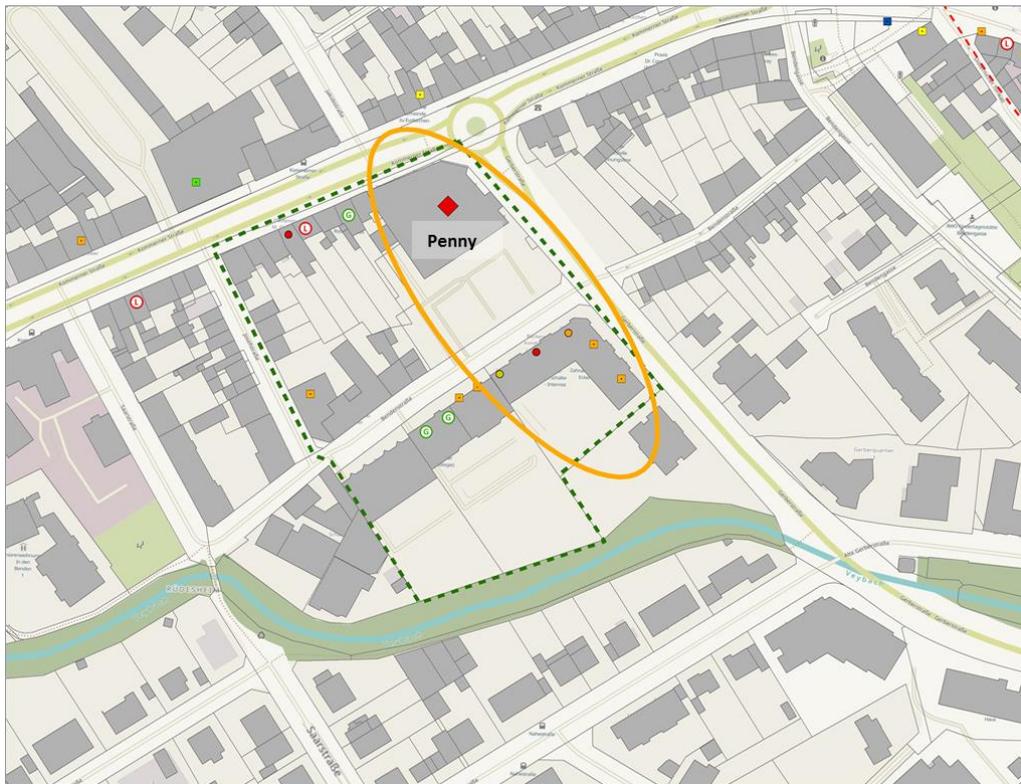
Übersicht 5: Nahversorgungslagen in Euskirchen

| Nahversorgungs- lage | Wesentliche Betriebe | Beschreibung / Empfehlung | Verkaufsfläche am Standort in m ² | |
|--|---------------------------------------|--|---|--------------|
| Gerberstraße / Bendenstraße | Penny, Bäckerei, Apo- theke | <p>➤ Magnetbetrieb Penny; Ergänzung durch u. a. Bäckerei, Apotheke und Dienstleistungsbetriebe; gegenüber 2014 aufgrund des geringen Einzelhandelsbesatzes und der fehlenden Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus nicht mehr als Nahversorgungszentrum, sondern als Nahversorgungslage eingestuft; für Einordnung als Nahversorgungszentrum fehlt Ergänzung durch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente und zentrenprägende Nutzungsformen; Versorgungsfunktion für den westlichen, innenstadtnahen Bereich</p> <p>➔ Sicherung der Versorgungsfunktion des Standortes</p> | NuG | 850 |
| | | | Nonfood | 50 |
| | | | gesamt | 900 |
| Rüdesheimer Ring / Winkelpfad | Netto, Kiosk, Apo- theke, Bäckerei | <p>➤ Magnetbetrieb Netto plant Verkaufsflächenerweiterung um ca. 540 m²; Ergänzende Einzelhandels- und Komplementärnutzungen teilweise vorhanden; gegenüber 2014 nicht weiter Einstufung als Nahversorgungszentrum empfohlen, da Netto im Wesentlichen einen solitären Einzelhandelsstandort darstellt; Standort übernimmt jedoch weiterhin wichtige Nahversorgungsfunktion für die westlichen Randbereiche der Kernstadt</p> <p>➔ Versorgungsfunktion des Standortes sichern; Erweiterung der Netto-Filiale trägt hierzu bei</p> | NuG | 1.420 |
| | | | Nonfood | 60 |
| | | | gesamt | 1.480 |
| Kessenicher Straße / Jülicher Ring | Penny, Rewe, Bäckerei | <p>➤ Magnetbetriebe Rewe und Penny, fehlende ergänzende Komplementärnutzungen am Standort; gegenüber 2014 weiter Einstufung als Nahversorgungslage; wichtige Nahversorgungsfunktion für nördliche Kernstadt</p> <p>➔ Sicherung der Versorgungsfunktion des Standortes in den nahversorgungsrelevanten Branchen</p> | NuG | 2.320 |
| | | | Nonfood | - |
| | | | gesamt | 2.320 |
| Billiger Straße | Edeka, Bäckerei | <p>➤ Magnetbetrieb Edeka; Ergänzung durch Bäckerei und Kreissparkasse; bereits 2014 als Nahversorgungslage ausgewiesen; aufgrund der wichtigen Versorgungsfunktion, welche der Standort für die südlichen Randbereiche der Kernstadt übernimmt, wird weiterhin die Einstufung als Nahversorgungslage empfohlen</p> <p>➔ Sicherung der Versorgungsfunktion des Standortes</p> | NuG | 1.450 |
| | | | Nonfood | - |
| | | | gesamt | 1.450 |

| Nahversorgungslage | Wesentliche Betriebe | Beschreibung / Empfehlung | Verkaufsfläche am Standort in m ² | |
|---|---|--|--|------------------|
| Kleinbüllesheim (perspektivisch) | Geplant: Edeka, mit Konzessionäre im Vorkassenbereich | / geplanter Magnetbetrieb Edeka; ggf. Ergänzung durch diverse Konzessionäre im Vorkassenbereich des Edeka-Marktes; gegenüber 2014 Neuausweisung als (perspektivische) Nahversorgungslage; Standort übernimmt perspektivisch eine Versorgungsfunktion für die nördlichen Ortsteile Euskirchens; damit Schließung einer 2014 konstatierten Nahversorgungslücke → Realisierung der Planungen; zukünftig Sicherung der Versorgungsfunktion des Standortes | NuG | ca. 1.700 |
| | | | Nonfood | -- |
| | | | gesamt | ca. 1.700 |

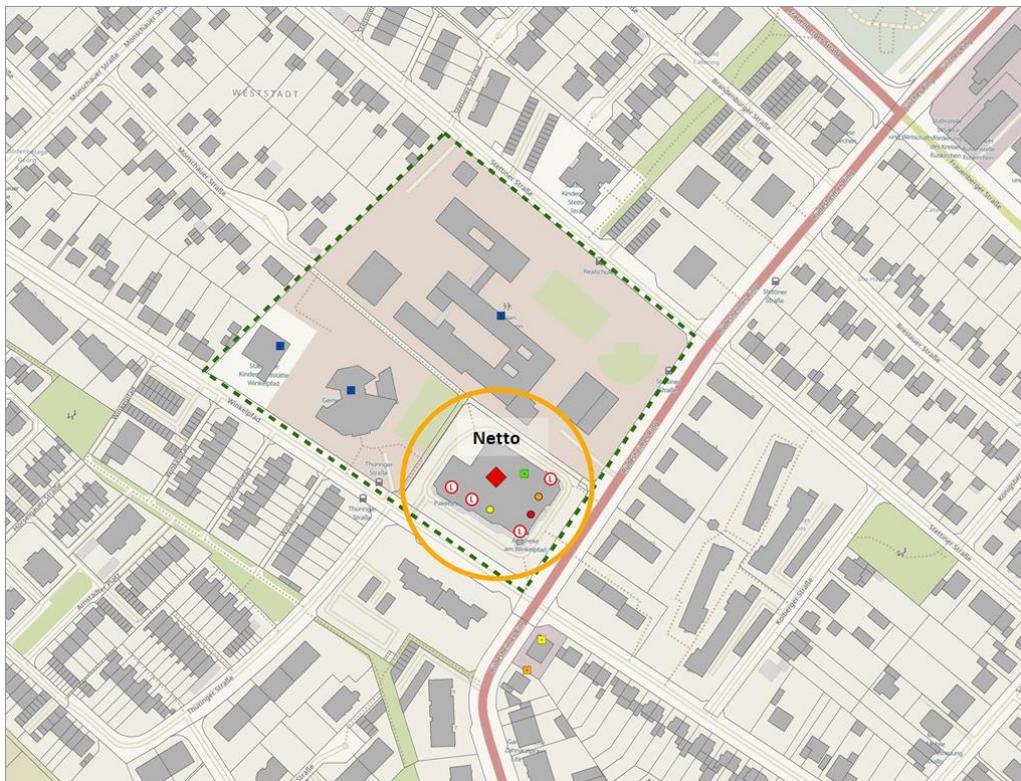
GMA-Empfehlungen 2020

Karte 10: Nahversorgungslage Gerberstraße / Bendenstraße



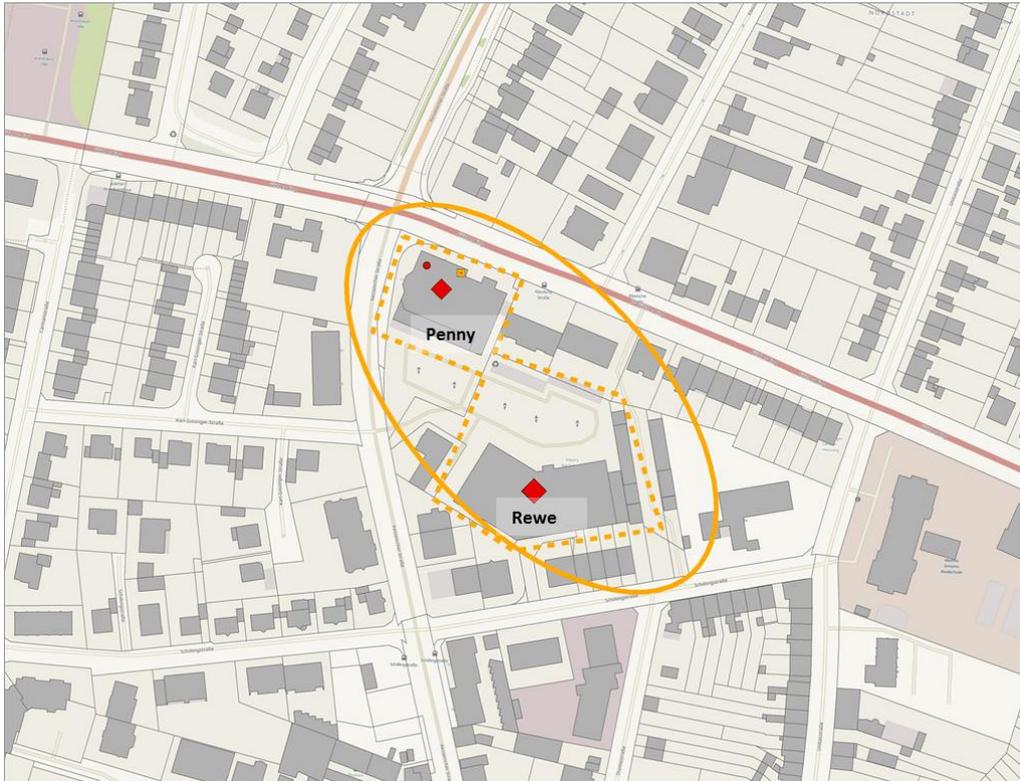
Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, Stadt Euskirchen; GMA-Darstellung 2020, Erhebungsstand Juli 2020

Karte 11: Nahversorgungslage Rüdeshheimer Ring / Winkelpfad



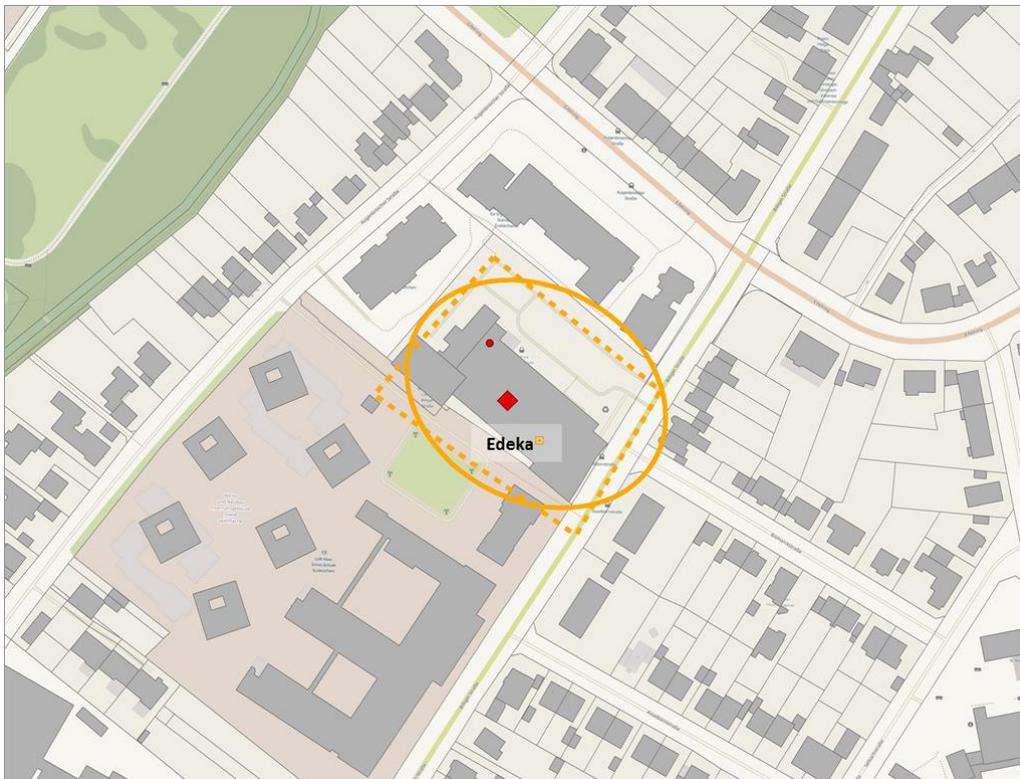
Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, Stadt Euskirchen; GMA-Darstellung 2020, Erhebungsstand Juli 2020

Karte 12: Nahversorgungslage Kessenicher Straße / Jülicher Ring



Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, Stadt Euskirchen; GMA-Darstellung 2020, Erhebungsstand Juli 2020

Karte 13: Nahversorgungslage Billiger Straße



Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, Stadt Euskirchen; GMA-Darstellung 2020, Erhebungsstand Juli 2020

Karte 14: Nahversorgungslage Kleinbüllesheim (perspektivisch)



Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, Stadt Euskirchen; GMA-Darstellung 2020.

3.4.2 Siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen (u. a. dezentrale Sonderstandorte)

Bei **nicht integrierten / dezentralen Lagen** handelt es sich um autokundenorientierte Standorte in Gebieten, die ursprünglich primär für Gewerbebetriebe vorgesehen waren. Tatsächlich weisen sie jedoch auf der einen Seite einen Besatz mit z. T. großflächigen Betrieben des nicht zentrenrelevanten Fachmarktsektors auf (z. B. Möbelmarkt, Baumarkt), auf der anderen Seite sind hier oft Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten zu finden, z. B. an den Standorten Georgstraße oder Roitzheimer Straße. Dort sind in erster Linie größere Lebensmittelmärkte, aber auch Fachmärkte mit anderen zentrenrelevanten Sortimenten (z. B. Schuhe, Bekleidung, Elektrowaren) ansässig. Mit Ausnahme von Anbietern im Vorkassen- und Mallbereich (z. B. Schuh- und Schlüsseldienst, Geldautomat, Reinigung) sind hier kaum ergänzende Nutzungen ansässig. Aufgrund der nicht integrierten Lage sowie der i. d. R. fehlender Komplementärnutzungen sind diese Standorte nicht als zentrale Versorgungsbereiche zu definieren.

Einige dieser autokundenorientierten Einzelhandelsstandorte werden im Standortkonzept als **dezentrale Sonderstandorte** des großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandels eingestuft. Diese Sonderstandorte sollten auch weiterhin als vorrangige Standorte für die Ansiedlung von Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dienen und so – im Hinblick auf die gesamtstädtische Zentren- und Standortstruktur – eine ergänzende Funktion zu den zentralen Versorgungsbereichen einnehmen. Sie erfüllen eine gesamtstädtische sowie auch überörtliche Versorgungsfunktion.

Als **dezentrale Sonderstandorte** des großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandels werden die folgenden Standortbereiche ausgewiesen:

- /// Roitzheimer Straße,
- /// Narzissenweg,
- /// Georgstraße.

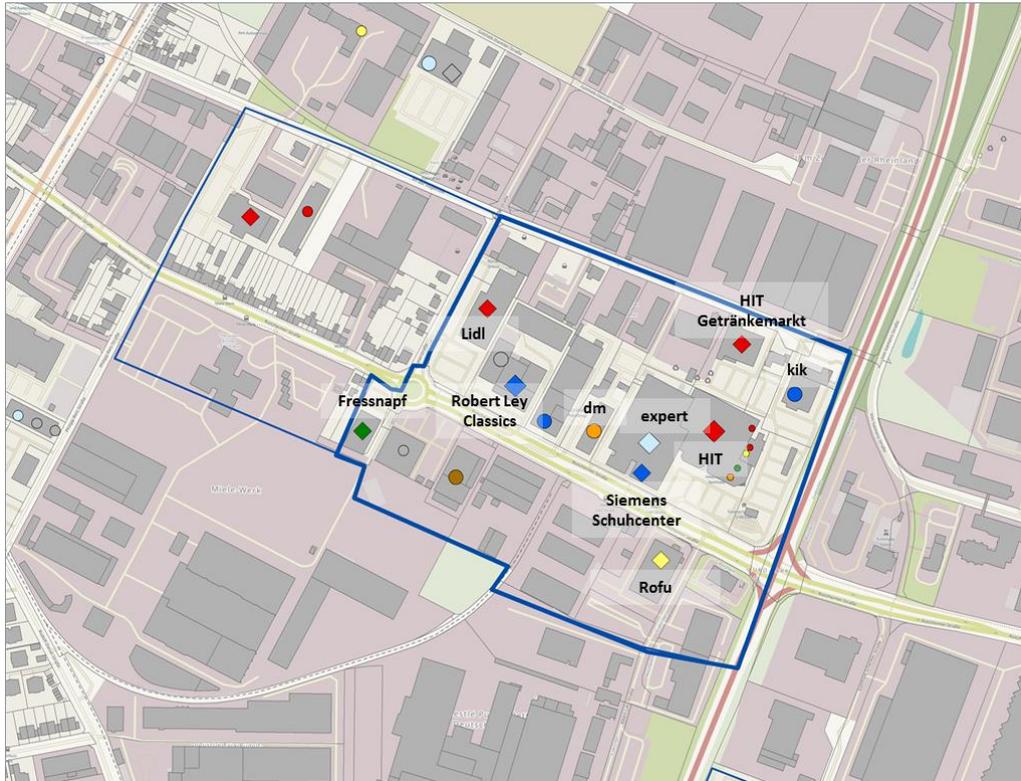
Weitere Ergänzungen aus dem nicht zentrenrelevanten Segment sind möglichst auf diese Standorte zu lenken, um eine weitere Zerstreung von Einzelhandelsstandorten im Stadtgebiet zu vermeiden. Die Konzentration von nicht zentrenrelevanten Sortimenten auf die drei dezentralen Sonderstandorte hat auch eine vorbeugende Funktion im Sinne einer potenziellen Nachnutzung im Hinblick auf mögliche Nutzungsaufgaben, Änderungen oder Verlagerungen von bestehenden Betrieben in Zukunft. Weiterhin wird über die dezentrale Ausweisung von Sonderstandorten im Stadtgebiet sichergestellt, dass diese tendenziell verkehrsintensiven Nutzungen nicht zu einer erheblichen Verschlechterung der Verkehrssituationen in der Euskirchener Innenstadt beitragen.

Übersicht 6: Dezentrale Sonderstandorte in Euskirchen

| Sonderstandort | Wesentliche Betriebe | Beschreibung / Empfehlung | Verkaufsfläche am Standort in m ² | |
|---------------------------|---|--|--|---------------|
| Roitzheimer Straße | HIT, expert, Robert Ley Classics, Siemens Schuhcenter, Lidl, Rofu, dm (plant Verlagerung an Standort der ehemaligen Westdeutschen Steinzeugwerke) | <p>/// Angebotsschwerpunkt auf kurzfristigem Bedarfsbereich (insbesondere Nahrungs- und Genussmittel); weitere großflächige Fachmärkte im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich (u.a. in den Sortimenten Bekleidung, Schuhe und Elektrowaren) vorhanden</p> <p>➔ Begrenzung der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente auf Bestand*</p> | NuG | 4.125 |
| | | | Nonfood | 11.155 |
| | | | gesamt | 15.280 |
| Narzissenweg | Roller, real, Blumen Risse, Wackertapp – Die Fliese | <p>/// Schwerpunkt liegt auf nicht zentrenrelevantem Einzelhandel der Sortimente Möbel und Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf; mit real ist ein großes sb-Warenhaus ansässig, welches überwiegend zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente anbietet</p> <p>➔ Begrenzung der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente auf Bestand*</p> | NuG | 3.800 |
| | | | Nonfood | 16.060 |
| | | | gesamt | 19.860 |
| Georgstraße | Hagebau, HIT, Hammer, Aldi Süd, Dänisches Bettenlager, Das Futterhaus | <p>/// überwiegend nicht zentrenrelevanter Einzelhandel der Sortimente Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf und Möbel; dazu Schwerpunkt bei Nahrungs- und Genussmittel</p> <p>➔ Begrenzung der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente auf Bestand*</p> | NuG | 3.745 |
| | | | Nonfood | 16.835 |
| | | | gesamt | 20.580 |

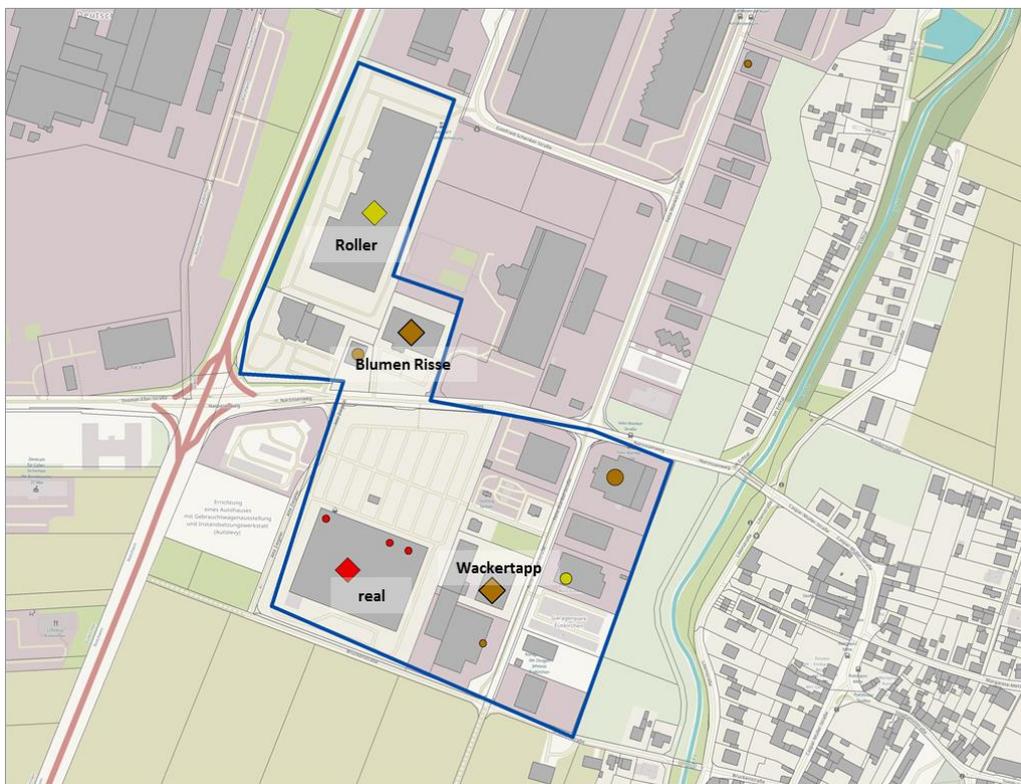
* Begrenzung auf Bestand meint auf den baurechtlich zulässigen Bestand; bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten zur Standortsicherung geringfügiger Erweiterungsspielraum im Einzelfall; GMA-Darstellung 2020

Karte 15: Sonderstandort Roitzheimer Straße



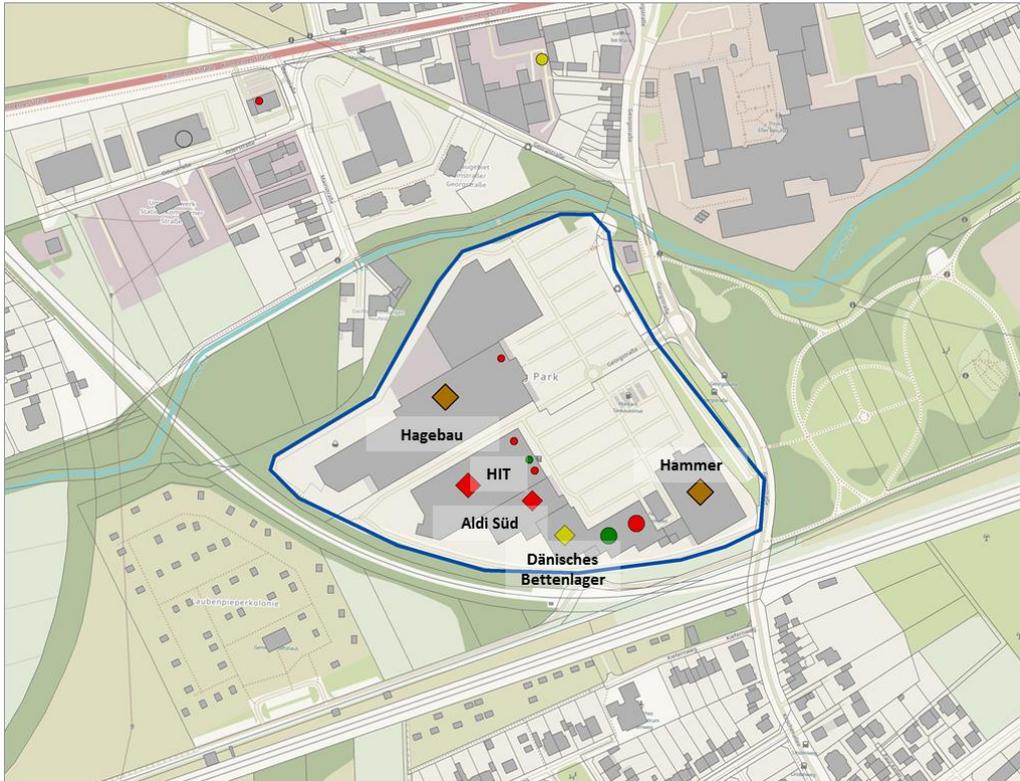
Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, Stadt Euskirchen; GMA-Darstellung 2020, Erhebungsstand Juli 2020

Karte 16: Sonderstandort Narzissenweg



Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, Stadt Euskirchen; GMA-Darstellung 2020, Erhebungsstand Juli 2020

Karte 17: Sonderstandort Georgstraße



Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, Stadt Euskirchen; GMA-Darstellung 2020, Erhebungsstand Juli 2020

4. Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung in Euskirchen

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sind standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben erforderlich.⁵⁷ Grundsätzlich kommen verschiedene Stufen zur Begrenzung und zum Ausschluss des Einzelhandels in Betracht:

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

Die Regeln folgen dem zentralen Grundsatz, dass Ansiedlungen bzw. Erweiterungen nicht zu einer Beeinträchtigung der Funktions- und Entwicklungsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche führen dürfen und sich die Dimensionierung eines Vorhabens am zugeordneten Versorgungsgebiet orientieren soll.⁵⁸ Außerdem sind bei Ansiedlungen bzw. Erweiterungen die landesplanerischen Vorgaben zu beachten.

Im Folgenden werden auf Grundlage des Sortimentskonzeptes sowie der o. g. Zentren- und Standortstruktur in Euskirchen branchen- und standortbezogene Empfehlungen zur Standortentwicklung gegeben. Abbildung 15 gibt hierzu einen Gesamtüberblick, der nachfolgend textlich erläutert wird.

⁵⁷ Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

⁵⁸ Das zugeordnete Versorgungsgebiet ist u. a. abhängig vom Betriebstyp und der Sortimentierung des jeweiligen Vorhabens. So beschränkt sich das zu versorgende Gebiet eines Lebensmittelmarktes häufig nur auf einzelne Quartiere, das Versorgungsgebiet eines Elektrofachmarktes umfasst hingegen oftmals ganze Stadtteile oder sogar Stadtgebiete.

Abbildung 15: Übersicht Steuerungsschema Einzelhandelsentwicklung

| Ansiedlung in ... mit ... | | Zentrale Versorgungsbereiche i. S. v. BauGB und BauNVO | | sonstige Lagen | | |
|---|---------------------------|--|------------------------|--|----------------------------|---|
| | | Hauptzentrum | Nahversorgungs-zentren | siedlungs-räumlich integrierte Lagen (inkl. Nah-versorgungs-lagen) | Dezentrale Sonderstandorte | sonstige siedlungs-räumlich nicht integrierte Lagen |
| nahversorgungs-relevantem Kernsortiment | großflächig ¹⁾ | ✓ | 🔍 | 🔍 | ✗ | ✗ |
| | nicht großflächig | ✓ | 🔍 | 🔍 | ✗ | ✗ |
| zentren-relevantem Kernsortiment | großflächig ¹⁾ | ✓ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |
| | nicht großflächig | ✓ | 🔍 | 🔍 | ✗ | ✗ |
| nicht zentren-relevantem Kernsortiment | großflächig ¹⁾ | 📉 | ✗ | ✗ | ✓ ²⁾ | 🔍 |
| | nicht großflächig | ✓ | 🔍 | 🔍 | ✓ | 🔍 |

✓ Ansiedlung möglich bzw. städtebaulich zu empfehlen (Einzelfallprüfung bei großflächigen Vorhaben zu Auswirkungen erforderlich) / 🔍 Einzelfallprüfung erforderlich bzw. zu empfehlen / 📉 Ansiedlung städtebaulich nicht zu empfehlen ✗ Ansiedlung nicht möglich bzw. nicht zu empfehlen 1) großflächiger Einzelhandel ab 800 m² Verkaufsfläche; 2) Randsortimentsregelungen (10 % Verkaufsflächenanteil zentren- oder nahversorgungsrelevante Sortimente, max. 2.500 m² Verkaufsfläche); GMA-Empfehlungen 2020

4.1 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

4.1.1 Zentrale Versorgungsbereiche: Hauptzentrum Innenstadt

Für den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt gelten grundsätzlich keine Beschränkungen hinsichtlich möglicher Einzelhandelsansiedlungen; d. h., dass sowohl großflächige⁵⁹ Betriebe als auch nicht großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten grundsätzlich zulässig sind. Auch die Ansiedlung großflächiger Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten ist hier prinzipiell zulässig. Die Ansiedlung ist aus städtebaulicher Sicht jedoch nicht zu empfehlen und sollte nicht Teil der Ansiedlungspolitik Euskirchens sein; sie sind vorrangig auf die dezentralen Sonderstandorte zu lenken.⁶⁰ Etwaige Flächenpotenziale sollten Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten vorbehalten werden, die für die Zentren eine frequenzerzeugende Wirkung haben.

⁵⁹ großflächiger Einzelhandel ab 800 m² Verkaufsfläche

⁶⁰ Solche Betriebe haben i. d. R. einen hohen Flächenanspruch mit Geschäftsräumen und Parkplätzen. Diese Voraussetzungen sind im Hauptzentrum Innenstadt nur selten gegeben.

4.1.2 Zentrale Versorgungsbereiche: Nahversorgungszentren

In den Nahversorgungszentren Kuchenheim, Flamersheim und Stotzheim sowie im potenziellen Nahversorgungszentrum ehemalige Westdeutsche Steinzeugwerke soll der Angebotsschwerpunkt bei möglichen Neuansiedlungen oder Erweiterungen bei Betrieben des kurzfristigen Bedarfsbereichs liegen, sodass hier grundsätzlich nahversorgungsrelevante Sortimente (auch großflächig) anzusiedeln sind. Als ergänzende Angebote können auch nicht großflächige Betriebe ($\leq 800 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche) mit zentrenrelevanten Sortimenten etabliert werden. Bei Fachmarktanbietern ab einer Größe von etwa 400 m^2 (bspw. Drogerie-, Bekleidungs- und Schuhfachmärkten) sollte eine differenzierte Einzelfallbetrachtung erfolgen, um eine Gefährdung des Hauptzentrums und der Nahversorgungsstrukturen zu vermeiden. Die Nahversorgungszentren Kuchenheim, Flamersheim und Stotzheim sind derzeit grundsätzlich gut ausgestattet. Damit die Versorgungsfunktion dieser zentralen Versorgungsbereiche auch zukünftig gesichert werden kann, gilt es hier eine Konzentration des Einzelhandels auf eines der drei Nahversorgungszentren und ein damit verbundenes erhebliches Übergewicht eines Zentrums gegenüber den anderen Nahversorgungszentren zu vermeiden. Die Ansiedlung mittel- bis großflächiger Fachmarktangebote in einem der Nahversorgungszentren bedarf daher einer genauen Prüfung der Auswirkungen auf die anderen zentralen Versorgungsbereiche in Euskirchen. Dazu muss der Nachweis erfolgen, dass ein solches Ansiedlungsvorhaben zukünftig allein auf das Versorgungsgebiet des betreffenden Nahversorgungszentrums (siehe Zentrenpässe in Kapitel IV., 3.3) ausgerichtet wäre. Großflächige Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten sollten ausgeschlossen werden, da diese schwerpunktmäßig auf das Hauptzentrum gelenkt werden sollten, welchem eine Vorrangstellung zukommt. Die Ansiedlung von großflächigem, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel ist zur Wahrung der Entwicklungsfähigkeit mit nahversorgungs- und ggf. kleinflächigen zentrenrelevanten Sortimenten aus städtebaulicher Sicht innerhalb der Nahversorgungszentren nicht zu empfehlen. Bei entsprechenden kleinflächigen Betrieben wäre eine Einzelfallprüfung notwendig.

4.2 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (sonstige Lagen)

4.2.1 Siedlungsräumlich integrierte Lagen (inkl. Nahversorgungslagen)

Bei den siedlungsräumlich integrierten Lagen und Nahversorgungslagen handelt es sich um Standorte, die keinem zentralen Versorgungsbereich zuzuordnen sind. **Nahversorgungslagen** weisen häufig bereits deutliche Zentrumsansätze auf und übernehmen Nahversorgungsfunktionen für die angrenzenden Wohnquartiere, wenngleich die Gesamtausstattung nicht zur Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereichs ausreicht. Zu den sonstigen **siedlungsräumlich integrierten Lagen** zählen alle wohnortnahen Lagen wie Streulagen des Einzelhandels.

Für großflächigen Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten (z. B. Lebensmittelmärkte) gilt, dass diese gemäß LEP NRW zunächst außerhalb zentraler Versorgungsbereiche nicht zulässig sind. Jedoch gibt es Ausnahmen:

- /// Aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen zur wohnortnahen Versorgung (mit Ausweis als Sondergebiet gemäß LEP NRW; Ausnahmeregelung gemäß Ziel 6.5-2 LEP) oder

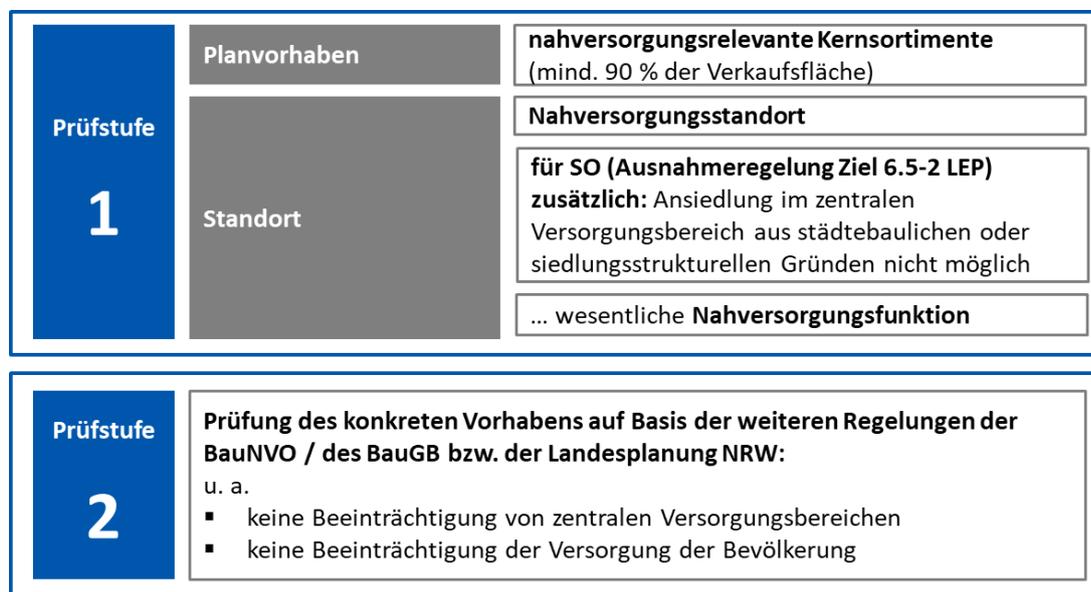
- / bei Nachweis als nicht sondergebietspflichtiges Vorhaben gemäß Einzelhandelserlass NRW i. V. m. der Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“ (2000) bzw. dem „Leitfaden zum Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO in Bezug auf Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels“ (Fachkommission Städtebau 2017).

In diesen Fällen kann ein großflächiger Lebensmittelmarkt (auch als Erweiterung) jeweils unter Einhaltung des Beeinträchtigungsverbotes zulässig sein.

Daran anknüpfend wird eine zweistufige Vorgehensweise vorgeschlagen:

1. Die geeignete Standortqualität für Lebensmittelmärkte ist in den Nahversorgungslagen bereits im Gutachten nachgewiesen (städtebauliche Integration sowie wesentliche Nahversorgungsfunktion und damit Eignung als Lebensmittelmarkt-Standort). Für die sonstigen, siedlungsräumlich integrierten Lagen wäre dies noch zu prüfen.
2. Bei entsprechenden Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben in einer Nahversorgungslage bzw. in einer siedlungsräumlich integrierten Lage hat eine Prüfung des konkreten Vorhabens zu erfolgen. Vor allem ist nachzuweisen, ob mit dem Vorhaben wesentliche städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen einhergehen. Dieser Nachweis hat ab 800 m² Verkaufsfläche durch den Antragsteller zu erfolgen. Vor einer Prüfung der Ausnahmeregelung von Ziel 6.5-2 LEP NRW sollte geprüft werden, ob eine Nahversorgung auch durch kleinflächige Vorhaben gewährleistet werden kann bzw. durch Vorhaben, die aufgrund einer städtebaulichen Atypik geeignet sind, die Vermutungsregel des § 11 Abs. 3 BauNVO zu widerlegen.⁶¹

Abbildung 16: Einzelfallprüfung für Nahversorgungsstandorte



GMA-Darstellung 2020

Die Ansiedlung von kleinflächigem nahversorgungs- und zentrenrelevantem sowie kleinflächigem nicht zentrenrelevantem Einzelhandel soll unter der Voraussetzung einer Einzelfallprüfung möglich sein, da hier i. d. R. keine Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche

⁶¹ siehe hierzu auch Kap. I, 3.1.1.

vorliegen. Dabei ist zu differenzieren zwischen kleinteiligen Angeboten wie Bäckereien, Blumenläden, Apotheken usw. und mittelflächigen Fachmarktangeboten wie z. B. Drogeriemarkt, Textilfachmarkt oder eine Agglomeration⁶² aus mehreren Fachmärkten. Hier muss im Zweifelsfall der Nachweis erbracht werden, dass keine nachteiligen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind.⁶³

Großflächige Ansiedlungsvorhaben im zentrenrelevanten Sortimentsbereich sind auszuschließen. Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind auf die Sonderstandorte zu lenken.

4.2.2 Dezentrale Sonderstandorte

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

An diesen Standorten sollte zukünftig die Ansiedlung von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zur Vervollständigung / Ergänzung des bestehenden Einzelhandelsbesatzes in Euskirchen grundsätzlich möglich sein, um eine Bündelung von Einzelhandelsangeboten zu erreichen.

Zur Anpassung an aktuelle Markterfordernisse und zur Sicherung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit des Standortes ist den bestehenden Betrieben eine gewisse Erweiterungsmöglichkeit nach Einzelfallprüfung einzuräumen. Diese Erweiterungen sind jedoch auf ein geringfügiges Maß zu begrenzen.⁶⁴

Aufgrund sortiments- und betriebstypenspezifischer Besonderheiten ist eine ergänzende Regelung hinsichtlich der zentrenrelevanten **Randsortimente** bei Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zu empfehlen. Um der Gefahr einer Aushöhlung des Sortimentskonzeptes durch übermäßige Angebote von zentrenrelevanten Randsortimenten zu begegnen, ist bei Ansiedlungen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches eine Randsortimentsbegrenzung im Rahmen der Bebauungsplanfestsetzungen erforderlich.

Bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben (ab 800 m² Verkaufsfläche) mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Möbel-, Bau- und Gartenmärkte) ist eine Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf maximal 10 % der realisierten Gesamtverkaufsfläche, jedoch

⁶² Eine Einzelhandelsagglomeration liegt vor, wenn mehrere selbstständige, auch je für sich nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe räumlich konzentriert angesiedelt sind oder angesiedelt werden sollen (vgl. Begründung zu Ziel 6.5-8, LEP NRW).

⁶³ Auch in diesem Zusammenhang ist darauf zu verweisen, dass bestimmte Baugebiete nach BauNVO klein- und mittelflächige Betriebe bis zu einer Verkaufsfläche von 800 m² VK zulassen, so dass auch hier eine planungsrechtliche Steuerung erschwert ist. Auf Ziel 6.5-8 des LEP NRW ist in diesem Zusammenhang weiterführend zu verweisen.

⁶⁴ Der Umfang einer geringfügigen Erweiterung stellt keine allgemeingültige Größenordnung dar, sondern ist aus der Untersuchung des konkreten Einzelfalls abzuleiten. Im Rahmen einer Einzelfallbetrachtung ist zunächst zu bewerten, ob infolge eines Erweiterungsvorhabens wesentliche Beeinträchtigungen bestehender zentraler Versorgungsbereiche oder von Betrieben der Nahversorgung in den Wohngebieten zu erwarten sind und ob sich das Vorhaben im Verhältnis angemessen darstellt. In diesem Zusammenhang gilt es auch darzustellen, ob sich die Standortqualität und damit die Marktbedeutung des zur Erweiterung vorgesehenen Einzelhandelsbetriebes nennenswert verbessern könnten. Dies ist im Rahmen einer vorhabenbezogenen Verträglichkeitsanalyse nachzuweisen.

maximal 2.500 m² Verkaufsfläche notwendig⁶⁵. Um sicherzustellen, dass die insgesamt zulässige Fläche nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann, ist im Rahmen einer Einzelfallprüfung die Dimensionierung einzelner Sortimente zu prüfen. Auch dies könnte ansonsten zu einer Unterwanderung des Sortimentskonzeptes und letztlich zu Beeinträchtigungen der schutzwürdigen Strukturen in Euskirchen führen.

4.2.3 Sonstige siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen

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

Ausnahme: Ausnahmsweise können in Gewerbegebieten Verkaufsflächen (auch nahversorgungs- und zentrenrelevant) für Eigenproduktionen und weiter be- oder verarbeitete Produkte (sog. Annexhandel) dort ansässiger Gewerbe- und Handwerksbetriebe zugelassen werden. Das Vorhandensein eines sog. Annexhandels ist gegeben, wenn dieser:

- /// in unmittelbarem baulichen und betrieblichen Zusammenhang zu einem innerhalb des Gewerbegebietes ansässigen Handwerks- oder Gewerbebetrieb steht,
- /// die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb in Grundfläche und Baumasse untergeordnet ist, und
- /// das Warenangebot aus eigener Herstellung oder aus Produkten, die handwerklich weiter be- oder verarbeitet wurden, besteht.

Die ausnahmsweise Zulässigkeit des Annexhandels ist auch unter dem Aspekt der Sicherung von Flächen für Handwerk und produzierendes Gewerbe innerhalb der Gewerbegebiete zu verstehen. Unter Berücksichtigung einer deutlichen Beschränkung der angebotenen Produkte sowie der geringen Verkaufsflächendimensionierungen sind aus gutachterlicher Sicht keine Beeinträchtigungen für eine geordnete Entwicklung des Standortkonzeptes der Stadt Euskirchen zu erwarten. Sofern alle oben genannten Kriterien zum Vorhandensein eines Annexhandels erfüllt sind, kann dieser zulässig sein. In jedem Fall ist die Gewährung einer Ausnahme im Einzelfall, v. a. im Hinblick auf eine angemessene Verkaufsflächengröße, zu prüfen.⁶⁶

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

⁶⁵ Analog zu Ziel 6.5-5 und Grundsatz 6.5-6 LEP NRW.

⁶⁶ Aus der Begründung zum Bebauungsplan muss eine Verkaufsflächenobergrenze deutlich werden. Empfohlen wird hier die Festsetzung einer absoluten Größe in Verbindung mit einer relativen Beschränkung (z. B. max. 10 % der Geschossfläche des Hauptbetriebes).

5. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

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

- /// **Beschluss des Einzelhandelskonzeptes** als städtebauliches Entwicklungskonzept nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB auf der Grundlage dieses Gutachtens. Damit ist das vorliegende Einzelhandelskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen und gilt als Dokumentation der (inter)kommunalen Planungsabsichten. Insbesondere sind hier von Belang:

- **Städtebauliche Zielvorstellungen der Stadt Euskirchen für die Einzelhandelsentwicklung**
- **Sortimentsliste der Stadt Euskirchen**
- **Festlegung der Zentren- und Standortstruktur**
- **Abgrenzung und Definition der zentralen Versorgungsbereiche**
- **Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung**

- /// **Planungsrechtliche Verankerung im Rahmen der Bauleitplanung**

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

Darüber hinaus sind auch die jeweilig zugrundeliegenden Baunutzungsverordnungen bestehender Bebauungspläne im Stadtgebiet zu beachten. Entsprechende Aktualisierungen des Planungsrechts sollten erfolgen, um schädliche Auswirkungen durch eine ungesteuerte Ansiedlung an diesen Standorten zu vermeiden und die Ziele des Einzelhandelskonzeptes nicht zu gefährden. Dies gilt insbesondere für Gebietskategorien der Baunutzungsverordnung (BauNVO) von 1968 und älter, eingeschränkt jedoch auch für die BauNVO von 1977.

- /// **Kommunikation mit Investoren und Handelsunternehmen**

Die vorliegende Untersuchung sollte genutzt werden, um hiermit sowohl Investoren als auch Handelsunternehmen gezielt auf Möglichkeiten zur Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Euskirchen anzusprechen. Das Einzelhandelskonzept verdeutlicht zum einen die Ausstattungssituation und mögliche Entwicklungspotenziale im Stadtgebiet und vermittelt zum anderen – durch den Beschluss – Investitionssicherheit. Dies gilt umso

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

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

Verzeichnisse

| | Seite |
|--|-------|
| Abbildungsverzeichnis | |
| Abbildung 1: Umsatzentwicklung im deutschen Einzelhandel (netto) zwischen 2011 und 2020 | 12 |
| Abbildung 2: Konsumententrends des „hybriden Kunden“ | 12 |
| Abbildung 3: Onlinemarktanteile und Entwicklungs- szenarien des Onlinehandels bis 2030 | 13 |
| Abbildung 4: Gewinner und Verlierer des digitalen Wandels | 14 |
| Abbildung 5: Regelung gemäß LEP NRW für großflächigen Einzelhandel mit zentrenrelevanten Kernsortimenten | 18 |
| Abbildung 6: Bevölkerungsentwicklung in Euskirchen, 2011 – 2019 | 28 |
| Abbildung 7: Verkaufsflächenanteile nach Branchen | 31 |
| Abbildung 8: Betriebsgrößenstruktur | 31 |
| Abbildung 9: Verkaufsflächenentwicklung in Euskirchen nach Hauptwarengruppen zwischen 2014 und 2020 | 35 |
| Abbildung 10: Verkaufsflächenanteile* nach Standortlagen** und Branchen | 38 |
| Abbildung 11: Frequenzverluste im Einzelhandel in Deutschland (Anfang Februar bis Mitte September 2020) im Vergleich zum Vorjahr | 45 |
| Abbildung 12: Regionaler Vergleich der Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner | 47 |
| Abbildung 13: Einzelhandelszentralität nach Branchen in Euskirchen | 48 |
| Abbildung 14: Wesentliche Bausteine des Einzelhandelskonzeptes | 54 |
| Abbildung 15: Übersicht Steuerungsschema Einzelhandelsentwicklung | 90 |
| Abbildung 16: Einzelfallprüfung für Nahversorgungsstandorte | 92 |
| Kartenverzeichnis | |
| Karte 1: Lage der Stadt Euskirchen und zentralörtliche Struktur in der Region | 26 |
| Karte 2: Nahversorgungssituation in Euskirchen | 39 |
| Karte 3: Marktgebiet des Handelsstandortes Euskirchen | 41 |
| Karte 4: Zentren- und Standortstruktur der Stadt Euskirchen (2020) | 62 |
| Karte 5: Hauptzentrum Innenstadt | 64 |
| Karte 6: Nahversorgungszentrum Kuchenheim | 68 |
| Karte 7: Nahversorgungszentrum Flamersheim | 71 |
| Karte 8: Nahversorgungszentrum Stotzheim | 74 |
| Karte 9: Potenzielles Nahversorgungszentrum Ehemalige Westdeutsche Steinzeugwerke | 78 |
| Karte 10: Nahversorgungslage Gerberstraße / Bendenstraße | 82 |
| Karte 11: Nahversorgungslage Rüdesheimer Ring / Winkelpfad | 82 |
| Karte 12: Nahversorgungslage Kessenicher Straße / Jülicher Ring | 83 |
| Karte 13: Nahversorgungslage Billiger Straße | 83 |
| Karte 14: Nahversorgungslage Kleinbüllesheim (perspektivisch) | 84 |
| Karte 15: Sonderstandort Roitzheimer Straße | 87 |
| Karte 16: Sonderstandort Narzissenweg | 87 |

| | | |
|-----------|----------------------------|----|
| Karte 17: | Sonderstandort Georgstraße | 88 |
|-----------|----------------------------|----|

Tabellenverzeichnis

| | | |
|-------------|---|----|
| Tabelle 1: | GMA-Branchensystematik | 23 |
| Tabelle 2: | Bevölkerung in Euskirchen | 28 |
| Tabelle 3: | Einzelhandelsbestand nach Branchen | 30 |
| Tabelle 4: | Verteilung der Betriebe und Verkaufsflächen nach Betriebstypen | 32 |
| Tabelle 5: | Entwicklung des Euskirchener Einzelhandels zwischen 2014 und 2020 | 33 |
| Tabelle 6: | Einzelhandelsbestand nach Ortsteilen | 36 |
| Tabelle 7: | Einzelhandelsbestand nach Standortlagen | 37 |
| Tabelle 8: | Einwohnerpotenzial im Marktgebiet von Euskirchen | 42 |
| Tabelle 9: | Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet von Euskirchen | 43 |
| Tabelle 10: | Sortimentsliste der Stadt Euskirchen (zusammenfassende Darstellung) | 58 |
| Tabelle 11: | Derzeit vorgesehene Einzelhandelsnutzungen im Planareal | 76 |

Übersichten

| | | |
|--------------|---|----|
| Übersicht 1: | Standortprofil der Stadt Euskirchen | 27 |
| Übersicht 2: | Branchenbezogene Entwicklungspotenziale für Euskirchen | 49 |
| Übersicht 3: | Kriterien der Zentrenrelevanz | 56 |
| Übersicht 4: | Zentren- und Standortstruktur der Stadt Euskirchen (2020) | 60 |
| Übersicht 5: | Nahversorgungslagen in Euskirchen | 80 |
| Übersicht 6: | Dezentrale Sonderstandorte in Euskirchen | 86 |