

Einzelhandelskonzept

für die Gemeinde Aldenhoven

Auftraggeberin:

Gemeinde Aldenhoven

Ihre Ansprechpartner

Wirtschaftsgeogr. Joachim Schulte, M.A.
(Projektleitung)

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

BBE Handelsberatung GmbH

Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Deutschland

Tel +49 221 789 41 160

Fax +49 221 789 41 169

E-Mail schulte@bbe.de / schmidt-illguth@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

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

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

Wissen schafft Zukunft.

München - Hamburg - Berlin - Köln - Leipzig - Erfurt

Köln, im Februar 2023

Inhaltsverzeichnis

1	Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung	5
1.1	Ausgangssituation und Zielsetzung	5
1.2	Methodische Vorgehensweise	6
1.3	Bedeutung kommunaler Einzelhandelskonzepte aus Sicht der Landesplanung	7
2	Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung	10
2.1	Aktuelle Entwicklungen im Einzelhandel	10
2.1.1	Demografische Entwicklungen	10
2.1.2	Veränderungen im Verbraucherverhalten	11
2.1.3	Entwicklungen im Online-Handel	11
2.1.4	Covid 19-Pandemie	15
2.1.5	Folgen des Ukraine-Krieges	18
2.2	Gemeinde Aldenhoven: Lage im Raum, Siedlungsstruktur, Verkehrsanbindung und Kaufkraftpotenzial	19
2.2.1	Lage im Raum	19
2.2.2	Siedlungsstruktur, Bevölkerungsdaten und demografische Entwicklung	20
2.2.3	Erreichbarkeit und Verkehr	23
2.2.4	Exkurs: Bergbau	24
2.2.5	Einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen im Gemeindegebiet	26
3	Einzelhandelssituation in der Gemeinde Aldenhoven	29
3.1	Überblick	29
3.2	Einzelhandelsstrukturen nach Ortsteilen der Gemeinde Aldenhoven	31
3.2.1	Ortsteil Aldenhoven	31
3.2.2	Sonstiges Gemeindegebiet	37
3.3	Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten	37
3.4	Einzelhandelszentralität	40
4	Wohnortnahe Versorgung in der Gemeinde Aldenhoven	42
4.1	Ausstattungs niveau	42
4.2	Umsatz-Kaufkraft-Relation	43
4.3	Fußläufige Erreichbarkeit des Lebensmitteleinzelhandels	44
5	Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse sowie grundlegende Empfehlungen zur Verkaufsflächenentwicklung	46
6	Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Aldenhoven sowie Handlungsempfehlungen	47
6.1	Begriff des zentralen Versorgungsbereiches	47

6.2	Leitziele der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung und Standortkonzept	49
6.3	Sortimentsliste der Gemeinde Aldenhoven.....	51
6.4	Empfehlungen zur Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“.....	56
6.5	Empfehlungen zur Entwicklung der historischen Ortsmitte von Aldenhoven	59
6.6	Empfehlungen zur Stärkung der wohnungsnahen Versorgung	62
6.6.1	Empfehlungen zur Entwicklung der Nahversorgung	63
6.6.2	Einordnung der in Aldenhoven-Siersdorf geplanten Netto-Erweiterung	63
7	Abschließende Empfehlungen.....	66

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Entwicklung von Umsatz und Verkaufsfläche im deutschen Einzelhandel	12
Abbildung 2:	Onlineanteil am deutschen Einzelhandelsumsatz	13
Abbildung 3:	Wachstumsraten und Onlineanteile nach Warengruppen 2020	14
Abbildung 4:	Auswirkungen der Covid 19-Pandemie nach Branchen	16
Abbildung 5:	Lage der Gemeinde Aldenhoven und zentralörtliche Gliederung.....	19
Abbildung 6:	Siedlungsstruktur und administrative Gliederung der Gemeinde Aldenhoven	21
Abbildung 7:	Einwohnerentwicklung in der Gemeinde Aldenhoven und Vergleichsräumen 2010 - 2020 (2010 = 100 %)	22
Abbildung 8:	Altersstruktur der Bevölkerung in der Gemeinde Aldenhoven in den Jahren 2021 und 2040 im Vergleich	23
Abbildung 9:	Rahmenplan „Indesee“	25
Abbildung 10:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Gemeinde Aldenhoven und in Nachbarkommunen.....	26
Abbildung 11:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten	27
Abbildung 12:	Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Gemeinde Aldenhoven	30
Abbildung 13:	Nutzungsstruktur der Ortsmitte von Aldenhoven	33
Abbildung 14:	Nutzungsstruktur des Standortbereichs Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße	36
Abbildung 15:	Verkaufsflächen und Umsätze in der Gemeinde Aldenhoven nach Sortimenten	38
Abbildung 16:	Umsatz-Kaufkraft-Relation in der Gemeinde Aldenhoven im Überblick.....	40
Abbildung 17:	Wohnortnahe Versorgung im Gemeindegebiet Aldenhoven	45
Abbildung 18:	Zentraler Versorgungsbereich „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“	58

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Einwohnerzahlen der Gemeinde Aldenhoven	20
Tabelle 2:	Einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben in der Gemeinde Aldenhoven p.a.	28
Tabelle 3:	Verkaufsflächen und Umsätze in Aldenhoven nach Ortsteilen	31
Tabelle 4:	Verkaufsflächen und Umsätze im Standortbereich „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“	35
Tabelle 5:	Verkaufsflächen und Umsätze in der Gemeinde Aldenhoven nach Sortimenten	39
Tabelle 6:	Umsatz-Kaufkraft-Relationen nach Sortimenten in der Gemeinde Aldenhoven	41
Tabelle 7:	Lebensmittelangebot der Gemeinde Aldenhoven nach Betriebsformen	43
Tabelle 8:	Umsatz-Kaufkraft-Relation in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel	43
Tabelle 9:	Sortimentsliste der Gemeinde Aldenhoven	54

1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Die Gemeinde Aldenhoven sieht sich veranlasst, ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept erarbeiten zu lassen, mit dem sie die Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Aldenhoven für die nächsten Jahre nachhaltig mitgestalten kann. So soll das Konzept die Grundlagen für die einzelhandelsrelevante Bauleitplanung als städtebauliche Planung im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 Baugesetzbuch (BauGB) liefern.

Aufbauend auf einer umfassenden Erfassung aller relevanten Daten zur Einzelhandelssituation, die neben den allgemeinen Entwicklungstrends im stationären Einzelhandel auch die Implikationen des Onlinehandels auf die stationären Strukturen berücksichtigt, sind konkrete Empfehlungen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung im Gemeindegebiet auszusprechen.

Ein besonderer Fokus ist dabei auf den Standortbereich „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“ zu richten, da dieser Standortbereich derzeit die wichtigsten Versorgungsfunktionen für das gesamte Gemeindegebiet übernimmt. Entsprechend ist für diesen Standort dessen heutige Versorgungsbedeutung zu ermitteln und es sind die Entwicklungspotenziale aufzuzeigen.

Für die Ortsmitte von Aldenhoven, die nur einen geringen Einzelhandelsbesatz aufweist und im Wesentlichen von sonstigen, überwiegend kleinteiligen zentrenkompatiblen Nutzungen geprägt ist, sind Maßnahmen zur Weiterentwicklung der Einzelhandelsfunktionen vorzuschlagen.

Auch liefert diese Analyse die Basis für die sog. „Aldenhovener Liste“ zur genauen Definition der nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente.

Unter Berücksichtigung der demografischen Entwicklungen sind weiterhin die markt- und standortseitigen Potenziale für eine Stärkung der wohnungsnahen Versorgung auf Ortsteil- und Quartiersebene zu prüfen und Maßnahmen zur Weiterentwicklung der Einzelhandelsfunktionen vorzuschlagen.

Die Analyseergebnisse und die konzeptionellen Vorschläge des Einzelhandelskonzeptes der Gemeinde Aldenhoven sollen auch in konkrete Empfehlungen für die Bauleitplanung überführt werden. Dabei bildet der Landesentwicklungsplan NRW als landesplanerischer Steuerungsrahmen für den großflächigen Einzelhandel den wesentlichen Orientierungsrahmen für die Konzeptbearbeitung.

Die BBE Handelsberatung GmbH legt hiermit ein entsprechendes Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Aldenhoven vor.

1.2 Methodische Vorgehensweise

Die Untersuchung basiert auf folgenden Erhebungen und Datenquellen:

Betriebsstättenerhebung in der Gemeinde Aldenhoven

Im Januar 2022 wurde von der BBE Handelsberatung eine Vollerhebung aller Einzelhandelsbetriebe¹ durchgeführt. Dabei wurden die Verkaufsflächen der Betriebe nach 31 Warengruppen differenziert erhoben. Darüber hinaus wurden in der Ortsmitte von Aldenhoven und im Standortbereich „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“ die publikumsintensiven sonstigen Nutzungen (private Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen) und die leerstehenden Ladenlokale kartografisch dokumentiert. Unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern wurden Sortimente, Verkaufsflächen und Umsatzleistung der Einzelhandelsbetriebe erhoben bzw. eingeschätzt.

Die nachfolgenden Darstellungen beziehen sich auf den Datenstand März 2022.

Weitere Grundlagen

Das Kaufkraftpotenzial basiert auf IfH-Daten zum Branchenumsatz (Brancheninformationssystem Datenstand: 2019), aus dem die Pro-Kopf-Ausgaben berechnet werden. Die Marktentwicklungen für die Jahre 2020 und 2021 sind in starkem Maße durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie beeinflusst (u.a. starkes Umsatzwachstum der Lebensmittelmärkte infolge der Gastronomie-Schließungen, Rückgang des stationären Nonfood-Umsatzes infolge der Geschäftsschließungen). Nach Beendigung der pandemiebedingten Einschränkungen ist davon auszugehen, dass sich das Ausgabeverhalten der Verbraucher wieder auf das Niveau des Jahres 2019 einpendeln wird (ohne Berücksichtigung der Teuerungsrate).

Zur Regionalisierung des Kaufkraftniveaus werden die sortimentsbezogenen Kaufkraftkennziffern aus der aktuellen Veröffentlichung der „MB-Research-Kaufkraft 2021“ zugrunde gelegt.

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

¹ Als Einzelhandelsbetriebe werden die Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an Endverbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Dabei werden auch Ladenhandwerksbetriebe (Bäckereien, Konditorien, Metzgereien) und Apotheken berücksichtigt. Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handels/ -Handwerks, des Handels mit Mineralölzerzeugnissen (außer größere Verkaufsräume in Tankstellen) und ähnlichen Waren.

1.3 Bedeutung kommunaler Einzelhandelskonzepte aus Sicht der Landesplanung

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

- **Ziel 6.5-1:** Großflächige Einzelhandelsbetriebe dürfen nur innerhalb der in den Regionalplänen dargestellten „Allgemeinen Siedlungsbereichen“ errichtet werden.
- **Ziel 6.5-2:** Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen nur in zentralen Versorgungsbereichen errichtet werden. Welche Sortimente als zentrenrelevant gelten, regeln die Gemeinden über ortstypische Sortimentslisten. Bei der Festlegung der Liste sind sogenannte „zentrenrelevante Leitsortimente“ zu beachten. Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) dürfen ausnahmsweise auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen realisiert werden. Dazu ist nachzuweisen, dass eine Errichtung in integrierter Lage innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches aus städtebaulichen und siedlungsstrukturellen Gründen nicht möglich ist, die Bauleitplanung der Gewährleistung der wohnungsnahen Versorgung dient und zentrale Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden.
- **Ziel 6.5-3:** Durch großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden.
- **Grundsatz 6.5-4:** Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen so dimensioniert werden, dass der zu erwartende Gesamtumsatz die sortimentsbezogene Kaufkraft in der Gemeinde nicht überschreitet.
- **Ziel 6.5-5:** Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen dann außerhalb zentraler Versorgungsbereiche angesiedelt werden, wenn die zentrenrelevanten Randsortimente auf max. 10 % der Verkaufsfläche beschränkt werden.
- **Grundsatz 6.5-6:** Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente soll 2.500 m² Verkaufsfläche je Betrieb nicht überschreiten.
- **Ziel 6.5-7:** Die Gemeinden werden veranlasst, vorhandene Standorte großflächiger Betriebe außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen über Bebauungspläne auf den Bestand zu begrenzen, der baurechtlichen Bestandsschutz genießt. Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn dadurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche zu erwarten ist.
- **Ziel 6.5-8:** Einzelhandelsagglomerationen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche und Agglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen ist auf der Ebene der Bauleitplanung entgegenzuwirken. Dabei ist eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche zu vermeiden.
- **Ziel 6.5-9:** Zwischen Kommunen durch förmliche Beschlüsse vereinbarte Regionale Einzelhandelskonzepte sind bei der Aufstellung und Änderung von Regionalplänen zu berücksichtigen.

- **Ziel 6.5-10:** Die Regelungen gelten auch für vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO.

Der „**Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen**“ in der Fassung vom 14. Dezember 2021 fasst als Verwaltungsvorschrift wesentliche Punkte der gesetzlichen Rahmenbedingungen zusammen und erläutert diese. Dieser Erlass soll nach wie vor²

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

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

„Mit der Aufstellung von gemeindlichen Einzelhandelskonzepten und der planungsrechtlichen Umsetzung dieser Konzepte durch Bauleitpläne können die Gemeinden die Entwicklung ihrer Zentren unterstützen und für eine ausgewogene Versorgungsstruktur sorgen. (...)“

Einzelhandelskonzepte schaffen einerseits eine Orientierungs- und Beurteilungsgrundlage für die Bauleitplanung und die Beurteilung von Vorhaben, andererseits Planungs- und Investitionssicherheit für Einzelhandel, Investoren und Grundstückseigentümer.

In den Einzelhandelskonzepten legen die Gemeinden ihre Entwicklungsziele für den Einzelhandel fest.

Im Rahmen ihrer Planungshoheit sind die Gemeinden ermächtigt, die Städtebaupolitik und damit die Einzelhandelssteuerung zu betreiben, die ihren städtebaulichen Ordnungsvorstellungen entspricht. Hierzu gehört neben der Schaffung von Baurechten für gewünschte Einzelhandelsstandorte auch der konzeptionelle Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben oder die Regulierung von Sortimenten in bestimmten Bereichen, um z.B. zentrale Versorgungsbereiche zu schützen oder zu entwickeln.“

Im Einzelnen soll ein gemeindliches Einzelhandelskonzept neben dem angestrebten Zentrengefüge über die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche auch die Bestimmung der Sonderstandorte für großflächige Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sowie sonstige Sonderstandorte beinhalten. Dabei sollten Einzelhandelskonzepte mindestens die folgenden Elemente aufweisen:

² Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie sowie Ministerium für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung des Landes Nordrhein-Westfalen, Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten in Nordrhein-Westfalen (Einzelhandelserlass NRW 2021), Seite 8

- „Eine konkrete Bestandserhebung und -analyse der örtlichen Einzelhandelssituation über Standorte, Besatz, Kaufkraft, Zentralität sowie Bedarfe,
- die städtebauliche Konzeption für die Einzelhandelsentwicklung,
- die Identifizierung der bestehenden tatsächlichen zentralen Versorgungsbereiche sowie
- räumliche und funktionale Festlegungen zur weiteren Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche; neben zentralen Versorgungsbereichen sollten auch bestehende Nahversorgungsstandorte sowie die ihnen zuzuordnenden Nahbereiche bzgl. einer wohnungsnahen bzw. wohnortnahen Versorgung qualifiziert beschrieben werden,
- die ortsspezifisch zu entwickelnde Liste zentrenrelevanter Sortimente sowie
- Empfehlungen für die Bauleitplanung, insbesondere die Überprüfung älterer Bebauungspläne oder vorhandene Einzelhandelsstandorte im unbeplanten Innenbereich.“³

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

³ Vgl. ebenda, Seite 87

2 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

2.1 Aktuelle Entwicklungen im Einzelhandel

Die Veränderungen im Handel (u.a. Konzentrationsprozesse und Betriebsformenwandel) haben in den letzten Jahrzehnten stets auch Auswirkungen auf die Stadt, die Stadtgestaltung und die Lebensqualität in den Städten entfaltet. Einhergehend mit den aktuellen Entwicklungen im Einzelhandel – induziert aus einer zunehmenden Digitalisierung, einem veränderten Einkaufs- und Freizeitverhalten und vielfach abnehmenden Passantenfrequenzen – unterliegen Zentren einem stetigen Wandel. Der fortlaufende Strukturwandel im Einzelhandel ergibt sich sowohl aus Veränderungen auf der Anbieterseite, als auch aus den demografischen Entwicklungen und einem veränderten Verbraucherverhalten auf der Nachfrageseite. Eine Beschleunigung struktureller Veränderungen im Einzelhandel haben die Auswirkungen der Covid 19-Pandemie bewirkt. Die langfristigen Auswirkungen des Ukraine-Krieges sind aktuell noch nicht einschätzbar, da sie wesentlich von der Dauer des Konfliktes abhängen.

2.1.1 Demografische Entwicklungen

Der Einzelhandel ist – neben den sozioökonomischen – maßgeblich abhängig von den demografischen Entwicklungen der Gesellschaft. Aktuell werden die demografischen Entwicklungen durch den demografischen Wandel bestimmt. Entscheidend für den demografischen Wandel sind vor allem:

- der Rückgang der Einwohnerzahl
- die Alterung der Bevölkerung
- die Zunahme kleinerer Haushalte.

Insgesamt wird die Bevölkerung in Deutschland durchschnittlich älter und verringert sich – trotz kurzfristiger Sondereffekte bedingt durch zunehmende Migration. Demnach wird die Anzahl der Einwohner bis zum Jahr 2060 von heute rd. 83 Millionen auf bis zu 74 Millionen Einwohner zurückgehen. Erkennbar sind hier jedoch deutliche regionale Unterschiede hinsichtlich der Bevölkerungsentwicklung, bei der sich ein Stadt-Land- und ein West-Ost-Gefälle widerspiegeln. Auch die alternde Bevölkerung ist ausschlaggebend für die Entwicklung im Einzelhandel. Bis zum Jahr 2035 wird die Zahl der Personen im Alter ab 67 Jahren um 22 % auf voraussichtlich 20 Millionen steigen.

Gleichzeitig wird bis zum Jahr 2035 die Zahl der Personen im erwerbsfähigen Alter deutlich abnehmen. Im Kontext des Einzelhandels bedeuten diese aktuellen demografische Entwicklungen einen Kaufkraft-rückgang durch Bevölkerungsverluste sowie getrübtte Wachstumsaussichten der Branche durch Schrumpfung der konsumfreudigen Altersgruppen und eine Umstellung des Einzelhandels auf die Bedürfnisse immer älter werdender Kunden.

Als dritte Komponente des demografischen Wandels gilt die Zunahme kleinerer Haushalte. Demnach wird die Anzahl der Ein- und Zweipersonenhaushalte in Zukunft weiter steigen und die Zahl der durchschnittlichen Haushaltsgröße bis zum Jahr 2025 von heute 1,97 auf 1,91 fallen. Für den Einzelhandel bedeutet diese Entwicklung zunächst keine negativen Auswirkungen, da viele Anschaffungen grundsätzlich nicht aufgrund des Haushaltsbedarfes, sondern für den persönlichen Bedarf getätigt werden.

Gleichzeitig ergeben sich für den Einzelhandel neue Herausforderungen hinsichtlich der langfristigen Anforderungen an Service, Personal, Warenangebot, Ladengestaltung, Erreichbarkeit und Standortpolitik. Insgesamt führen die gegenwärtigen Bevölkerungsentwicklungen zu gedämpften Wachstumsaussichten des Einzelhandels. Zwar sind die Konsumausgaben bis zum Jahr 2019 infolge wachsender Reallöhne stetig gestiegen, dennoch verspricht die Entwicklung der Konsumausgaben langfristig kein erhöhtes Wachstum bei schrumpfender Bevölkerung. Aufgrund steigender Ausgaben für den langfristigen Bedarf sowie Erlebniskonsum (Reisen und Freizeit) und steigender Kosten für Wohnen und Energie werden Ausgaben zudem tendenziell seltener für das Einzelhandelsangebot getätigt.

2.1.2 Veränderungen im Verbraucherverhalten

Das Einkaufsverhalten der Konsumenten hat sich im Laufe der Zeit gewandelt, was eine stetige Anpassung des Einzelhandels fordert. Obwohl eine Steigerung des Einkommens zu verzeichnen ist, ist der Preiseinkauf nach wie vor prägend für das Einkaufsverhalten der Konsumenten. Neben einer starken Preisorientierung der Konsumenten spielt aber auch der Freizeitwert eine wichtige Rolle im Einkaufsverhalten. Der klassische Einkaufsbummel dient nun nicht mehr lediglich dem Ziel des Warenkaufs, sondern weist auch einen hohen Freizeitwert auf. Das Einkaufserlebnis weckt demnach höhere Erwartungen an den stationären Einzelhandel. Damit entsteht für den Handel immer mehr die Dringlichkeit, ein Einkaufserlebnis mit einer hochwertigen Ladengestaltung und einer anspruchsvollen Inszenierung der Waren zu schaffen. Durch eine Emotionalisierung des Einkaufs soll der Kunde außerdem vom stationären Einzelhandel angezogen und Passanten zu Kund*innen gemacht werden. Auch der Service sowie die Beratung im Einzelhandel bekommen einen immer höheren Stellenwert. Eine persönliche Verkaufsberatung während des Einkaufs sowie ein umfassender After-Sales-Service sind für die Steigerung des Einkaufserlebnisses bedeutend – laut einer Studie von PWC 2018 gilt das insbesondere für die jüngere Generation.

2.1.3 Entwicklungen im Online-Handel

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

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

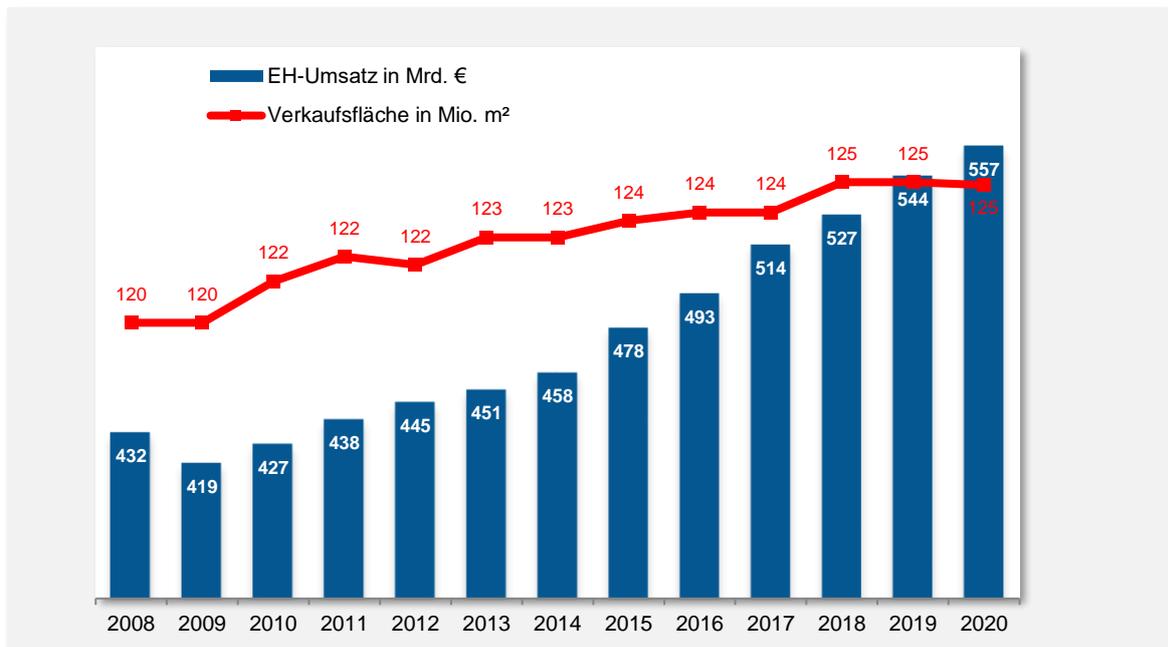
- Die technischen Möglichkeiten werden sich weiterentwickeln, sodass das Online-Angebot und die Online-Nachfrage weiter ansteigen werden. Dabei gewinnen Fragen zur Sicherheit und zum Datenschutz immer mehr an Bedeutung.
- Die Kund*innen werden gleichermaßen online wie offline einkaufen. Die Motive sind dabei sehr unterschiedlich. Der demografische Wandel wird zukünftig nur sehr eingeschränkte Auswirkungen auf das Einkaufsverhalten haben, da sich die Unterschiede zwischen den Altersgruppen weiter nivellieren werden.
- Der Umsatzanteil des Einzelhandels am zur Verfügung stehenden Haushaltseinkommen wird weiter sinken; gleichzeitig wird der Onlineanteil in vielen Sortimenten steigen. Damit wird der Wettbe-

werb um Marktanteile und der Druck auf den stationären Einzelhandel – insbesondere auf den inhabergeführten Einzelhandel – weiter zunehmen. Der bereits seit Jahren anhaltende Strukturwandel im Handel wird durch den zunehmenden Onlinehandel noch verstärkt.

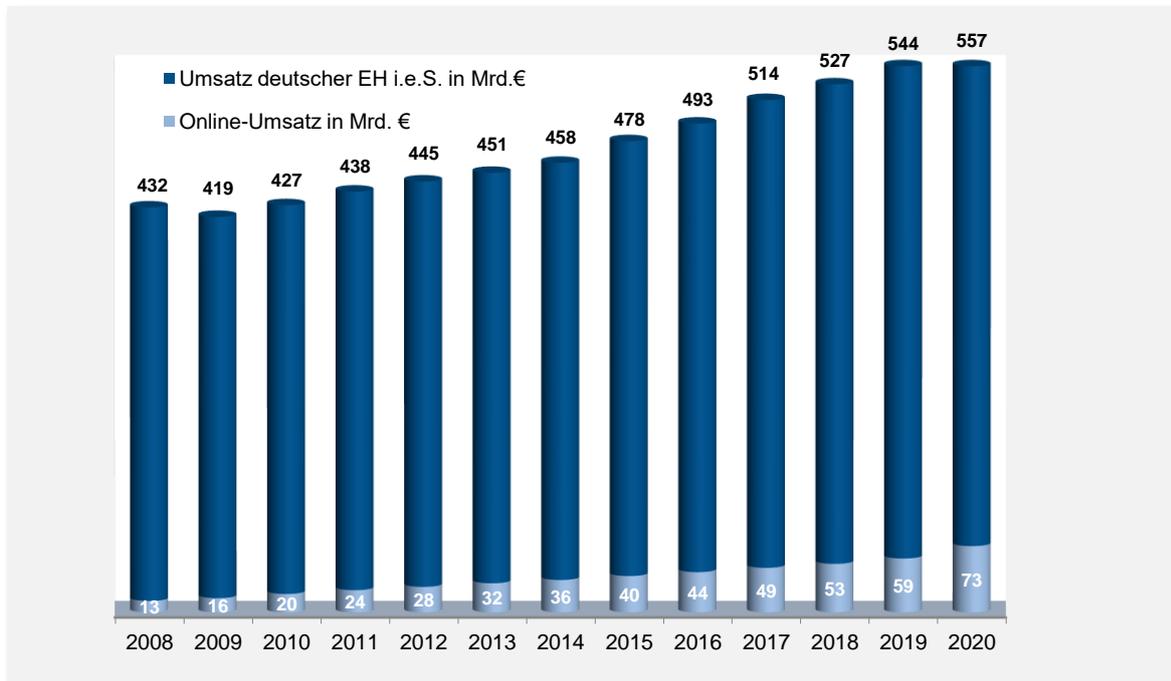
- Die Zukunft liegt in einer intelligenten Verknüpfung von Online- und Offlinehandel („Cross- bzw. Omni-Channel“). Bislang fehlten hierzu für den kleinteiligen und inhabergeführten Einzelhandel in vielen Fällen noch tragfähige Strukturen und Konzepte, sodass bisher vor allem der filialisierte Einzelhandel vom Technologieschub profitiert.
- Der Wettbewerb um zentrale „Toplagen“ wird zunehmen, während sich Strukturprobleme vor allem auf Streulagen, kleinere zentrale Versorgungsbereiche und die Nebenlagen von Innenstädten beziehen werden. Damit wird es insbesondere innerhalb der Innenstädte zu Konzentrationstendenzen kommen, ohne dass sich die Stadtzentren mittelfristig komplett verändern werden.

Der deutsche Onlinehandel wuchs 2020 auf ein Volumen von rd. 73 Mrd. € p.a. (netto). Gegenüber dem Vorjahr ist der Umsatz um rd. 13,6 Mrd. € p.a. gestiegen. Damit ist auch nach 2019 im Onlinehandel für 2020 wieder ein Rekordwert im Umsatzsprung zum Vorjahr zu beobachten, denn das absolute Umsatzwachstum lag in den letzten Jahren jeweils bei ca. 4,3 - 5,9 Mrd. € p. a.

Abbildung 1: Entwicklung von Umsatz und Verkaufsfläche im deutschen Einzelhandel



Quelle: HDE-Daten (Einzelhandel im engeren Sinne: institutioneller Einzelhandel inkl. Onlineumsätze, ohne Apotheken, Kfz-, Brennstoff- und Kraftstoffhandel)

Abbildung 2: Onlineanteil am deutschen Einzelhandelsumsatz

Quelle: HDE-Online-Monitor 2020 (Einzelhandel im engeren Sinne: institutioneller Einzelhandel inkl. Onlineumsätze, ohne Apotheken, Kfz-, Brennstoff- und Kraftstoffhandel)

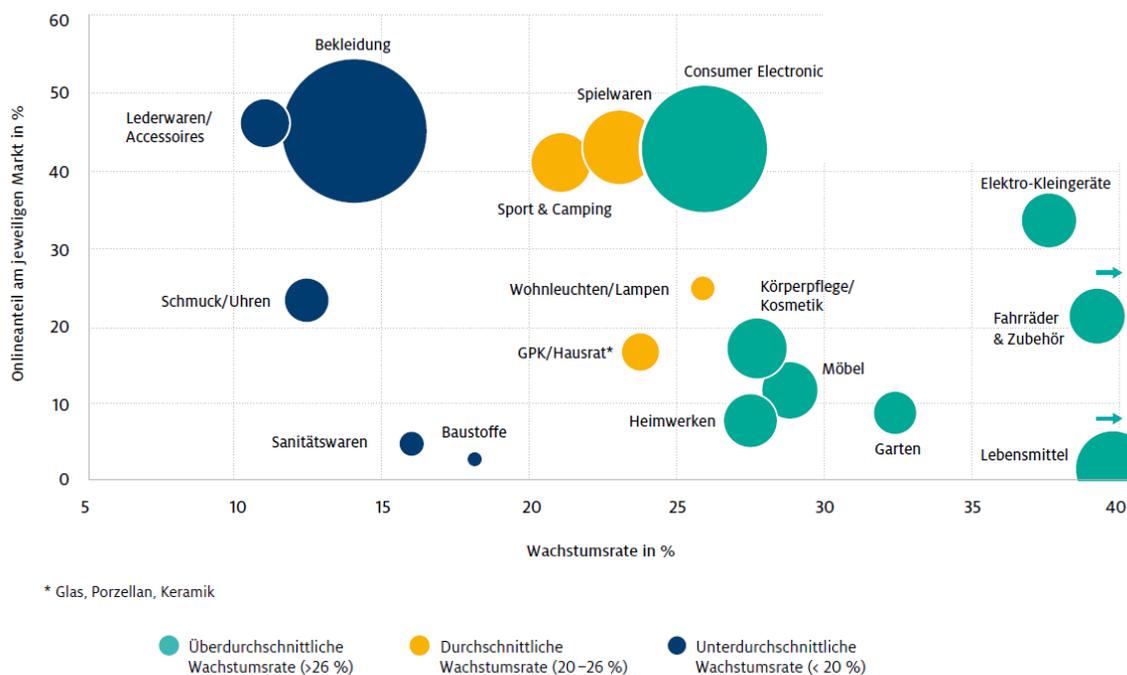
Im Jahr 2021 zeigte vor allem der Onlinehandel Wachstumseffekte, während weite Teile des stationären Nonfood-Handels deutliche Umsatzverluste erlitten, die vor allem auf die pandemiebedingten Zugangsbeschränkungen zurückzuführen sind. Derzeit rechnet der HDE in seiner Prognose für das Gesamtjahr 2021 mit einem nominalen Umsatzplus von 1,5 % im Einzelhandel (stationär und online). Preisbereinigt wird das Vorjahresergebnis erreicht.

So liegt beispielsweise der Onlineanteil bei den innenstadttypischen Sortimenten Bekleidung, Schuhe, Lederwaren, Elektrowaren/Unterhaltungselektronik, Bücher, Spielwaren und Fahrräder bereits mit Werten von rd. 31 bis knapp 40 % auf einem sehr hohen Niveau. Gleichzeitig sind in diesen Sortimenten nach wie vor hohe Wachstumsraten zu verzeichnen. Im Nahrungs- und Genussmittelbereich/Drogeriewaren (FMCG) hingegen liegt der Onlineanteil aktuell noch bei nur ca. 3,3 %, weist jedoch mit einer Umsatzsteigerung um ca. 44 % gegenüber dem Vorjahr eine dynamische Entwicklung auf.

In fast allen Branchen sorgt das anhaltende Wachstum im Onlinehandel für Umsatzverluste im „Offlinehandel“. Beispielhaft ist der Onlineumsatz bei Fashion & Accessoires im Jahr 2020 um ca. 2,2 Mrd. € in Deutschland angestiegen, während gleichzeitig der Offline-Umsatz um 8,4 Mrd. € zurückgegangen ist. Der schwache Gesamtmarkt sorgt somit zusätzlich zu einem vergleichsweise hohen Anteilszuwachs des Onlinehandels. Im Lebensmittel- und Drogeriebereich hingegen ist der Onlineumsatz um ca. 2,3 Mrd. € angestiegen, gleichzeitig ist auch der Offlineumsatz um stolze 17 Mrd. € gewachsen. Auch ist im Segment Heimwerken & Garten sowohl im stationären als auch im Online-Markt ein Wachstum zu verzeichnen.

In den übrigen Branchen ist bei steigenden Onlineumsätzen ein leichter Rückgang oder eine Stagnation des Offline-Umsatzes zu beobachten, sodass sukzessive eine mehr oder weniger starke Kannibalisierung des stationären Handels durch den Onlinehandel stattfindet.

Abbildung 3: Wachstumsraten und Onlineanteile nach Warengruppen 2020



Quelle: HDE Online-Monitor 2021

Die aktuellen Entwicklungen im Onlinehandel werden im HDE-Online-Monitor 2021 wie folgt zusammengefasst:

- Das Onlinewachstum hat sich durch die Covid 19-Pandemie deutlich beschleunigt. Der sprunghafte Zuwachs von 13,6 Mrd. € bzw. 23 % gegenüber dem Vorjahr mündet in einem Umsatz des Onlinehandels in Deutschland von 73 Mrd. €.
- Die größten Umsatztreiber in den Branchen sind CE/Elektro (+3,5 Mrd. €) und FMCG (+2,3 Mrd. €).⁴ FMCG ist zudem der mit Abstand stärkste Wachstumstreiber mit einem Plus von 44 %, gefolgt von Heimwerken & Garten mit einem Plus von 30 %.
- Der Onlineanteil in den Branchen Fashion & Accessoires und CE/Elektro liegt dadurch jeweils knapp unter 40 % – bei Fashion vor allem durch den schwachen Gesamtmarkt bedingt.

⁴ CE = Consumer Electronics (Unterhaltungselektronik)
FMCG = Fast Moving Consumer Goods (Konsumgüter des alltäglichen Bedarfs)

- Mit einem Wachstum von mehr als 40 % gewinnen auf Formatebene die Marktplätze weiterhin an Bedeutung. Dadurch erreicht Amazon (Marktplatz und Eigenhandel) einen Anteil von 53 % am Onlinehandelsumsatz.
- Eine wichtige Rolle im Onlinekontext haben inzwischen Click & Collect-Angebote: 6,4 % der Online gekauften Waren wurden im stationären Handel abgeholt.⁵

2.1.4 Covid 19-Pandemie

Die seit 2020 vorherrschende Covid 19-Pandemie hat auch für den Einzelhandel wachsende Herausforderungen mit sich gebracht. Nicht zuletzt durch die Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie veränderten sich in den letzten beiden Jahren das Einkaufs- und Konsumverhalten der Gesellschaft sowie die Nachfrage nach einzelnen Warengruppen. So führte die Covid 19-Pandemie zu einer beschleunigten Entwicklung der Trends im Einzelhandel.

Nahezu jede Branche des Einzelhandels ist von aufgrund rückläufiger Umsatz- und Ertragszahlen von der Pandemie betroffen. Dabei zeigt sich seit Beginn der Covid 19-Krise kein einheitliches Bild – weder in Bezug auf die einzelnen Branchen noch auf die städtischen Handelsstandorte.

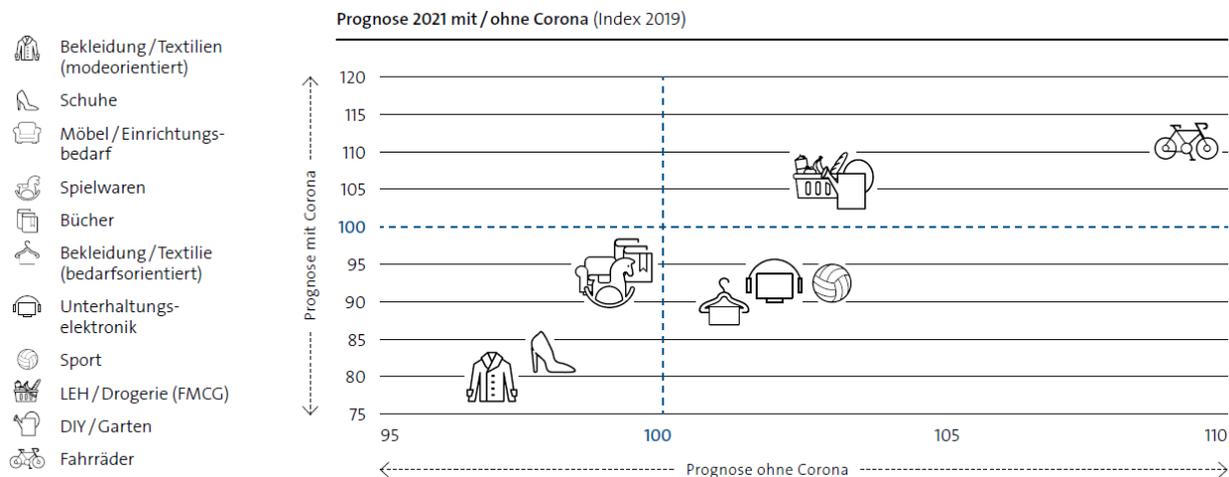
Zu den Branchen mit den höchsten Umsatzrückgängen gehören gleich mehrere zentrenprägende Leitsortimente. Mit Umsatzrückgängen von bis zu 30 % zählen vor allem Bekleidung, Schuhe, Spiel- und Elektrowaren zu den größten Verlierern der Krise, die bereits vor den pandemie-bedingten Auswirkungen mit strukturellen Problemen zu kämpfen hatten.

Mit Blick auf das Kundenverhalten lässt sich feststellen, dass einerseits die zeitweise Schließung des stationären Einzelhandels auch Kundengruppen an den Online-Handel herangeführt hat, die diesem bisher zurückhaltend gegenüberstanden. Hierdurch sind Unternehmen, die bereits eine Multi-Channel-Strategie verfolgt haben, im Wettbewerbsvorteil denjenigen gegenüber, die erst in der Krise mit dem Onlinehandel begonnen haben. Andererseits wird bewusster eingekauft und die Bedeutung des stationären Einzelhandels als Kommunikationspunkt mit Servicequalität wird noch stärker wertgeschätzt.

Unter Berücksichtigung der vorgenannten Aspekte hat die BBE Handelsberatung GmbH ein Prognosemodell entwickelt, das Aussagen zu den möglichen Auswirkungen der Covid 19-Pandemie auf die wichtigsten Warengruppen des Einzelhandels zulässt. Die Ergebnisse sind der nachfolgenden Abbildung zu entnehmen.

⁵ HDE-Online-Monitor 2021, Seite 3

Abbildung 4: Auswirkungen der Covid 19-Pandemie nach Branchen



Quelle: BBE Handelsberatung GmbH 2020; Quo vadis Einzelhandel im Corona-Zeitalter, S. 4

Folgende Kernaussagen lassen sich für die Gesamtbetrachtung aller Branchen treffen:

- Es bestätigt sich, dass Konjunkturkrisen direkte Beschleuniger struktureller Entwicklungen im Einzelhandel sind. So hatten stationäre, mode-orientierte Bekleidungs- und Schuhhändler vor Beginn der Covid 19-Krise die schlechtesten Prognosen und erleiden auch nach Einbeziehung des Corona-Effekts die höchsten kumulierten Umsatzverluste bis Ende 2021. Allein 2020 büßte der modeorientierte Bekleidungshandel 25 % bis 30 % seines Umsatzes gegenüber dem Vorjahr ein.
- Die Gewinner der Krise sind Branchen, die bereits zuvor eine positive Umsatzprognose hatten. Allen voran ist hier der Fahrradhandel zu nennen, der trotz der Zugangsbeschränkungen seine sehr hohen „Vor Corona-Prognosewerte“ erreichen wird. Der **Fahrradfachhandel** hat sich trotz stark wachsender Online-Anteile in den vergangenen Jahren mit umsatzseitigen Steigerungsraten sehr gut entwickelt. Treiber der Entwicklung war – und ist – das Pedelec oder E-Bike, das neben steigenden Verkaufszahlen auch zu einem sehr deutlichen Plus des durchschnittlichen Verkaufspreises beigetragen hat. Das durch die Lockdowns bedingte veränderte Freizeitverhalten hat die Bedeutung des Fahrradfahrens weiter erhöht.
- **Lebensmittel und Drogeriewaren** hatten schon vor Beginn der Pandemie eine leicht positive Prognose und haben bislang am meisten durch die dauerhafte Öffnung ihrer Läden bei gleichzeitiger langer Schließung gastronomischer Angebote profitiert.
- Im **DIY⁶/Gartenbereich** ist davon auszugehen, dass die positiven Vor-Corona-Prognosewerte trotz der Pandemie erreicht werden können. Dies ist insbesondere darauf zurückzuführen, dass während der Isolation und aufgrund von Reisebeschränkungen vermehrt Garten-, Haus-, und Renovierungsprojekte angeschoben wurden. Die teilweise sehr hohen Durchschnittsbons und -umsätze in den Märkten unterstreichen diesen Trend.

⁶ DIY = Do it yourself

- Die Branchen **Bücher und Möbel/Einrichtungsbedarf** hatten eine leicht negative Prognose für ihr stationäres Geschäft, verlieren pandemie-bedingt aber deutlich geringer als zum Beispiel die Textilbranche.
- Die Branchen **Sport, Spielwaren, bedarfsorientierte Textilien und Unterhaltungselektronik** hatten allesamt vor der Pandemie eine leicht positive Prognose und werden von 2020 bis 2021 signifikante Umsatzverluste von insgesamt 7 bis 8 % auch nach der Erholung 2021 erleiden.
- Der **Schuhhandel** befindet sich in einer ähnlichen Lage wie der Textilhandel. Mit der Corona-Krise sind bei vielen Händlern, insbesondere bei den modisch-orientierten Anbietern, die Umsätze dramatisch eingebrochen. Insgesamt wurde in der Branche eine Umsatzentwicklung von -18 % bis -23 % für das Jahr 2020 erwartet und im darauffolgenden Jahr nur ein gewisse Umsatzerholung (+2 % bis +7 %), die den Verlust aus 2020 aber bei weitem nicht ausgleichen kann.

Auch nach über zwei Jahren Pandemie, steigenden Impfquoten und vor dem Hintergrund der Ausbreitung neuer Virusvarianten sind Kundenfrequenz und Umsatz bei vielen Händlern immer noch nicht auf Vor-Krisenniveau. Fraglich ist, ob diese überhaupt wieder erreicht werden können. Denn, während der stationäre Einzelhandel im Bereich Mode als Verlierer der Pandemie gilt, konnte der Online-Handel ein deutliches Wachstum verzeichnen. Dieser ist im Jahr 2020 um rd. 15 % gestiegen und hat nun somit einen Anteil von 40 % am gesamten Modemarkt. Auch die Konsument*innen, die vor der Pandemie den stationären Einzelhandel präferiert haben, sind nun auf das digitale Angebot ausgewichen. Fraglich ist, ob die Kund*innen auf die Bequemlichkeit des Online-Handels nach der Pandemie verzichten und ein erneuter Umstieg auf den stationären Einzelhandel zu erwarten ist. Schließlich bleibt der Online-Handel weiterhin die größte Herausforderung für den stationären Einzelhandel, insbesondere im Bereich Mode.

Während der Covid 19-Krise sind aber auch Multichannel-Angebote, Click & Collect oder Lieferservices verstärkt in Anspruch genommen worden, die auch nach der Pandemie vermehrt von den Kunden nachgefragt werden. So kann auch der stationäre Einzelhandel seine Internetpräsenz ausbauen und das Einkaufserlebnis für die Konsumenten steigern. Der Online-Sichtbarkeit, dem Nutzen von Social-Media-Kanälen bzw. dem Aufbau eigener Online-Shopping-Möglichkeiten wird daher auch perspektivisch eine immer größere Bedeutung zukommen.

Die wenigen Branchen mit Nachfragewachstum während der Covid 19-Krise – z.B. Fahrradläden und Baumärkte – befinden sich in der Regel nicht in Innenstadtlagen. Auch der umsatzstarke, nicht von Lockdown-bedingten Schließungen betroffene Lebensmitteleinzelhandel hat maßgeblich durch Ausgabeverschiebungen als Kompensation ausgefallener Restaurantbesuche Umsatzsteigerungen verzeichnen können und sich vielfach als stabile Ankernutzung gezeigt.

Die Covid 19-Pandemie hat somit in vielen Fällen seit Jahren bestehende Veränderungsprozesse beschleunigt und in Teilen verstärkt, ist aber nicht als alleiniger Auslöser zum Teil tiefgreifender (Konsum-)Veränderungen heranzuziehen.

Im Zusammenhang mit weggebrochenen Umsätzen und mit einem geänderten Konsumentenverhalten ist davon auszugehen, dass insbesondere im Nonfood-Segment auch künftig weitere Flächen aufgeben werden. So blieb die befürchtete Insolvenzwelle im Jahre 2021 mit insgesamt 15 Unternehmensinsolvenzen im Modeeinzelhandel aus (u.a. Promod, CCC Germany). Dies wird auch auf überwiegend temporär begrenzte Sonderregelungen für überschuldete Unternehmen zurückgeführt, sodass weitere Schließungen von namhaften Modefilialisten erwartet werden.

Auch wenn das Ausmaß der im Zuge von Covid 19 ausgelösten Veränderungen letztlich immer noch nicht absehbar ist, sind sich die Experten einig, dass der Handel das Erscheinungsbild der Innenstädte nicht mehr so stark dominieren wird wie bisher.

Hinsichtlich der Einzelhandelslagen sind von der Krise insbesondere Innenstädte und Shoppingcenter betroffen, da viele Mieter durch die Umsatzausfälle nicht in der Lage sind, ihre Mieten zu bezahlen. Dadurch werden auch die Eigentümer und Manager der Center vor neue Probleme gestellt. Dagegen profitieren Stadtteilzentren und wohnortnahe Versorgungslagen sowie dezentrale Fachmarkttagglomerationen, sofern diese stark von Nahversorgungsangeboten wie Lebensmittel- und Drogeriemärkten und persönlichen Dienstleistern geprägt sind, von der derzeitigen Situation.

Die Schließungen von Einzelhandelsbetrieben kann eine nachhaltige Schwächung des Mietermix zur Folge haben. Um dies zu vermeiden, müssen Mieter und Vermieter tragfähige Lösungen für beide Seiten entwickeln. Hierbei müssen Mietverhältnisse an die neue Situation angepasst und regelmäßig neu bewertet werden. In diesem Zusammenhang übernimmt die Standortentscheidung im Rahmen von Einzelhandelsentwicklungen eine wichtige Rolle. So können nur wenige unpassende Ansiedlungen bestehende Einzelhandelsstandorte nachhaltig schädigen.

Zur Neugestaltung und (Wieder-) Belebung einzelner Quartiere, Einkaufslagen oder ganzer Innenstädte bedarf es auf den jeweiligen Standort zugeschnittener alternativer Nutzungsoptionen. Diese können beispielsweise aus den Bereichen Bildung, Büro, Gewerbe, City-Logistik, Freizeit/Sport, Gesundheit, Kinder- und Altenbetreuung, Hotel und Wohnen in all seinen Facetten – wie etwa Studentenwohnheime oder bewirtschaftete Apartmenthäuser – oder Interimsvermietungen kommen. In vielen Fällen bedarf es dabei ganzheitlicher Lösungsansätze, die das gemeinsame Agieren unterschiedlicher Beteiligter (u.a. Verwaltung, Gewerbetreibende, Vermieter/ Eigentümer) und prozessualer Methoden (u.a. Bürgerbeteiligungen, Informationsveranstaltungen) erfordern.

2.1.5 Folgen des Ukraine-Krieges

In Folge des Krieges in der Ukraine sieht sich der Einzelhandel aktuell mit massiv steigenden Energiepreisen und mit erheblich steigenden Einkaufspreisen konfrontiert. Deutlich gestiegene Energiepreise treiben seit Monaten die Inflation in Europa. Ökonomen rechnen mit einer nochmals deutlich steigenden Teuerungsrate.

Darüber hinaus wird befürchtet, dass aufgrund von weiteren Lieferkettenproblemen Umsatzeinbrüche beim Einzelhandel eintreten werden.

Gleichzeitig hat die Krise auch gravierende Auswirkungen auf die Kaufkraft der Konsumenten. So führen stark steigende Energie- und Lebenshaltungskosten und eine Inflation, die die Kaufkraft des verfügbaren Einkommens schmälert, zu einem gedämpften Konsumverhalten.

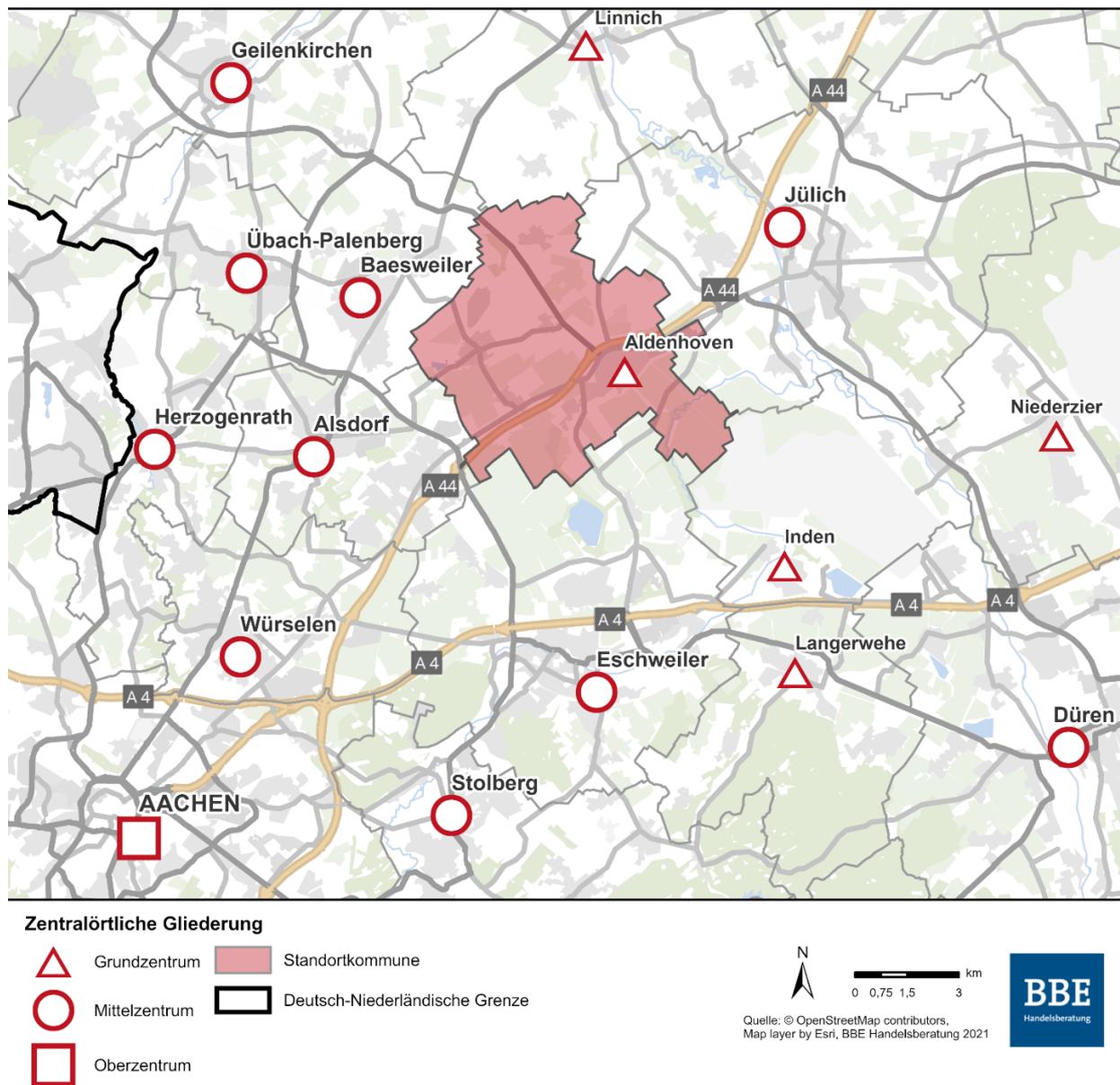
Wie stark diese Entwicklungen auf den Einzelhandel in Deutschland durchschlagen werden, hängt wesentlich von der Dauer des Krieges ab.

2.2 Gemeinde Aldenhoven: Lage im Raum, Siedlungsstruktur, Verkehrsanbindung und Kaufkraftpotenzial

2.2.1 Lage im Raum

Die Gemeinde Aldenhoven liegt im Kreis Düren in Nordrhein-Westfalen. Im Norden grenzt die Gemeinde an die Stadt Linnich, im Osten an die Stadt Jülich und die Gemeinde Inden, im Süden an die Stadt Eschweiler sowie im Westen an die Städte Alsdorf und Baesweiler.

Abbildung 5: Lage der Gemeinde Aldenhoven und zentralörtliche Gliederung



Quelle: Eigene Darstellung

Die Gemeinde wird von der Landesentwicklungsplanung Nordrhein-Westfalen die Funktion eines Grundzentrums zugewiesen. Die nächstgelegenen Mittelzentren sind die Städte Jülich, Eschweiler, Alsdorf und Baesweiler. Oberzentrum der Region ist die Stadt Aachen, die sich rd. 25 km südwestlich von Aldenhoven befindet. Die weiteren Oberzentren in der Nähe der Gemeinde Aldenhoven sind die Städte Mönchengladbach (rd. 45 km nördlich), Düsseldorf (rd. 65 km nordöstlich) und Köln (rd. 75 km östlich).

2.2.2 Siedlungsstruktur, Bevölkerungsdaten und demografische Entwicklung

Die Gemeinde Aldenhoven verfügt zum 31.12.2021 über 14.147 Einwohner. Zur Gemeinde gehören die sieben Ortsteile Aldenhoven (mit Neu-Pattern), Dürboslar, Engelsdorf, Freialdenhoven, Niedermerz, Schleiden und Siersdorf.

Mehr als die Hälfte der Einwohner (rd. 7.460 EW) entfällt auf den Kernort Aldenhoven (inklusive Ortsteil Neu Pattern) und mehr als 20 % auf den Ortsteil Siersdorf (rd. 2.930 EW). Die restlichen rd. 3.760 Einwohner verteilen sich auf die verbleibenden Ortsteilen Dürboslar, Engelsdorf, Freialdenhoven, Niedermerz und Schleiden mit jeweils weniger als 1.000 Einwohner, wobei der Ortsteil Engelsdorf mit weniger als 200 Einwohnern die geringste Einwohnerzahl aufweist.

Tabelle 1: Einwohnerzahlen der Gemeinde Aldenhoven

Ortsteil	Einwohner ¹⁾	Einwohner
	absolut	%
Aldenhoven (davon Neu-Pattern)	7.457 (1.307)	53 (9)
Siersdorf	2.926	21
Niedermerz	982	7
Freialdenhoven	952	7
Schleiden	915	6
Dürboslar	719	5
Engelsdorf	196	1
Gemeinde Aldenhoven	14.147	100

¹⁾ Quelle: Gemeinde Aldenhoven; Stand: 31.12.2021; Rundungsdifferenzen möglich

Die Gemeinde Aldenhoven weist eine Gesamtfläche von rd. 44 km² auf. Bezogen auf die Einwohnerzahl lässt sich für das Gemeindegebiet eine Bevölkerungsdichte von etwa 320 Einwohnern je km² berechnen. Im Vergleich zum Landesdurchschnitt (rd. 526 Einwohner/km²) weist die Gemeinde somit eine unterdurchschnittliche Bevölkerungsdichte auf.

Abbildung 6: Siedlungsstruktur und administrative Gliederung der Gemeinde Aldenhoven**Siedlungsstruktur Gemeinde Aldenhoven**

 Gemeindegrenze Aldenhoven



0 285 570 1.140 m

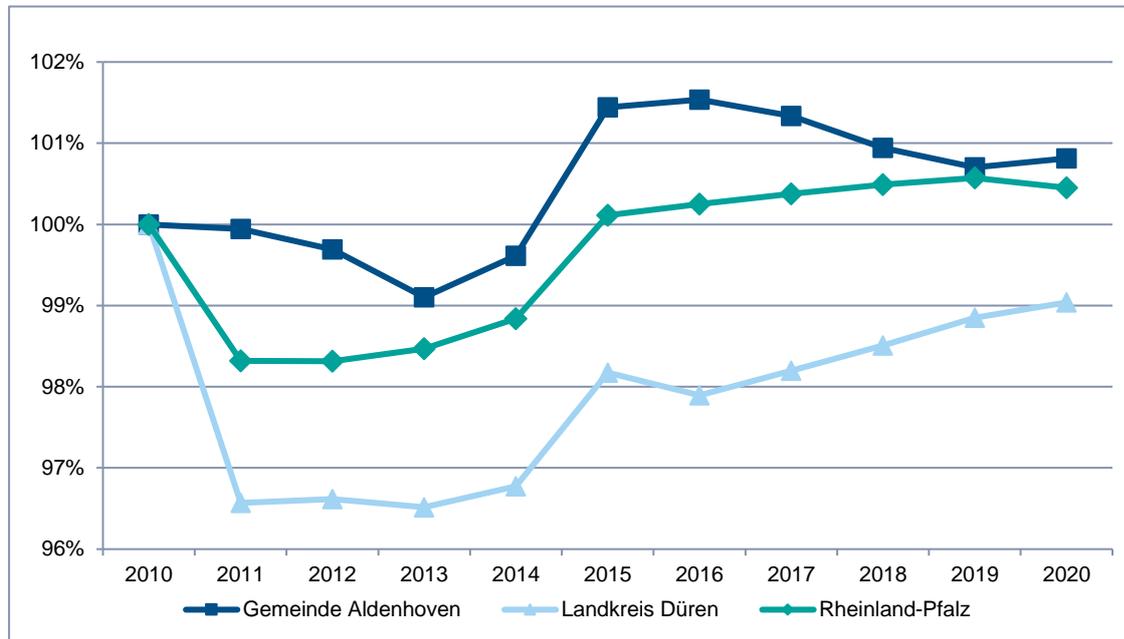
Quelle: © OpenStreetMap contributors,
Map layer by Esri, BBE Handelsberatung 2021

BBE

Quelle: Eigene Darstellung

Auf Grundlage vom Einwohnermeldeamt der Gemeinde Aldenhoven offiziell gemeldeten Daten ergibt sich für den Zeitraum von 2010 - 2021 für die Gemeinde Aldenhoven ein geringes Bevölkerungswachstum von rd. 1,6 Prozentpunkten. Ausgehend von einer Einwohnerzahl von etwa 13.925 Personen im Jahr 2010 ist die Gesamtbevölkerung bis 2021 auf etwa 14.147 angewachsen, wobei im Zeitraum von 2010 bis 2013 zwischenzeitlich ein Bevölkerungsrückgang zu verzeichnen war.

Damit hat die Bevölkerungsentwicklung in der Gemeinde Aldenhoven im Zeitraum von 2010 - 2020 einen ähnlichen Verlauf genommen wie im Landkreis Düren und in Nordrhein-Westfalen. In Aldenhoven und in den Vergleichsräumen ist im Zeitraum von 2010 - 2013 ein leichter Bevölkerungsrückgang zu verzeichnen, mit steigenden Einwohnerzahlen ab dem Jahr 2013.

Abbildung 7: Einwohnerentwicklung in der Gemeinde Aldenhoven und Vergleichsräumen 2010 - 2020 (2010 = 100 %)

Quelle: Statistisches Landesamt Nordrhein-Westfalen; eigene Darstellung

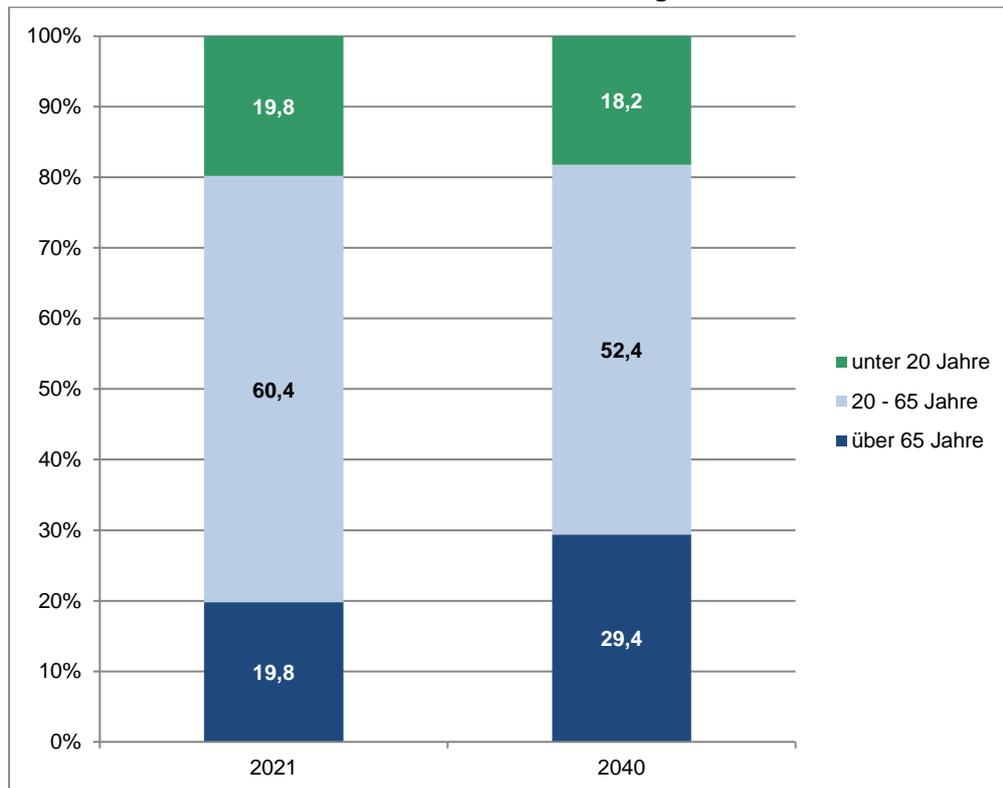
Bis zum Jahr 2040 geht das Statistische Landesamt Nordrhein-Westfalen für die Gemeinde Aldenhoven von einer minimalen Bevölkerungszunahme aus: Dabei wird ein Anstieg auf etwa 14.166 Einwohner prognostiziert.⁷ Dieser von IT.NRW vorhergesagte Trend der Einwohnerentwicklung dürfte durch die Initiative des Kreises Düren, die Anzahl der Bewohner bis auf 300.000 Bewohner zu steigern, verstärkt werden. Lokale Basis dieser politisch gewünschten Bevölkerungszunahme stellen verschiedene Überlegungen zur Neuausweisung von Baugebieten dar. So sollen nach Auskunft der Gemeinde Aldenhoven in den nächsten 5 bis 7 Jahren insgesamt fast 600 neue Wohneinheiten realisiert werden, sodass die Bevölkerungszahl voraussichtlich stärker ansteigen wird vom IT NRW prognostiziert. Der Schwerpunkt des Wachstums wird in den beiden Allgemeinen Siedlungsbereichen der Ortsteile Aldenhoven und Siersdorf (jeweils etwa 170 prognostizierte WE) stattfinden.

Parallel zu der prognostizierten Bevölkerungsentwicklung werden sich infolge des demografischen Wandels auch deutliche Verschiebungen in der Alterszusammensetzung der Bevölkerung vollziehen. Dabei wird der Anteil der Personen unter 20 Jahren bis zum Jahr 2040 leicht bis auf ca. 18 % sinken. Deutliche Verschiebungen werden bei den Personen im erwerbsfähigen Alter (20 – 65 Jahre) zu erwarten sein, für die ein Rückgang von derzeit rd. 60 % auf zukünftig etwa 52 % prognostiziert wird. Gleichzeitig wird der Anteil in der Altersgruppe der 65-Jährigen und älter von rd. 20 % auf rd. 29 % im Jahr 2040 deutlich ansteigen (vgl. folgende Abbildung).

⁷ Statistisches Landesamt Nordrhein-Westfalen: Gemeindemodellrechnung (Basisjahr 2018)

Im Zusammenhang mit diesem Alterungsprozess wird es auch in der Gemeinde Aldenhoven zu Veränderungen in der Nachfragestruktur kommen, die insbesondere die Anforderungen an eine wohnungsnahe Grundversorgung betreffen.

Abbildung 8: Altersstruktur der Bevölkerung in der Gemeinde Aldenhoven in den Jahren 2021 und 2040 im Vergleich



Quelle: Statistisches Landesamt Nordrhein-Westfalen: Gemeindemodellrechnung (Basisjahr 2018); eigene Darstellung

2.2.3 Erreichbarkeit und Verkehr

Die Gemeinde Aldenhoven ist über die Bundesautobahn A 44 mit den Anschlussstellen Aldenhoven, Alsdorf und Jülich West sowie über die Bundesstraße B 56 sehr gut an das überörtliche Straßenverkehrsnetz angeschlossen. Über die A 44 lassen sich die nächstgelegene Oberzentren Aachen, Mönchengladbach und Düsseldorf erreichen. Südlich von Aldenhoven verläuft zusätzlich die Bundesautobahn A 4, die eine Verbindung zur Metropole Köln gewährleistet.

Das Gemeindegebiet und somit auch die einzelnen Ortsteile sind über die Landesstraßen L 50, L 11, L 14, L 136, L 109 und L 228 sowie weitere Gemeindestraßen sehr gut an das örtliche und überörtliche Straßennetz angebunden.

In räumlicher Nähe zum Gemeindegebiet besteht seit Mai 2020 in der Stadt Baesweiler eine neue Umgehungsstraße für die Ortslage Setterich, die sich auch auf die Verkehrsflüsse in den Aldenhovener Ortsteilen Siersdorf und Schleiden auswirkt.

Aldenhoven gehört zum Aachener Verkehrsverbund (AVV). Wichtigster Umsteigeknoten im Busliniennetz ist die Haltestelle „Aldenhoven Markt“, die von den Linien 6, 71 und 90 der ASEAG sowie 220, 278 und 281 der Rurtalbus GmbH bedient wird. Die Gemeinde wird per Bus mit den Nachbarkommunen Alsdorf, Baesweiler, Eschweiler, Jülich und Linnich verbunden. Außerdem bestehen umsteigefreie Verbindungen nach Aachen und Geilenkirchen. Zusätzlich verkehren zu bestimmten Zeiten Rufbusse beziehungsweise Anruf-Sammel-Taxis.

Aldenhoven verfügt über keinen eigenen Schienenpersonennahverkehrs-Haltepunkt (SPNV-Haltepunkt). Die nächstgelegenen Bahnhaltstellen befinden sich in den Städten Alsdorf, Jülich, Eschweiler, Linnich und Herzogenrath. Diese Bahnhöfe können z.T. über die zuvor genannten Buslinien erreicht werden.

Im Zusammenhang mit dem SPNV ist zudem zu berücksichtigen, dass sich aktuell die Reaktivierung der alten Grubentrasse von Alsdorf-Kellersberg nach Siersdorf in konkreter Planung befindet. Hierdurch erhält die Gemeinde Aldenhoven erstmals einen eigenen SPNV-Haltepunkt in der Ortschaft Siersdorf. Die Umsetzung der Streckenreaktivierung ist bis voraussichtlich 2024/2025 vorgesehen.

Aufgrund der guten verkehrlichen Erreichbarkeit hat sich die Gemeinde Aldenhoven in räumlicher Nähe zu mehreren Oberzentren als attraktiver Wohnstandort entwickelt. Als solcher weist die Gemeinde einen hohen negativen Pendlersaldo auf: Gemäß den Zahlen des Statistischen Landesamtes Nordrhein-Westfalen standen im Jahr 2020 etwa 2.416 Berufseinpendlern rd. 5.612 Berufsauspendlern gegenüber.⁸ Wichtigste auswärtige Arbeitsorte der Erwerbstätigen aus Aldenhoven sind die umliegenden Städte Jülich, Aachen, Düren und Köln mit umfangreichen Arbeitsplatzangeboten.

2.2.4 Exkurs: Bergbau

Von 1938 bis 1992 wurde in der Gemeinde Aldenhoven in der Grube Emil Mayrisch Steinkohle gefördert. Dieser Bergwerksbetrieb stellte mit zu Spitzenzeiten mehr als 5.000 Beschäftigten den größten Arbeitgeber der Gemeinde dar, was auch zu einem intensiven Zuzug von (Gast-) Arbeitern geführt hat.

Seit Ende der 1950er wurde im Bereich nahe der heutigen Gemeindegrenze zudem mit dem Abbau von Braunkohle als Tagebau begonnen. Der Tagebau „Zukunft West“, der durch die Rheinbraun AG als Tochter des REW Konzerns betrieben wurde, wandert um den Standort des Kraftwerks Weisweiler. Der Tagebau „Zukunft West“ ist zusammen mit dem „Tagebau Inden“ der RWE Power AG maßgeblich mit den Abgrabungen und der Rekultivierung für die heutige Landschaft verantwortlich.

Ein großer Teil der Gemeindefläche Aldenhoven wird hierdurch bergbaulich in Anspruch genommen, wodurch 1972 der Ortsteil Obermerz, 1973 der Ortsteil Langweiler und 1980 der Ortsteil Pattern umgesiedelt wurden.

Im Zuge der Umsiedlungen entstand der Ort „Neu-Pattern“ auf dem Gemeindegebiet. Viele andere Bewohner der abgegrabenen Dörfer wurden in den benachbarten Ort Kinzweiler (Ortsteil von Eschweiler) umgesiedelt.

⁸ Quelle: www.pendleratlas.nrw.de

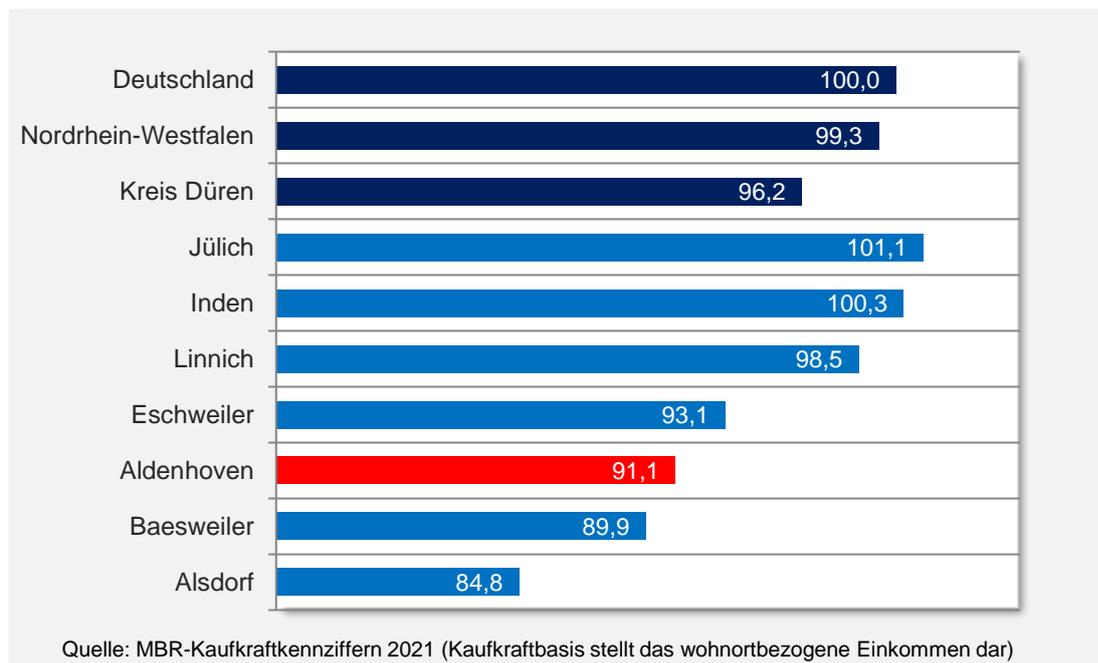
2.2.5 Einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen im Gemeindegebiet

Zur Berechnung des einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumens werden die privaten Verbrauchsausgaben zugrunde gelegt, die wiederum aus dem verfügbaren Einkommen abzüglich der Sparquote resultieren. Von den privaten Verbrauchsausgaben im gesamten Bundesgebiet sind demnach aktuell pro Jahr und Kopf insgesamt 6.546 € einzelhandelsrelevant.¹¹

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

Wie der nachstehenden Abbildung zu entnehmen ist, erreicht die sortimentspezifische Kaufkraftkennziffer der Gemeinde Aldenhoven ein Niveau von rd. 91,1 % des Bundesdurchschnitts (= 100,0). Damit liegt das Kaufkraftniveau der Gemeinde Aldenhoven niedriger als die Kaufkraftniveaus des Landes Nordrhein-Westfalen, des Kreises Düren und der meisten Umlandkommunen.

Abbildung 10: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Gemeinde Aldenhoven und in Nachbarkommunen



¹¹ Quelle: IfH Institut für Handelsforschung, Brancheninformationssystem 2019, Ergänzungen und Berechnungen der BBE; inkl. Online-Ausgaben, unberücksichtigt bleiben u.a. die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Brennstoffe und Reparaturen.

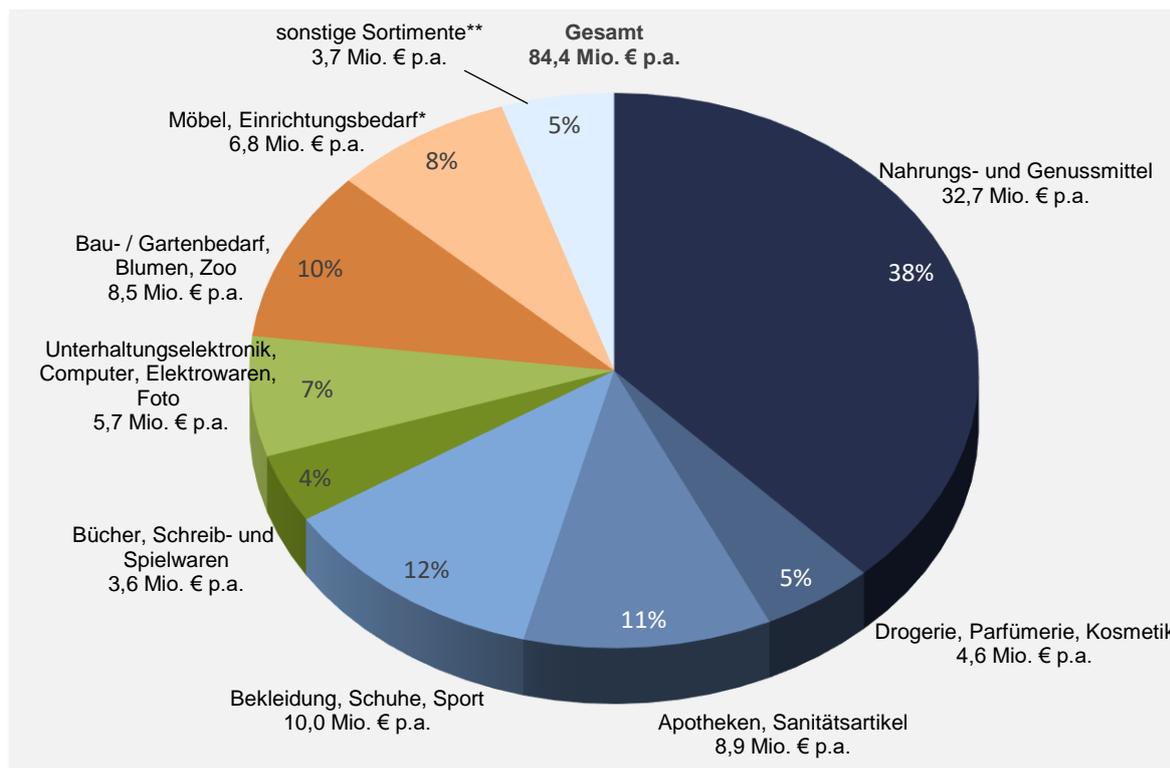
Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Aldenhoven

Für das Gemeindegebiet ergeben sich unter Beachtung des lokalen Kaufkraftniveaus jährliche Pro-Kopf-Ausgaben in Höhe von 5.966 €. Multipliziert mit der Einwohnerzahl von rd. 14.150 Personen lässt sich aktuell ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Höhe von aktuell rd. 84,4 Mio. € p.a. errechnen (vgl. nachstehende Abbildung und Tabelle).

Mit rund 38 % (rd. 32,7 Mio. € p.a.) entfällt ein großer Teil des Kaufkraftpotenzials auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Addiert man die Sortimente Drogerie-, Parfümeriewaren sowie Apotheken und Sanitätsartikel hinzu, entfallen rd. 53 % des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials (rd. 46,2 Mio. € p.a.) auf diese überwiegend nahversorgungsrelevanten Sortimente.

Für die Leitbranchen Bekleidung / Schuhe / Sport, Bücher / Schreib- / Spielwaren sowie Unterhaltungselektronik / Elektrowaren stehen im Gemeindegebiet insgesamt ca. 19,3 Mio. € p.a. (ca. 23 %) zur Verfügung. Die jährlichen Ausgaben für Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel und Einrichtungszubehör summieren sich auf ca. 15,3 Mio. € p.a. (ca. 18 %), die sonstigen Warengruppen umfassen ca. 3,7 Mio. € p.a. Kaufkraft bzw. ca. 5 % des Gesamtvolumens.

Abbildung 11: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten



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

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

Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IfH-Daten und unter Verwendung der sortimentsbezogenen MBR-Kaufkraftkennziffern

Tabelle 2: Einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben in der Gemeinde Aldenhoven p.a.

Sortiment	Deutschland	Gemeinde Aldenhoven	
	Pro-Kopf-Ausgaben	Pro-Kopf-Ausgaben	Kaufkraft-potenzial
	in € p.a.	in € p.a.	in Mio. € p.a.
Nahrungs- und Genussmittel	2.516	2.309	32,7
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	355	324	4,6
Apothekenwaren	614	535	7,6
Sanitätsbedarf, medizinische, orthopädische Artikel, Hörgeräte	108	94	1,3
Blumen	65	61	0,9
Tierfutter, Heimtierzubehör, lebende Tiere	57	52	0,7
Bekleidung, Wäsche	531	487	6,9
Schuhe, Lederwaren	120	111	1,6
Sport-, Campingartikel	112	107	1,5
Bücher, Zeitschriften	101	90	1,3
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	81	72	1,0
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	96	91	1,3
Möbel, Küchen	365	321	4,5
GPK*, Haushaltswaren, Geschenkartikel	61	55	0,8
Haus-, Tisch-, Bettwäsche	22	20	0,3
Heimtextilien, Gardinen	23	21	0,3
Bettwaren	38	34	0,5
Lampen und Leuchten	32	29	0,4
Elektrogroßgeräte	6	5	0,1
Elektrokleingeräte	53	47	0,7
Unterhaltungselektronik, Ton-/ Bildträger	57	52	0,7
Computer, Telekommunikation	123	111	1,6
Foto	208	190	2,7
Optik	41	37	0,5
Uhren, Schmuck	52	45	0,6
Bau- und Heimwerkerbedarf	76	70	1,0
Farben, Bodenbeläge, Teppiche	307	288	4,1
Pflanzen, Gartenbedarf	136	128	1,8
Fahrräder, Fahrradzubehör	79	73	1,0
Autozubehör	54	54	0,8
Sonstiger Einzelhandel**	57	52	0,7
Gesamt	6.546	5.966	84,4

* Glas, Porzellan, Keramik
 ** u.a. Antiquitäten, Kunstgegenstände, Briefmarken/ Münzen, Kinderwagen
 Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IfH-Daten und unter Verwendung der sortimentsbezogenen MBR-Kaufkraftkennziffern
 Rundungsdifferenzen möglich

3 Einzelhandelssituation in der Gemeinde Aldenhoven

3.1 Überblick

Im Rahmen der Betriebsstättenenerhebung wurden die Verkaufsflächen (VKF) aller in der Gemeinde Aldenhoven ansässigen Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe¹² einschließlich der Apotheken und Tankstellen-Convenience-Shops¹³, differenziert nach Warengruppen, erfasst.

Demnach gibt es im Gemeindegebiet derzeit insgesamt

- 51 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe, die zusammen über eine
- Verkaufsfläche von rd. 10.620 m² verfügen und einen
- Gesamtumsatz von rd. 56,9 Mio. € p.a. erwirtschaften.

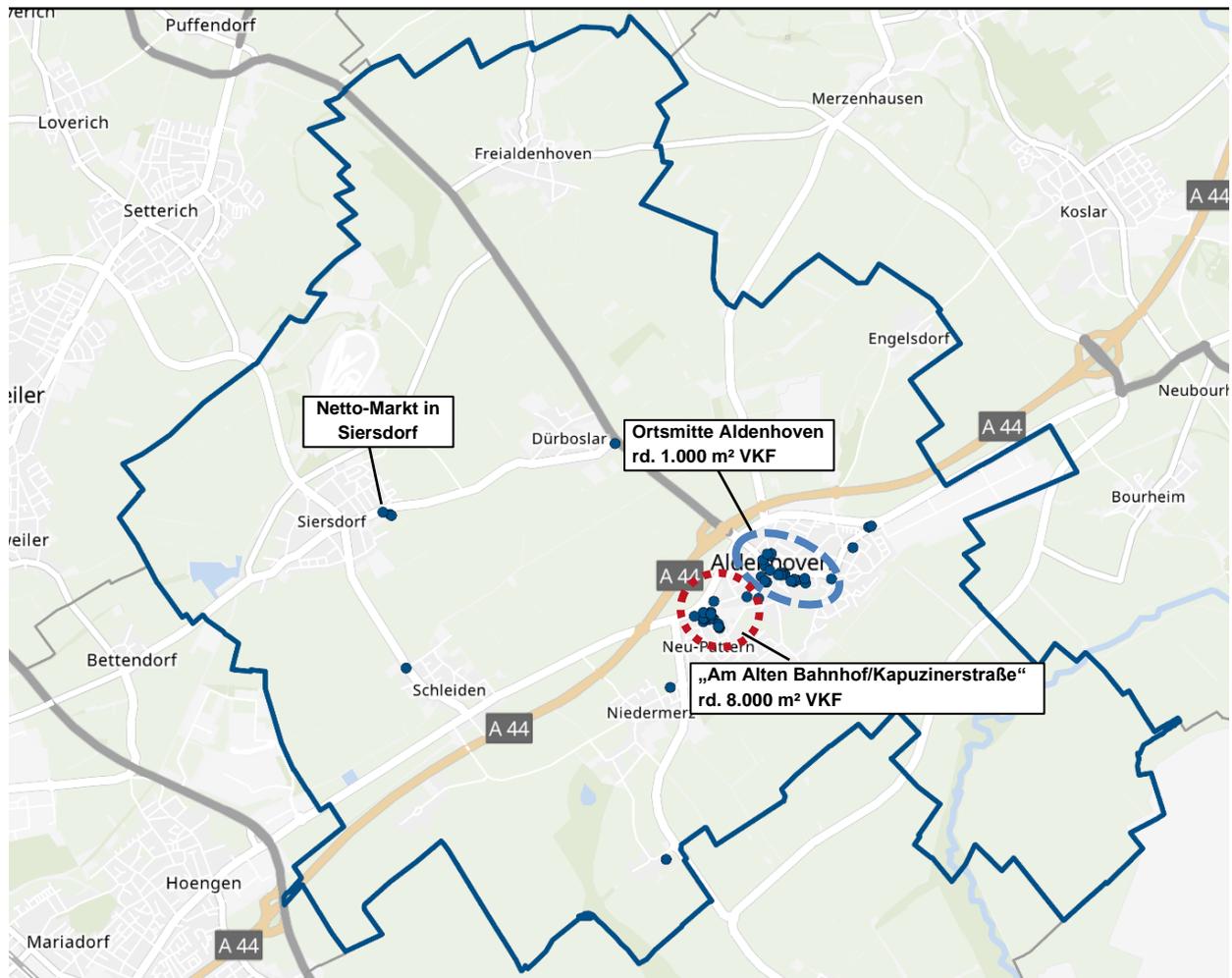
Eine erste Bewertung der Angebotsstruktur ist u.a. durch die Relation zwischen der Einzelhandelsverkaufsfläche und der Einwohnerzahl möglich. Hierbei ergibt sich für die Gemeinde Aldenhoven ein Dichtewert (Arealitätsziffer) von 0,75 m² je Einwohner. Damit liegt die Flächenausstattung im Gemeindegebiet von Aldenhoven deutlich unterhalb des deutschen Durchschnittswerts von ca. 1,5 m² je Einwohner.¹⁴ Dies deutet grundsätzlich darauf hin, dass Versorgungslücken in einzelnen Bereichen der Einzelhandelsausstattung bestehen bzw. der Einzelhandel in der Gesamtschau keine übergemeindliche Ausstrahlungskraft entfalten kann.

¹² Als Einzelhandelsbetriebe werden hier und im Folgenden diejenigen Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Der Gruppe der Ladenhandwerksbetriebe sind die Betriebe des Bäckerei- und Konditorenhandwerks sowie die Metzgereien zuzuordnen. Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handwerks, des Handels mit Mineralölzeugnissen (außer größeren Verkaufsräumen in Tankstellen) und ähnlichen Waren.

¹³ Als Tankstellen-Convenience-Shops werden diejenigen Verkaufsstellen der Tankstellenbetriebe erfasst, die Einzelhandelswaren in Verkaufsräumen anbieten.

¹⁴ Der Handelsverband Deutschland (HDE) weist für das Jahr 2020 eine bundesweite Verkaufsfläche (VKF) von rd. 125 Mio. m² aus. Bezogen auf die Bevölkerung (2020: rd. 83,2 Mio. Einwohner) ergibt sich ein Dichtewert von rd. 1,5 m² VKF je Einwohner).

Abbildung 12: Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Gemeinde Aldenhoven



Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe

- Einzelhandelsbetriebe
- Gemeindegrenze Aldenhoven



Quelle: BBE-Erhebungen, eigene Darstellung 2022

3.2 Einzelhandelsstrukturen nach Ortsteilen der Gemeinde Aldenhoven

Wie den nachfolgenden Abbildungen und der Tabelle 3 zu entnehmen ist, konzentriert sich der Einzelhandelsbesatz der Gemeinde Aldenhoven vor allem auf den Hauptort Aldenhoven, wo 45 der insgesamt 51 Betriebe ansässig sind.

In den sonstigen Ortsteilen sind dagegen keine bzw. nur wenige, fast ausschließlich kleinteilige Einzelhandelsbetriebe vorzufinden. Lediglich der Ortsteil Siersdorf weist mit einem Netto-Lebensmitteldiscountmarkt noch eine etwas umfangreichere Einzelhandelsausstattung auf.

Tabelle 3: Verkaufsflächen und Umsätze in Aldenhoven nach Ortsteilen

Ortsteil	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz		Einwohner	
	abs.	in %	in m ²	in %	in Mio. €	in %	abs.	in %
Kernort Aldenhoven	45	88	9.610	90	52,2	92	7.457	53
■ Ortsmitte	23	45	1.030	10	10,3	18	--	--
■ Am Alten Bahnhof/ Kapuzinerstraße	18	35	8.030	76	40,0	71	--	--
■ sonstige Standorte	4	8	550	4	1,9	3	--	--
sonstige Ortsteile	6	12	1.010	10	4,7	8	6.690	47
Gemeinde Aldenhoven	51	100	10.620	100	56,9	100	14.147	100

Quelle: BBE-Darstellung und -Erhebungen 2022

3.2.1 Ortsteil Aldenhoven

Mit rd. 7.460 Einwohnern bzw. einem Anteil von rd. 53 % lebt knapp mehr als die Hälfte der Bevölkerung der Gemeinde im Kernort Aldenhoven.

Der Ortsteil Aldenhoven nimmt innerhalb der Gemeinde als größter Ortsteil und Kernort mit den meisten gemeinderelevanten Funktionen (u.a. Standort der Gemeindeverwaltung und weiterer öffentlicher Infrastruktureinrichtungen) eine besondere Stellung ein.

Auch im Einzelhandelsbereich übernimmt der Ortsteil die wesentlichen gemeindebezogenen Versorgungsfunktionen. So wurden im Ortsteil Aldenhoven insgesamt 45 Einzelhandelsbetriebe erhoben, die über eine Verkaufsfläche von rd. 9.610 m² verfügen. Die dort ansässigen Einzelhandelsbetriebe erwirtschaften nach eigener Prognose einen Jahresumsatz in Höhe von rd. 52,2 Mio. €.

Im Ortsteil Aldenhoven sind mit dem Standortbereich „Am Alten Bahnhof/ Kapuzinerstraße“ und der Ortsmitte grundsätzlich zwei Einzelhandelsschwerpunkte zu unterscheiden. Darüber hinaus übernimmt ein Norma-Lebensmitteldiscountmarkt an der Jülicher Straße ergänzende gesamtgemeindliche Versorgungsfunktionen.

Insgesamt sind vier großflächige Einzelhandelsbetriebe (> 800 m² Verkaufsfläche) im Gemeindegebiet ansässig, die ohne Ausnahme außerhalb der Ortsmitte im Kernort Aldenhoven vorzufinden sind. Zu den

großflächigen Betrieben gehören die Lebensmittelmärkte Edeka, Lidl, Aldi Süd und Netto. Mit insgesamt ca. 4.570 m² Verkaufsfläche entfallen rd. 43 % der Gesamtverkaufsfläche auf diese vier Einzelhandels-großbetriebe.

Als Zwischenfazit ist festzuhalten, dass der Ortsteil Aldenhoven als Einzelhandelsstandort trotz der räumlichen Randlage innerhalb der Gemeinde die umliegenden Ortsteile versorgt, sodass dem Kernort eine gesamtgemeindliche Versorgungsfunktion zukommt.

Da eine wichtige Aufgabe des vorliegenden Gutachtens darin besteht, die Hauptfunktionsbereiche des innerstädtischen Einzelhandels räumlich zu bestimmen, wurden in den beiden wichtigsten Handelslagen von Aldenhoven (Ortmitte und Standortbereich „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“) Kartierungen der Erdgeschossnutzungen vorgenommen.

Unterschieden wurden dabei folgende Nutzungskategorien:

- Einzelhandel
- Private Dienstleistungen
- Gastronomie/Freizeit
- Öffentliche Einrichtungen
- Gewerbe/Handwerk
- Leerstehende gewerbliche Objekte bzw. Mindernutzungen.

Die Ergebnisse der Erhebungen werden nachfolgend zusammengefasst:

Ortmitte von Aldenhoven

Die Ortmitte von Aldenhoven erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Alten Turmstraße zwischen Kapellenplatz im Westen und dem Merzbach im Osten. Darüber hinaus umfasst die Ortmitte die hieran angrenzenden Bereiche der Frauenrather Straße, der Dietrich-Mülfahrt-Straße und der Marienstraße. Entlang der Alten Turmstraße ist der überwiegende Teil derjenigen Einzelhandelsbetriebe vorzufinden, die sich der Ortmitte zuordnen lassen. Ergänzend sind dort einige Dienstleistungsbetriebe und gastronomische Angebote vertreten.

Die Ortmitte von Aldenhoven verzeichnet mit 23 Einzelhandelsbetriebe und einer Gesamtverkaufsfläche von nur rd. 1.000 m² eine durchschnittliche Verkaufsflächengröße je Betrieb von lediglich 43 m² – ein deutlicher Beleg für die kleinteilige Struktur in der Ortmitte.

Im Kernort befinden sich zudem insgesamt acht leerstehende Ladenlokale, die sich insbesondere entlang der Alten Turmstraße verteilen.

Der Einzelhandelsbestand innerhalb der Ortmitte ist von inhabergeführten Fachgeschäften geprägt. Der Angebotsschwerpunkt liegt mit rd. 470 m² Verkaufsfläche im nahversorgungsrelevanten Angebotsbereich. Darüber hinaus sind einzelne Fachgeschäfte mehrerer Branchen vertreten (u.a. zwei Blumengeschäfte, ein Tierbedarfs-Fachgeschäft, Anbieter von Schreibwaren und Geschenkartikeln, Optiker / Juwelier).

Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Aldenhoven

Darüber hinaus sind in der Ortsmitte mehrere öffentliche Einrichtungen sowie Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe ansässig. Auffällig ist, dass auch in den Zentrallagen viele Gebäude auch in den Erdgeschossen mit Wohnnutzungen belegt sind.

Abbildung 13: Nutzungsstruktur der Ortsmitte von Aldenhoven



Nutzungskartierung Ortskern Aldenhoven

- Einzelhandel
- Dienstleistung
- Gastronomie/ Freizeit
- Öffentliche Einrichtung
- Gewerbe/ Handwerk
- Leerstand
- Radweg



Quelle: © OpenStreetMap contributors, Map layer by Esri, BBE Handelsberatung 2021



Quelle: Eigene Darstellung, eigene Darstellung 2022

Die verkehrliche Situation im Ortskern ist als angespannt zu bezeichnen. Die Alte Turmstraße ist für eine im Zweirichtungsverkehr befahrbare Durchgangsstraße relativ eng. Zudem werden die Fahrbahnquerschnitte durch straßenbegleitende Parkplätze verengt. Insbesondere für Fußgänger ist die Gestaltung nicht optimal, da die Aufenthaltsflächen innerhalb des Straßenraumes dadurch eingeschränkt werden.

Die Ortsmitte ist über mehrere Buslinien mit den anderen Ortsteilen der Gemeinde und mit den umgebenden Orten Jülich, Alsdorf, Linnich, Eschweiler und Baesweiler verbunden und mit mehreren Bushaltestellen ausgestattet. Die zentral gelegenen Haltestellen Aldenhoven Markt und Aldenhoven Kirche stellen hierbei die zentralen Knotenpunkte aller Buslinien in der Gesamtgemeinde dar.

In weiten Teilen der Ortsmitte besteht starker Parkdruck, der insbesondere durch die unterschiedlichen Nutzungen Wohnen, Dienstleistung und Einzelhandel hervorgerufen wird. Parkmöglichkeiten bestehen straßenbegleitend und auf dem historisch bedeutenden Marktplatz auf Kosten der städtebaulichen Qualität. Die Parkdauer ist beschränkt (Parkscheibe), das Parken aber gebührenfrei.

Standortbereich „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“

Der eindeutige Angebotsschwerpunkt des Einzelhandelsbestandes der Gemeinde Aldenhoven liegt im Standortbereich „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“ im Südwesten des Ortsteils Aldenhoven.

Der Standortbereich grenzt im Süden unmittelbar an die Siedlungsbereiche von Neu-Pattern und Osten an die Wohnbebauung des Kernortes, sodass es sich um eine siedlungsintegrierte Standortlage handelt. Dennoch handelt sich bei dem Standortbereich „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“ zudem um einen Standort mit hoher Verkehrsgunst, da der Standort bedingt durch seine günstige Anbindung an die A 44 und die B 56 / L 136 auch für Kunden aus umliegenden Orten sehr gut zu erreichen.

Der Einzelhandelsschwerpunkt „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“ ist im Wesentlichen dadurch entstanden, dass im Zuge der Errichtung des Umsiedlungsstandortes Neu-Pattern westlich der Ortslage von Aldenhoven gleichzeitig die bauleitplanerischen Voraussetzungen zur Errichtung angemessener Einzelhandelsangebote in der Scharnierlage zwischen „Alt-Aldenhoven“ und der neu errichteten Ortslage geschaffen wurden.

Die Fachmärkte im Standortbereich „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“ verfügen über großzügig bemessene Parkplätze, die den Stellplatzbedarf decken. Über die Bushaltestellen „Aldenhoven, Alter Bahnhof“ und „Aldenhoven, Blumenstraße“ mit den Linien 71 und 220 ist der Einzelhandelsstandort an das ÖPNV-Netz angebunden.

Die Handelslage „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“ stellt den eindeutigen Angebotsschwerpunkt des Aldenhovener Einzelhandels dar. Wichtigste Funktionsträger im Gebiet sind folgende (großflächigen) Einzelhandelsbetriebe:

- Edeka Geldermann, rd. 1.875 m² (genehmigte) Verkaufsfläche
- Aldi Süd, rd. 900 m² (genehmigte) Verkaufsfläche
- Netto, rd. 825 m² (genehmigte) Verkaufsfläche
- Action, rd. 795 m² (genehmigte) Verkaufsfläche
- dm, rd. 640 m² (genehmigte) Verkaufsfläche
- KiK, rd. 480 m² (genehmigte) Verkaufsfläche
- Takko Fashion, rd. 415 m² (genehmigte) Verkaufsfläche
- K+K Schuhcenter, rd. 390 m² (genehmigte) Verkaufsfläche

Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Aldenhoven

- Lidl, rd. 970 m² Verkaufsfläche
- Getränke Hoffmann, rd. 470 m² Verkaufsfläche.

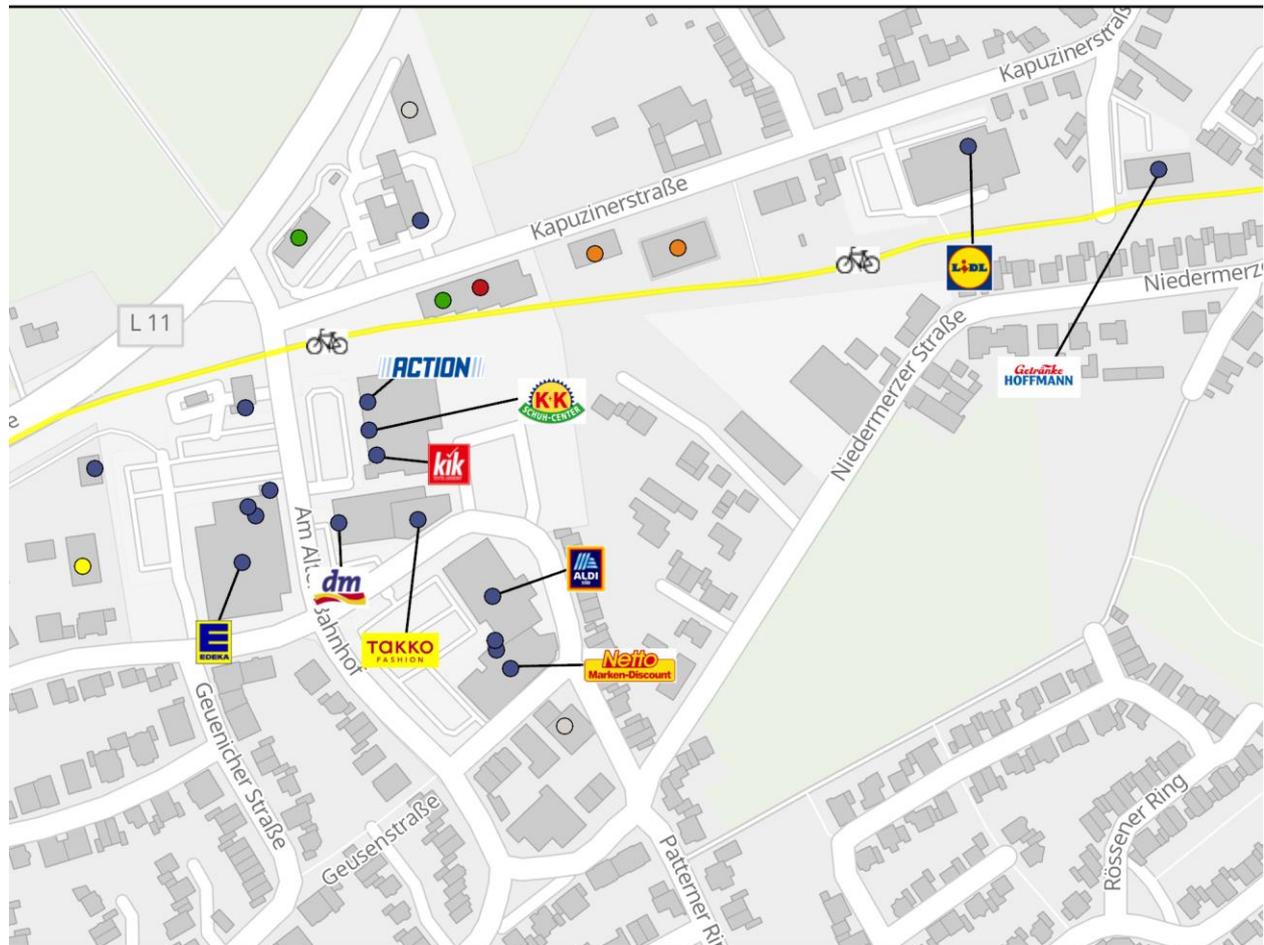
Die Gesamtverkaufsfläche von rd. 8.030 m², verteilt auf nur 18 Betriebe, verdeutlicht die überdurchschnittlichen Flächengrößen der Einzelhandelsbetriebe (rd. 446 m² VKF je Betrieb).

Tabelle 4: Verkaufsflächen und Umsätze im Standortbereich „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“

Sortiment	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m ²	in %	in Mio. € p.a.	in %
Nahrungs- und Genussmittel/Bäcker/Metzger	4.350	54,2	25,0	62,5
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, pharmazeutische, medizinische, orthopädische Artikel, Optik*	850	10,6	4,8	12,0
Papier, Büro, Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	180	2,2	0,7	1,8
überwiegend kurzfristiger Bedarf	5.380	67,0	30,5	76,3
Bekleidung/Wäsche	980	12,2	3,1	7,8
Schuhe/Lederwaren	440	5,5	1,1	2,8
Baumarktsortiment, Blumen, Pflanzen / Gartenbedarf (ohne Gartenmöbel), Tierfutter, Heimtierzubehör, lebende Tiere	310	3,9	1,7	4,3
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltsgegenstände / Geschenkartikel	450	5,6	0,8	2,0
Spielwaren, Hobby, Basteln, Musikinstrumente, Sport- und Campingartikel, Fahrräder	210	2,6	0,9	2,3
überwiegend mittelfristiger Bedarf	2.390	29,8	7,6	19,0
Möbel (inkl. Bad-/Garten-/Büromöbel), Haus- und Heimtextilien	70	0,9	0,5	1,3
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-Zubehör, Kommunikation, Foto/Video, elektrische Haushaltsgeräte, Lampen / Leuchten	130	1,6	1,1	2,8
Sonstiger Einzelhandel**	60	0,7	0,3	0,8
überwiegend langfristiger Bedarf	260	3,2	1,9	4,8
Gesamt	8.030	100,0	40,0	100,0

* inkl. Randsortimente der Lebensmittel- und Mehrbranchenunternehmen
 ** u. a. Uhren/ Schmuck, Antiquitäten, Kunstgegenstände, Briefmarken/ Münzen, Kinderwagen
 Quelle: BBE-Erhebungen 2022 (Rundungsdifferenzen möglich)

Abbildung 14: Nutzungsstruktur des Standortbereichs Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße



Nutzungskartierung Einzelhandelsstandort "Am Alten Bahnhof/ Kapuzinerstraße"

- Einzelhandel
- Dienstleistung
- Gastronomie/ Freizeit
- Öffentliche Einrichtung
- Gewerbe/ Handwerk
- Leerstand
- Radweg



Quelle: Eigene Darstellung, eigene Darstellung 2022

Der Angebotsschwerpunkt besteht in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten, auf die ein Verkaufsflächenanteil von rd. 62 % und rd. drei Viertel des Umsatzes entfällt. Wichtigste Anbieter in diesem Segment ist der Supermarkt Edeka Geldermann und die Lebensmitteldiscounter Aldi Süd und Netto. Ergänzt wird das Lebensmittelangebot durch mehrere Anbieter des Lebensmittelhandwerks. Zudem ist an dem Standort eine dm-Filiale vorhanden. Des Weiteren besteht ein größeres Angebot in den Sortimenten Bekleidung und Schuhe mit den Fachmärkten Kik, Takko und K + K-Schuhcenter. Ein weiterer standortprägender Anbieter ist der Nonfood-Discounter Action. Dagegen werden insbesondere die Sortimente des langfristigen Bedarfs nur auf geringen Verkaufsflächen – insbesondere als Randsortimente der Nahversorgungsmärkte bzw. des Action-Nonfood-Discounters – präsentiert.

3.2.2 Sonstiges Gemeindegebiet

Im übrigen Gemeindegebiet von Aldenhoven leben rd. 6.690 Einwohner. Obwohl auf das restliche Gemeindegebiet damit rd. 47 % der Gesamtbevölkerung entfällt, ist der Einzelhandelsbesatz mit nur 6 Betrieben und zusammen rd. 1.000 m² Verkaufsfläche und rd. 4,7 Mio. € Umsatz p.a. sehr gering ausgeprägt. Als wesentlicher Grund hierfür ist anzusehen, dass in den einzelnen Ortsteilen die Einwohnerzahl und damit die Nachfrageplattform für den Betrieb von Einzelhandelsnutzungen vergleichsweise klein sind.

Den einzigen größeren Einzelhandelsbetrieb stellt im weiteren Gemeindegebiet ein Netto-Lebensmitteldiscountmarkt (ca. 780 m² VKF) im Ortsteil Siersdorf am Standort Mühlenstraße 56 dar.

Darüber hinaus ist außerhalb des Kernortes lediglich ein ergänzendes Einzelhandelsangebot (Bäckerei in Siersdorf, Hofladen in Niedermerz, zwei Blumengeschäfte in Niedermerz und Dürboslar, Kiosk in Schleiden) vorzufinden.

3.3 Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten

Wie bereits im Kapitel 1.2 dargestellt, wurden die Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Branchen erhoben. Somit besteht die Möglichkeit, die in der Gemeinde Aldenhoven vorgefundenen Angebote sortiments-scharf zu bewerten.

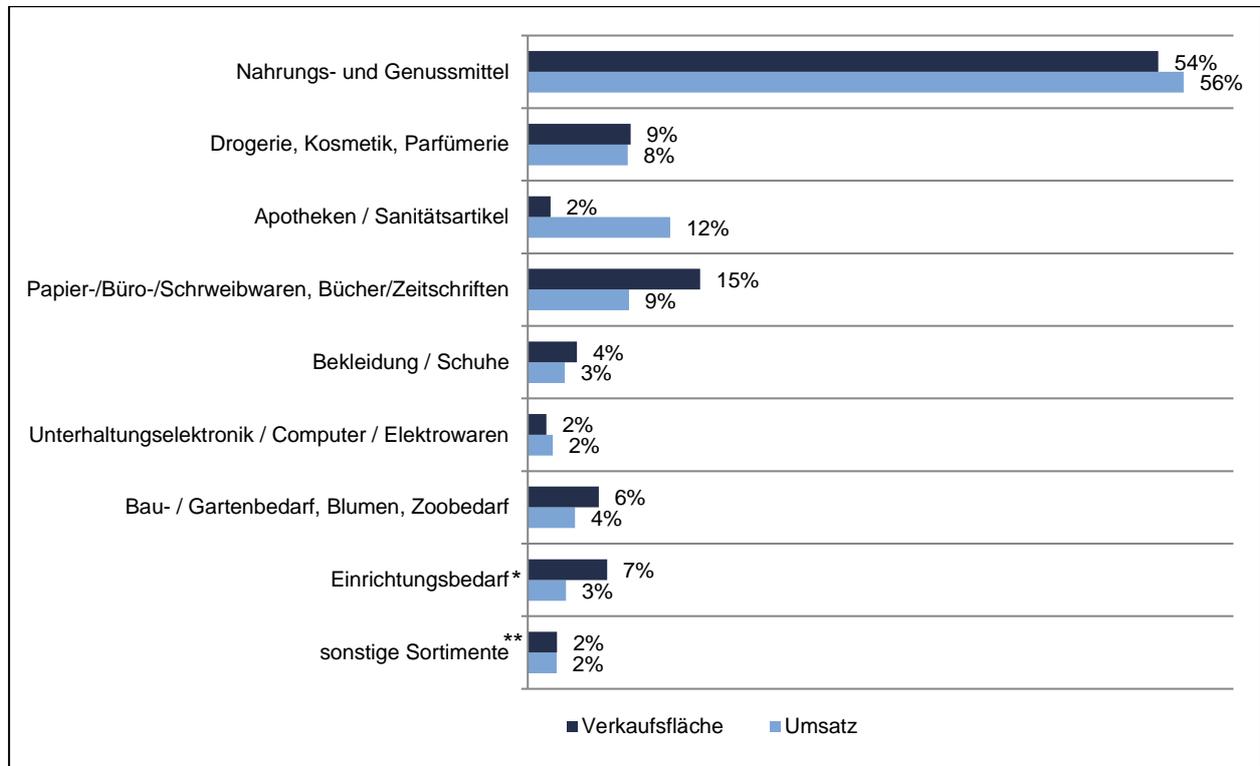
Wie aus der Abbildung 15 und der Tabelle 5 zu entnehmen ist, ergeben sich unter quantitativen Gesichtspunkten zum Teil deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Warengruppen.

Sowohl hinsichtlich der Verkaufsfläche als auch im Hinblick auf den erwirtschafteten Umsatz ist der sortimentsbezogene Angebotsschwerpunkt eindeutig im **Lebensmitteleinzelhandel** auszumachen, der mit rd. 5.695 m² rd. 54 % des gesamtstädtisch vorhandenen Verkaufsflächenbestandes auf sich vereinen kann. Auch hinsichtlich des erwirtschafteten Umsatzes ist die Sortimentsgruppe mit rd. 31,7 Mio. € p.a. bzw. etwa 56 % die mit deutlichem Abstand umsatzstärkste Warengruppe.

Angebotsprägend sind hier der Vollsortimenter Edeka Geldermann, die Lebensmitteldiscounter von Aldi Süd, Netto, Lidl und Norma sowie der Getränkemarkt Hoffmann, die von mehreren Ladenhandwerksbetrieben und Spezialanbietern ergänzt werden.

Auch das **Drogeriewarenssegment** erreicht mit rd. 8 % vergleichsweise hohe Umsatzanteile. Der Verkaufsflächenanteil beträgt ebenfalls rd. 9 %. Wichtigster Anbieter ist der im Ortsteil Aldenhoven am Standort „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“ ansässige dm-Drogeriemarkt. Drogeriewaren werden darüber hinaus als Randsortiment der oben aufgezeigten Lebensmittelmärkte angeboten.

Auf die **sonstigen Sortimente** entfällt bei einem Umsatzanteil von 35 % etwa 38 % der Verkaufsfläche. Dominant ist dabei mit einem Flächenanteil von 15 % die Warengruppe „Bekleidung und Schuhe“. Das Angebot in diesen Branchen konzentriert sich auf die Filialisten KiK und Takko Fashion sowie K + K-Schuhcenter am Standort „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“.

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

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

** Bücher, Zeitschriften, Schreib- und Spielwaren, Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst
Quelle: Eigene Erhebungen; Rundungsdifferenzen möglich

Am Standort „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“ ist mit dem Nonfood-Discounter Action ein weiterer größerer Anbieter ansässig, womit auf die Warengruppe „Einrichtungsbedarf“ rd. 7 % der örtlichen Verkaufsfläche entfallen.

Darüber hinaus gibt es in der Gemeinde hinsichtlich der Verkaufsflächenausstattung keine weiteren nennenswerten Angebotsschwerpunkte. Neben zwei Apotheken sowie einzelnen Fachgeschäften beschränkt sich das Angebot in den sonstigen Sortimenten oftmals auf die Randsortimente des ortsansässigen Lebensmitteleinzelhandels und hier im Wesentlichen auf die wöchentlich wechselnden Aktionswaren.¹⁵

¹⁵ Grundsätzlich ist festzustellen, dass das Aktionswarenprogramm der Lebensmitteldiscounter sämtliche Warengruppen des Einzelhandels umfasst, wobei insbesondere folgende Sortimentsbereiche regelmäßig im Angebot zu finden sind: Bekleidung / Textilien, Schuhe / Lederwaren, Papier / Schreibwaren / Bücher, Haushaltswaren, Spielwaren und Sportartikel, Elektrogeräte und Unterhaltungselektronik, Heimwerker- / Gartenbedarf. Nach gutachterlichen Berechnungen auf Basis von Branchenveröffentlichungen und Ergebnissen der BBE-Marktforschung stellt das Textilsortiment unter den Nonfood-Artikeln von Lebensmittel-Discountmärkten das umsatzstärkste Teilsortiment dar. Im Durchschnitt über alle Discountmärkte entfallen demnach ca. 6,0 % des Gesamtumsatzes auf das Textilsortiment. An zweiter Stelle folgt mit ca. 3,5 % des Umsatzes das Segment (Unterhaltungs-) Elektronik. Für die sonstigen Nonfood-Sortimente liegen die durchschnittlichen Umsatzanteile bei ca. 0,5 - 1,0 %. Eine tiefer gehende Flächen- bzw. Sortimentsdifferenzierung ist darüber hinaus nicht möglich.

Tabelle 5: Verkaufsf lächen und Umsätze in der Gemeinde Aldenhoven nach Sortimenten

Sortiment	Verkaufsf läche		Umsatz	
	in m ²	in %	in Mio. € p.a.	in %
Nahrungs- und Genussmittel/Bäcker/Metzger	5.695	53,7	31,7	55,9
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, pharmazeutische, medizinische, orthopädische Artikel, Optik	1.160	10,9	12,0	21,2
Papier, Büro, Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	270	2,5	1,1	1,9
überwiegend kurzfristiger Bedarf	7.125	67,2	44,8	79,0
Bekleidung/Wäsche	1.055	9,9	3,4	5,9
Schuhe/Lederwaren	450	4,2	1,2	2,1
Baummarktsortiment, Blumen, Pflanzen / Gartenbedarf (ohne Gartenmöbel), Tierfutter, Heimtierzubehör, lebende Tiere	735	6,9	2,8	4,8
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltsgegenstände / Geschenkartikel	585	5,5	1,0	1,7
Spielwaren, Hobby, Basteln, Musikinstrumente, Sport- und Campingartikel, Fahrräder	230	2,2	0,9	1,6
überwiegend mittelfristiger Bedarf	3.055	28,8	9,3	16,0
Möbel (inkl. Bad-/Garten-/Büromöbel), Haus- und Heimtextilien	120	1,1	0,8	1,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Lampen / Leuchten	70	0,7	0,4	0,7
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-Zubehör, Kommunikation, Foto/Video	110	1,0	0,9	1,6
Uhren/ Schmuck	20	0,2	0,1	0,2
Sonstiger Einzelhandel*	110	1,0	0,4	0,7
überwiegend langfristiger Bedarf	430	4,1	2,6	4,5
Gesamt	10.610	100	56,9	100

* u. a. Antiquitäten, Kunstgegenstände, Briefmarken/ Münzen, Kinderwagen
 Quelle: BBE-Erhebungen 2022 (Rundungsdifferenzen möglich)

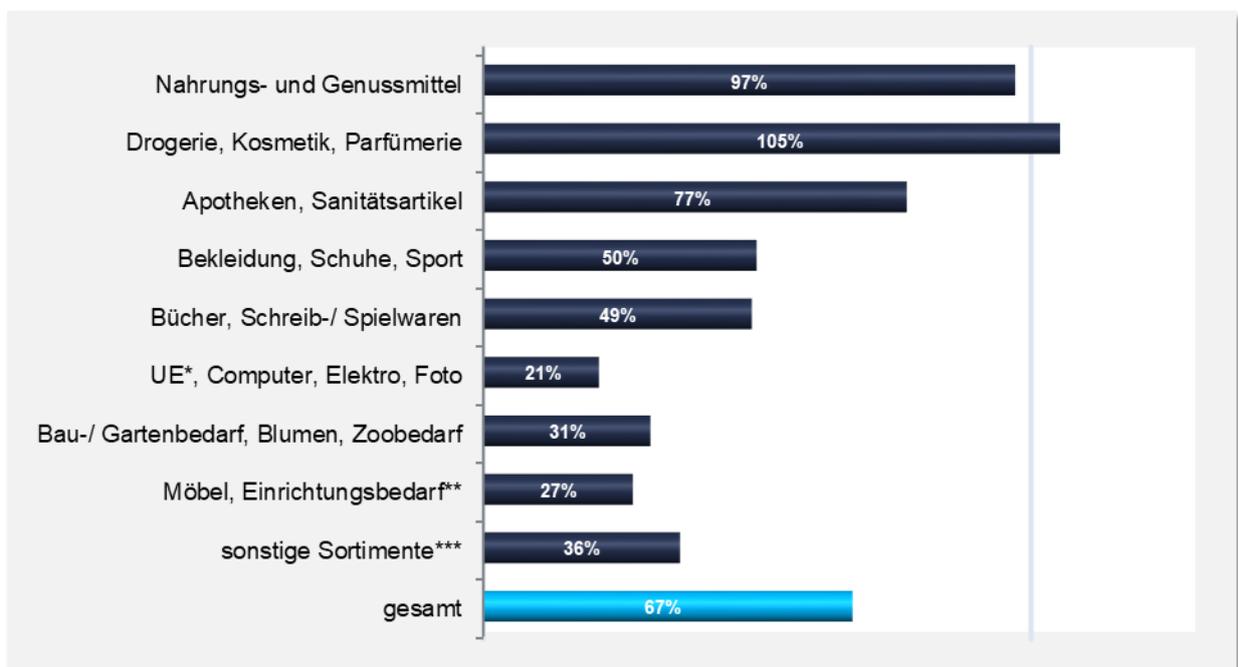
3.4 Einzelhandelszentralität

Auf Basis der Ergebnisse der Angebots- und Nachfrageanalyse lässt sich die funktionale Bedeutung des Einzelhandels mit Hilfe der Umsatz-Kaufkraft-Relation (Einzelhandelszentralität) bewerten. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation stellt das Verhältnis zwischen den erwirtschafteten Umsätzen des Einzelhandels in der Gemeinde Aldenhoven und dem Kaufkraftpotenzial der Bevölkerung der Gemeinde dar. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist wie das lokal vorhandene Kaufkraftpotenzial, während Abweichungen über den Basiswert auf Kaufkraftzuflüsse bzw. Abweichungen unterhalb des Basiswertes auf Kaufkraftabflüsse hinweisen.

Für die Gemeinde Aldenhoven liegt die **Umsatz-Kaufkraft-Relation** nach den vorliegenden Zahlen bei rd. 67 %, sodass das vorhandene Kaufkraftpotenzial den lokal erwirtschafteten Gesamtumsatz deutlich übersteigt und per Saldo rd. 27,5 Mio. € p.a. Kaufkraft aus dem Gemeindegebiet an Angebotsstandorte in den Umlandkommunen oder in den Online-Handel abfließen.

Die Umsatz-Kaufkraft-Relationen nach Sortimenten lassen Rückschlüsse auf die Stärken und Schwächen des Einzelhandelsangebotes in der Gemeinde Aldenhoven in Verbindung mit der regionalen Wettbewerbssituation zu (vgl. Abbildung 16 und Tabelle 6). Dabei ist zu beachten, dass üblicherweise im Bereich der Nahversorgung eine höhere Einkaufsorientierung auf das Wohnumfeld besteht als bei spezialisierten Artikeln des mittel- und langfristigen Bedarfs, bei denen die Gemeinde Aldenhoven in einem stärkeren Wettbewerbsbezug zu den regionalen Einkaufsstädten und zum Onlinehandel steht und damit tendenziell geringere Umsatz-Kaufkraft-Relationen erzielt.

Abbildung 16: Umsatz-Kaufkraft-Relation in der Gemeinde Aldenhoven im Überblick



* Unterhaltungselektronik

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

*** inkl. Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst

Quelle: Eigene Erhebungen, Rundungsdifferenzen möglich

So sind mit Abstand die höchsten Umsatz-Kaufkraft-Relationen im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente zu verzeichnen. Der in der Relation zur verfügbaren Kaufkraft höchste Umsatz wird im Sortiment **Drogeriewaren** erzielt; eine Einzelhandelszentralität von rd. 105 % spiegelt eine quantitativ sehr gute Versorgungssituation wider, sodass sogar geringe Kaufkraftzuflüsse generiert werden können. Mit 97 % liegt die Zentralität im **Lebensmittelsegment** nur leicht hinter den Drogeriewaren. Im Segment pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel ist ebenfalls noch eine höhere Kaufkraftbindungsquote festzustellen (77 %).

In der die Innenstadt prägenden Sortimentsgruppe **Bekleidung / Schuhe / Sport** liegt der Zentralitätswert der Gemeinde Aldenhoven bei ca. 49 %, sodass per Saldo Kaufkraftabflüsse in Höhe von rd. 5,1 Mio. € p.a., beispielsweise in das Oberzentrum Aachen und in die umliegenden Mittelzentren ablesbar sind. In diesem Zusammenhang ist auch auf die Bedeutung des Onlinehandels zu verweisen, der in den Bereichen Fashion & Accessoires sowie Freizeit / Hobby in Deutschland durchschnittlich bereits Marktanteile von 29 - 30 % erreicht.

Dagegen sind relativ geringe Umsatz-Kaufkraft-Relationen vor allem bei **Elektrowaren / Unterhaltungselektronik / Computer / Foto, Bau- und Gartensortimenten** (inkl. Blumen, zoologischer Bedarf) sowie **Möbeln und Einrichtungsbedarf** festzustellen. Hierbei handelt es sich um Sortimente, die insbesondere in den umliegenden Oberzentren bzw. in starkem Maße online gekauft werden. Entsprechend kann der örtliche Einzelhandel per Saldo nur einen geringen Anteil der örtlichen Kaufkraft in diesen Sortimenten binden.

Tabelle 6: Umsatz-Kaufkraft-Relationen nach Sortimenten in der Gemeinde Aldenhoven

Sortiment	Kaufkraft	Umsatz	Umsatz-Kaufkraft-Relation	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	32,7	31,7	97	- 1,0
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	4,6	4,8	105	+ 0,2
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, medizinische, orthopädische Artikel, Hörgeräte	8,9	6,9	77	- 2,0
Bücher, Zeitschriften, Papier-, Büro-, Schreibwaren	2,3	1,1	50	- 1,1
Bekleidung, Schuhe, Lederwaren	10,0	4,9	49	- 5,1
Unterhaltungselektronik, Computer, Telekom, Foto	5,7	1,2	21	- 4,5
Bau- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge, Teppiche, Blumen, Pflanzen, Gartenbedarf, Zoo	9,2	2,8	31	- 6,4
Möbel, Einrichtungsbedarf*	6,8	1,9	27	- 4,9
Sonstiger Einzelhandel**	4,2	1,5	36	- 2,7
Gesamt	84,4	56,9	67	- 27,5

* inkl. Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen
 ** inkl. Uhren/ Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst
 Quelle: BBE-Erhebungen 2022 (Rundungsdifferenzen möglich)

4 Wohnortnahe Versorgung in der Gemeinde Aldenhoven

Als wohnungsnaher Grundversorgung wird die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen Bedarfs verstanden, die möglichst in räumlicher Nähe zum Konsumenten (in einer fußläufigen Entfernung von ca. 700 – 1.000 Metern) erfolgen soll.¹⁶

Unter Berücksichtigung der konkreten räumlichen Gegebenheiten - z.B. eignet sich die topografisch nahezu ebene Lage in besonderer Weise dazu, dem Fahrrad als Fortbewegungsmittel eine tragende Rolle zukommen zu lassen - wird für die Bewertung der wohnungsnahen Grundversorgung in der Gemeinde Aldenhoven im Folgenden eine fußläufige Entfernung von 1.000 Metern herangezogen.

Die Qualität der Nahversorgung wird wesentlich von dem Einzelhandel mit Lebensmitteln und Drogeriewaren bestimmt. Der Schwerpunkt liegt bei den Lebensmittel- und Drogeriemärkten. Ergänzt wird das Versorgungsnetz in der Regel durch kleinere Anbieter von Obst / Gemüse, Drogerien, Süßwaren und Getränken sowie von Bäckern, Fleischern, Kiosks und Tankstellenshops.

4.1 Ausstattungsniveau

Wie bereits dargelegt, weist die Einzelhandelsausstattung der Gemeinde Aldenhoven den eindeutigen verkaufsflächenbezogenen Angebotsschwerpunkt in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel auf. Hierbei wird das Angebot derzeit im Wesentlichen durch einen Supermarkt (Edeka) und fünf Lebensmitteldiscountmärkte (Aldi Süd, Lidl, 2 x Netto und Norma) geprägt.

Das Ausstattungsniveau bei Lebensmittel-SB-Märkten / -Geschäften liegt in der Gemeinde Aldenhoven aktuell mit ca. 0,41 m² Verkaufsfläche je Einwohner im Bundesdurchschnitt (ca. 0,40 m² Verkaufsfläche je Einwohner; vgl. folgende Tabelle).¹⁷

Betriebstypenbezogen verzeichnen die Lebensmitteldiscounter einen hohen Flächenbesatz, während die Ausstattung mit Vollsortiments-Verkaufsflächen unterdurchschnittlich ausfällt.

Darüber hinaus ist ein differenzierter Besatz mit kleinteiligen Nahrungs- und Genussmittelangeboten (u.a. Bäckereien, Metzgereien, Obst- und Gemüsegeschäften / Hofläden, Getränkehandel / Kioske) gegeben.

Die Gemeinde Aldenhoven verfügt somit über einen differenzierten Betriebstypenmix im Marktsegment der Nahrungs- und Genussmittel.

¹⁶ Diese Distanz wird von Fußgängern in durchschnittlich 10 - 12 Minuten zurückgelegt und ist damit als maximal akzeptierte fußläufige Entfernung zu betrachten.

¹⁷ Ohne Ladenhandwerk, Fachgeschäfte, Getränkemärkte

Tabelle 7: Lebensmittelangebot der Gemeinde Aldenhoven nach Betriebsformen

Vertriebstypen	Gemeinde Aldenhoven (14.147 EW)		Bundesdurchschnitt (82.175.700 EW)	
	Verkaufsfläche ¹	Arealität	Verkaufsfläche ¹	Arealität
	in m ²	in VKF m ² /EW	in Mio. m ²	in VKF m ² /EW
Vollsortiments-Betriebe	1.875	0,13	21,0	0,25
Lebensmitteldiscounter	3.925	0,28	12,6	0,15
Summe	5.800	0,41	33,6	0,40

¹ inkl. Verkaufsfläche für Nonfood-Sortimente und Konzessionäre
 Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2020, BBE-Berechnungen 2022 (Rundungsdifferenzen möglich)

4.2 Umsatz-Kaufkraft-Relation

Wie aus der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen ist, wird die wohnortnahe Versorgung im Gemeindegebiet insbesondere durch die Standorte in Kernort Aldenhoven ergänzt um einen Standort in Siersdorf gewährleistet.

Der bevölkerungsreichste Ortsteil Aldenhoven erreicht mit einem Index von 165 % auch die höchste Umsatz-Kaufkraft-Relation in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Damit wird in Aldenhoven in dieser Warengruppe per Saldo ein deutlicher Kaufkraftzufluss von 11,1 Mio. € p.a. generiert, sodass die wohnungsnaher Versorgung im Gemeindegebiet überwiegend durch das bestehende Nahversorgungsangebot am nordwestlichen Ortseingang des Kernortes gewährleistet wird.

Tabelle 8: Umsatz-Kaufkraft-Relation in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel

Stadt/Ortsgemeinde	Einwohner	Kaufkraft		Umsatz		UKR*
	abs.	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in %
Aldenhoven	7.457	17,2	53	28,3	89	165
Siersdorf	2.926	6,8	21	3,0	9	44
Sonstiges Gemeindegebiet	3.764	8,7	26	0,4	2	5
Gesamt	14.147	32,7	100	31,7	100	97

* UKR: Umsatz-Kaufkraft-Relation
 Quelle: Eigene Prognosen 2022, Rundungsdifferenzen möglich

Im Ortsteil Siersdorf erreicht die Umsatz-Kaufkraft-Relation in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel noch eine Größenordnung von rd. 44 %. Dies ist v.a. auf den dort ansässigen Lebensmitteldiscountmarkt Netto zurückzuführen. Allerdings besagt eine Umsatz-Kaufkraft-Relation in Höhe von 44 % auch, dass mit rd. 56 % derzeit der Großteil der lebensmittelbezogenen Kaufkraft (rd. 3,8 Mio. € p.a.) abfließt.

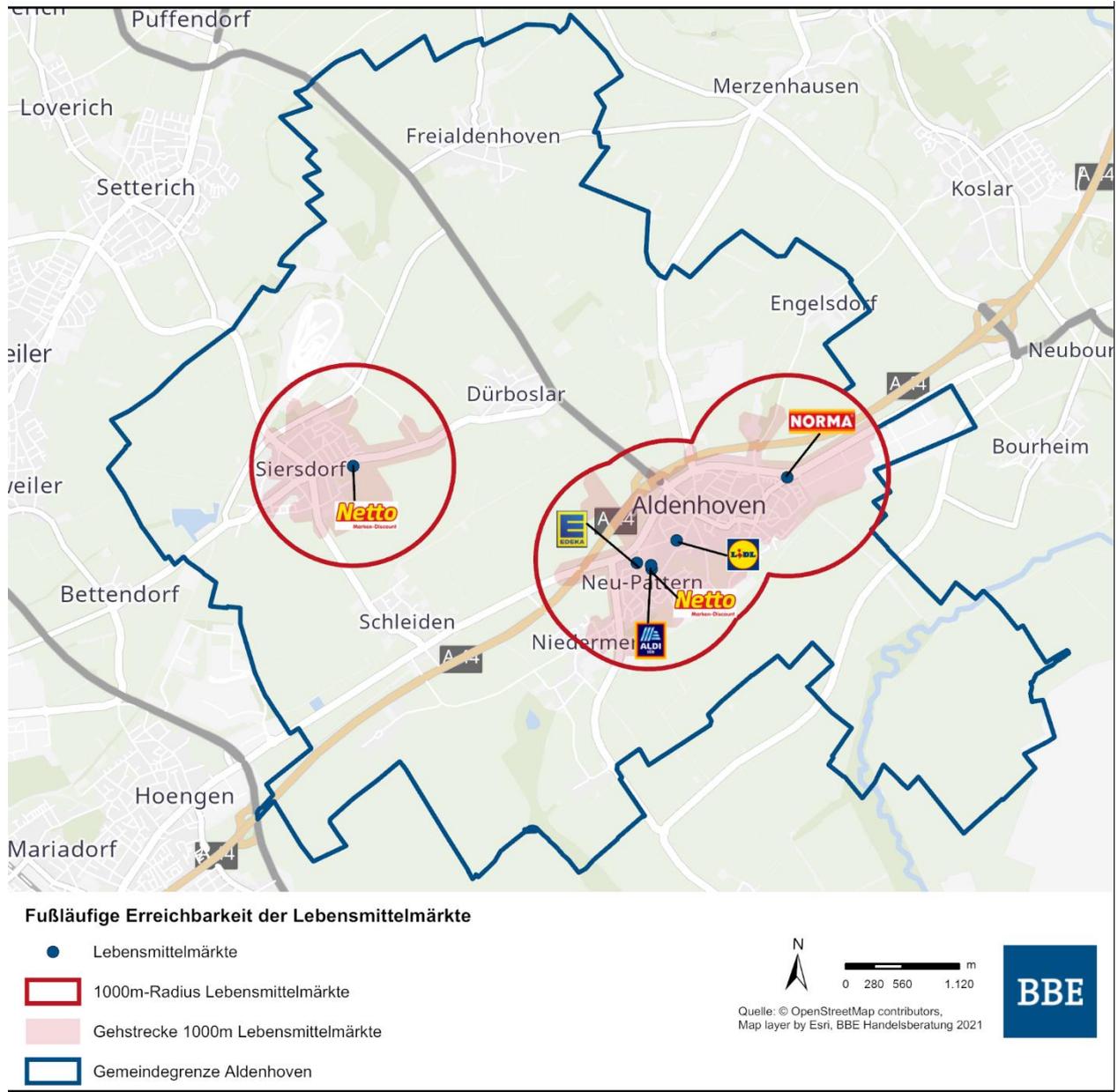
Im übrigen Gemeindegebiet, das die Ortsteile Niedermerz, Freialdenhoven, Schleiden, Dürboslar und Engelsdorf umfasst, leben 3.764 Einwohner. Größere Lebensmittelmärkte sind hier nicht vorhanden, sodass sich das Angebot im Nahrungs- und Genussmittelsegment auf wenige kleinteilige Anbieter beschränkt. Dementsprechend fällt die Umsatz-Kaufkraft-Relation mit lediglich rd. 5 % sehr gering aus - ein Hinweis auf eine deutlich defizitäre Versorgungssituation. Die dort lebende Bevölkerung ist somit darauf angewiesen, ihren täglichen Bedarf im Kernort Aldenhoven, in Siersdorf oder in den umliegenden Städten bzw. Gemeinden zu decken.

4.3 Fußläufige Erreichbarkeit des Lebensmitteleinzelhandels

Wichtiges Qualitätsmerkmal für die wohnungsnahе Versorgung ist neben dem Ausstattungsniveau, der Umsatz-Kaufkraft-Relation bei Nahrungs- und Genussmitteln zudem die fußläufige Erreichbarkeit des Lebensmitteleinzelhandels.

Wie die nachstehende Abbildung illustriert, kann ein Großteil der im Kernort Aldenhoven sowie im Ortsteil Siersdorf lebenden Wohnbevölkerung einen Lebensmittelmärkte fußläufig innerhalb von rd. 10 Minuten bei einer Fußwegedistanz von max. 1.000 Metern erreichen, während die Bewohner der sonstigen Ortsteile (Niedermerz, Freialdenhoven, Schleiden, Dürboslar und Engelsdorf) nicht mehr fußläufig versorgt sind. Vor diesem Hintergrund ist – maßgeblich aufgrund der räumlichen Nähe und der guten verkehrlichen Erreichbarkeit – für die Einwohner der sonstigen Ortsteile eine deutliche Kundenorientierung auf die Angebote im Kernort Aldenhoven bzw. im Ortsteil Siersdorf, aber auch in den Umlandkommunen zu unterstellen.

Abbildung 17: Wohnortnahe Versorgung im Gemeindegebiet Aldenhoven



Quelle: BBE-Erhebungen, eigene Darstellung 2022

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

Bei der Ableitung grundlegender Empfehlungen zur Verkaufsflächenentwicklung nach ausgewählten Warengruppen ist Folgendes zu berücksichtigen:

- Die rd. 14.150 Einwohner der Gemeinde Aldenhoven verfügen über ein Kaufkraftpotenzial von rd. 84,4 Mio. € p.a., wovon mit rd. 33 Mio. € p.a. der Großteil auf Nahrungs- und Genussmittel entfällt.
- Die Gemeinde Aldenhoven befindet sich in einer ausgeprägten regionalen Wettbewerbssituation, die als limitierender Faktor der Entwicklungspotenziale im Einzelhandel anzusehen ist.
- Nach den Ergebnissen der Bestandsanalyse gibt es im Gemeindegebiet derzeit 51 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe, die zusammen über eine Verkaufsfläche von rd. 10.620 m² verfügen und einen Gesamtumsatz von rd. 56,9 Mio. € p.a. erwirtschaften.
- Das Einzelhandelsangebot der Gemeinde Aldenhoven zeichnet sich durch eine starke Konzentration auf den Kernort Aldenhoven aus. Hierbei fällt vor allem dem Standortbereich „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“ eine wichtige Versorgungsbedeutung für die Gemeindebevölkerung zu. Dagegen übernimmt die Ortsmitte aufgrund eines vergleichsweise gering ausgeprägten Einzelhandelsbesatzes nur sehr eingeschränkte Versorgungsfunktionen für die Ortsbevölkerung.
- Die Gemeinde Aldenhoven verzeichnet eine Umsatz-Kaufkraft-Relation von 67 %. Eine über das Gemeindegebiet hinausgehende Kundenansprache ist aus der festgestellten Umsatz-Kaufkraft-Relation nicht abzuleiten. Vielmehr bestehen Kaufkraftabflüsse von fast 27,5 Mio. € p.a. an außerhalb des Gemeindegebietes gelegene Angebotsstandorte.
- Als Grundzentrum hat sich der örtliche Einzelhandel vor allem auf die Grundversorgung der in der Gemeinde Aldenhoven lebenden Bevölkerung auszurichten. Vor diesem Hintergrund ist der Angebotsschwerpunkt innerhalb der Gemeinde Aldenhoven auch eindeutig im Bereich des täglichen Bedarfs auszumachen. Quantitativ betrachtet, zeigt der Ausstattungsgrad der Gemeinde Aldenhoven in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten eine gute Angebotsausstattung.

Wichtige Versorgungsfunktion übernehmen hier vor allem die im Gemeindegebiet ansässigen Lebensmitteldiscounter, ein Vollsortimenter und ein Drogeriemarkt, die von mehreren kleineren Anbietern ergänzt werden. Versorgungsdefizite lassen sich jedoch bei der fußläufigen Erreichbarkeit vor allem in den kleineren Außenorten feststellen.

- In den mittel- und langfristigen Bedarfsgruppen bestehen dagegen hohe Kaufkraftabflüsse, so dass die Ansiedlung von (weiteren) Anbietern mittel- und langfristiger Warengruppen in marktgerechten Dimensionen somit versorgungsstrukturell wünschenswert ist.

Allerdings ist einschränkend zu berücksichtigen, dass die Ansiedlungspotenziale insbesondere für marktgängige Fachmarktformate aufgrund der geringen sortimentsbezogenen Kaufkraftpotenziale, der siedlungsstrukturellen Gegebenheiten sowie der hohen Wettbewerbsdichte im Umland als limitiert anzusehen sind. Zudem ist darauf hinzuweisen, dass insbesondere in den mittel- und langfristigen Warengruppen entsprechende Angebote zwar nicht am Wohnort selbst vorgehalten werden, diese aber in relativ geringen Distanzen in den umliegenden Mittelzentren oder den nächstgelegenen Oberzentren zu erreichen sind. Darüber hinaus kann in der gegebenen Siedlungs- und Angebotsstruktur davon ausgegangen werden, dass dem Onlinehandel mit seinen ohnehin stetig wachsenden Marktanteilen ebenfalls eine vergleichsweise hohe Versorgungsbedeutung insbesondere im Bereich der Nonfood-Sortimente zukommt.

6 Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Aldenhoven sowie Handlungsempfehlungen

6.1 Begriff des zentralen Versorgungsbereiches

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Die planungsrechtliche Bedeutung der zentralen Versorgungsbereiche beruht auf dem Planungsgrundsatz, dass diese einen besonderen städtebaulichen Schutz aufgrund der stadträumlichen und funktionalen Einbindung von Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen in einem kompakten, fußläufig erlebbaren Bereich einer Innenstadt bzw. eines Ortskerns genießen, der im Rahmen der Bauleitplanung zu berücksichtigen ist.

Für die räumliche Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches gelten grundsätzlich folgende Anforderungen:

- Verdichtete Bebauung, faktisch vorhandene Strukturen,
- städtebaulich identifizierbarer Bereich mit charakteristischer baulicher Ausprägung,
- vergleichsweise hohe Nutzungsdichte und Vielfalt im Geschäfts- und Dienstleistungsbesatz,
- Mischung der zentralörtlich bedeutsam öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen in einem fußläufig erlebbaren Bereich in der Nähe von Wohngebieten,
- Schwerpunktfunktion des Einzelhandels unter den Aspekten des Betriebsbesatzes, der Verkaufsflächenausstattung und der Umsatztätigkeit,
- „zentrale Funktion“ für die Versorgung der Bevölkerung über den Nahbereich hinaus (z.B. Gesamtstadt),
- funktionsfähige Verkehrserschließung für den Fußgänger- und Radverkehr, den motorisierten Individualverkehr sowie den öffentlichen Personennahverkehr.

Zentrale Versorgungsbereiche zeichnen sich somit durch ein multifunktionales Angebot aus, das neben Einzelhandel auch Dienstleistungen, Gastronomie und öffentliche Einrichtungen umfasst. Dieses Angebot ist räumlich konzentriert, sodass Verbundeffekte bestehen. Zentrale Versorgungsbereiche befinden sich an städtebaulich integrierten Standorten, die in Flächennutzungsplänen beispielsweise als Kerngebiet, allgemeines Siedlungsgebiet oder Mischgebiet ausgewiesen sind. Zudem besteht eine gute Einbindung in die Verkehrsnetze, insbesondere in das öffentliche Personennahverkehrsnetz.

Unter bauplanungsrechtlichen Aspekten kommt der Festlegung zentraler Versorgungsbereiche insofern eine wichtige Bedeutung zu, als diese nach den Rechtsvorschriften des Baugesetzbuches und der einschlägigen Rechtsprechung bei Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe innerhalb und außerhalb der Standortgemeinde einen besonderen städtebaulichen Schutz genießen. Sie sollen als städtebaulich

integrierte Schwerpunkte der Waren- und Dienstleistungsversorgung eine Mittelpunktfunktion in den Gemeinden wahrnehmen und, möglichst gestützt auf großflächige Einzelhandelsbetriebe (> 800 m² Verkaufsfläche) mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten, eine bedarfsgerechte und wohnungsnah Versorgung der Bevölkerung sicherstellen.

6.2 Leitziele der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung und Standortkonzept

Bereits im Rahmen der Angebots- und Nachfrageanalyse ist grundsätzlich eine zufriedenstellende Versorgungssituation im Bereich Nahversorgung gezeigt worden. Diese grundzentrale Versorgungsfunktion – die sich in der Gemeinde Aldenhoven auf nur wenige Standorte verteilt – soll aufrechterhalten bzw. funktionsgerecht ausgebaut werden. Neben umfassenden Nahversorgungsangeboten beinhaltet dies auch den maßvollen Ausbau mittelfristiger Angebote, die der lokalen Bevölkerung eine wohnortnahe (Basis-) Versorgung ermöglichen sollen.

Unter Berücksichtigung der Ergebnisse der Angebots- und Nachfragesituation sowie den einzelhandelsrelevanten Ziele der Landes-/Regionalplanung (vgl. vorstehendes Kapitel), die den Orientierungsrahmen für das kommunale Einzelhandels- und Zentrenkonzept bilden, sind folgende **Leitziele** zu definieren, die als Richtschnur für die künftige Einzelhandelsentwicklung dienen sollen:

■ **Erhalt und Stärkung der grundzentralen Versorgungsfunktion**

Der Einzelhandel in der Gemeinde Aldenhoven erfüllt gegenwärtig seine grundzentralen Versorgungsfunktionen. Demzufolge besteht für die Gemeinde Aldenhoven die Zielsetzung des Erhalts sowie einer moderaten Weiterentwicklung der vorhandenen Versorgungsstrukturen nach städtebaulichen Kriterien, um die Grundversorgung der Bevölkerung im Gemeindegebiet zu sichern.

■ **Stärkung und Sicherung der Versorgungsfunktionen des zentralen Versorgungsbereiches**

Vor dem Hintergrund der im Gemeindegebiet vorhandenen Angebotsstrukturen, die sich vor allem auf den Bereich „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“ fokussieren, soll die zukünftige Einzelhandelsentwicklung auf Basis eines Standortkonzeptes erfolgen, das im Wesentlichen einen zentralen Versorgungsbereich („Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“) vorsieht. (Großflächige) Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollten auf diesen zentralen Versorgungsbereich konzentriert werden.

So stellt der Standortbereich „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“ aus funktionaler Sicht schon heute den mit Abstand wichtigsten Versorgungsstandort im Gemeindegebiet von Aldenhoven dar. Dieser wird faktisch auch langfristig der einzige Standortbereich bleiben, über den eine Basisversorgung im Gemeindegebiet gesichert werden kann. Diese Schlussfolgerung ergibt sich aus der gegebenen Siedlungsstruktur und den städtebaulichen Rahmenbedingungen in der Ortsmitte.

Vor diesem Hintergrund sollte es Ziel der Gemeinde sein, die bestehenden Betriebe zu erhalten und zukunftssicher aufzustellen. Maßnahmen zur Modernisierung und ggf. Erweiterung der vorhandenen Betriebe sollten gefördert werden. Zudem sollte im zentralen Versorgungsbereich „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“ auch ein maßvoller Ausbau mittelfristiger Angebote ermöglicht werden.

■ **Stärkung und Sicherung der Ortsmitte als traditioneller Versorgungsmittelpunkt**

Die Ortsmitte von Aldenhoven erfüllt aufgrund des geringen Einzelhandelsbesatzes und des Fehlens eines großflächigen Magnetbetriebes derzeit nicht die Kriterien, die die Rechtsprechung an die Funktionsdichte zentraler Versorgungsbereiche anlegt; die Ortsmitte Aldenhoven kann deshalb nicht als zentraler Versorgungsbereich definiert werden. Auch können innerhalb der Ortsmitte keine Potenzialflächen identifiziert werden, die eine Integration größerer Einzelhandelsbetriebe ermöglichen würden. Somit bestehen auch keine Perspektiven zur Entwicklung eines zentralen Versorgungsbereiches.

Selbstverständlich wird es aber auch weiterhin erforderlich sein, die Ortsmitte als traditionellen Versorgungsmittelpunkt der Gemeinde Aldenhoven zu sichern und zu stärken. Planungsrechtlich sichergestellt werden sollte, dass die Erdgeschosse innerhalb der Ortsmitte gewerblichen Nutzungen vorbehalten bleiben. Die fehlende Funktionszuweisung als zentraler Versorgungsbereich stellt dabei nur ein geringes Entwicklungshemmnis dar, weil die Ortsmitte aus planungsrechtlicher Sicht als Mischgebiet im Sinne von § 6 Baunutzungsverordnung zu bewerten ist und damit auch Einzelhandelsbetriebe bis zu einer Verkaufsfläche von 800 m² grundsätzlich zulässig sind. Bestrebungen seitens der Immobilieneigentümer, ergänzende Einzelhandelsnutzungen innerhalb der Ortsmitte zu realisieren, unterliegen somit auch weiterhin nur geringen Einschränkungen.

Aufgrund des Fehlens geeigneter Potenzialflächen innerhalb der historischen Ortsmitte werden mögliche Ansiedlungsersuche größerer Einzelhandelsbetriebe jedoch weiterhin auf den zentralen Versorgungsbereich „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“ auszurichten sein.

■ **Sicherung und Stärkung der wohnungsnahen Versorgung**

Da die wohnungsnaher Versorgung ein städtebauliches Schutzgut darstellt, soll diese gesichert und weiterentwickelt werden. Dazu ist neben der Konzentration auf den zentralen Versorgungsbereich die Weiterentwicklung der vorhandenen Nahversorgungsstandorte, d.h. Maßnahmen zur Bestandssicherung und Modernisierung ansässiger Betriebe zu ermöglichen.

Im Einzelfall sollte auch die Schaffung neuer Nahversorgungsstandorte möglich sein, sofern sich die Standorte in wohngebietsorientierter Lage befinden und mit dieser Ansiedlung die fußläufige Versorgung der Wohnbevölkerung im Gemeindegebiet verbessert wird.

■ **Steuerung des Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten**

Im Hinblick auf die Steuerung des Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten ist festzuhalten, dass für die Entwicklung von großflächigem Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten in der Gemeinde Aldenhoven keine umfangreichen Perspektiven gesehen werden. Wenn sich dennoch ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten im Gemeindegebiet ansiedeln möchte, ist im Einzelfall zu prüfen, ob das avisierte Grundstück als Ergänzungsstandort für die Ansiedlung eines großflächigen Einzelhandelsbetriebes mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten als geeignet anzusehen ist.

Bei der Ansiedlung bzw. bei Nutzungsänderungen von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen durch zentren- und nahversorgungsrelevante Randsortimente keine negativen Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sein (Ziel 6.5-3). Unter Beachtung der landesplanerischen Ziele des Sachlichen Teilplanes des LEP NRW dürfen großflächige Einzelhandelsbetriebe nur innerhalb der in den Regionalplänen dargestellten „Allge-

meinen Siedlungsbereichen“ errichtet werden (Ziel 6.5-1). Zudem sollen großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten so dimensioniert werden, dass der zu erwartende Gesamtumsatz die sortimentsbezogene Kaufkraft in der Gemeinde nicht überschreitet (Grundsatz 6.5-4). Randsortimente sind auf max. 10 % der Verkaufsfläche zu beschränken (Ziel 6.5-5), wobei der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente 2.500 m² Verkaufsfläche je Betrieb nicht überschreiten soll (Grundsatz 6.5-6).

6.3 Sortimentsliste der Gemeinde Aldenhoven

Die Operationalisierung der vorab definierten Entwicklungsziele bedingt, dass auf Ebene der Bauleitplanung definitorisch exakt zwischen nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten unterschieden werden kann.

Diese Untergliederung ist vor dem Hintergrund der Strukturen im örtlichen Einzelhandel und der Marktentwicklung im deutschen Einzelhandel zu überprüfen. Die zugrunde zu legenden Bewertungskriterien sind dabei unverändert:

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

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

- Papier / Bürobedarf / Schreibwaren
- Bücher
- Bekleidung, Wäsche
- Schuhe, Lederwaren

Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Aldenhoven

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

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

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

Von den Vorschlägen der Landesplanung ausgehend, wird für die Gemeinde Aldenhoven eine Sortimentsliste vorgeschlagen, die zwischen nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Warengruppen unterscheidet.

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

- Die Nahversorgung wird aufgrund der Einkaufshäufigkeit nach wie vor durch die Sortimente **Nahrungs- und Genussmittel, Reformwaren sowie Drogerie-, Parfümerie- und Kosmetikartikel** sichergestellt. Diese Sortimente sind daher als nahversorgungsrelevant und gleichzeitig als zentrenrelevant einzustufen.
- **Apotheken** werden als wesentliche Anbieter medizinischer und pharmazeutischer Artikel den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zugeordnet. Die im Gemeindegebiet ansässigen Apotheken befinden sich innerhalb der Ortsmitte von Aldenhoven. Da Apotheken zudem häufig in Zusammenhang mit Arztbesuchen aufgesucht werden und die Gesundheitsfürsorge gerade auch für nur eingeschränkt mobile Bevölkerung möglichst wohnortnah erfolgen soll, erfüllen Apotheken die Kriterien der Nahversorgungsrelevanz.
- Die Warengruppen **Bekleidung /Wäsche** und **Schuhe** sowie **(Schnitt-) Blumen, Bücher / Zeitschriften, Papier- und Büroartikel, Schreib-, Spielwaren, Foto, Optik, Uhren / Schmuck, Glas / Porzellan / Keramik und Haushaltswaren, Kunstgegenstände, Bilder, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel** sind in der Gemeinde nur in begrenztem Umfang vertreten. Da die Sortimente aufgrund ihrer Kleinteiligkeit grundsätzlich in zentrale Versorgungsbereiche inte-

griert werden könnten und wesentlich zu einem attraktiven Branchenmix beitragen, sind die Sortimente wie im LEP NRW empfohlen auch in der Gemeinde Aldenhoven als zentrenrelevant einzustufen.

- Wenngleich bei **Musikinstrumenten und Musikalien** aktuell kein spezialisierter Anbieter im Gemeindegebiet ansässig ist, soll diese Warengruppe als zentrenrelevant eingeordnet werden. Denn die Ansiedlung eines entsprechenden Fachanbieters innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches würde dort das jeweilige Angebotsspektrum erweitern und attraktiver gestalten.
- Als zentrenrelevant ist auch das Sortiment **Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel** einzustufen, da diese Waren das Bekleidungsangebot eines integrierten Standortes sinnvoll abrunden.
- Das Teilsegment **Sportgroßgeräte** ist allerdings davon auszunehmen, da diese sperrigen Produkte aufgrund ihres hohen Flächenbedarfes nicht zum Kernsortiment des Sparteinzelhandels gehören und daher den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen sind.
- Dies gilt auch für **Fahrräder und Fahrradzubehör**. Zurzeit ist im Gemeindegebiet kein Fahrradgeschäft ansässig. Es ist nicht zu erwarten, dass sich zukünftig innerhalb der Ortsmitte größere Fahrradgeschäften, die zentrenprägende Funktionen übernehmen könnten, ansiedeln werden.
- Ebenfalls als nicht-zentrenrelevant ist die Warengruppe **zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Futtermittel für Haustiere)** einzustufen. Heimtierfutter wird im Gemeindegebiet lediglich vom Lebensmittel- und Drogeriewareneinzelhandel als begrenztes Randsortiment und von einem kleineren Anbieter in der Ortsmitte („Der Tierfreund“) angeboten. Fachmärkte oder andere Warengruppenspezialisten sind weder in der Ortsmitte noch an anderen Standorten im Gemeindegebiet ansässig. Da dieses Marktsegment in Deutschland heute von Fachmarkt Konzepten ab 600 bis 800 m² Verkaufsfläche dominiert werden, die größere Einzugsgebiete abdecken und deshalb voraussichtlich nicht in der Ortsmitte von Aldenhoven integriert werden können.
- Der Bereich **Elektrowaren und Unterhaltungselektronik** wird derzeit lediglich als Randsortiment von Mehrbranchenanbietern außerhalb der Ortsmitte geführt. Da Angebote aus den Bereichen Unterhaltungselektronik und Telekommunikation sowie Elektrokleingeräte und Computer in Aldenhoven auf kleiner Fläche (z.B. Mobilfunk-Shop) grundsätzlich denkbar sind, werden diese Warengruppen als zentrenrelevant bewertet. Dagegen ist **elektrischen Großgeräten** („Weiße Ware“) in Aldenhoven die Zentrenrelevanz abzusprechen.
- Als nicht-zentrenrelevant sind außerdem auch die Warengruppen **Möbel, Bettwaren, Lampen und Leuchten, Bau-, Gartenbedarf** zu bewerten. Diese Sortimente benötigen aufgrund ihrer flächenintensiven Warenpräsentation entsprechend große Verkaufsflächen, die in der Ortsmitte nicht zu realisieren sind. Weiterhin zeichnet diese Sortimente nur ein geringes Kopplungspotenzial mit den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten aus.

Unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben und der spezifischen Gegebenheiten am Einzelhandelsstandort wird für die Gemeinde Aldenhoven folgende Sortimentsliste vorgeschlagen, die nah-

versorgungsrelevante, zentrenrelevante Warengruppen und nicht-zentrenrelevante Sortimente genau unterscheidet. Die Bezeichnung der Warengruppen stützt sich auf die vom Statistischen Bundesamt herausgegebene Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008).¹⁸

Tabelle 9: Sortimentsliste der Gemeinde Aldenhoven

Definition zentrenrelevanter Sortimente		Definition nicht-zentrenrelevanter Sortimente*	
WZ	Bezeichnung	WZ	Bezeichnung
Nahversorgung (nahversorgungsrelevante Sortimente**)			
47.1/47.2	Nahrungs- und Genussmittel, Getränke		
47.1/47.2	Tabakwaren		
47.73	Apotheken		
aus 47.75	Drogerieartikel (ohne kosmetische Erzeugnisse und Parfümerieartikel)		
aus 47.78.9	Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel		
Bekleidung, Schuhe, Sport			
47.71	Bekleidung, Wäsche		
aus 47.72	Schuhe, Lederwaren		
aus 47.64.2	Sportartikel (inkl. Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportkleingeräte)	aus 47.64.2	Sportgroßgeräte, Campingartikel, Reitartikel, Angel- und Bootsbedarf
Bücher, Schreib- und Spielwaren			
47.61.0	Bücher		
47.62.1	Fachzeitschriften, Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen		
47.62.2	Schreib- und Papierwaren, Schul-, Büroartikel		
47.65	Spielwaren und Bastelartikel		
47.59.3	Musikinstrumente und Musikalien		
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektro, Foto			
47.43	Geräte der Unterhaltungselektronik		
47.63	Ton- und Bildträger		
47.41	Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte und Software		
47.42	Telekommunikationsgeräte		
aus 47.54	elektrische Haushaltsgeräte (Kleingeräte)	aus 47.54	elektrische Haushaltsgeräte (Großgeräte, „Weiße Ware“)
47.78.2	Foto- und optische Erzeugnisse		
Fortsetzung nächste Seite			

¹⁸ Veränderungen gegenüber der vorherigen Sortimentsliste ergeben sich aus der aktuellen Bewertung der Sortimente Baby- und Kinderartikel (u.a. Kinderwagen, Autositze, ohne Spielwaren, Bekleidung, Hygieneartikel) als nicht-zentrenrelevant.

Definition zentrenrelevanter Sortimente		Definition nicht-zentrenrelevanter Sortimente*	
WZ	Bezeichnung	WZ	Bezeichnung
Bau- und Gartenbedarf, Blumen, Zoobedarf			
aus 47.76.1	Schnittblumen	47.52.1	Metall- und Kunststoffwaren (u. a. Eisenwaren, Bauartikel, Installationsbedarf für Gas, Wasser, Heizung und Klimatechnik, Werkzeuge, Spielgeräte für Garten und Spielplatz, Rasenmäher)
		47.52.3	Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf
		aus 47.76.1	Pflanzen, Saatgut und Düngemittel
		47.76.2	zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Futtermittel für Haustiere)
Möbel, Einrichtungsbedarf			
aus 47.51	Haushaltstextilien (Haus-, Tisch- und Bettwäsche), Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche	47.59.1	Wohnmöbel, Kücheneinrichtungen, Büromöbel
aus 47.53	Heimtextilien (Gardinen, Dekorationsstoff, Vorhänge, dekorative Decken)	aus 47.51	Bettwaren (u. a. Matratzen, Lattenroste, Oberdecken)
47.59.2	keramische Erzeugnisse und Glaswaren	aus 47.53	Tapeten und Bodenbeläge, Teppiche
aus 47.59.9	Haushaltsgegenstände (u. a. Koch-, Brat- und Tafelgeschirre, Schneidwaren, Bestecke, nicht elektrische Haushaltsgeräte)	aus 47.59.9	Holz-, Flecht- und Korbwaren (u. a. Drechslwaren, Korbmöbel, Bast- und Strohwaren, Kinderwagen)
		aus 47.59.9	Lampen, Leuchten und Beleuchtungsartikel
47.78.3	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel	aus 47.59.9	sonstige Haushaltsgegenstände (u. a. Bedarfsartikel für den Garten, Garten- und Campingmöbel, Grillgeräte)
		47.79	Antiquitäten und Gebrauchsgüter
Sonstige Sortimente			
		aus 47.72	Reisegepäck
47.74	medizinische und orthopädische Artikel		
47.77	Uhren und Schmuck		
47.78.1	Augenoptiker		
47.75	kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel (ohne Drogerieartikel)		
		47.64.1	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör
		45.32	Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör, Autokindersitze
* Aufzählung nicht abschließend			
** gleichzeitig zentrenrelevant			
Quelle: BBE-Zusammenstellung im Rückgriff auf die Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008), blau unterlegt: zentrenrelevante Leitsortimente gemäß Anlage 1 zum LEP NRW			

6.4 Empfehlungen zur Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“

Bei der räumlichen Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches sind insbesondere die städtebauliche Situation sowie die Nutzungsstrukturen zu beachten.

Wie mit der Angebotsanalyse aufgezeigt wurde, konzentriert sich das Einzelhandelsangebot der Gemeinde Aldenhoven im Wesentlichen auf den Standortbereich „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“. Der Standortbereich schließt im Süden unmittelbar an die Siedlungsbereiche von Neu-Pattern und Osten an die Wohnbebauung des Kernortes an. Auch östlich der Einzelhandelsbetriebe entlang der Matthäus Straße hat eine bauliche Verdichtung stattgefunden, sodass der Standortbereich jetzt weitgehend in Wohnnutzungen eingebettet ist. Somit nimmt der Standortbereich „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“ somit eine siedlungsintegrierte Lage ein.

Neben nahversorgungsrelevanten Angeboten (v.a. Edeka, Aldi Süd, Netto und dm) werden von den Anbietern Action, KiK, Takko Fashion und K+K Schuhcenter zudem Angebote insbesondere des mittelfristigen Bedarfs vorgehalten. Die rechtskräftigen Bebauungspläne treffen – mit Ausnahme des Standortes des Edeka-Marktes, für den ein SO II „Einkaufszentrum“ im Bebauungsplan festgesetzt ist – keine Festsetzungen zur Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben.

Mit dem bestehenden Betriebsbesatz ist der Standortbereich „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“ faktisch der wichtigste Versorgungsstandort im Gemeindegebiet. Hierbei konzentriert sich der nahversorgungsrelevante Einzelhandel bis auf wenige Ausnahmen ebenso auf diesen Standortbereich wie der Textil- und Schuheinzelhandel. Mit dem Nonfood-Discounter Action findet sich darüber hinaus ein Betrieb mit Warenangeboten, die im weiteren Sinne der Grundversorgung der Bevölkerung dienen.

Gemäß den Leitzielen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung sollen in der Gemeinde Aldenhoven die grundzentralen Versorgungsfunktionen aufrechterhalten bzw. funktionsgerecht ausgebaut werden. Neben umfassenden Nahversorgungsangeboten beinhaltet dies auch den maßvollen Ausbau mittelfristiger Angebote (vgl. Kapitel 6.2). Gleichzeitig werden in Kapitel 6.5 aufgezeigt, dass die Entwicklungsmöglichkeiten in der Ortsmitte von Aldenhoven insbesondere aufgrund der kleinteiligen (teilweise historischen) Bausubstanz deutlich limitiert sind. So fehlen in der Ortsmitte von Aldenhoven insbesondere größere Potenzialflächen für die Ansiedlung von größeren Einzelhandelsbetrieben.

Vor diesem Hintergrund wird es erforderlich, auch die zukünftige Einzelhandelsentwicklung zum Großteil auf den zentralen Versorgungsbereich „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“ auszurichten. Ziel der Gemeinde sollte es sein, die bestehenden Betriebe zu erhalten und zukunftssicher aufzustellen. Hierzu dienen vor allem die Modernisierung und ggf. Erweiterung der vorhandenen Betriebe. Zudem sollte der zentrale Versorgungsbereich „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“ für einen maßvollen Ausbau mittelfristiger Angebote, die der lokalen Bevölkerung eine wohnortnahe (Basis-) Versorgung ermöglichen sollen, dienen.

Mit dem Lidl-Markt an der Kapuzinerstraße bzw. einem Getränkemarkt („Getränke Hoffmann“) befinden sich zwei weitere strukturprägende Einzelhandelsbetriebe in räumlicher Nähe, d.h. in einer Entfernung von ca. 200 Metern, zu den Angeboten im Standortbereich „Am Alten Bahnhof“. Diese Lebensmittelmärkte sind aus folgenden Gründen ebenfalls noch zum zentralen Versorgungsbereich „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“ zu zählen:

- Der Lidl-Markt und der Getränkemarkt nehmen eine wohngebietsorientierte Lage ein und sind aus allen Richtungen über Fußwege aus den umgebenden Wohngebieten auf direktem Wege zu erreichen.
- Durch eine Bushaltestelle, die dem Lidl-Markt unmittelbar vorgelagert ist („Aldenhoven, Blumenstraße“) und die sich in räumlicher Nähe zum Getränkemarkt befindet, ist auch dieser Standort - wie auch der westliche Teilbereich des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches – sehr gut in das Busliniennetz eingebunden.
- Die beiden Lebensmittelmärkte sind im Fuß- und Radverkehr sowohl über die Kapuzinerstraße bzw. Blumenstraße als auch über einen Fuß- und Radweg (Bahnradweg Aachen – Jülich), der südlich des Lidl-Marktes parallel zur Kapuzinerstraße auf einer ehemaligen Bahntrasse verläuft, funktionsfähig an den westlichen Teilbereich des zentralen Versorgungsbereiches angebunden.

Der Standortbereich „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“ verfügt bereits über ein zentrentypisches Einzelhandelsangebot mit unterschiedlichen Betriebstypen und -größen sowie Sortimenten, sodass die funktionalen Anforderungskriterien an die Angebotsdichte und -vielfalt eines zentralen Versorgungsbereiches als erfüllt angesehen werden können.

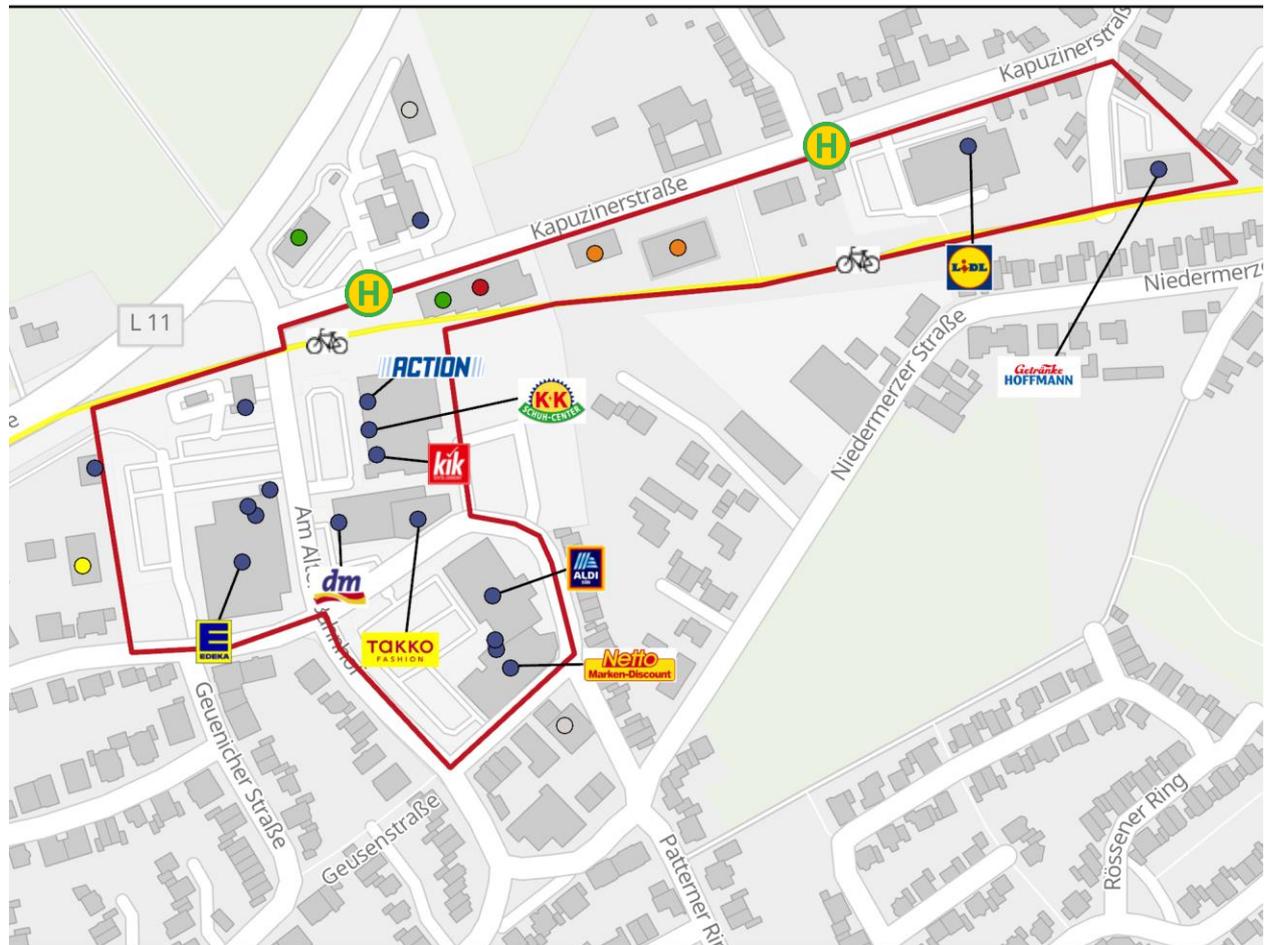
Im Hinblick an die städtebaulichen Anforderungen zur Schaffung eines zentralen Versorgungsbereiches besteht allerdings noch Handlungsbedarf in folgenden Bereichen

- Marktauftritt der Betriebe
- Nutzungsmix
- Bebauungsstruktur
- Gestaltung der Parkieranlagen
- Gestaltung des öffentlichen Raumes (Pflasterung, Begrünung, Aufenthaltsqualität etc.)
- Erreichbarkeit.

Sollten Modernisierungen oder bauliche Erneuerungen der Bestandsimmobilien anstehen, wäre eine grundlegende Verbesserung des **Marktauftritts der Betriebe** wünschenswert: eine bessere Sichtbarkeit der Eingangsbereiche, eine zumindest teilweise Einsehbarkeit der Verkaufsräume und eine kleinteilig untergliederte Fassadengestaltung wären als Ziele dabei aufzuführen.

Im Hinblick auf den **Nutzungsmix** sollte das primäre Ziel sein, das Angebot an Komplementärnutzungen auszuweiten. Denn während der Standortbereich bereits über eine große Nutzungsdichte und Angebotsvielfalt im Bereich des Einzelhandels verfügt, ist im Bereich der privaten und öffentlichen Dienstleistungen sowie der Gastronomie heute nur ein geringes Angebot vorhanden.

Abbildung 18: Zentraler Versorgungsbereich „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“



- Einzelhandel
- Dienstleistung
- Gastronomie/ Freizeit
- Gewerbe/ Handwerk
- Leerstand
- Radweg



Quelle: BBE-Erhebungen und -Darstellung 2022

Hinsichtlich der **Bebauungsstruktur** ist anzustreben, die Gebäudedichte zu erhöhen. Flächenpotenziale für eine bauliche Ergänzung sind beispielsweise im Umfeld des Edeka-Marktes und der Tankstelle erkennbar. Eine ergänzende mehrgeschossige Bebauung, die sich hinsichtlich ihrer Kubatur an der Bestandsbebauung an der Konrad-Adenauer-Straße orientiert, würde nicht nur die Nutzungsdichte erhöhen, sondern auch zu einer höheren Aufenthaltsqualität beitragen.

Wünschenswert erscheint auch eine **gestalterische Aufwertung der Parkieranlagen** durch eine maßvolle Begrünung von Trennzonen und eine teilweise Entsiegelung der heute nahezu vollständig durch Schwarzasphaltdecken geprägten Anlagen.

Auch für den **öffentlichen Straßenraum** sind Maßnahmen zur Attraktivierung wünschenswert. Denkbar erscheint eine Begrünung des Straßenraumes mit hochstämmigen, standortangepassten Bäumen, Querungshilfen speziell entlang des Straßenzuges „Am alten Bahnhof“ sowie eine Abmarkierung von Radfahrstreifen.

Darüber hinaus ist auch eine Verbesserung der **Erreichbarkeit** im Fuß- und Radverkehr sowie im ÖPNV zu empfehlen.

Im Hinblick auf den Fuß- und Radverkehr sollte die ehemalige Bahntrasse, die südlich der Kapuzinerstraße verläuft und die Ortslagen von Aldenhoven und Neu-Pattern in Ost-West-Richtung quert, in Ihrer Funktion als „Radschnellweg“ zwischen der historischen Ortsmitte und dem zentralen Versorgungsbereich gestärkt werden. Verknüpfungspunkt zwischen dem Einzelhandelsstandort und der Bahntrasse ist der Knotenpunkt „Am alten Bahnhof“ / Kapuzinerstraße. Diese wichtige Funktion sollte im Straßenraum deutlich sichtbarer werden und die Sicherheit für den nicht-motorisierten Verkehr durch geeignete bauliche Maßnahmen gestärkt werden. Ggf. ist in diesem Zusammenhang die Zielwegweisung von der Ortsmitte und den umliegenden Wohngebieten zum Versorgungsstandort für den Fußgänger- und Radverkehr zu optimieren

Zudem sollte geprüft werden, ob der bestehende Bushaltepunkt „Aldenhoven, Alter Bahnhof“ von der Kapuzinerstraße an eine zentralere Stelle innerhalb des Einkaufsbereichs verlagert werden kann.

6.5 Empfehlungen zur Entwicklung der historischen Ortsmitte von Aldenhoven

Wie bereits dargelegt, erfüllt die Ortsmitte von Aldenhoven aufgrund des geringen Einzelhandelsbesatzes und des Fehlens eines großflächigen Magnetbetriebes derzeit nicht die Kriterien, die die Rechtsprechung an die Funktionsdichte zentraler Versorgungsbereiche anlegt, so dass die Ortsmitte Aldenhoven nicht entsprechend definiert werden kann. Auch können innerhalb der Ortsmitte keine Potenzialflächen identifiziert werden, die eine Integration größerer Einzelhandelsbetriebe ermöglichen würden. Somit sind auch die Perspektiven zur Entwicklung eines zentralen Versorgungsbereiches begrenzt.

Dennoch wird empfohlen, die Ortsmitte als traditionellen Versorgungsmittelpunkt der Gemeinde Aldenhoven zu sichern und zu stärken.

So hat die Vor-Ort Begehung der Ortsmitte gezeigt (vgl. Kapitel 3.2.1), dass sich der Einzelhandelsbesatz und die ergänzenden Nutzungen insbesondere entlang der Alten Turmstraße zwischen Kapellenplatz im Westen und dem Merzbach im Osten befinden. Darüber hinaus umfasst die Ortsmitte die hieran angrenzenden Bereiche der Frauenrather Straße, der Dietrich-Mülfahrt-Straße und der Marienstraße. Allerdings nimmt der Einzelhandel keine dominierende Stellung in der Ortsmitte ein, sondern eine starke Durchmischung mit weiteren Nutzungen (v.a. Wohnen, Dienstleistung und Gastronomie) vorhanden ist.

Die künftige Entwicklung dieses Einzelhandelsstandortes wird im Wesentlichen davon abhängen, in welchem Maße die Ausstrahlungskraft als traditionellen Versorgungsmittelpunkt erhalten und v.a. gesteigert

werden kann. Somit werden als Ziele der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung der Erhalt und die Stärkung als traditionellen Versorgungsmittelpunkt formuliert (vgl. Kapitel 6.2).

In diesem Kontext wird wichtig sein, Maßnahmen zu erarbeiten und umzusetzen, die geeignet sind, in der Ortsmitte von Aldenhoven durch die Koppelungen möglichst vieler (grundzentraler) Funktionen eine ausreichend hohe Grundfrequenz zu generieren. Dies ist die Voraussetzung dafür, dass zumindest ergänzende Einzelhandelsangebote weiter tragfähig betrieben werden können. Zu einer Belebung des Standortes kann auch die Bündelung von öffentlichen Einrichtungen und haushaltsnahen Dienstleistungen (z.B. Ärzte und Gesundheitsdienstleister, Bankdienstleistungen, Frisöre etc.) in der Innenstadt beitragen.

Allerdings sind die Entwicklungsmöglichkeiten, den bereits jetzigen, nur gering ausgeprägten Einzelhandelsbesatz in der Ortsmitte zur erweitern, nur begrenzt vorhanden. So limitiert insbesondere die kleinteilige (teilweise historische) Bausubstanz die Weiterentwicklung der Ortsmitte, sodass die Möglichkeiten für einen Ausbau des Einzelhandels in der Aldenhovener Ortsmitte stark eingeschränkt sind.

Da in der Ortsmitte Potenzialflächen für die Ansiedlung von Anker- bzw. Magnetbetrieben sowie Ladenlokale mit nachfragegerechten Zuschnitten und Größen fehlen, sollte versucht werden, Ladeneinheiten in konkurrenzfähiger Größe – beispielsweise durch Zusammenlegung mehrerer Ladeneinheiten – zu schaffen. Hierdurch können neue Ansiedlungsmöglichkeiten für Betriebe eröffnet werden, wodurch bestehende Angebotslücken zumindest teilweise geschlossen werden könnten.

Mit Blick auf die Angebots- und Nachfrageanalyse wären Angebote wünschenswert, mit denen die Ausstrahlung und die Versorgungsfunktion der Ortsmitte gesteigert werden könnten. In diesem Zusammenhang erscheint es denkbar, spezialisierte Anbieter von Nahrungs- und Genussmitteln mit Schwerpunkt Bio-Lebensmittel sowie Vermarkter regionaler Produkte für die Ortsmitte von Aldenhoven zu gewinnen. Diese Anbieter können sich auf die lokale Nachfrage stützen, einen Beitrag zur Ergänzung der wohnungsnahen Versorgung leisten und damit auch die Wohnfunktion der Ortsmitte fördern. Darüber hinaus sind auch ergänzende Angebote der Branchen Bekleidung, Schuhe, Uhren / Schmuck und Geschenkartikel denkbar.

Wie bereits im Rahmen der Bestandsanalyse aufgezeigt, weist die Ortsmitte von Aldenhoven eine größere Zahl an Ladenleerständen auf, sodass mit einem Immobilien- und Leerstandsmanagement Impulse für die Einzelhandelsentwicklung der Innenstadt bewirkt werden könnten. Zum einen lassen sich hiermit potenzielle Ladenflächen für Einzelhandelsnutzungen ermitteln, zum anderen sollen Lösungen für Zwischennutzungen gefunden werden. Damit soll die Ortsmitte weiterhin einen Anziehungspunkt darstellen, sodass einem vermeintlichen Rückgang der Frequenz entgegengewirkt werden kann und die übrigen (Einzelhandels-) Nutzungen nicht negativ davon beeinflusst werden.

Darüber hinaus ist zu empfehlen, die Aufenthaltsqualität der Ortsmitte weiter zu steigern. Handlungsbedarf ergibt sich insbesondere entlang der Alten Turmstraße, die einerseits den wichtigsten Geschäftsstandort innerhalb der Ortsmitte darstellt, die andererseits aber auch eine wichtige Erschließungsfunktion im innergemeindlichen Verkehr zufällt. In diesem Zusammenhang wären eine attraktivere Gestaltung der Plätze sowie die Schaffung von Sitzmöglichkeiten anzustreben. Da aber auch die Erreichbarkeit für die Aufrechterhaltung und Stärkung der Ortsmitte eine grundlegende Voraussetzung ist, können Maßnahmen bezüglich der Alten Turmstraße (z.B. verkehrsberuhigter Bereich, Organisation der Stellplätze) wichtige Punkte für die Attraktivität der Ortsmitte im Allgemeinen und auch als Einzelhandelsstandort sein.

Vor diesem Hintergrund wird es für die Entwicklung der Ortsmitte entscheidend sein, wie die im Entwicklungskonzept der Gemeinde Aldenhoven aus dem Jahr 2021 vorgeschlagenen Profilierungsmaßnahmen umgesetzt werden. Die erarbeiteten Maßnahmen konzentrieren sich insbesondere auf folgende Themenfelder:

■ **Städtebauliche Integration (Einzelhandels-) Angebote**

- Schaffung attraktiver und gut erreichbarer Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote
- Ausbau des regionalen gastronomischen Angebotes auch zur Belebung und Steigerung der Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum.
- Erweiterung des Einzelhandelsstandortes Aldenhoven durch die Inbetriebnahme von Dorfläden oder mobilen Angeboten in den Ortschaften zur Sicherung der Grundversorgung
- Ausbau des bestehenden Wochenmarktes

■ **Entwicklung Reserveflächen und Nachverdichtung Zentralort**

- Aktivierung vorhandener Reservewohnflächen, Baulücken und Potenzialflächen
- Aktivierung von Reserve- und Potenzialflächen im Kernbereich der Gemeinde
- Aufzeigen von Möglichkeiten der Nachverdichtung sowie der städtebaulichen Neuordnung

■ **Errichtung Gemeindebedarfseinrichtungen**

- Errichtung eines zentral gelegenen Besucher-, Tagungs- und Konferenzzentrums zur nachhaltigen Attraktivierung des Wirtschaftsstandortes Aldenhoven
- Prüfung der Sanierung oder des Neubaus des Rathauses inkl. Erweiterung zu einem Bürgerhaus mit Versammlungsstätte
- Schaffung eines räumlichen Angebots für größere Veranstaltungen

■ **Aktivierung privater Investitionen Wohnbau/ Dienstleistung/ Gewerbe**

- Vorantreiben der Sanierung bedürftiger Gebäude durch Akquise zusätzlicher Mittel (z.B. Fördermittel), Vernetzung der Eigentümer und Akteure untereinander zum Austausch von Know-How und ein Beratungsangebot

■ **Stärkung der Aufenthaltsqualität und Erneuerung der öffentlichen Räume**

- Stärkung und Belebung des örtlichen Markt- und Veranstaltungswesens in Aldenhoven
- Ausbau des kulturellen Angebotes und Bereitstellung der hierfür erforderlichen Infrastruktur
- Gestaltung privater Garten-, Hof- und Fassadenflächen bzw. Gebäudesanierung, Hof- und Fassadensanierung
- Historie als Ideengeber der örtlichen Gestaltung bzw. Historie als Orts-Markenzeichen herausarbeiten
- Gestaltung öffentlicher Räume und Sanierung und Inwertsetzung weiterer öffentlicher Gebäude
- Straßenraumgestaltung z.B. als Mischverkehrsfläche

- Schaffung von Treffpunkten mit Aufenthaltsqualität (z.B. an den Kreuzungen) mit Spielplatz oder Sitzmöglichkeiten
- Verbesserung des Ortsbilds durch finanzielle Anreize (z.B. öffentliche Förderung „Hof- und Fassadenprogramm und Beratung)
- Förderung der regionalen Baukultur durch Instrumente wie z.B. Gestaltungsfibel und Gestaltungssatzung
- Verbesserung der Bausubstanz durch Mobilisierung der Eigentümer durch Beratungsangebote, Fördermittel, Vernetzung

■ **Stärkung alternativer Verkehrsmittel**

- Attraktivierung der Erreichbarkeit und Erschließung sowie Verknüpfung der Gemeinde Aldenhoven mit ihren Nachbargemeinden für Radfahrer durch geeignete Maßnahmen
- Verbesserung der Erreichbarkeit der vorhandenen Einzelhandelsangebote im Zentralort durch Ausbau der Nahmobilität (Fahrrad, ÖPNV)
- Ausbau der Radwege zum Zentralort und den hier gelegenen Infrastruktureinrichtungen und Förderung der Errichtung von Abstellanlagen für Fahrräder
- Verbesserung der Erreichbarkeit von öffentlichen Einrichtungen durch den Ausbau des ÖPNV sowie der Fuß- und Radwegenanlagen
- Optimierung des bestehenden Stellplatzangebots durch Bewirtschaftung und Parkleitsystem
- Verbesserung der Erreichbarkeit der umliegenden Mittel- und Oberzentren durch Errichtung entsprechender ÖPNV-Verkehrsangebote oder Reaktivierung der ehemaligen Bahnlinien

6.6 Empfehlungen zur Stärkung der wohnungsnahen Versorgung

Als Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse sind als Empfehlungen zur Stärkung der wohnungsnahen Versorgung folgende Punkte zu berücksichtigen:

- Die Gemeinde Aldenhoven weist insbesondere mit den im zentralen Versorgungsbereich „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“ ansässigen Lebensmittelmärkten (Edeka, Aldi Süd, Netto) ein umfassendes Lebensmittelangebot auf.

Außerhalb des Zentrums „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“ sind mit einer Norma-Filiale an der Jülicher Straße und einem Netto-Markt in Aldenhoven-Siersdorf zwei weitere Lebensmittelmärkte ansässig, denen wichtige Aufgaben der wohnungsnahen Versorgung zufallen.¹⁹

¹⁹ Im Hinblick auf den Norma-Markt ist zu berücksichtigen, dass dieser zwar im Allgemeinen Siedlungsbereich liegt, jedoch unmittelbar an einen Gewerbe- und Industriebereich angrenzt und deshalb nur über ein begrenztes Nahbereichspotenzial verfügt. Die Kriterien für die „Nahversorgungsaufnahme“ gem. Ziel 6.5-2 LEP NRW werden deshalb nicht erfüllt, so dass an diesem Standort eine Erweiterung auf mehr als 800 m² Verkaufsfläche somit aus landesplanerischer Sicht nicht möglich ist.

Darüber hinaus konzentriert sich das Lebensmittelangebot sowohl in der Ortsmitte als auch in den übrigen Ortsteilen von Aldenhoven auf ein kleinteiliges Angebot, vorwiegend von Ladenhandwerksbetrieben (Bäcker, Metzger).

- Unter quantitativen Gesichtspunkten zeigt der Ausstattungsgrad der Gemeinde Aldenhoven in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten eine nachfragegerechte Ausstattung, sodass hier kein größerer Arrondierungsbedarf besteht.
- Auch ist davon auszugehen, dass aufgrund der hohen Wettbewerbsdichte – insbesondere durch die im zentralen Versorgungsbereich „Am Alten Bahnhof / Kapuzinerstraße“ ansässigen Anbieter – perspektivisch keine zusätzlichen Lebensmittelmärkte in den Marktraum Aldenhoven drängen werden.

6.6.1 Empfehlungen zur Entwicklung der Nahversorgung

Im Folgenden werden Empfehlungen zur Entwicklung der Nahversorgung im Gemeindegebiet Aldenhoven ausgesprochen:

Die wohnungsnaher Versorgung stellt ein städtebauliches Schutzgut dar. Sie soll erhalten und marktgerecht weiterentwickelt werden. Dazu soll – wie in Kapitel 6.2 „Leitziele für die Einzelhandelsentwicklung und Standortkonzept“ formuliert – neben der Konzentration auf den zentralen Versorgungsbereich die Weiterentwicklung der vorhandenen Nahversorgungsstandorte sowie ggf. die Realisierung von weiteren Nahversorgungsstandorten möglich sein.

Dabei kann auf die in Ziel 6.5-2 des LEP NRW formulierte Ausnahmeregelung zur Sicherung einer flächendeckenden Nahversorgung zurückgegriffen werden. Großflächiger Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten kann demnach auch an siedlungsstrukturell integrierten Standorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche in Betracht kommen, wenn

- die wohnungsnaher Versorgung aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen nicht durch einen Standort in einem zentralen Versorgungsbereich sichergestellt werden kann,
- der Betrieb nach Standort, Sortiment und Größe der Gewährleistung der wohnungsnahen Versorgung in dem zugeordneten Siedlungsbereich dient und
- keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind.

6.6.2 Einordnung der in Aldenhoven-Siersdorf geplanten Netto-Erweiterung

Im Zusammenhang mit der Stärkung der wohnungsnahen Versorgung soll im Folgenden auf die geplante Neuaufstellung des Netto-Marktes in Siersdorf eingegangen werden. Hierbei soll geprüft werden, ob das Einzelhandelsvorhaben mit den oben formulierten Empfehlungen zur Entwicklung der Nahversorgung im Gemeindegebiet Aldenhoven übereinstimmt.

Bei der Prüfung dieses Einzelhandelsvorhabens sind folgende Punkte zu berücksichtigen:

Projektdaten:

- Das Planareal befindet sich an der Mühlenstraße in östlicher Randlage des Ortsteils Aldenhoven-Siersdorf außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches.
- Im Zuge der Neuaufstellung soll der Netto-Lebensmitteldiscountmarkt von derzeit rd. 780 m² auf rd. 1.050 m² Verkaufsfläche erweitert werden. Mit der Realisierung des Erweiterungsvorhabens wird es sich bei dem Netto-Lebensmittelmarkt um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb (> 800 m² VKF / 1.200 m² BGF) handeln.
- Auch der erweiterte Lebensmittelmarkt wird primär auf die wohnungsnah Grundversorgung abzielen und auf mindestens 90 % seiner Verkaufsfläche nahversorgungsrelevante Sortimente anbieten.
- Die geplante Erweiterungsmaßnahme zielt insgesamt nicht auf eine Veränderung des Sortimentsschwerpunktes ab. Vielmehr sollen durch die Erweiterung die Voraussetzungen für eine Diversifizierung des Nahversorgungsangebotes, eine großzügigere Warenpräsentation, eine verbesserte Kundenführung und eine Optimierung der internen Logistikabläufe geschaffen werden.

Entwicklung eines zentralen Versorgungsbereiches nicht zielführend:

- Der Ortsteil Aldenhoven-Siersdorf verfügt über keinen zentralen Versorgungsbereich. Aufgrund der siedlungsräumlichen Strukturen im Gemeindegebiet ist es auch nicht möglich, ein Versorgungszentrum zu entwickeln, dessen Versorgungsfunktion über die wohnungsnah Grundversorgung der im Nahbereich lebenden Bevölkerung hinausgeht. Auch vor dem Hintergrund der beschränkten Entwicklungspotenziale im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente wird die Entwicklung eines weiteren zentralen Versorgungsbereiches innerhalb der Gemeinde Aldenhoven als nicht zielführend eingeschätzt.
- Insgesamt besteht in diesem Siedlungsbereich aufgrund siedlungsstruktureller Gründe nicht die Möglichkeit, einen integrierten Standort als zentralen Versorgungsbereich zu entwickeln.
- Da sich nördlich und westlich des Projektstandortes Wohnbebauung anschließt, wird der Standortbereich trotz seiner Randlage innerhalb des Ortsteils Siersdorf als siedlungsintegriert eingestuft.

Nahversorgungssituation im Ortsteil Aldenhoven-Siersdorf:

- Gemäß des vorliegenden Einzelhandelskonzepts für die Gemeinde Aldenhoven besteht im Ortsteil Aldenhoven-Siersdorf, in dem sich der zu erweiternde Netto-Markt befindet, eine unterdurchschnittliche Ausstattung im Lebensmittelbereich. So lässt sich beispielsweise aus einer Umsatz-Kaufkraft-Relation in Höhe von 44 % und einem Kaufkraftabfluss von jährlich rd. 3,8 Mio. € im Lebensmittelbereich (vgl. Kapitel 4.2) ein perspektiver Handlungsbedarf zur räumlichen und quantitativen Verbesserung der Nahversorgung ableiten.

Einschätzung der wohnortnahen Versorgungsfunktionen:

- Der Netto-Lebensmarkt, der im nordwestlichen Gemeindegebiet ansässig ist, ist der einzige Lebensmittelmarkt außerhalb des Kernortes. Damit übernimmt dieser Lebensmittelanbieter nicht nur wesentliche Nahversorgungsfunktionen für die Einwohner des Ortsteils Siersdorf (rd. 2.925 EW),

die den Marktstandort überwiegend auch fußläufig innerhalb einer Wegedistanz von rd. 1.000 Metern erreichen können, sondern auch für einen erweiterten Nahbereich. Dieser umfasst neben Siersdorf auch die Ortsteile Dürboslar (rd. 720 EW) und Schleiden (rd. 915 EW). Der Nahbereich des Netto-Marktes verfügt somit über ein Einwohnerpotenzial von rd. 4.560 Einwohnern.

In diesem Zusammenhang ist zu berücksichtigen, dass im unmittelbaren Umfeld des Netto-Marktes weitere Baugebiete konkret geplant sind, sodass perspektivisch von einer noch höheren Einwohnerzahl im Nahbereich auszugehen ist.

Über den Nahbereich hinaus sind in nachgeordnetem Maße zusätzlich Kunden von außerhalb zu erwarten. Dazu gehören v.a. Einwohner aus dem weiteren Gemeindegebiet Aldenhoven (v.a. aus dem Ortsteil Freialdenhoven) sowie Berufspendler aus dem erweiterten Umland und Touristen bzw. Durchreisende. Da sich die Kaufkraftabschöpfung außerhalb des Nahbereichs auf einen vergleichsweise großen Raum bezieht und die Kaufkraftabschöpfung hier so gering ist, dass diese nicht mehr exakt für diese Herkunftsgebiete prognostiziert werden kann, sind die Wohnorte dieser Kundengruppen nicht mehr zum Nahbereich des Vorhabens zu zählen.

- Die Einwohner im Nahbereich des Erweiterungsvorhabens verfügen aktuell über ein Nachfragenvolumen in den relevanten Sortimentsgruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren in Höhe von rd. 12,0 Mio. € p.a. Davon entfallen rd. 7,7 Mio. € p.a. auf den Ortsteil Siersdorf und rd. 4,3 Mio. € p.a. auf den weiteren Nahbereich.

Perspektivisch, d.h. unter Berücksichtigung der im unmittelbaren Umfeld des Netto-Marktes konkret geplanten Baugebiete, ist von einem noch höheren nahversorgungsrelevanten Nachfragepotenzial auszugehen.

- Der Umsatz der erweiterten Netto-Filiale wird sich bei einer Verkaufsfläche von bis zu 1.050 m² maximal in einer Größenordnung von rd. 4,8 Mio. € p.a. bewegen. Davon entfallen rd. 4,2 Mio. € p.a. auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) und rd. 0,6 Mio. € p.a. auf die Nonfood-Sortimente.
- Da der zu erwartende nahversorgungsrelevante Umsatz von max. 4,2 Mio. € p.a. ca. 35 % der Kaufkraft im Nahbereich entspricht, wird auch der neu aufgestellte Netto-Markt wichtige (Nah-) Versorgungsfunktionen für die Bevölkerung in seinem Nahbereich übernehmen. Somit ist die geplante Dimensionierung des Marktes aus versorgungsstruktureller Sicht so zu bewerten, dass dieser überwiegend der Gewährleistung der wohnungsnahen Versorgung dient und sich ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen dem Umsatz des Marktes und der Nachfragepotenzialbasis im Nahbereich des Einzelhandelsvorhabens einstellen wird.

Insgesamt erfüllt das in Aldenhoven-Siersdorf geplante Einzelhandelsvorhaben die im Rahmen des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes formulierten Empfehlungen zur Entwicklung der Nahversorgung im Gemeindegebiet Aldenhoven.

Ergänzend ist darauf hinzuweisen, dass eine landesplanerische Anfrage nach §34 LPlG (Ausnahmeregelung nach Ziel 6.5-2 LEP NRW) erforderlich ist und eine Prüfung der Vereinbarkeit mit den Zielen der Raumordnung im Rahmen dessen zu erfolgen hat. Insofern ist der Nachweis, dass beim geplanten Erweiterungsvorhaben die mit Ziel 6.5-2 LEP NRW vorgegebenen Ausnahmekriterien als erfüllt angesehen werden können, im Rahmen einer noch zu erarbeitenden Auswirkungsanalyse (Einzelfallprüfung) zu erbringen.

7 Abschließende Empfehlungen

Die vorliegende Untersuchung soll einer geordneten, städtebaulich verträglichen Einzelhandels- und Standortentwicklung der Gemeinde Aldenhoven im Rahmen der Bauleitplanung dienen. Um die notwendige Rechtssicherheit für die kommunale Planung herzustellen und zugleich den Investoren und Betreibern des Einzelhandels Planungssicherheit zu geben, ist ein Selbstbindungsbeschluss des Gemeinderates über die Grundzüge des Einzelhandelskonzeptes erforderlich.

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

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

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

Köln, im Februar 2023

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Joachim Schulte



i. V. Rainer Schmidt-Illguth