



## Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Alfter



### CIMA Beratung + Management GmbH

Köln | Leipzig | Lübeck | München | Ried (A) | Stuttgart

Eupener Straße 150  
50933 Köln

Tel: 0221/937296 20  
Fax: 0221/937296 21  
Email: [cima.koeln@cima.de](mailto:cima.koeln@cima.de)  
Web: [www.cima.de](http://www.cima.de)



### Bearbeitung:

Dr. Wolfgang Haensch  
Matthias Hartmann

Köln, den 23. September 2013 (Endfassung unter Berücksichtigung der Anregungen  
aus der Beteiligung der Nachbarkommunen und der Träger öffentlicher Belange vom Juli/ August 2013)

Stadt- und Regionalmarketing  
City-Management  
Stadtentwicklung  
Einzelhandel  
Wirtschaftsförderung  
Immobilienentwicklung  
Tourismus  
Personalberatung

### **CIMA Beratung + Management GmbH**

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

Diese Entwurfsvorlagen, 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. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA GmbH, Köln.

### **Anmerkung zur überarbeiteten Fassung**

Die vorliegende Fassung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Gemeinde Alfter stellt eine Aktualisierung des im Juli 2013 vorgelegten Konzeptes dar.

Nach Vorlage des Konzeptes fand im Juli/ August 2013 eine Beteiligung der Träger öffentlicher Belange und der Nachbarkommunen statt. In die vorliegende Fassung gehen die Anregungen der Beteiligung ein.

## INHALT

<b>1</b>	<b>EINLEITUNG</b>	<b>7</b>			
<b>2</b>	<b>EINZELHANDELSSTANDORT ALFTER</b>	<b>8</b>			
2.1	Lage, Verflechtungen und Wirtschaftsstruktur	8			
2.2	Abgrenzung des Marktgebietes	9			
2.3	Marktpotenzial der Gemeinde Alfter	10			
<b>3</b>	<b>EINZELHANDELSSTRUKTUREN IN DER GEMEINDE ALFTER</b>	<b>11</b>			
3.1	Einzelhandelsstrukturen im Gemeindegebiet	11			
3.2	Einzelhandelszentralität in der Gemeinde Alfter	14			
<b>4</b>	<b>NAHVERSORGUNGSSITUATION IN DER GEMEINDE ALFTER</b>	<b>17</b>			
<b>5</b>	<b>ERGEBNISSE DER TELEFONISCHEN BÜRGERBEFRAGUNG</b>	<b>19</b>			
5.1	Vorbemerkungen	19			
5.2	Stärken der Gemeinde Alfter als Einkaufsort	19			
5.3	Schwächen der Gemeinde Alfter als Einkaufsort	20			
5.4	Einkaufshäufigkeit nach Gemeindeteilen	21			
5.5	Einkaufsorientierung nach Warengruppen	24			
5.5.1	Nahrungs- und Genussmittel	24			
5.5.2	Gesundheits-, Körperpflegeprodukte	25			
5.5.3	Bekleidung, Textilien	25			
5.5.4	Schuhe, Lederwaren	26			
5.5.5	Bücher, Schreibwaren	26			
5.5.6	Uhren, Schmuck, Optik	27			
5.5.7	Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	27			
5.5.8	Spielwaren, Hobbybedarf	28			
5.5.9	Sportartikel, Sportgeräte	28			
5.5.10	Haushaltsbedarf, Geschenkartikel (Glas, Porzellan, Keramik)	29			
5.5.11	Möbel, Teppiche, Heimtextilien	29			
5.5.12	Baumarktsortiment, Garten-, Heimwerkerbedarf	30			
5.5.13	Fazit	30			
5.6	Angebotsituation in der Gemeinde Alfter	32			
5.7	Bewertung von Image- und Infrastrukturfaktoren	32			
<b>6</b>	<b>ZIELE DER ZUKÜNFTIGEN EINZELHANDELS ENTWICKLUNG IN ALFTER</b>	<b>33</b>			
6.1	Ziele des Einzelhandelskonzeptes	33			
6.2	Zentrenkonzept für die Gemeinde Alfter	34			
<b>7</b>	<b>PLANUNGSRECHTLICHE EMPFEHLUNGEN ZUR STEUERUNG DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG</b>	<b>37</b>			
7.1	Vorbemerkungen	37			
7.2	Zur Methodik einer Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche	40			
7.3	Räumliche Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche innerhalb der Gemeinde Alfter	42			
7.3.1	Hauptzentrum Odekoven	42			
7.3.2	Nahversorgungszentrum Alfter	43			
7.3.3	Nahversorgungszentrum Witterschlick	43			
7.3.4	Sonderstandort Alma-Einkaufspark	44			
<b>8</b>	<b>ALFTERER LISTE</b>	<b>45</b>			
8.1	Vorbemerkung	45			
8.2	Zur Ableitung der Alfterer Sortimentsliste	46			
<b>9</b>	<b>EMPFEHLUNGEN FÜR DIE PRAXIS DER BAULEITPLANUNG</b>	<b>51</b>			

<b>10</b>	<b>EINZELHANDESENTWICKLUNG IN DER GEMEINDE ALFTER</b>	<b>52</b>
10.1	Funktionale und städtebauliche Entwicklung des Hauptzentrums Oedekoven	52
10.1.1	Ist-Zustand	52
10.1.2	Entwicklungsperspektive	53
10.1.3	Maßnahmen	53
10.1.4	Empfehlungen des Arbeitskreises	55
10.2	Funktionale und städtebauliche Entwicklung der Ortsmitte Alfter	55
10.2.1	Ist-Zustand	55
10.2.2	Entwicklungsperspektive und Maßnahmen	55
10.2.3	Empfehlungen des Arbeitskreises	56
10.3	Sicherung der Funktion der Ortsmitte Witterschlick	56
10.3.1	Ist-Zustand	56
10.3.2	Entwicklungsperspektive	57
10.3.3	Maßnahme	57
10.3.4	Empfehlungen des Arbeitskreises	57
<b>11</b>	<b>FAZIT</b>	<b>58</b>
<b>12</b>	<b>ANHANG</b>	<b>59</b>

## ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1: Bevölkerung der Gemeinde Alfter nach Gemeindeteilen	8	Abb. 22: Einkaufshäufigkeit in Oedekoven (Wie häufig besuchen Sie den Gemeindeteil Oedekoven zum Einkaufen?) (in % der Befragten)	22
Abb. 2: Gemeinde Alfter	8	Abb. 23: Einkaufshäufigkeit in Witterschlick (Wie häufig besuchen Sie den Ortsteil Witterschlick zum Einkaufen?) (in % der Befragten)	22
Abb. 3: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im regionalen Vergleich	9	Abb. 24: Einkaufshäufigkeit im Alma-Einkaufspark (Wie häufig besuchen Sie den Alma-Einkaufspark zum Einkaufen?) (in % der Befragten)	23
Abb. 4: Nachfragepotenzial in der Gemeinde Alfter	10	Abb. 25: Einkaufshäufigkeit im Alma-Einkaufspark nach Gemeindeteilen (Wie häufig besuchen Sie den Alma-Einkaufspark zum Einkaufen?) (in % der Befragten)	23
Abb. 5: Einzelhandelsbesatz in der Gemeinde Alfter	11	Abb. 26: Einkaufsorientierung bei Nahrungs- und Genussmitteln (in % der Befragten)	24
Abb. 6: Einzelhandelsbesatz im Alma-Einkaufspark	11	Abb. 27: Einkaufsorientierung bei Gesundheits-, Körperpflegeprodukten (in % der Befragten)	25
Abb. 7: Räumliche Verteilung des Einzelhandels in der Gemeinde Alfter	12	Abb. 28: Einkaufsorientierung bei Bekleidung, Textilien (in % der Befragten)	25
Abb. 8: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz in der Gemeinde Alfter	12	Abb. 29: Einkaufsorientierung bei Schuhe, Lederwaren (in % der Befragten)	26
Abb. 9: CIMA-Gemeindevergleich Verkaufsfläche pro Einwohner	13	Abb. 30: Einkaufsorientierung bei Bücher, Schreibwaren (in % der Befragten)	26
Abb. 10: CIMA-Gemeindevergleich Verkaufsfläche Lebensmittel pro Einwohner	13	Abb. 31: Einkaufsorientierung bei Uhren, Schmuck, Optik (in % der Befragten)	27
Abb. 11: Nahversorgungssituation in den Alfterer Gemeindeteilen	14	Abb. 32: Einkaufsorientierung bei Elektroartikel, Unterhaltungselektronik (in % der Befragten)	27
Abb. 12: CIMA-Städtevergleich: Einzelhandelszentralität ausgewählter Kommunen	15	Abb. 33: Einkaufsorientierung bei Spielwaren, Hobbybedarf (in % der Befragten)	28
Abb. 13: Nachfragevolumen, Umsatz und Handelszentralität in Alfter	15	Abb. 34: Einkaufsorientierung bei Sportartikel, Sportgeräte (in % der Befragten)	28
Abb. 14: Handelszentralitäten in der Gemeinde Alfter	16	Abb. 35: Einkaufsorientierung bei Haushaltsbedarf, Geschenkartikel (in % der Befragten)	29
Abb. 15: Einzelhandelsrelevante Strukturdaten der Gemeinde Alfter	16	Abb. 36: Einkaufsorientierung bei Möbel, Teppiche, Heimtextilien (in % der Befragten)	29
Abb. 16: Nahversorgungsstruktur in der Gemeinde Alfter	18	Abb. 37: Einkaufsorientierung bei Baumarktsortiment, Garten-Heimwerkerbedarf (in % der Befragten)	30
Abb. 17: Räumliche Verteilung der maßgeblichen Nahversorger	18		
Abb. 18: Repräsentativität der durchgeführten Bürgerbefragung	19		
Abb. 19: Wenn Sie an die Gemeinde Alfter insgesamt als Einkaufsort denken: Was gefällt Ihnen dann ganz besonders? Was sind die Stärken im Vergleich zu anderen Standorten? (in % der Befragten)	19		
Abb. 20: Was gefällt Ihnen überhaupt nicht an der Gemeinde Alfter als Einkaufsort? Was sind die Schwächen im Vergleich zu anderen Standorten? (in % der Befragten)	20		
Abb. 21: Einkaufshäufigkeit in Alfter (Wie häufig besuchen Sie zum Einkaufen den Gemeindeteil Alfter?) (in % der Befragten)	21		

Abb. 38: Gibt es etwas, was Sie am Einzelhandelsangebot in Alfter noch vermissen? (in % der Befragten)	32
Abb. 39: Bewertung von Image- und Infrastrukturfaktoren	32
Abb. 40: Abgrenzung des Hauptzentrums Oedekoven im Flächennutzungsplan	35
Abb. 41: Zentrenkonzept für die Gemeinde Alfter	36
Abb. 42: Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Oedekoven	42
Abb. 43: Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Alfter	43
Abb. 44: Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Witterschlick	44
Abb. 45: Sonderstandort Alma-Einkaufspark	45
Abb. 46: Sortimentsliste für die Gemeinde Alfter	50
Abb. 47: Potenzialfläche im Hauptzentrum Oedekoven	52
Abb. 48: Szenario 2: Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben	54
Abb. 49: Heutiges Erscheinungsbild der Ortsmitte Alfter	56
Abb. 50: Ortsmitte Witterschlick	57
Abb. 51: CIMA Warengruppen	59
Abb. 52: Fragebogen zur telefonischen Haushaltsbefragung	61

## 1 EINLEITUNG

Die Gemeinde Alfter mit rd. 23.350 Einwohnern<sup>1</sup> liegt mit ihren fünf Gemeindeteilen westlich der Bundesstadt Bonn. Die einwohnerstärksten Gemeindeteile sind Alfter (rd. 8.330 Einwohner), Witterschlick (rd. 5.750 Einwohner) und Oedekoven (rd. 5.280 Einwohner). Die Gemeinde wurde 1969 im Zuge der kommunalen Gebietsreform neu gegründet; sie ist daher polyzentral strukturiert und besitzt kein historisch gewachsenes Zentrum. Aus dieser Siedlungsstruktur ergeben sich große Herausforderungen vor allem in Bezug auf die Absicherung der wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung.

Versorgungsschwerpunkt im Gemeindegebiet ist der seit den 1970er Jahren sukzessiv erweiterte, unmittelbar an die Stadt Bonn angrenzende Alma-Einkaufspark im Gemeindeteil Oedekoven, der neben einer ausgedehnten Nahversorgung auch zahlreiche Angebote im Bereich des langfristigen Bedarfs vorhält. Weitere Versorgungsschwerpunkte sind die Ortsmitten von Alfter und Witterschlick, die Nahversorgungsfunktion für das nördliche bzw. südliche Gemeindegebiet übernehmen.

Vor diesem Hintergrund ergeben sich für das vorliegende Einzelhandelskonzept folgende Aufgaben und Untersuchungsschwerpunkte:

- Darstellung der Angebotsstrukturen des Einzelhandels auf Basis einer vollständigen Bestandserhebung in der Gemeinde Alfter,
- Dokumentation der einzelhandelsrelevanten Nachfrage in der Gemeinde Alfter,
- Warengruppenspezifische Kaufkraftanalysen mit Bewertung der Handelszentralitäten (Umsatz-Kaufkraft-Relationen),

- Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde Alfter,
- Ableitung der Alfterer Liste nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente,
- Darstellung der Entwicklungsspielräume des Einzelhandels in der Gemeinde Alfter.

### Vorbemerkung zur Methodik

- Die Analyse des Einzelhandels in der Gemeinde Alfter basiert auf einer vollständigen Bestandserhebung des Einzelhandels durch die CIMA im Januar 2013.
- Die Berechnungen des Einzelhandelsumsatzes in der Gemeinde Alfter beruhen auf den veröffentlichten Flächenproduktivitäten bundesweit tätiger Unternehmen, den Daten aus einer CIMA internen Unternehmensdatenbank, Fachveröffentlichungen sowie der Inaugenscheinnahme der Unternehmen.
- Um ein detailliertes Bild u. a. über die Einkaufsorientierungen der Alfterer Bevölkerung zu erhalten wurde im Januar 2013 eine telefonische Haushaltsbefragung bei 200 Alfterer Bürgerinnen und Bürgern durchgeführt.
- Projektbegleitend wurde ein Arbeitskreis eingerichtet, der in zwei Workshops in die Erstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes eingebunden wurde. Der Teilnehmerkreis setzte sich zusammen aus Vertretern aller im Gemeinderat vertretenen Fraktionen, dem Bürgermeister und den betroffenen Fachämtern in der Gemeinde Alfter sowie interessierten Gewerbetreibenden, die in der Ortsmitte von Alfter bzw. Witterschlick sowie im Almapark mit ihren Betrieben ansässig sind.

<sup>1</sup> Quelle: Gemeinde Alfter (2013): Einwohner nach Hauptsitz (Stand: 27.05.2013).

## 2 EINZELHANDELSSTANDORT ALFTER

### 2.1 Lage, Verflechtungen und Wirtschaftsstruktur

Die Gemeinde Alfter hat rd. 23.350 Einwohner<sup>1</sup> und ist in fünf Gemeindeteile gegliedert, bezogen auf die Einwohnerzahl ist Alfter der größte Gemeindeteil. Die Gemeinde liegt unmittelbar angrenzend an das dominierende Oberzentrum Bonn, südöstlich zum Mittelzentrum Bornheim und in einiger Entfernung südlich zum Oberzentrum Köln. Alfter hat eine reizvolle naturräumliche Lage, da die Gemeinde im Naturpark Rheinland liegt. Vor allem das Vorgebirge, als Teil der Naturlandschaft Vile, verleiht der Gemeinde ihren Charakter.

**Abb. 1: Bevölkerung der Gemeinde Alfter nach Gemeindeteilen**

Gemeindeteil	Einwohner	
	Anzahl	in %
Alfter	8.335	35,7
Gielsdorf	1.874	8,0
Impekoven	2.110	9,0
Oedekoven	5.284	22,6
Witterschlick	5.750	24,6
<b>Insgesamt</b>	<b>23.353</b>	<b>100,0</b>

Quelle: Gemeinde Alfter (2013): Einwohner nach Hauptsitz (Stand: 27.05.2013).

Das Gemeindegebiet beläuft sich auf rd. 35 km<sup>2</sup>. Darauf entfällt mit 13 ha (37 %) ein Großteil auf die landwirtschaftliche Nutzung.

Verkehrlich ist das Gemeindegebiet an das Fernstraßennetz durch die Bundesautobahnen 555 (Köln-Bonn) und 565 (Bonn-Meckenheim, mit Anschluss an die A 61 Köln-Koblenz) angeschlossen.

**Abb. 2: Gemeinde Alfter**

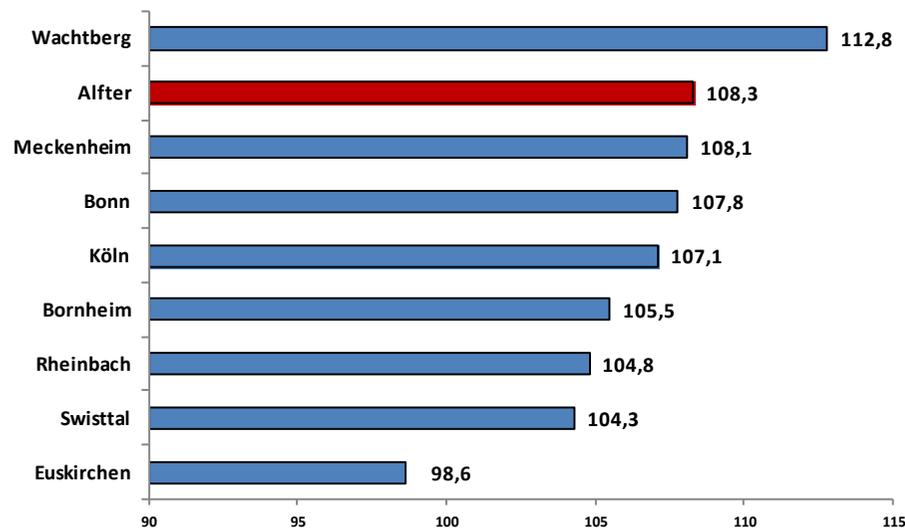


Quelle: CIMA GmbH (2013).

Das Gemeindegebiet wird ferner durch die Bundesstraße 56, die von Bonn über Alfter Richtung Euskirchen verläuft, mit dem regionalen Umland verbunden. Das Gemeindegebiet selber wird durch die Landstraßen L 183 und L 113 sowie durch die Kreisstraßen K 12 und K 5 erschlossen. Von Alfter betragen die Entfernungen nach Bornheim rd. 5 km, nach Bonn (Innenstadt) rd. 6 km und nach Köln (Innenstadt) rd. 30 km.

Die Gemeinde Alfter ist Modellkommune in dem Projekt „kommunales Mobilitätsmanagement“ der Verkehrsverbundes Rhein-Sieg GmbH und des Landes Nordrhein-Westfalen. Ziel des Projektes ist, insbesondere im Nahbereich den Fuß- und Radverkehr sowie den ÖPNV durch ein kommunales Mobilitätsmanagement zu fördern.

**Abb. 3: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im regionalen Vergleich<sup>2</sup>**



Quelle: MB-Research (2012). Eigene Darstellung.

<sup>2</sup> Bundesrepublik = 100

Die Bedeutung der fußläufigen Erschließung, der Radverkehrsinfrastruktur und des Anschlusses an das ÖPNV- System wird mit der Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes wachsen, da ein wichtiges Ziel dieses Konzeptes die Entwicklung und Stärkung wohnortnaher Nahversorgungsstrukturen ist. Hier gilt es einerseits die Verkehrsstrukturen des Umweltverbundes und andererseits die Aufenthaltsqualität zu verbessern.

Außer einem leicht über dem Landesdurchschnitt liegenden sozialversicherungspflichtigen Beschäftigtenanteil im primären Sektor liegen die Beschäftigten des sekundären und tertiären Sektors nahezu im Landesdurchschnitt.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft liegt in der Gemeinde Alfter aufgrund der günstigen Sozialstruktur mit einem Indexwert von 108,3 deutlich über dem Bundesdurchschnitt und ebenso über den Werten der Städte Bonn und Köln.

## 2.2 Abgrenzung des Marktgebietes

Aufgrund der regionalen Wettbewerbssituation und der Struktur des vorhandenen Geschäftsbesatzes beschränkt sich das Marktgebiet des Alfter Einzelhandels im Wesentlichen auf das eigene Gemeindegebiet. Dies entspricht der zentralörtlichen Einstufung von Alfter als Grundzentrum. Alfter hat somit eine grundzentrale Versorgungsfunktion, die vorwiegend auf die Deckung des täglichen Bedarfs der dort lebenden Bevölkerung ausgerichtet ist. Die einzelnen Gemeindeteile nutzen überwiegend die in den entsprechenden Gemeindeteilen vorzufindenden Versorgungseinrichtungen.

Aufgrund der unteren zentralörtlichen Versorgungsstruktur hat Alfter als Marktgebiet für umliegende Städte und Gemeinden eine geringfügige Bedeutung. Lediglich beim Alma-Einkaufspark in Oedekoven ist davon auszugehen, dass Zuflüsse aus der Stadt Bonn, insbesondere den Ortsteilen Duisdorf und Hardthöhe zu verzeichnen sind.

Ausgeprägte Kaufkraftverflechtungen bestehen insbesondere zwischen der Gemeinde Alfter und der Stadt Bonn (vgl. Kap. 5). Die Innenstadt von Bonn und das Ortsteilzentrum Duisdorf profitieren von Alfterer Kunden, die ihren Bedarf an mittel- und langfristigen Gütern dort decken. Bei den täglichen Bedarfsgütern findet ein Austausch zwischen der Stadt Bonn und der Gemeinde Alfter statt (Kunden aus Alfter nutzen die Angebote im angrenzenden Stadtbezirk Hardtberg, Bürger aus den nahe gelegenen Bonner Ortsteilen suchen gezielt den Alma-Einkaufspark auf). Die Nachbarstadt Bornheim hat für die örtlichen Bevölkerung vor allem eine Bedeutung als Standort für großflächige Anbieter von Möbeln und Baumarktartikeln.

## 2.3 Marktpotenzial der Gemeinde Alfter

Das Marktpotenzial des Alfterer Einzelhandels resultiert aus der vorhandenen Nachfrage innerhalb des eigenen Gemeindegebietes.

Die Berechnung des Nachfragepotenzials<sup>3</sup> in Alfter erfolgt auf Basis der gemeindeschaffen Einwohnerzahl nach Hauptsitz (23.353 Ew.) und der spezifischen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer (108,3). Es wird ein Ausgabebesatz pro Kopf im Einzelhandel von 5.506 € für das Jahr 2012 zugrunde gelegt (Bund), der an das Niveau der Gemeinde mit Hilfe der Kaufkraftkennziffer angepasst wurde.

Der einzelhandelsrelevante Ausgabebesatz eines Einwohners der Gemeinde Alfter entspricht **5.963 €** pro Jahr; d.h., die Bürger der Gemeinde Alfter geben unabhängig vom Ort des Einkaufs jährlich durchschnittlich 5.963 € im Einzelhandel aus. Wie die Kaufkraftkennziffer liegt auch der statistische Ausgabebesatz pro Kopf von Alfter deutlich über dem Bundesdurchschnitt.

Insgesamt beläuft sich das Nachfragepotenzial aus dem Gemeindegebiet auf **rd. 138,9 Mio. €**. Davon entfallen **rd. 72,8 Mio. € auf den täglichen (= periodi-**

<sup>3</sup> Das Nachfragepotenzial entspricht den Ausgaben (in €) der Bevölkerung der Gemeinde Alfter, die dem Einzelhandel zur Verfügung stehen (statistischer Wert).

**schon) Bedarf.** Im aperiodischen Bedarfsbereich beläuft sich das Nachfragepotenzial auf rd. 66,1 Mio. €. Aufgrund des hohen regionalen Wettbewerbsdrucks und trotz der unmittelbaren Nähe des Alma-Einkaufsparks zur Stadt Bonn kann für den Alfterer Einzelhandel nur von diffusen Zuflüssen aus den unmittelbar umliegenden Wohnbereichen der angrenzenden Kommunen ausgegangen werden; keine der angrenzenden Gemeinden ist daher dem Einzugsgebiet von Alfter zuzuordnen.

**Abb. 4: Nachfragepotenzial in der Gemeinde Alfter**

CIMA Warengruppe	Gemeinde Alfter in Mio. €
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>72,8</b>
Lebensmittel, Reformwaren	51,5
Gesundheits-, Körperpflege	19,1
Übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	2,2
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>20,6</b>
Bekleidung, Wäsche	12,1
Schuhe, Lederwaren	3,5
Uhren, Schmuck, Optik	5,0
<b>Medien, Technik insgesamt</b>	<b>15,8</b>
Bücher, Schreibwaren	3,3
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto, PC	12,5
<b>Spiel, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>6,6</b>
Sportartikel	3,7
Spielwaren	1,4
Hobbybedarf (Fahrräder etc.)	1,5
<b>Glas, Keramik, Porzellan, Hausrat</b>	<b>2,3</b>
<b>Einrichtungsbedarf insgesamt</b>	<b>9,9</b>
Möbel, Antiquitäten	7,8
Gardinen, Heimtextilien, Teppiche	2,1
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>11,0</b>
<b>Insgesamt</b>	<b>138,9</b>

Quelle: CIMA GmbH (2013).

### 3 EINZELHANDELSSTRUKTUREN IN DER GEMEINDE ALFTER

#### 3.1 Einzelhandelsstrukturen im Gemeindegebiet

Die nachfolgenden Einzelhandelsstrukturdaten basieren auf einer vollständigen Einzelhandelsbestandserhebung in der Gemeinde Alfter im Januar 2013.

Die dargestellten Umsatzvolumina wurden auf Grundlage der Inaugenscheinnahme des konkreten Warenangebots, der Angebotsqualität und der Sortimentsstruktur abgeleitet. Die Hochrechnung der Umsätze erfolgte über branchenübliche Flächenproduktivitäten. Zusätzlich wurden Firmen- und Verbandsveröffentlichungen, CIMA interne Brancheninformationen sowie die relevante Fachliteratur in die Auswertung mit einbezogen.

**Abb. 5: Einzelhandelsbesatz in der Gemeinde Alfter**



Quelle: CIMA GmbH (2013).

Mit der Bestandserhebung des Einzelhandels in der Gemeinde Alfter wurden insgesamt **80 Einzelhandelsbetriebe** mit einer **Verkaufsfläche von rd. 32.400 m<sup>2</sup>** erhoben. Sie erwirtschaften einen **Einzelhandelsumsatz von rd. 86,1 Mio. € p.a.**

**Abb. 6: Einzelhandelsbesatz im Alma-Einkaufspark**



Quelle: CIMA GmbH (2013).

Hinsichtlich der räumlichen Verteilung der Einzelhandelsbetriebe ist als Besonderheit einerseits festzustellen, dass die Gemeinde Alfter eine typische Flächengemeinde mit mehreren Ortschaften, aber ohne ein historisch gewachsenes Zentrum darstellt. Andererseits verfügt die Gemeinde mit dem Alma-Einkaufspark über ein sehr ausgeprägtes, den Besatz in der Gemeinde dominierendes Handelszentrum: Hier konzentrieren sich 80 % der gesamten Verkaufsfläche und mehr als 70 % Einzelhandelsumsatzes in der Gemeinde (Abb. 7). Darüber hinaus weisen die Gemeindeteile Alfter und Witterschlick noch einen nennenswerten Besatz auf, der sich aber im Schwerpunkt auf die Nahversorgung der ansässigen Wohnbevölkerung beschränkt. Die weiteren Gemeindeteile, auch der im Flächennutzungsplan als Hauptzentrum dargestellte Bereich rund um das Rathaus in Oedekoven, weisen nur einen rudimentären oder gar keinen Geschäftsbesatz auf.

**Abb. 7: Räumliche Verteilung des Einzelhandels in der Gemeinde Alfter**

Ort	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
	absolut	in %	in m <sup>2</sup>	in %	in Mio. €	in %
Alfter	29	36	2.690	8	10,4	12
Oedekoven	8	10	980	3	3,6	4
Witterschlick	21	26	2.260	7	9,2	11
Alma-Einkaufspark	18	23	26.100	81	61,9	72
übrige Gemeinde	4	5	370	1	0,9	1
<b>Summe</b>	<b>80</b>	<b>100</b>	<b>32.400</b>	<b>100</b>	<b>86,1</b>	<b>100</b>

Quelle: CIMA GmbH (2013).

Hinweis: Bei den Angaben zur Anzahl der Betriebe handelt es sich nur um die Betriebe, die das entsprechende Sortiment als Hauptwarengruppe führen; in den Angaben zur Verkaufsfläche und zum Umsatz sind die Angebote in Form von Teilsortimenten enthalten.

Die warengruppenspezifische Differenzierung des Einzelhandelsbesatzes ist in der Abbildung Abb. 8 dokumentiert. Es ist festzuhalten:

- Mehr als die Hälfte der Betriebe sind dem periodischen Bedarf zuzuordnen, wobei der überwiegende Teil davon (rd. 70 %) zum Lebensmitteleinzelhandel gehören. Der Verkaufsflächen- und Umsatzanteil der Lebensmittelanbieter liegt bei 27,1 % bzw. 43,2 % und damit unter dem für ein Grundzentrum typischen Wert. Grund hierfür sind vor allem die großflächigen Ansiedlungen von Anbietern des Einrichtungsbedarfs sowie von baumarktspezifischen Sortimenten im Alma-Einkaufspark.
- Ca. 1.190 m<sup>2</sup> entfallen auf dem Bereich Gesundheits- und Körperpflege, weitere 1.100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf den persönlichen Bedarfsbereich (Bekleidung, Uhren/ Schmuck, Schuhe) sowie rd. 1.300 m<sup>2</sup> auf das Hauptsor-

timent Medien, Technik (Bücher, Schreibwaren, Elektroartikel, Unterhaltungselektronik). Der Schwerpunkt des entsprechenden Angebots befindet sich ebenfalls im Alma-Einkaufspark.

- Die baumarktspezifischen Sortimente bilden mit einem Anteil von rd. 40 % an der Gesamtverkaufsfläche den flächenmäßig größten Sortimentsbereich. Aufgrund der betriebstypenbedingten niedrigen Flächenproduktivität liegt der Anteil am Gesamtumsatz allerdings nur bei rd. 22 %.

**Abb. 8: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz in der Gemeinde Alfter**

CIMA Warengruppe	Betriebe	Verkaufsfläche		Umsatz	
	Anzahl	in m <sup>2</sup>	in %	in m <sup>2</sup>	in %
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>45</b>	<b>10.355</b>	<b>32,0</b>	<b>48,1</b>	<b>55,8</b>
Lebensmittel, Reformwaren	31	8.765	27,1	37,2	43,2
Gesundheits-, Körperpflege	6	1.190	3,6	9,3	10,8
Übriger periodischer Bedarf	8	400	1,2	1,5	1,8
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>7</b>	<b>1.130</b>	<b>3,5</b>	<b>4,0</b>	<b>4,7</b>
<b>Medien, Technik insgesamt</b>	<b>5</b>	<b>1.320</b>	<b>4,1</b>	<b>3,8</b>	<b>4,4</b>
<b>Spiel, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>3</b>	<b>805</b>	<b>2,5</b>	<b>2,2</b>	<b>2,5</b>
<b>Glas, Porzellan, Keramik</b>	<b>4</b>	<b>1.265</b>	<b>3,9</b>	<b>2,3</b>	<b>2,6</b>
<b>Einrichtungsbedarf</b>	<b>9</b>	<b>4.610</b>	<b>14,2</b>	<b>7,0</b>	<b>8,1</b>
<b>Baumarktspez. Sortimente</b>	<b>7</b>	<b>12.915</b>	<b>39,9</b>	<b>18,8</b>	<b>21,8</b>
<b>Insgesamt</b>	<b>80</b>	<b>32.400</b>	<b>100,0</b>	<b>86,1</b>	<b>100,0</b>

Quelle: CIMA GmbH (2013).

Hinweis: S. auch Erläuterungen zu Abb. 7.

- Mit rd. 14 % Verkaufsflächenanteil verfügt der Sortimentsbereich Einrichtungsbedarf ebenfalls über nennenswerten Verkaufsflächenanteil. Auch hier ist der Anteil am Gesamtumsatz durch betriebstypenbedingte niedrige Flächenproduktivitäten mit rd. 8 % niedriger. Ein großflächiger Anbieter liegt in Ortsteil Alfter, ein weiterer großflächiger Filialist befindet sich im Alma-Einkaufspark.

**Abb. 9: CIMA-Gemeindevergleich Verkaufsfläche pro Einwohner**

Kommune	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> / Einwohner
Meckenheim (24.200 Einwohner)	2,35
Bornheim (48.600 Einwohner)	2,08
Rheinbach (27.600 Einwohner)	1,56
<b>Bundesdurchschnitt</b>	<b>1,40</b>
<b>Alfter (24.500 Einwohner)<sup>4</sup></b>	<b>1,39</b>
Neunkirchen-Seelscheid (20.600 Einwohner)	0,86
Swisttal (18.000 Einwohner)	0,84
Wachtberg (20.000 Einwohner)	0,66
Much (14.800 Einwohner)	0,64
Nümbrecht (17.000 Einwohner)	0,58

Quellen: BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG (für Bornheim und Meckenheim); Stadt Rheinbach; CIMA GmbH (für alle übrigen Städte).

### Indexwert Verkaufsfläche/ Einwohner

Der Indexwert Verkaufsfläche/ Einwohner ist ein Indikator, der die Verkaufsflächenausstattung ins Verhältnis zur Einwohnerzahl einer Kommune setzt. Der

<sup>4</sup> Zur Vergleichbarkeit wird für die Gemeinde Alfter hier der Einwohnerbestand nach Haupt- und Nebensitz aufgeführt (Stand 27.05.2013).

bundesdeutsche Durchschnitt liegt bei rd. 1,4 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche/ Einwohner. Auf die Warengruppe Lebensmittel/ Reformwaren bezogen liegt der entsprechende Wert bei rd. 0,35 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche/ Einwohner.

Die **Verkaufsfläche pro Einwohner im Segment Lebensmittel/ Reformwaren liegt in der Gemeinde Alfter bei 0,38 m<sup>2</sup>** und damit geringfügig über dem Bundesdurchschnitt. In Bezug auf die **Gesamtverkaufsfläche liegt Alfter mit 1,39 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche/ Einwohner** annähernd beim Bundesdurchschnitt. Beide Kennziffern verdeutlichen, dass die Gemeinde über eine gute Einzelhandelsausstattung verfügt, die aber erheblich durch die Anbieter im Alma-Einkaufspark charakterisiert ist.

**Abb. 10: CIMA-Gemeindevergleich Verkaufsfläche Lebensmittel pro Einwohner**

Kommune	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> / Einwohner
Rheinbach (27.600 Einwohner)	0,50
Meckenheim (24.200 Einwohner)	0,39
<b>Alfter (25.500 Einwohner)<sup>4</sup></b>	<b>0,38</b>
Bornheim (48.600 Einwohner)	0,37
Neunkirchen-Seelscheid (20.600 Einwohner)	0,37
<b>Bundesdurchschnitt</b>	<b>0,35</b>
Swisttal (18.000 Einwohner)	0,34
Much (14.800 Einwohner)	0,25
Nümbrecht (17.000 Einwohner)	0,24
Wachtberg (20.000 Einwohner)	0,24

Quellen: BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG (für Bornheim und Meckenheim); Stadt Rheinbach; CIMA GmbH (für alle übrigen Städte).

Zudem ist festzuhalten, dass bedingt durch die Genese und Struktur der Gemeinde Alfter einige Gemeindeteile keine oder nur vereinzelt Einzelhandelsbetriebe aufweisen.

**Abb. 11: Nahversorgungssituation in den Alfterer Gemeindeteilen**

Betriebstyp	Alfter	Witterschlick	Oedekoven	Gielsdorf	Impekoven	Alma-Einkaufspark
<b>Einwohner</b>	<b>8.270</b>	<b>5.763</b>	<b>5.273</b>	<b>1.880</b>	<b>2.106</b>	-
Supermarkt (über 400 m <sup>2</sup> )	1	1				1
SB-Markt (200-400 m <sup>2</sup> )						
SB-Laden (unter 200 m <sup>2</sup> )	1					
Lebensmitteldiscounter						1
Apotheke	2	1	1			1
Bäckerei, Metzgerei	3	3	1			2
Getränkemarkt		2				2
Sonstige Anbieter	3	6	1	2		4

Quelle: CIMA GmbH (2013).

Neben dem Alma-Einkaufspark sind die beiden Gemeindeteile Alfter und Witterschlick Angebotsschwerpunkte im Einzelhandel, vor allem hinsichtlich der Nahversorgung. Die Gemeindeteile Gielsdorf, Impekoven und Oedekoven (ohne Alma-Einkaufspark) verfügen nur noch über einzelne, kleinflächige Anbieter oder gar keinen Besatz.

### 3.2 Einzelhandelszentralität in der Gemeinde Alfter

Die Einzelhandelszentralität einer Kommune beschreibt das Verhältnis des vor Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der vor Ort vorhandenen Nachfrage.

Handelszentralitäten können für einzelne Gemeindeteile und das Gemeindegebiet insgesamt ausgewiesen werden. Handelszentralitäten von deutlich über 100 signalisieren per Saldo Kaufkraftzuflüsse; Handelszentralitäten von unter 100 bedeuten per Saldo Kaufkraftabflüsse aus der betreffenden Raumeinheit. Handelszentralitäten werden für den Einzelhandel insgesamt sowie für einzelne Warengruppen ermittelt.

Je größer die Zentralität einer Kommune ist, desto größer ist die Anziehungskraft ihres Einzelhandels auf die Kaufkraft im Umland. Die Zentralität einer Kommune wird z.B. durch die Qualität und Quantität an Verkaufsfläche, den Branchenmix, die Verkehrsanbindung und die Kaufkraft im Marktgebiet gesteuert.

Insgesamt ist die **Einzelhandelszentralität** in der Gemeinde Alfter mit einem **Indexwert von 62** als der Gemeindestruktur und ihrer Funktion als angemessen zu bewerten; einem Umsatz von 86,1 Mio. € steht ein Nachfragevolumen von 138,9 Mio. € gegenüber. Per Saldo signalisiert die ermittelte Handelszentralität zwar Kaufkraftabflüsse in die umliegenden Kommunen, allerdings liegen diese in einem Bereich, die aufgrund der Lage und Struktur der Gemeinde Alfter nachvollziehbar sind. Auch der Vergleich mit weiteren, ähnlich strukturierten Kommunen verdeutlicht, dass die in Alfter erreichte Handelszentralität als typisch für ein Grundzentrum bewertet werden kann.

**Abb. 12: CIMA-Städtevergleich: Einzelhandelszentralität ausgewählter Kommunen**

Kommune	Zentralität
Bornheim (48.600 Einwohner)	87
Meckenheim (24.200 Einwohner)	77
Alfter (24.500 Einwohner) <sup>4</sup>	62
Neunkirchen-Seelscheid (20.600 Einwohner)	62
Swisttal (18.000 Einwohner)	61
Much (14.800 Einwohner)	50
Nümbrecht (17.000 Einwohner)	46
Wachtberg (20.000 Einwohner)	37

Quelle: Recherche CIMA 2013: BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung (Bornheim und Meckenheim) CIMA GmbH (alle übrigen Städte).

Außerdem ist davon auszugehen, dass mit Blick auf die Wettbewerbsstandorte (Bonn, Bornheim) sowie die bestehenden Pendlerverflechtungen nur ein begrenzter Anteil des ermittelten Kaufkraftabflusses zurückgewonnen werden kann. Abb. 13 zeigt die warengruppenspezifischen Handelszentralitäten des Einzelhandels in Alfter.

In den Branchen des periodischen Bedarfs wird eine Zentralität von 66 erreicht. Für die Branche Lebensmittel/ Reformwaren ist darüber hinaus eine Handelszentralität von 72 zu dokumentieren. Einem Einzelhandelsumsatz von 37,2 Mio. € steht hier ein Nachfragevolumen von 51,5 Mio. € gegenüber. Der Kaufkraftabfluss per Saldo beläuft sich somit auf 14,3 Mio. €. Trotz der bestehenden EDEKA Supermärkte in Alfter und Witterschlick sowie dem ausgedehnten Angebot im Alma Einkaufspark kommt es damit zu Kaufkraftabflüssen auch bei der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel, was der Tatsache geschuldet ist, dass vor allem im Bonner Stadtgebiet (im Speziellen im Stadtbezirk Hardtberg mit den Ortsteil Duisdorf) entsprechend attraktive Angebote vorhanden sind.

**Abb. 13: Nachfragevolumen, Umsatz und Handelszentralität in Alfter**

CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfrage- volumen in Mio. €	Handels- zentralität
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>48,1</b>	<b>72,8</b>	<b>66</b>
Lebensmittel, Reformwaren	37,2	51,5	72
Gesundheits-, Körperpflege	9,3	19,1	49
Übriger periodischer Bedarf	1,6	2,2	69
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>38,0</b>	<b>66,2</b>	<b>57</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>4,0</b>	<b>20,6</b>	<b>20</b>
<b>Medien. Technik insgesamt</b>	<b>3,8</b>	<b>15,8</b>	<b>24</b>
<b>Spiel, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>2,2</b>	<b>6,6</b>	<b>33</b>
<b>Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>2,3</b>	<b>2,3</b>	<b>99</b>
<b>Einrichtungsbedarf</b>	<b>7,0</b>	<b>9,9</b>	<b>71</b>
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>18,8</b>	<b>11,0</b>	<b>171</b>
<b>Insgesamt</b>	<b>86,1</b>	<b>138,9</b>	<b>62</b>

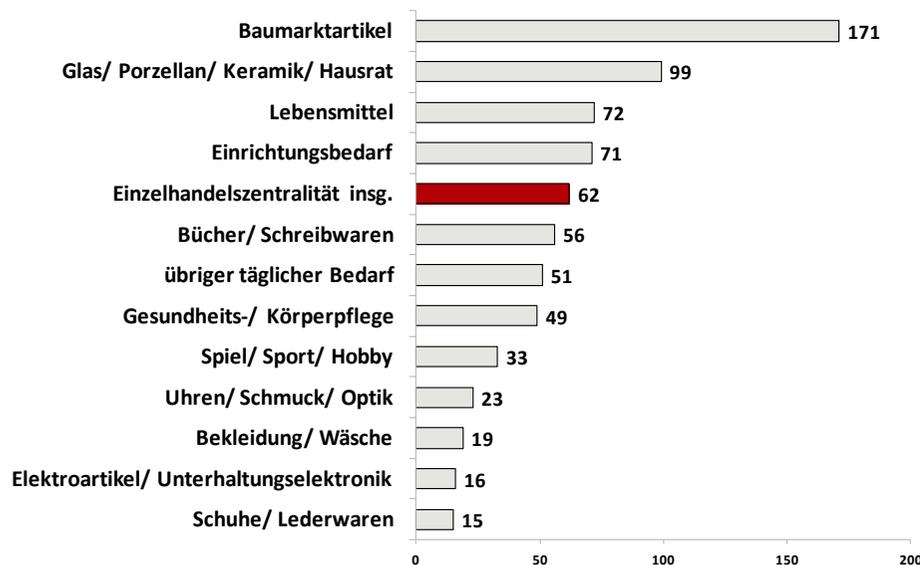
Quelle: CIMA GmbH (2013).

In den Branchen des aperiodischen Bedarfs wird eine durchschnittliche Handelszentralität von 57 erzielt. Sehr hohe Zentralitätswerte erzielt dabei das Baumarktspezifische Sortiment, bedingt vor allem durch die Angebote im Alma-Einkaufspark.

Die zentrentypischen Kernsortimente des persönlichen Bedarfs realisieren vergleichsweise niedrige Handelszentralitäten. Es ist allerdings auch darauf hinzuweisen, dass in einem Grundzentrum wie Alfter ein ausgedehntes Angebot in den entsprechenden Sortimenten nur selten anzutreffen bzw. eher untypisch ist. Vor diesem Hintergrund sind die Zentralitäten in den Sortimenten Bücher/ Schreibwaren (56), Gesundheits-/ Körperpflege (49) und Spiel/ Sport/

Hobby (33) durchaus zu akzeptieren. Die sehr niedrigen Zentralitäten bei Bekleidung/ Wäsche (19), Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik (16) und Schuhe/ Lederwaren (15) signalisieren aber auch, dass hier in Alfter durchaus das Potenzial für ein entsprechendes Angebot, vorzugsweise in den zentralen Bereichen der Gemeinde, besteht.

**Abb. 14: Handelszentralitäten in der Gemeinde Alfter**



Quelle: CIMA GmbH (2013).

**Abb. 15: Einzelhandelsrelevante Strukturdaten der Gemeinde Alfter**

Gemeinde Alfter	
Einwohner (Hauptwohnsitz; Stand: 27.05.2013)	23.353
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2012)	108,3
Einzelhandelsrelevanter Ausgabesatz (in €, Stand: 2012)	5.963
Nachfragepotenzial (in Mio. €)	138,9
Einzelhandelsbetriebe (Anzahl)	80
Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> )	32.400
Verkaufsfläche pro Einwohner (in m <sup>2</sup> / Einwohner)	1,39
- in der Warengruppe Lebensmittel, Reformwaren	0,38 <sup>5</sup>
- im aperiodischen Bedarf	0,95
Einzelhandelsumsatz (in Mio. €)	86,1
Flächenproduktivität (in €/ m <sup>2</sup> )	2.657
Umsatz pro Einwohner (in €/ Einwohner)	3.696
Zentralität insgesamt	62
Zentralität Periodischer Bedarf	66
Zentralität Aperiodischer Bedarf	57
Leerstände (Anzahl im gesamten Gemeindegebiet)	15
Leerstandsquote (in %)	16

Quellen: Gemeinde Alfter (2013); MB Research (2011); CIMA GmbH (2013).

<sup>5</sup> Unter Einbeziehung der geplanten Erweiterung des Lebensmitteldiscounters ALDI im Alma-Einkaufspark um 450 m<sup>2</sup> auf 1.250 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche erhöht sich der Indexwert „Verkaufsfläche Lebensmittel pro Einwohner“ auf 0,39 m<sup>2</sup>/ Einwohner.

## 4 NAHVERSORGUNGSSITUATION IN DER GEMEINDE ALFTER

Das Nahversorgungsangebot in der Gemeinde Alfter kann auf Basis der relevanten Kennziffern (Handelszentralität und Verkaufsfläche pro Einwohner) als der Lage und der Struktur der Gemeinde angemessen bezeichnet werden. Es ist allerdings darauf hinzuweisen, dass hinsichtlich der räumlichen Verteilung der Angebote eine Differenzierung vorzunehmen ist. Folglich können folgende Aussagen hinsichtlich der Nahversorgung getroffen werden:

- Die Gemeinde Alfter verfügt über eine Gesamtverkaufsfläche in der Branche Lebensmittel/ Reformwaren von 8.765 m<sup>2</sup>.
- Für die Branche Lebensmittel/ Reformwaren wird eine Handelszentralität von 72 dokumentiert. Einem Einzelhandelsumsatz von 37,2 Mio. € steht ein Nachfragevolumen von 51,5 Mio. € gegenüber.
- Vor dem Hintergrund einer warengruppenspezifischen Einzelhandelszentralität von deutlich unter 100 ist eine gezielte Erweiterung der Lebensmittelverkaufsfläche zu befürworten.
- Schwerpunkt des Angebots ist der Alma-Einkaufspark. Hier konzentrieren sich rd. 71 % (6.230 m<sup>2</sup> von insgesamt 8.765 m<sup>2</sup>) der Sortimentsverkaufsfläche.

Als strukturtragende Nahversorgungsbetriebe<sup>6</sup> sind ein SB-Warenhaus, zwei Supermärkte und ein Lebensmitteldiscounter anzusehen.

Der dominierende Nahversorgungsstandort in Alfter ist der seit den 1970er Jahren sukzessive erweiterte Alma-Einkaufspark. Hier befindet sich ein TOOM

SB-Warenhaus sowie ein ALDI Lebensmitteldiscounter. Aufgrund seiner Lage bzw. Erreichbarkeit im Gemeindegebiet besitzt er für alle Gemeindeteile eine ausgeprägte Attraktivität und profitiert zudem von seiner unmittelbaren Nähe zum Bonner Stadtbezirk Hardtberg.

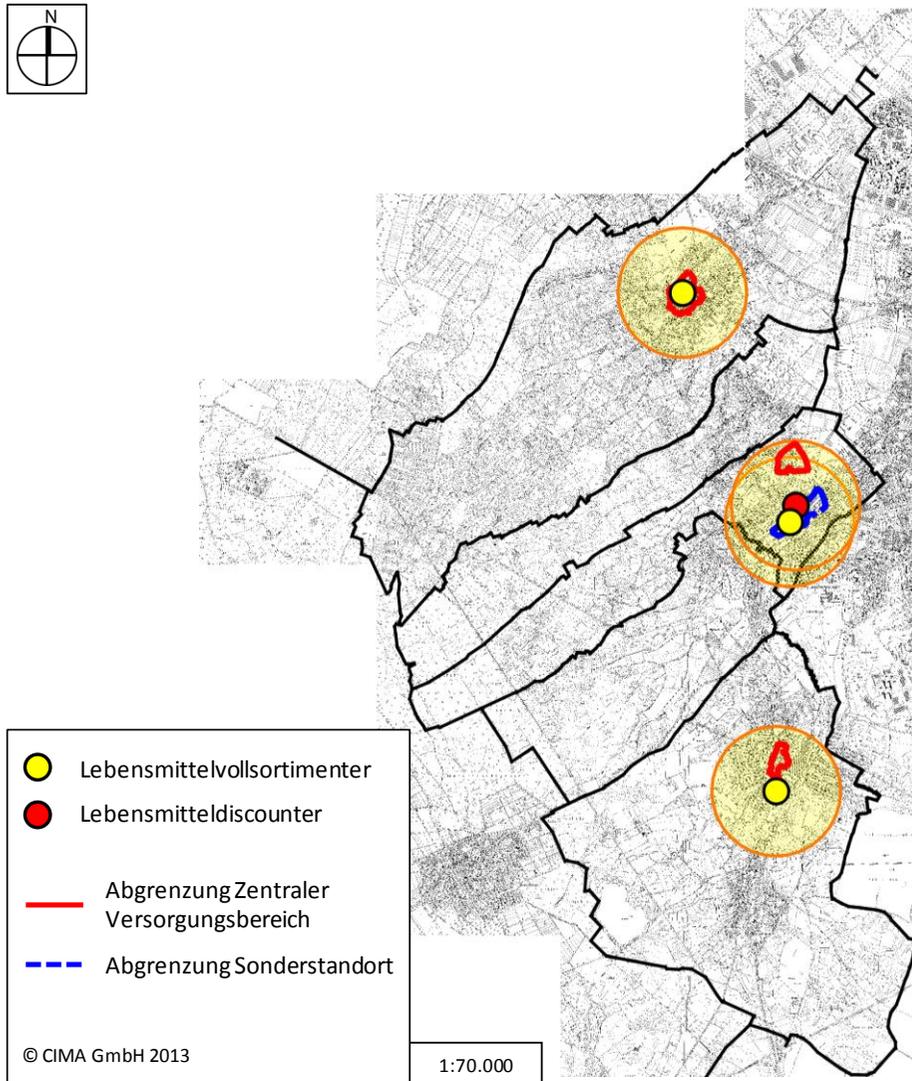
Ergänzt wird das Angebot um zwei EDEKA Supermärkte sowie das entsprechende Ladenhandwerk in den zentralen Einkaufsbereichen des Gemeindeteile Alfter und Witterschlick.

In den weiteren Gemeindeteilen besteht das Nahversorgungsangebot ausschließlich in Form von Betrieben des Lebensmittelhandwerks, Kiosken oder Hofläden (Gielsdorf, Oedekoven ohne Alma-Einkaufspark) bzw. es ist kein entsprechendes Angebot vorhanden (Impekoven).

Die Analyse der Nahversorgungssituation unter Berücksichtigung der räumlichen Verteilung der Nahversorger im Gemeindegebiet verdeutlicht, dass die Versorgung des Gemeindegebietes mit den Standorten Alfter, Witterschlick und Alma-Einkaufspark als gut bezeichnet werden kann. Aufgrund der räumlichen Nähe der unzureichend oder gar nicht versorgten Gemeindeteile Gielsdorf und Impekoven zu den genannten Angeboten ist eine gute Versorgungsstruktur erreicht, die sich auch am Indexwert „Verkaufsfläche pro Einwohner“ erkennen lässt. Trotzdem ist bei Berücksichtigung der geringen warengruppenspezifischen Zentralität für Lebensmittel/ Reformwaren (72) das Potenzial zur Umsetzung eines weiteren Nahversorgungsschwerpunktes im Gemeindegebiet vorhanden, der auf Grundlage des kommunalen Zentrenkonzepts im Gemeindeteil Oedekoven realisiert werden kann.

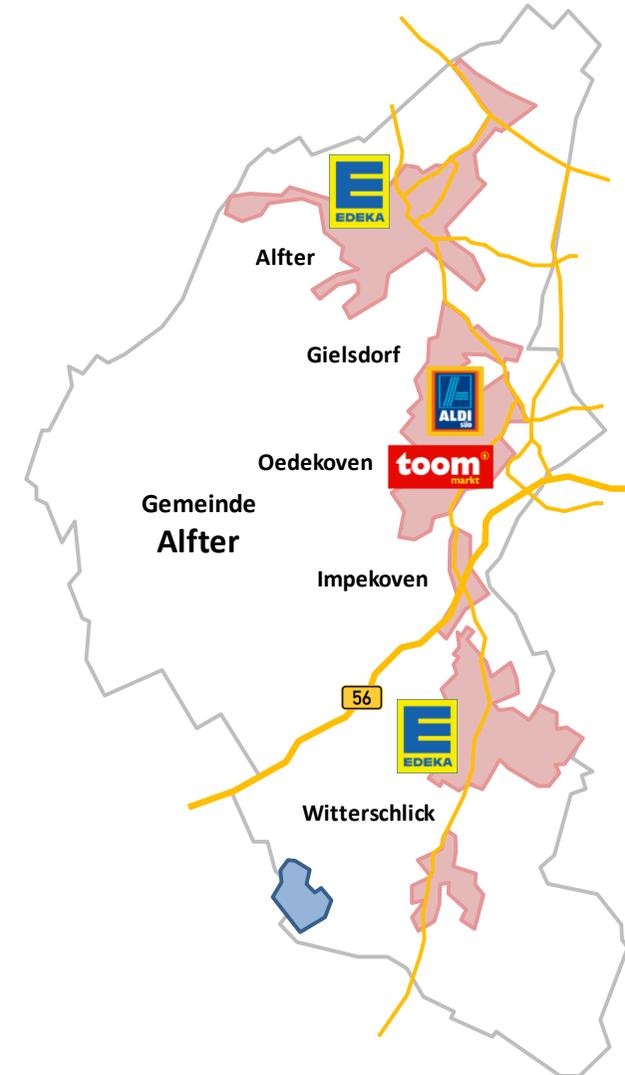
<sup>6</sup> Lebensmittelmärkte ab 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche

Abb. 16: Nahversorgungsstruktur in der Gemeinde Alfter



Bearbeitung: CIMA GmbH (2013).

Abb. 17: Räumliche Verteilung der maßgeblichen Nahversorger



Quelle: CIMA GmbH (2013).

## 5 ERGEBNISSE DER TELEFONISCHEN BÜRGERBEFRAGUNG

### 5.1 Vorbemerkungen

Zur Ermittlung regionaler Kaufkraftströme sowie zur detaillierten Analyse des Verbraucherverhaltens und der Ermittlung konkreter Bedürfnisse der Alfterer Bevölkerung hat die CIMA im Januar 2013 eine telefonische Bürgerbefragung mit insgesamt 200 Befragten in der Gemeinde Alfter durchgeführt.

Die Repräsentativität der Befragung wurde durch die Anwendung der CATI-Methodik sichergestellt (Abb. 18). Bei diesem Verfahren erfolgt das Stichprobenmanagement mit dem Ziehen von Zufallsstichproben computergestützt.

**Abb. 18: Repräsentativität der durchgeführten Bürgerbefragung**

	Merkmal	Befragte		Bewohner	
		total	in %	total	in %
<b>Geschlecht</b>	weiblich	84	42,0	11.965	51,2
	männlich	116	58,0	11.388	48,8
	<b>Total</b>	200	100,0	23.535	100,0
<b>Wohnort</b>	Alfter	86	43,0	8.335	35,7
	Gielsdorf	15	7,5	1.874	8,0
	Impekoven	14	7,0	2.110	9,0
	Oedekoven	42	21,0	5.284	22,6
	Witterschlick	43	21,5	5.750	24,6
	<b>Total</b>	200	100,0	23.353	100,0

Quellen: Gemeinde Alfter (2013): Einwohner nach Hauptsitz (Stand: 27.05.2013); CIMA GmbH (2013).

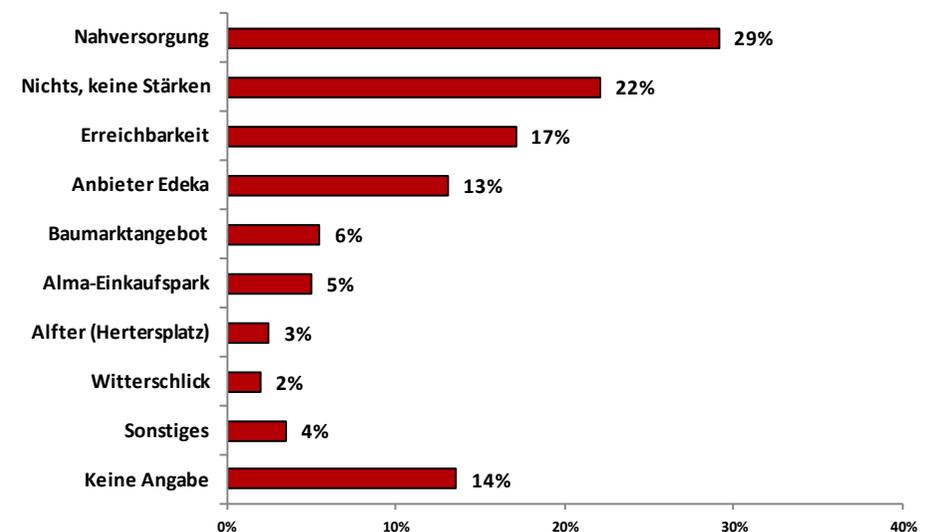
Aufgrund der dargestellten Repräsentativität der Stichprobe sind grundsätzliche Aussagen zum Konsumentenverhalten, zu Standorteinschätzungen sowie zum Image der Gemeinde Alfter als Einkaufsort möglich. Der Fragebogen ist im Anhang dokumentiert (Abb. 53).

### 5.2 Stärken der Gemeinde Alfter als Einkaufsort

Die Stärken der Gemeinde Alfter als Einkaufsort sind aus Sicht der Befragten:

- das gute Nahversorgungsangebot (29 % aller Befragten),
- die Erreichbarkeit der Einzelhandelsstandorte (17 %),
- der Anbieter EDEKA (13 %),
- das Baumarktangebot (6 %),
- der Alma-Einkaufspark (5 %).

**Abb. 19: Wenn Sie an die Gemeinde Alfter insgesamt als Einkaufsort denken: Was gefällt Ihnen dann ganz besonders? Was sind die Stärken im Vergleich zu anderen Standorten? (in % der Befragten)**



Quelle: CIMA GmbH (2013).

Die Nennungen „Hertersplatz in Alfter“, „Witterschlick“ oder die sonstigen Angaben spielen aufgrund der geringen Anzahl der Nennungen zur weiteren Analyse keine Bedeutung. 22 % der Befragten geben an, dass sie mit Alfter als Einkaufsort keine Stärken verbinden. 14 % äußerten sich nicht bzw. konnten keine Angaben machen.

Bei der Frage nach den Stärken der Gemeinde Alfter als Einkaufsort wird deutlich, dass sowohl die bestehende Nahversorgung, insbesondere in Hinblick auf den Anbieter EDEKA und den Alma-Einkaufspark, als auch die Erreichbarkeit der einzelnen Einzelhandelsstandorte als positiv von der Bevölkerung eingeschätzt werden (vgl. Abb. 19).

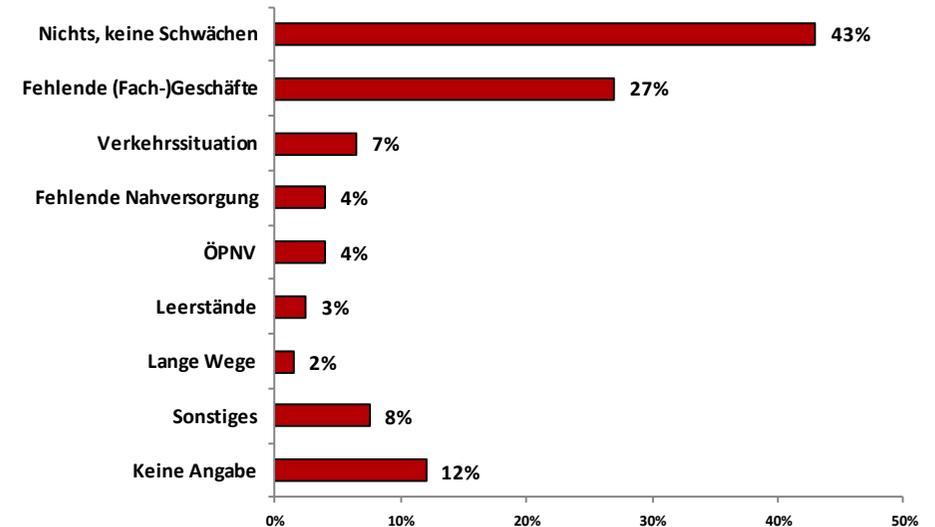
### 5.3 Schwächen der Gemeinde Alfter als Einkaufsort

43 % der Befragten sehen bei der Gemeinde Alfter als Einkaufsort keine Schwächen. In Verbindung mit den vorherigen Aussagen zu den Stärken unterstreichen die Aussagen das grundsätzlich positive Image von Alfter als Einkaufsort. 12 % äußerten sich nicht bzw. konnten keine Angaben machen. Dabei steht die Versorgung der Bevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfs offensichtlich im Vordergrund der Bewertungen.

Schwächen sind aus Sicht der Befragten mit

- fehlende Fachgeschäfte (27 % der Befragten),
- verkehrliche Probleme (7 %),
- schlechte Nahversorgung (4 %),
- Defizite im ÖPNV-Angebot (4 %).

**Abb. 20: Was gefällt Ihnen überhaupt nicht an der Gemeinde Alfter als Einkaufsort? Was sind die Schwächen im Vergleich zu anderen Standorten? (in % der Befragten)**



Quelle: CIMA GmbH (2013).

Bei der Nennung der Schwächen werden die Auswirkungen der flächenhaften Ausdehnung der Gemeinde Alfter deutlich. Die negativ bewertete Verkehrs- und ÖPNV-Situation als auch die Aussagen zu fehlender Nahversorgung sind vor diesen Hintergrund einzuordnen (vgl. Abb. 20). Es sei darauf hingewiesen, dass es sich hier um eine offene Frage nach den Schwächen von Alfter als Einkaufsort handelte. Bei der in der gleichen Befragung abgefragten Benotung des ÖPNV-Angebotes (1 = sehr gut bis 5 = schlecht) wurde das ÖPNV-Angebot sehr schlecht bewertet (Durchschnittsnote 4,2; s. auch Abb. 40). Offensichtlich hat nur ein Teil der Befragten bei der offenen Frage nach den Schwächen des Einkaufsortes Alfter das ÖPNV-Angebot in die Betrachtung mit einbezogen.

## 5.4 Einkaufshäufigkeit nach Gemeindeteilen

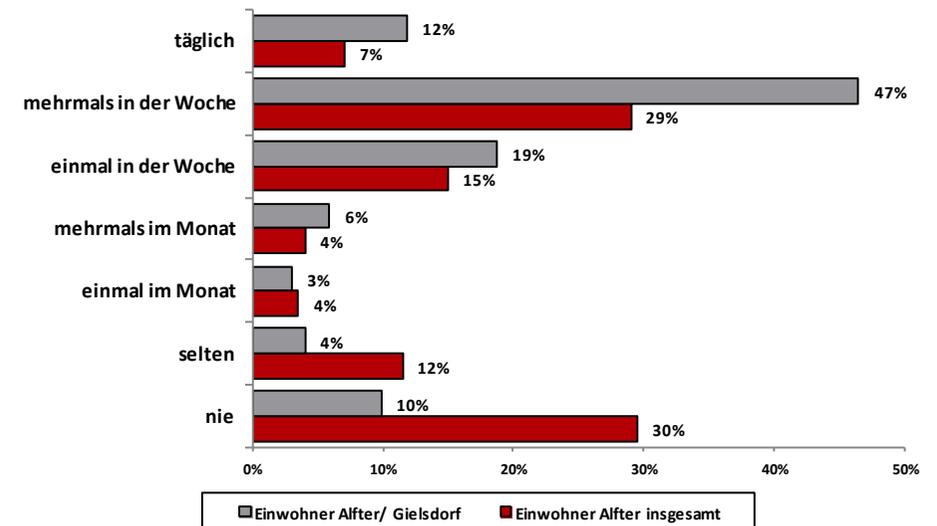
Bei der Frage nach den Einkaufshäufigkeiten in den Versorgungszentren Alfter, Oedekoven, Witterschlick und dem Alma-Einkaufspark wird die räumliche Einkaufsorientierung der Befragten deutlich: Die Einkaufsangebote vor Ort werden von der Bevölkerung jeweils als wichtigste Nahversorgungsstandorte betrachtet.

- 78 % der Befragten aus dem Gemeindeteil Alfter (einschließlich Gielsdorf) besuchen den Einkaufsort Alfter mindestens „einmal in der Woche“. Davon geben 12 % an, den Einkaufsort sogar „täglich“ aufzusuchen. 47 % geben an, „mehrmals in der Woche“ in Alfter einzukaufen. Es besteht folglich eine gute Kundenbindung an Alfter.

Vergleicht man die Verteilung der Antworten der Befragten der Gemeindeteile Alfter und Gielsdorf mit den Antworten der Befragten aus dem übrigen Gemeindegebiet werden die Auswirkungen der Gemeindestruktur ersichtlich: Während die Einkaufshäufigkeit für Alfter und Gielsdorf sehr hoch ist, geben 30 % aller Befragten aus dem übrigen Gemeindegebiet an „nie“ in Alfter einkaufen zu gehen, 12 % geben an, „selten“ Alfter zum Einkaufen zu besuchen und insgesamt 4 % besuchen höchstens „einmal im Monat“ diesen Einkaufsort (vgl. Abb. 21).

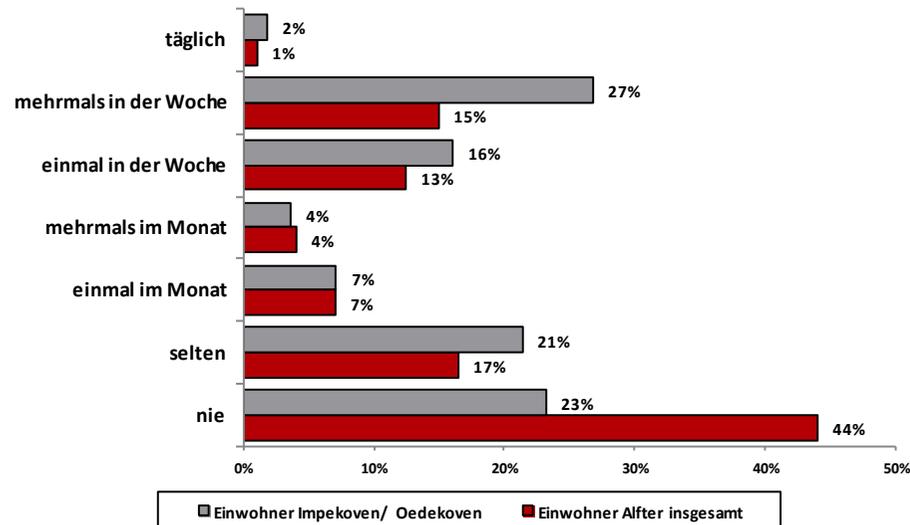
- In den Gemeindeteilen Oedekoven und Impekoven ist im Vergleich zum Ortsteil Alfter eine geringere Kundenbindung erkennbar: Es geben nur 45 % an, mindestens „einmal pro Woche“ diesen Einkaufsort zu besuchen. Davon geben lediglich 2 % an, „täglich“ den Einkaufsort Oedekoven aufzusuchen. 27 % besuchen den Einkaufsort „mehrmals in der Woche“ und 16 % „einmal in der Woche“.
- Bei den Befragten aus dem übrigen Gemeindegebiet hat Oedekoven als Einkaufsstandort eine nachrangige Bedeutung: 44 % geben an, nie Oedekoven als Einkaufsstandort aufzusuchen und 24 % „einmal in Monat“ oder „seltener“ Oedekoven aufzusuchen (vgl. Abb. 22).

Abb. 21: Einkaufshäufigkeit in Alfter (Wie häufig besuchen Sie zum Einkaufen den Gemeindeteil Alfter?) (in % der Befragten)



Quelle: CIMA GmbH (2013).

**Abb. 22: Einkaufshäufigkeit in Oedekoven (Wie häufig besuchen Sie den Gemeindeteil Oedekoven zum Einkaufen?) (in % der Befragten)**

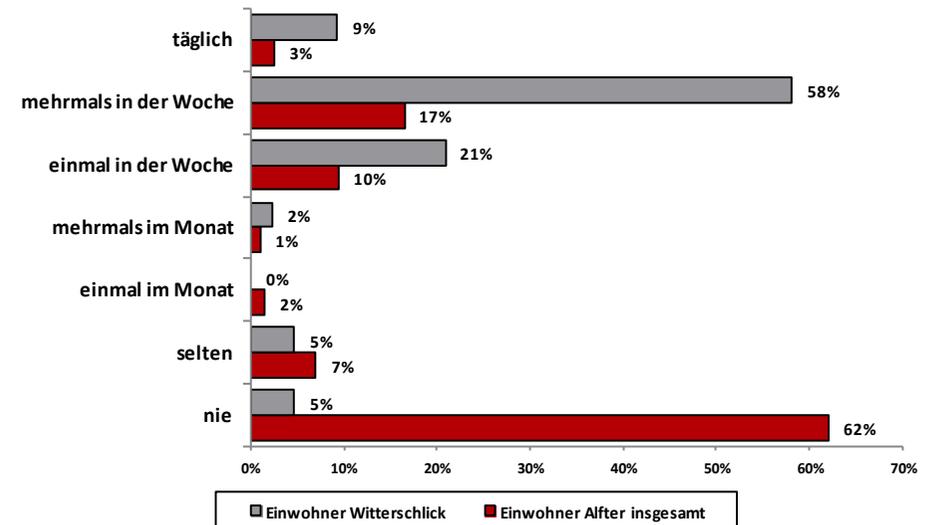


Quelle: CIMA GmbH (2013).

- Wie auch in Alfter herrscht auch in Witterschlick im unmittelbaren Naheinzugsbereich eine hohe Kundenbindung: Es geben hier 88 % an, mindestens „einmal in der Woche“ vor Ort einzukaufen. Davon nutzen 58 % die Einkaufsmöglichkeit „mehrmals in der Woche“ und 9 % „täglich“.

Bei den Befragten aus dem übrigen Gemeindegebiet spielt Witterschlick im Vergleich zu Alfter oder Oedekoven eine deutlich untergeordnete Rolle: 62 % geben an, den Einkaufsstandort „nie“ zu besuchen und 7 %, dass sie diesen „selten“ besuchen (vgl. Abb. 23).

**Abb. 23: Einkaufshäufigkeit in Witterschlick (Wie häufig besuchen Sie den Ortsteil Witterschlick zum Einkaufen?) (in % der Befragten)**



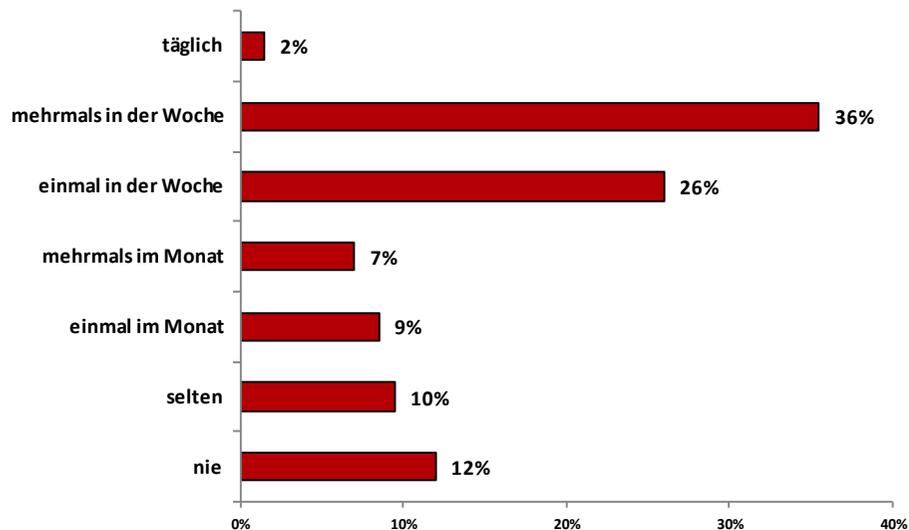
Quelle: CIMA GmbH (2013).

- Verglichen zu den Ortsteilen Alfter, Oedekoven und Witterschlick zeichnet sich der Alma-Einkaufspark dadurch aus, dass dieser von zwei Dritteln mindestens „einmal in der Woche“ besucht wird. Davon geben 36 % an, diesen „mehrmals in der Woche“ und 26 % „einmal in der Woche“ zu besuchen. Lediglich 2 % nutzen „täglich“ diesen Standort als Einkaufsmöglichkeit. Während 7 % „mehrmals im Monat“ den Alma-Einkaufspark zum Einkaufen zu besuchen geben 9 % der Befragten an, diesen nur „einmal im Monat“ oder sogar mit 10 % „seltener“ aufzusuchen.

Aus den Fragen nach der Einkaufshäufigkeit wird ersichtlich, dass die Nahversorgungsorientierung der Bevölkerung sich größtenteils auf den Wohnort richtet. Gleichzeitig zeigen die Ergebnisse, dass der Alma-Einkaufspark eine wichtige ergänzende Funktion in der Nahversorgung einnimmt und

folglich einen wichtigen Beitrag zu einer attraktiven Versorgungsstruktur leistet (vgl. Abb. 24).

**Abb. 24: Einkaufshäufigkeit im Alma-Einkaufspark (Wie häufig besuchen Sie den Alma-Einkaufspark zum Einkaufen?) (in % der Befragten)**



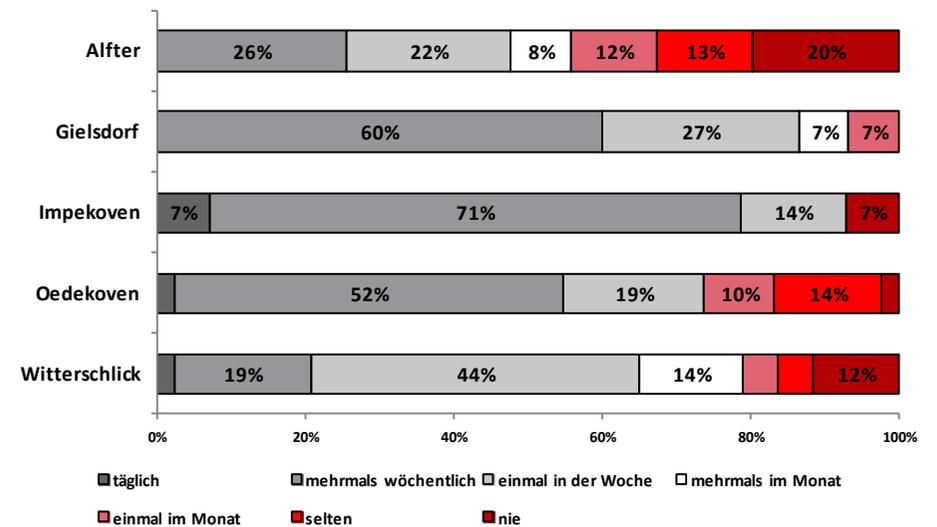
Quelle: CIMA GmbH (2013).

Bei der detaillierten Betrachtung nach der Herkunft der Besucher des Alma-Einkaufsparks fällt auf, dass vor allem die Bewohner der nicht bzw. nur unzureichend versorgten Gemeindeteile Gielsdorf, Impekoven und Oedekoven den Standort als ihren Haupteinkaufsort definieren.

So geben für Gielsdorf 87 % der Befragten an, mindestens einmal pro Woche im Alma-Einkaufspark einzukaufen, für Impekoven liegt der entsprechende Wert gar bei 92 % der Befragten (hier geben 7 % an, täglich den Alma-Einkaufspark aufzusuchen). Für Oedekoven geben immerhin noch 74 % der Befragten an, mindestens einmal pro Woche am besagten Standort einzukaufen.

fen. Vor allem für die räumlich nahe gelegenen und derzeit schlecht versorgten Gemeindeteile ist der Alma-Einkaufspark damit der Haupteinkaufsort im Gemeindegebiet.

**Abb. 25: Einkaufshäufigkeit im Alma-Einkaufspark nach Gemeindeteilen (Wie häufig besuchen Sie den Alma-Einkaufspark zum Einkaufen?) (in % der Befragten)**



Quelle: CIMA GmbH (2013).

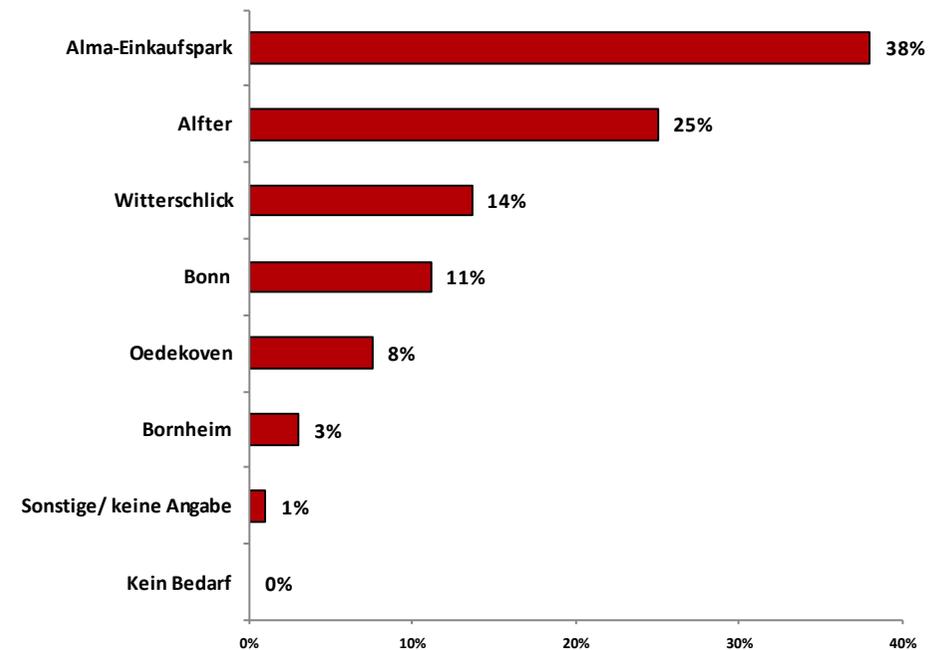
## 5.5 Einkaufsorientierung nach Warengruppen

Mit der Frage nach der Einkaufsorientierung („Wenn Sie einkaufen gehen, wo (in welcher Stadt/ in welchem Ort) kaufen Sie dann die nachfolgenden Waren hauptsächlich ein?“) wird ermittelt, welche Einkaufsziele die Alfterer Bevölkerung für spezifische Sortimente aufsucht. Somit ergeben sich Aussagen über regionale Kaufkraftbindungen und es zeichnet sich ein deutlicheres Bild über die vorhandene Wettbewerbskulisse ab.

### 5.5.1 Nahrungs- und Genussmittel

Bei der Warengruppe „Nahrungs- und Genussmittel“ ist eine eindeutige Orientierung der Bürger auf die eigene Gemeinde festzustellen. Immerhin 11 % der Befragten gaben jedoch an, bevorzugt „Nahrungs- und Genussmittel“ in Bonn einzukaufen. Bei einer nach Ortsteilen differenzierten Auswertung wird deutlich, dass es sich hierbei um Bewohner aus alle Gemeindeteilen handelt.

Abb. 26: Einkaufsorientierung bei Nahrungs- und Genussmitteln (in % der Befragten)

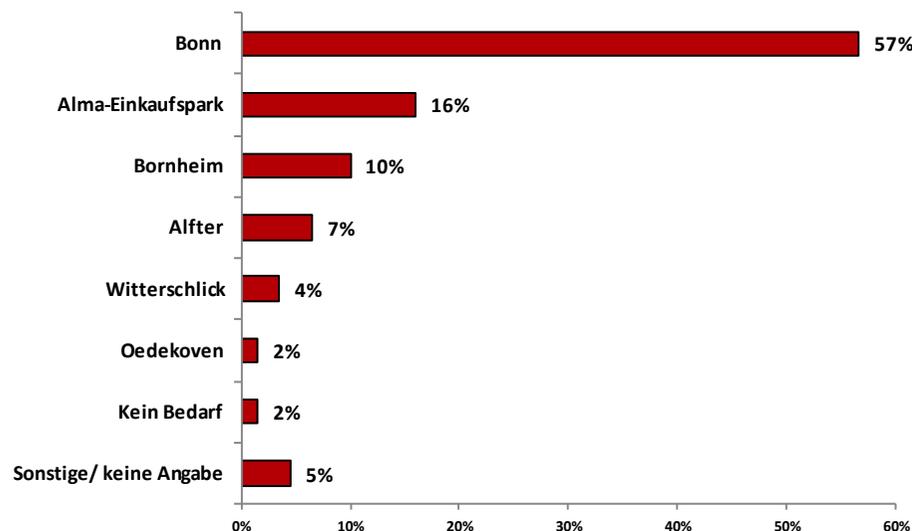


Quelle: CIMA GmbH (2013).

### 5.5.2 Gesundheits-, Körperpflegeprodukte

Bei der Warengruppe „Gesundheits-, Körperpflegeprodukte“ besteht bei den Befragten eine deutlich erkennbare Orientierung nach Bonn. Auf Bonn folgend wird der Alma Einkaufspark mit 16 % der Befragten als präferierter Einkaufsstandort für das Segment gesehen. 10 % bzw. 7 % der Befragten geben Bornheim bzw. Alfter als Einkaufsziel für diese Warengruppe an. Witterschlick bzw. Oedekoven haben mit 4 % bzw. 2 % bei der Einkaufsorientierung eine deutlich untergeordnete Bedeutung.

**Abb. 27: Einkaufsorientierung bei Gesundheits-, Körperpflegeprodukten (in % der Befragten)**



Quelle: CIMA GmbH (2013).

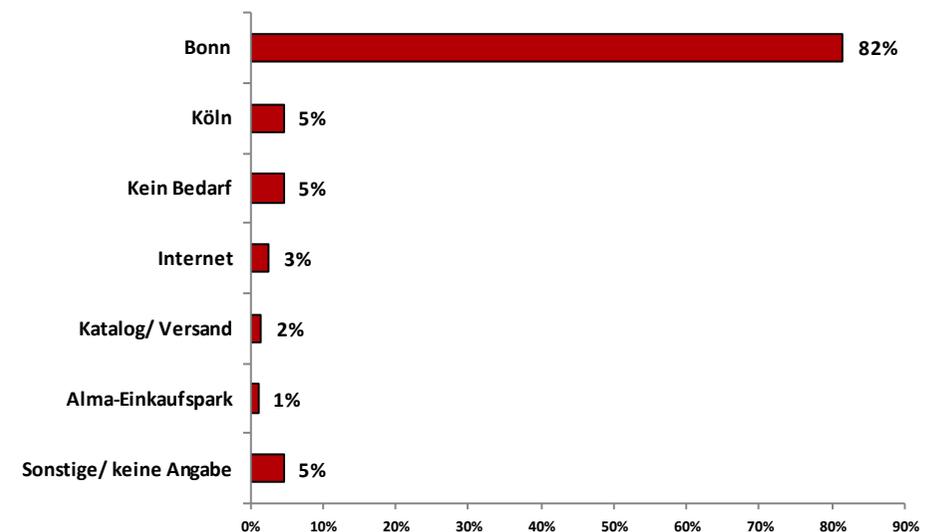
Trotz der erkennbaren räumlichen Orientierung nach Bonn, ist der Alma-Einkaufspark dennoch ein wichtiger Versorgungsstandort in dieser Warengruppe (vgl. Abb. 27).

Der hohe Prozentsatz der Befragten, der Bonn als bevorzugten Einkaufsort für Drogerieartikel angibt, verdeutlicht das durch die Schließung der SCHLECKER-Filialen entstandene Angebotsdefizit in der Gemeinde Alfter.

### 5.5.3 Bekleidung, Textilien

Bei der Warengruppe „Bekleidung, Textilien“ sind die Befragten fast ausschließlich nach Bonn orientiert. Andere Städte, wie z. B. Köln oder Bornheim, der Online-Handel sowie der Alma-Einkaufspark haben in diesem Segment für die Befragten nur eine untergeordnete Bedeutung (vgl. Abb. 28).

**Abb. 28: Einkaufsorientierung bei Bekleidung, Textilien(in % der Befragten)**



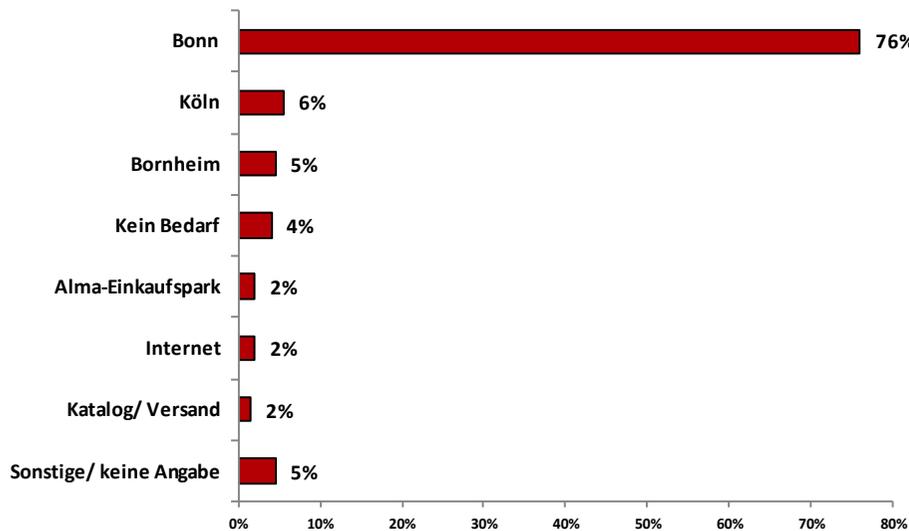
Quelle: CIMA GmbH (2013).

### 5.5.4 Schuhe, Lederwaren

Die Einkaufsorientierung bei der Warengruppe „Lederwaren, Schuhe“ ähnelt der Einkaufsorientierung bei der Warengruppe „Bekleidung, Textilien“: 76 % der Befragten geben Bonn als Präferenzeinkaufsort an. Köln und Bornheim werden mit deutlichem Abstand mit 6 % bzw. 5 % als Hauptziel angegeben. 4 % sehen derzeit keinen Bedarf, 5 % können keine Angaben machen.

Die Tatsache, dass auch der Alma-Einkaufspark nur mit 1 % als Einkaufsziel in dieser Warengruppe gesehen wird, verdeutlicht, dass ein eindeutiges Angebotsdefizit in diesem Bereich in Alfter und den umliegenden Gemeinden vorherrscht (vgl. Abb. 29).

Abb. 29: Einkaufsorientierung bei Schuhe, Lederwaren (in % der Befragten)



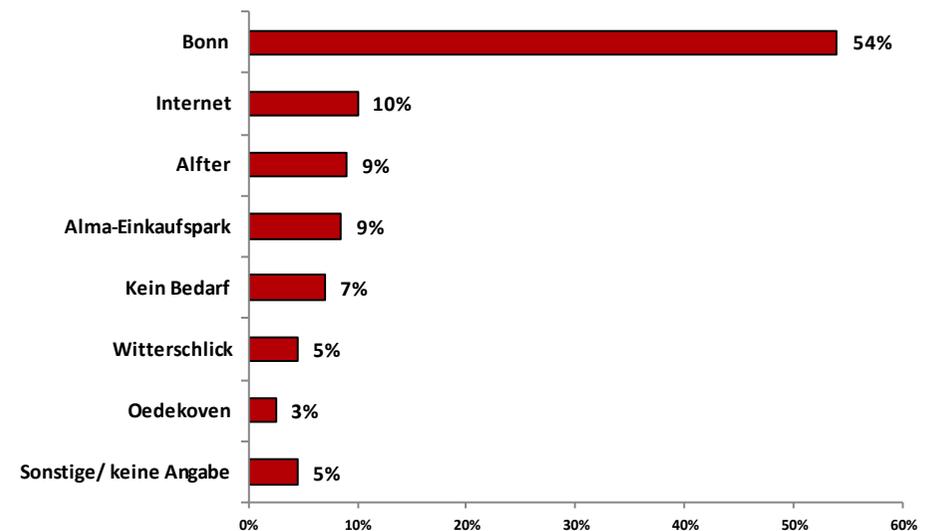
Quelle: CIMA GmbH (2013).

### 5.5.5 Bücher, Schreibwaren

Auch bei der Einkaufsorientierung der Warengruppe „Bücher, Schreibwaren“ deckt über die Hälfte der Befragten ihren Bedarf im Oberzentrum Bonn. Gefolgt vom Internethandel, welcher mit 10 % auf Platz zwei der präferierten Einkaufsorte für Bücher und Schreibwaren rangiert, geben die Befragten mit 9 % der Befragten Alfter und den Alma-Einkaufspark als Haupteinkaufsorte an.

Die Konsumenten besuchen Witterschlick und Oedekoven nur zu 5 % bzw. 3 %, um Bücher oder Schreibwaren dort zu besorgen. Kein Bedarf für dieses Sortiment haben 7 % der Befragten. 5 % können keine Angabe machen (vgl. Abb. 30).

Abb. 30: Einkaufsorientierung bei Bücher, Schreibwaren (in % der Befragten)

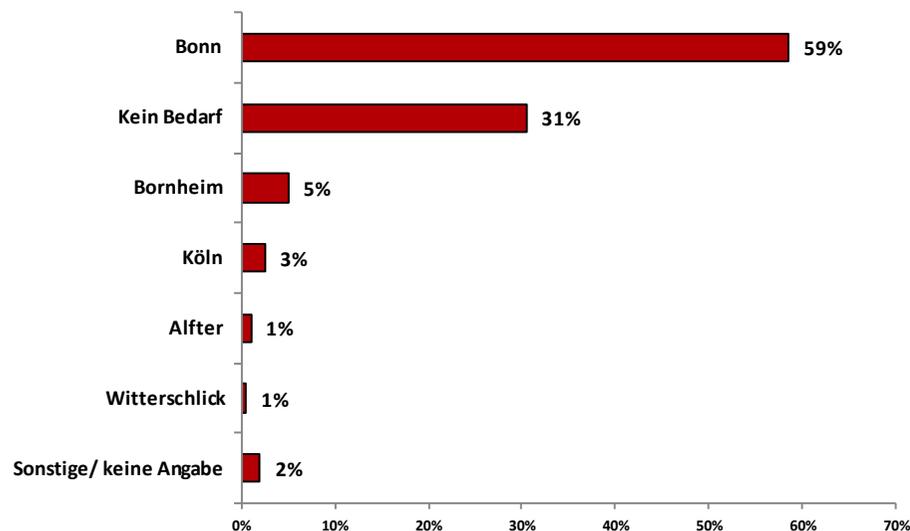


Quelle: CIMA GmbH (2013).

### 5.5.6 Uhren, Schmuck, Optik

Wie bei den vorherig genannten Warengruppen ist auch die Einkaufsorientierung bei der Warengruppe „Uhren, Schmuck, Optik“ stark durch das Bonner Angebot geprägt: 59 % der Befragten geben die Stadt als Hauptziel zur Besorgung dieser Waren an. Die Befragten geben ferner an, nur zu 5 % in Bornheim, zu 3 % in Köln und zu 1 % in Alfter ihren Bedarf in dieser Sparte zu decken. Grundsätzlich ist eine begrenzte Konsumneigung in dieser Warengruppe zu erkennen: 31 % der Befragten geben an, derzeit keinen Bedarf zu haben (vgl. Abb. 31).

**Abb. 31: Einkaufsorientierung bei Uhren, Schmuck, Optik (in % der Befragten)**



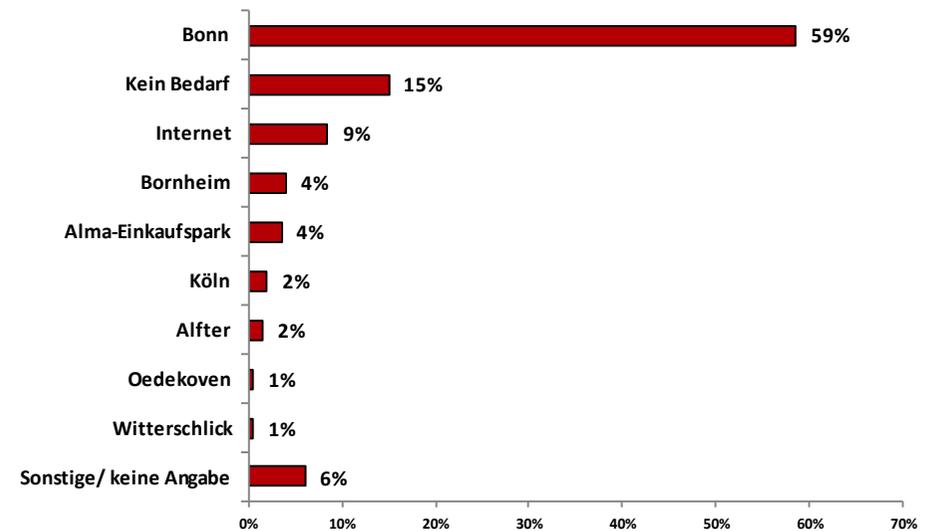
Quelle: CIMA GmbH (2013).

### 5.5.7 Elektroartikel, Unterhaltungselektronik

Auch bei der Warengruppe „Elektroartikel, Unterhaltungselektronik“ besteht eine deutliche Einkaufsorientierung bei den Befragten nach Bonn: 59 % nutzen das Angebot des Oberzentrums. 9 % decken ihren Bedarf im Internet, 4 % in Bornheim und 4 % im Alma-Einkaufspark. Der Einzelhandel in Alfter und Köln mit jeweils 2 % sowie Oedekoven und Witterschlick mit jeweils 1 % haben in diesem Segment eine untergeordnete Bedeutung.

Es geben 15 % an, dass sie keinen konkreten Bedarf in diesem Segment haben, und 6 %, dass sie keine Aussage dazu tätigen können (vgl. Abb. 32).

**Abb. 32: Einkaufsorientierung bei Elektroartikel, Unterhaltungselektronik (in % der Befragten)**



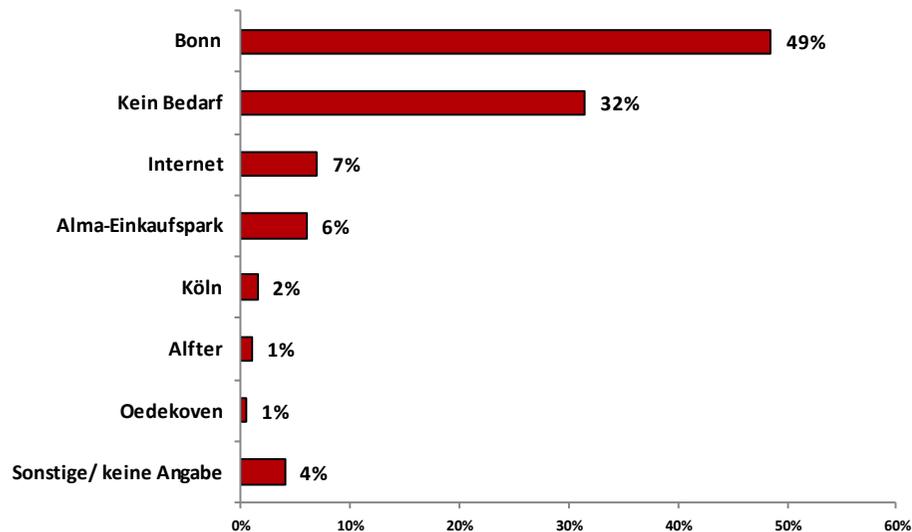
Quelle: CIMA GmbH (2013).

### 5.5.8 Spielwaren, Hobbybedarf

Auch bei der Warengruppe „Hobbybedarf, Spielwaren“ ist mit einem Anteil von 49 % der Befragten eine starke Orientierung nach Bonn zu verzeichnen. Es folgen der Online-Handel mit 7 %, der Alma-Einkaufspark mit 6 %, Köln mit 2 % und Alfter sowie Oedekoven mit 1 %.

Wie beim Segment „Uhren, Schmuck und Optik“ ist auch in diesem Segment eine insgesamt geringe Konsumneigung festzustellen: 32 % geben an, dass sie derzeit keinen konkreten Bedarf haben (vgl. Abb. 33).

**Abb. 33: Einkaufsorientierung bei Spielwaren, Hobbybedarf (in % der Befragten)**

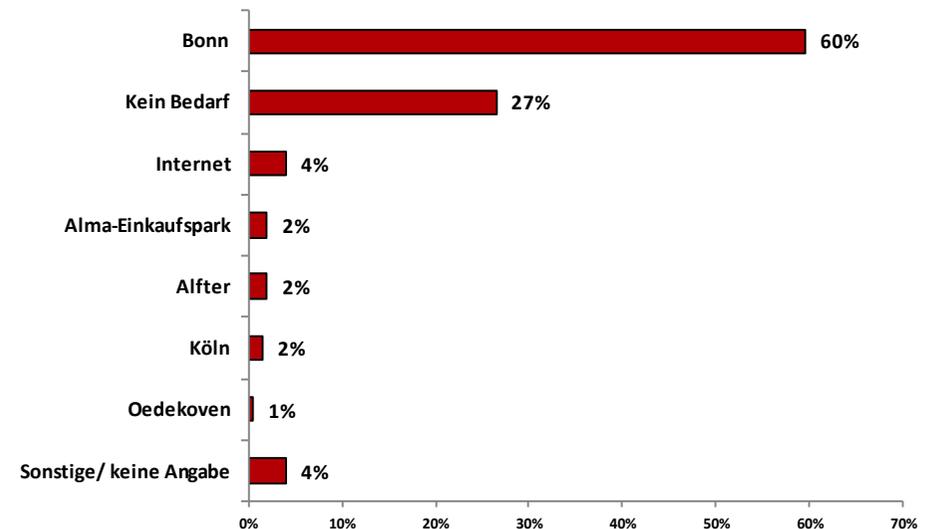


Quelle: CIMA GmbH (2013).

### 5.5.9 Sportartikel, Sportgeräte

Auch in der Warengruppe Sportartikel, Sportgeräte zeichnet sich hinsichtlich der Einkaufsorientierungen ein vergleichbares Bild zu zahlreichen anderen Sortimenten ab: Haupteinkaufsziel ist auch hier die Stadt Bonn mit 60 % der Befragten, die für den Einkauf des Sortiments die Bundesstadt aufsuchen. Alle weiteren Nennungen bewegen sich unter 5 %; 27 % haben keinen Bedarf. Standorte in Alfter werden genannt (Alma-Einkaufspark, Alfter, Oedekoven), sind aber ebenfalls von untergeordneter Bedeutung bei der Einkaufsorientierung (vgl. Abb. 34).

**Abb. 34: Einkaufsorientierung bei Sportartikel, Sportgeräte(in % der Befragten)**



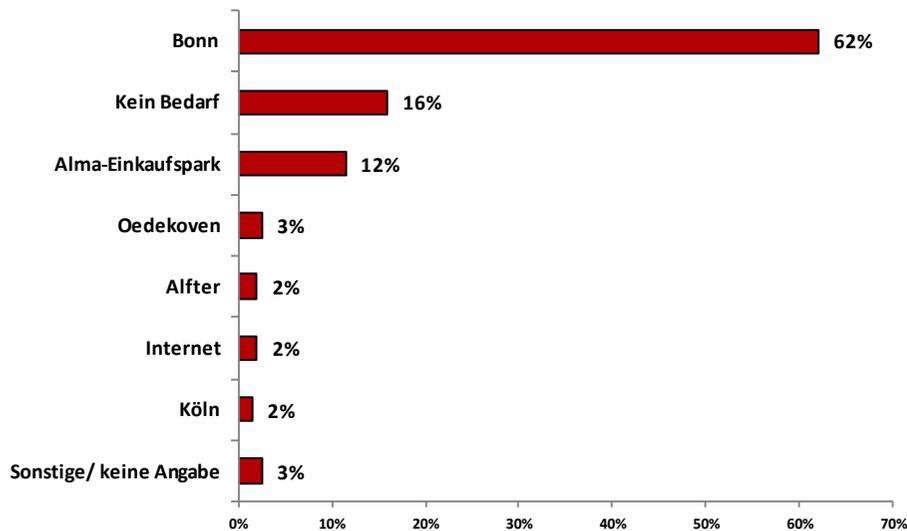
Quelle: CIMA GmbH (2013).

### 5.5.10 Haushaltsbedarf, Geschenkartikel (Glas, Porzellan, Keramik)

Bei dem Segment „Haushaltsbedarf/ Geschenkartikel“ orientieren sich 62 % der Befragten an das Angebot in Bonn. 12 % sehen den präferierten Einkaufsort für dieses Segment im Alma-Einkaufspark. Der Einzelhandel in Oedekoven und Alfter sowie Köln spielen nur eine untergeordnete Bedeutung.

Die Konsumneigung ist mit 16 % durch einen erheblichen Anteil derer geprägt, die keinen Bedarf in diesem Segment sehen. Das Internet hat für die Befragten mit einem Anteil von 2 % ebenfalls nur eine untergeordnete Bedeutung (vgl. Abb. 35).

**Abb. 35: Einkaufsorientierung bei Haushaltsbedarf, Geschenkartikel (in % der Befragten)**



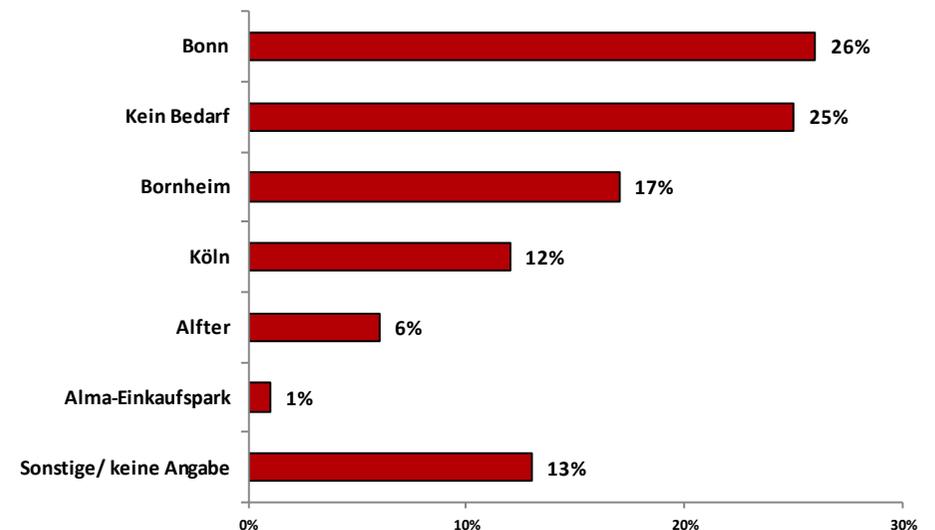
Quelle: CIMA GmbH (2013).

### 5.5.11 Möbel, Teppiche, Heimtextilien

Die Warengruppe „Heimtextilien, Möbel, Teppiche“ ist durch eine begrenzte Konsumneigung durch die Befragten geprägt: 25 % der Befragten geben an, dass sie derzeit keinen Bedarf haben. Dem Oberzentrum Bonn kommt mit 26 % der Befragten, gefolgt von Bornheim mit 17 % und Köln mit 12 % der Befragten die größte regionale Bedeutung in diesem Segment zu. Der im Vergleich zu anderen Sortimenten recht hohe Prozentwert für den Gemeindeteil Alfter (6 %) resultiert aus einem dort ansässigen, qualitativ anspruchsvollen Anbieter.

Neben der niedrigen grundsätzlichen Konsumneigung geben ferner 13 % der Befragten an, dass sie keine Aussage dazu treffen können (vgl. Abb. 36).

**Abb. 36: Einkaufsorientierung bei Möbel, Teppiche, Heimtextilien (in % der Befragten)**



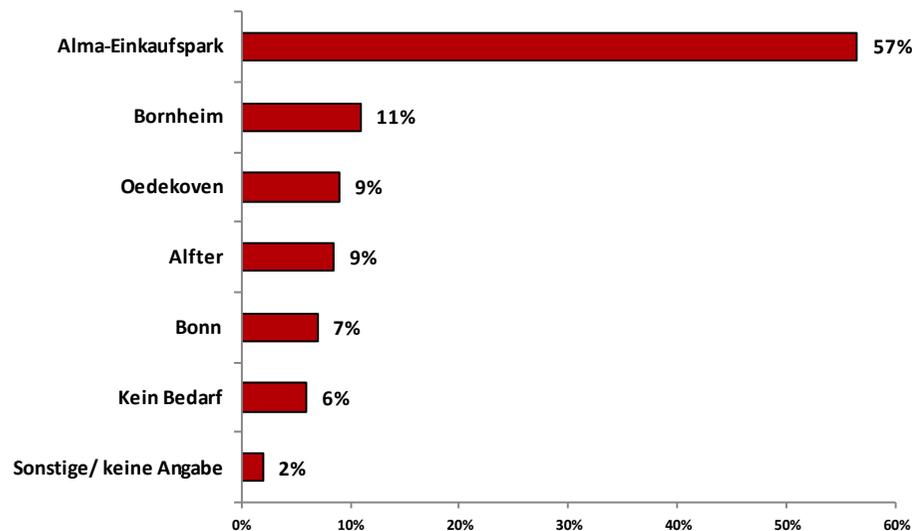
Quelle: CIMA GmbH (2013).

### 5.5.12 Baumarktsortiment, Garten-, Heimwerkerbedarf

Die Warengruppe „Baumarkt, Garten- und Heimwerkerbedarf“ ist im Vergleich zu allen vorherig genannten Sortimenten durch eine starke lokale Einkaufsorientierung auf den Alma-Einkaufspark geprägt: 57 % der Befragten geben diesen Standort als präferierten Einkaufsort an (OBI). Alfter und Oedekoven sind ebenfalls mit 9 % der Nennungen von Bedeutung. Ferner geben 11 % an, ihren entsprechenden Bedarf in Bornheim zu decken (BAUHAUS). Bonn wird zur Deckung dieses Bedarfs nur von 6 % der Befragten aufgesucht (HELLWEG).

6 % der Befragten haben aktuell keinen Bedarf. 2 % machen keine Angaben (vgl. Abb. 37).

**Abb. 37: Einkaufsorientierung bei Baumarktsortiment, Garten- Heimwerkerbedarf (in % der Befragten)**



Quelle: CIMA GmbH (2013).

### 5.5.13 Fazit

Mit Ausnahme der Nahversorgung sowie den Sortimenten „Möbel, Teppiche, Heimtextilien“ und „Baumarktsortiment, Garten-/ Heimwerkerbedarf“, bei denen aufgrund der bestehenden Angebote eine Einkaufsorientierung auf die eigene Wohngemeinde besteht, ist für alle weiteren Sortimente festzuhalten, dass das nahe Oberzentrum Bonn mit seiner attraktiven Innenstadt sowie den starken Ortsteilzentren eine sehr starke Anziehungskraft auf die Alfterer Bürgerinnen und Bürger hinsichtlich ihrer Bedarfsdeckung ausübt. Selbst das Oberzentrum Köln verzeichnet keine nennenswerten Zuflüsse aus dem Alfterer Gemeindegebiet.

Die Ergebnisse der Bürgerbefragung zeigen aber auch, dass sich die Alfterer Bevölkerung mit den strukturellen Gegebenheiten einer Flächengemeinde arrangiert hat und die entsprechende Mobilität zur Bedarfsdeckung nicht als negativ empfunden wird.

Hinsichtlich des nördlich gelegenen Mittelzentrums Bornheim lässt sich aus den Befragungsergebnissen erkennen, dass bis auf ausgewählte Waren des langfristigen Bedarfs (Möbel, Heimtextilien, Teppiche und Baumarktsortiment, Heimwerker-/ Gartenbedarf) derzeit keine nennenswerten Einkaufsorientierungen bestehen.

Es kann aber davon ausgegangen werden, dass die aktuellen Planungen für die Realisierung eines Einkaufszentrums in Bornheim-Roisdorf diese regionalen Einkaufsorientierungen zum Teil verändern werden. Am Standort sind die in der Abb. 38 dargestellten Nutzungen geplant. In der Summe dürfen sie die Obergrenze von 13.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche nicht überschreiten, die textlichen Festsetzungen zu den einzelnen Sortimenten sichern dem Investor eine gewisse Flexibilität in der Belegung.

**Abb. 38: Geplantes Nutzungskonzept Einkaufszentrum Bornheim-Roisdorf**

Sortiment	max. Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> )
Nahrungs- und Genussmittel, Getränke	4.600
Drogeriewaren, kosmetische Erzeugnisse, Körperpflegeartikel	900
Bekleidung/ Wäsche	3.400
Schuhe, Lederwaren	1.000
Sport- und Campingartikel, Fahrräder	1.000
Unterhaltungselektronik, Telekommunikationsgeräte, Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte und Software, Elektrokleingeräte, Elektrogroßgeräte, Foto-Erzeugnisse	3.200
Einrichtungsbedarf und Geschenkartikel	1.000
Optische Erzeugnisse	100
Bücher, Fachzeitschriften, Unterhaltungszeitschriften, Zeitungen	200
Apotheke	150 <sup>7</sup>
Sonstige Einzelhandelsbetriebe (Shops)	400

Quelle: BBE Handelsberatung GmbH (2013)

Das zu dem Planvorhaben vorliegende Verträglichkeitsgutachten der BBE HANDELSBERATUNG, Köln, ordnet Alfter dem „erweiterten Naheinzugsbereich [des Vorhabens] mit einer relativ hohen Einkaufsintensität“<sup>8</sup> zu; dennoch werden keine planungsrechtlich bedeutsamen negativen Auswirkungen auf die Zentren in der Gemeinde Alfter erwartet. Der Gutachter begründet dies vor allem mit den geringen prozentualen Umsatzverlusten, die für die bestehenden Betriebe in den Zentralen Versorgungsbereichen der Gemeinde Alfter ermittelt wurden. Der Gewerbeverein Bornheim hat beim Büro JUNKER + KRUSE STADTFORSCHUNG PLANUNG, Dortmund, eine Überprüfung der Plausi-

<sup>7</sup> Inkl. Nebenflächen zur Lagerung der Arzneimittel. Die Verkaufsfläche (= dem Kunden zugängliche Fläche inkl. Bereich hinter der Verkaufstheke) wird voraussichtlich ca. 40 m<sup>2</sup> betragen.

<sup>8</sup> BBE Handelsberatung GmbH (2013): Fortschreibung der Auswirkungsanalyse Ansiedlung eines Einkaufszentrums am Standort Bornheim-Roisdorf, Bonner Straße, S. 26. Köln.

bilität des BBE-Gutachtens durchführen lassen. In ihrer Bewertung kommt das Büro zu dem Schluss, dass das BBE-Gutachten erhebliche Mängel aufweist (u. a. verwendete Flächenproduktivitäten) und daher als neutrale Entscheidungsgrundlage zur Beurteilung der planungsrechtlichen Zulässigkeit des Vorhabens in Bornheim nicht zu verwenden ist.<sup>9</sup> Zwischenzeitlich hat die BBE zur Gutachterlichen Bewertung von JUNKER + KRUSE Stellung genommen und der vorgebrachten Argumentation widersprochen. Der Rat der Stadt Bornheim hat die im Rahmen des erforderlichen Bauleitverfahrens vorgeschriebene Offenlage der Planung am 28.05.2013 beschlossen.

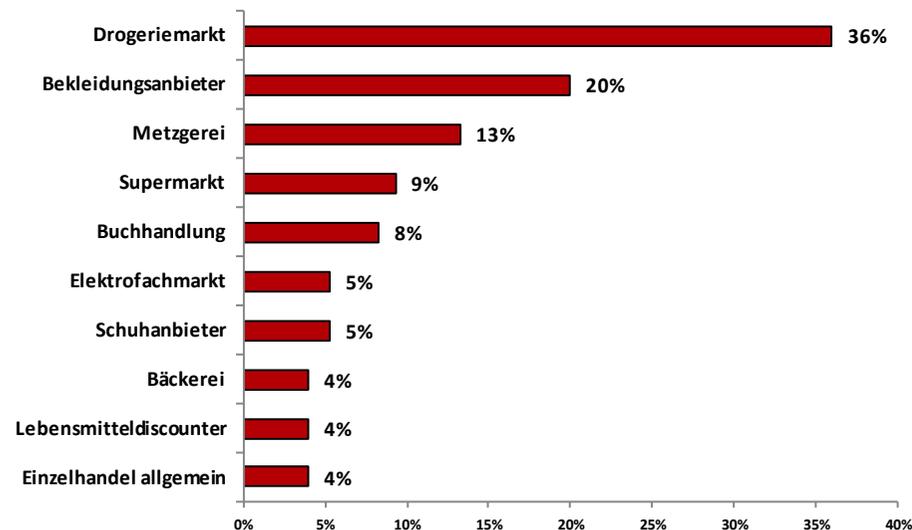
Die Gemeinde Alfter hat der Stadt Bornheim im entsprechenden Bebauungsplan-Verfahren frühzeitig ihre Bedenken gegen das Vorhaben vorgetragen. Nach Vorlage der oben genannten Fortschreibung der Auswirkungsanalyse der BBE HANDELSBERATUNG hat die Gemeinde Alfter schriftlich mitgeteilt, dass sie ihre vorgetragenen Bedenken hinsichtlich der negativen Auswirkungen auf die Nahversorgung in der Ortschaft Alfter nicht als ausgeräumt betrachtet.

<sup>9</sup> JUNKER + KRUSE STADTFORSCHUNG PLANUNG (2013): Bewertung der Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Einkaufszentrums am Standort Bornheim-Roisdorf, Bonner Straße. Dortmund.

## 5.6 Angebotssituation in der Gemeinde Alfter

Die Antworten auf die Frage „Welche Einzelhandelsangebote in Alfter vermissen Sie?“ zeigen eine gewisse Unzufriedenheit durch den fehlenden Facheinzelhandel in Alfter auf: 36 % der Befragten geben an, dass ein Drogeriemarkt im Einzelhandelsortiment fehlt. Fehlende Bekleidungsanbieter sowie Metzgereien werden mit 20 % bzw. 13 % genannt. Ferner vermissen 9 % der Befragten einen weiteren Supermarkt, 8 % eine Buchhandlung sowie zu 5 % einen Elektrofachmarkt bzw. einen Schuhanbieter. Zu jeweils 4 % werden Bäckereien und Lebensmitteldiscountern als vermisstes Angebot genannt (vgl. Abb. 39).

**Abb. 39: Gibt es etwas, was Sie am Einzelhandelsangebot in Alfter noch vermissen? (in % der Befragten)**



Quelle: CIMA GmbH (2013).

## 5.7 Bewertung von Image- und Infrastrukturfaktoren

Neben den Fragen zum grundsätzlichen Einkaufsverhalten und den vermissten Einzelhandelsgeboten beschäftigte sich die Bürgerbefragung ebenfalls mit Fragen zu Einschätzungen von spezifischen Infrastrukturfaktoren in Alfter. Die Bewertung der Merkmale erfolgte nach Schulnoten von 1 bis 5, wobei 1 „sehr gut“ und 5 „schlecht“ bedeutet (vgl. Abb. 40).

**Abb. 40: Bewertung von Image- und Infrastrukturfaktoren**

Bewertungskriterium	Mittelwert der Benotungen (1 = sehr gut bis 5 = schlecht)
Wohnqualität	2,0
Einkaufsmöglichkeiten	2,8
Servicequalität im Handel	2,9
Sauberkeit in der Gemeinde	3,0
Gastronomie	4,1
ÖPNV	4,2

Quelle: CIMA GmbH (2013).

Insgesamt bewegen sich die Bewertungen im mittleren Bereich zwischen der Note 2 und 4. Die Wohnqualität in Alfter erhält mit der Note 2,0 („gut“) die beste Bewertung. Die Einkaufsmöglichkeiten und die Servicequalität im Handel folgen mit gerade noch „guten“ Bewertungen. Der Sauberkeit der Gemeinde erhält lediglich die Note 3 („befriedigend“). Während die Einkaufsmöglichkeiten in Alfter mit relativ guten Noten eingeschätzt und benotet werden, erhält die örtliche Gastronomie lediglich die Note 4 („ausreichend“). Der ÖPNV (Öffentlicher Personennahverkehr) erhält von den Befragten die schlechteste Bewertung mit einer Note von 4,2. Geschuldet ist dies insbesondere der flächenhaften Ausdehnung der Gemeinde.<sup>10</sup>

<sup>10</sup> Siehe hierzu auch Abb. 20 und die entsprechende Kommentierung.

## 6 ZIELE DER ZUKÜNFTIGEN EINZELHANDELS-ENTWICKLUNG IN ALFTER

---

Zur Einordnung der nachfolgenden Empfehlungen in den gemeindeentwicklungspolitischen Kontext ist es zunächst notwendig, die Aufgaben eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes herauszustellen.

Der Einzelhandel hat für den Städtebau und die Gemeindeentwicklung einer Gemeinde eine hohe Bedeutung. Neben seiner Versorgungsfunktion für die Bevölkerung trägt er entscheidend zur Belebung, Gestaltung und Funktion der Ortszentren bei, sodass diese ihrer Aufgaben im Gefüge der Gemeinde als attraktiver Aufenthaltsort, als Ort der Kommunikation und als identifikationsbildender Bereich der Gemeinde gerecht werden können. Daher ist auch die Sicherung der lokalen Versorgungsstrukturen so wichtig. Dies gilt insbesondere vor dem Hintergrund des Strukturwandels im Handel und der Verlagerung der Handelsstandorte an die Peripherie.

Zu berücksichtigen ist ferner, dass grundsätzlich alle Investitions- und Sachentscheidungen im Einzelhandel in privater Hand liegen. Die Gemeinde Alfter kann nur die Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung als Planungsgrundlage vorgeben. Steuernd darf die Kommune mit den ihr zur Verfügung stehenden, planungsrechtlichen Mitteln nur dann eingreifen, wenn andernfalls negative Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung oder die Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche zu befürchten sind.

### 6.1 Ziele des Einzelhandelskonzeptes

Vor dem Hintergrund der landesplanerischen und der stadtentwicklungspolitischen Zielsetzungen sowie der Ergebnisse der eigenen Situationsanalyse wird der Gemeinde Alfter empfohlen, sich hinsichtlich der zukünftigen Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Alfter an den nachfolgend aufgeführten zentralen Zielsetzungen zu orientieren:

- **Festigung und Erhöhung der Kaufkraftbindung** im Gemeindegebiet,
- **Förderung der Ortsmitten und des Rathausbereichs in Oedekoven als Versorgungsstandorte**
- **planungsrechtliche Steuerung** gesamtgemeindlich angepasster Sonderlagen **des großflächigen Einzelhandels.**

Aufbauend auf diesen Zielvorstellungen kann der Einzelhandel einen wichtigen Beitrag zu einer raumordnerisch, stadtplanerisch, städtebaulich und zugleich wirtschaftlich wünschenswerten Gesamtentwicklung von Alfter leisten, u.a. sind zu nennen:

- Einfügen der Gemeinde Alfter in das bestehende System der zentralen Orte mit der formulierten Zentrenhierarchie (Grund-, Mittel- und Oberzentren),
- Förderung der Gemeinde Alfter als attraktiver Wohnstandort,
- geordnete Entwicklung der Siedlungsstruktur,
- Schaffung geeigneter Rahmenbedingungen und Planungssicherheit für die wirtschaftliche Entwicklung vorhandener Betriebe.

## 6.2 Zentrenkonzept für die Gemeinde Alfter

Der Gemeinde Alfter ist durch die Landesplanung die Funktion eines Grundzentrums zugewiesen worden. Als solches hat sie die Aufgabe, die Grundversorgung für den der Gemeinde zugeordneten Versorgungsbereich (hier das Gemeindegebiet Alfter) sicher zu stellen.

Als Grundversorgung ist vorrangig die Nahversorgung mit Waren des täglichen Bedarfs zu nennen, allerdings kann es auch einem Grundzentrum nicht verwehrt werden, zur langfristigen Sicherung seiner Funktion auch ein Grundangebot mit Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs vorzuhalten.

Aus den vorgestellten grundsätzlichen Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung innerhalb der Gemeinde Alfter lässt sich ein räumliches Konzept der Einzelhandelsstandorte im Gemeindegebiet ableiten. Während es sich in größeren Gemeinden und Städten um ein hierarchisches Netz verschiedener Standorte unterschiedlicher Wertigkeit handelt (Haupt-, Neben- und Nahversorgungszentren), beinhaltet das räumliche Konzept im Fall der Gemeinde Alfter die planerische Zielvorstellung den Erhalt bzw. den verträglichen Ausbau der bestehenden Angebote in den Gemeindeteilen Alfter und Witterschlick, die Festschreibung des Status quo im Alma-Einkaufspark sowie den funktionsgerechten Ausbau des Hauptzentrums Oedekoven. Gerade in kleinen Städten und Gemeinden muss es das vorrangige Ziel sein, die vorhandenen und zukünftigen Nutzer räumlich zu bündeln und so die maximalen Synergieeffekte zwischen den Betrieben zu nutzen.

Die planungsrechtlichen Rahmenbedingungen durch den Sachlichen Teilplan Großflächiger Einzelhandel auf Landesebene, die einem Ausbau des Alma-Einkaufspark mit zentrenrelevanten Angeboten eindeutig entgegen stehen, sowie die nicht vorhandenen räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten in den bestehenden Ortsmitten lassen eine Konzentration der zukünftigen Flächenentwicklung auf den Standort Rathaus in Oedekoven ratsam erscheinen.

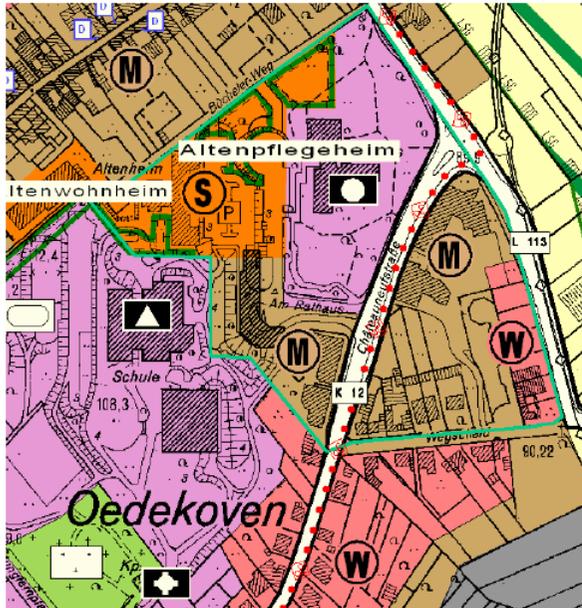
Dem Konzept liegen im Einzelnen die folgenden Zielvorstellungen zugrunde:

### Hauptzentrum Oedekoven

- Der Standortbereich um das Rathaus wird zum **Hauptzentrum** und damit (perspektivisch) zu einem wichtigen Versorgungsstandort für alle nahversorgungsrelevanten Waren (Lebensmittel/ Reformwaren, Drogeriewaren, Blumen, Arzneimittel etc.), aber auch für Angebote des mittel- und langfristigen Bedarfs (u. a. Bekleidung, Schuhe, Geschenke, Porzellan, Hausrat). Mit der bisher unbebauten Fläche östlich der Chateaufstraße verfügt das Hauptzentrum über Flächenpotenziale, die den beiden Nahversorgungszentren Alfter und Witterschlick fehlen. Hinzu kommt, dass über die Baulücke an der Chateaufstraße (südlich der Hausnummer 10) die Potenzialfläche in die bestehende Bausubstanz integriert werden kann und somit eine unmittelbare funktionale und städtebauliche Ergänzung des Standortbereichs ermöglicht (Kreuzungsbereich Straße „Am Rathaus“/ Chateaufstraße).
- Das Zentrum soll planerisch eine Versorgungsfunktion für das gesamte Gemeindegebiet übernehmen. Eine Erweiterung der Angebote wird sowohl bei den Waren des täglichen als auch des mittel- und langfristigen Bedarfs befürwortet.
- Die CIMA nimmt hiermit die Planungsvorstellungen der Gemeinde Alfter auf, die in ihrem Flächennutzungsplan den Bereich „Am Rathaus“ sowie die Chateaufstraße als Hauptzentrum der Gemeinde definiert hat.<sup>11</sup>

<sup>11</sup> Vgl.: Gemeinde Alfter: Flächennutzungsplan. Begründung und Umweltbericht, S. 46. 2009.

**Abb. 41: Abgrenzung des Hauptzentrums Oedekoven im Flächennutzungsplan**



Quelle: Gemeinde Alfter (2009).

- Im Gemeindegebiet von Alfter ist kein weiteres Gemeindeteilzentrum vorhanden, das mit einem differenzierten Angebot an Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs eine Entlastungsfunktion für das Hauptzentrum übernimmt. Derartige Zentren finden sich regelmäßig in dicht bewohnten Stadtteilzentren von Großstädten.

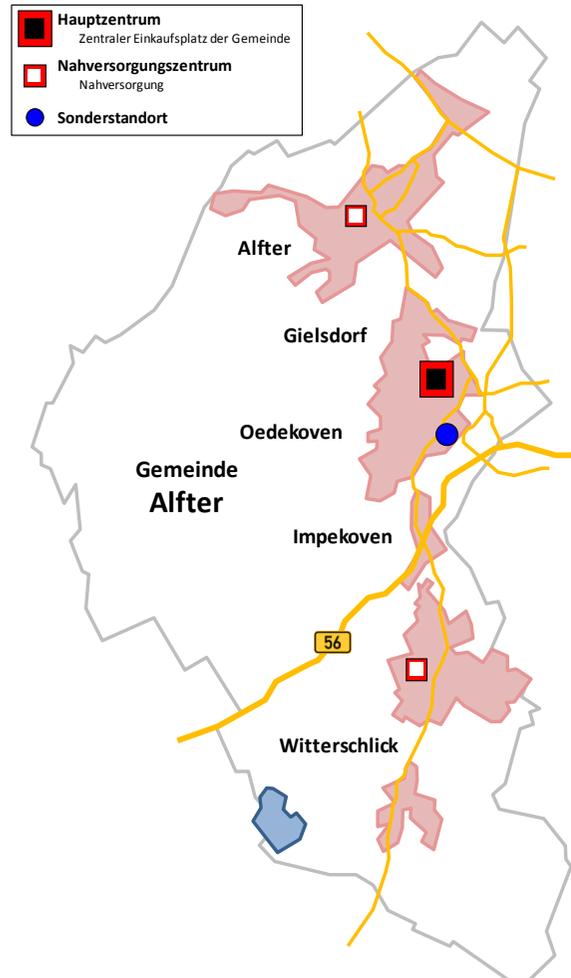
### Nahversorgungszentren Alfter und Witterschlick

- Zur Deckung der wohnungsnahen Versorgung im nördlichen sowie im südlichen Gemeindegebiet werden die **Ortsmitten von Alfter und Witterschlick als Nahversorgungszentren** eingestuft. Die entsprechenden Zentren übernehmen die Versorgungsfunktion für ihren Gemeindeteil sowie im Fall von Alfter für den Gemeindeteil Gielsdorf.

### Möglichkeit der ergänzenden Nahversorgung

- Zur **mittelfristigen Stabilisierung der lokalen Versorgung** in den angeführten Ortsteilen können die folgenden strategischen Ansätze einen ergänzenden Beitrag leisten:
  - Nischenpolitik ansässiger Unternehmen:** Die Erfahrungen zeigen, dass insbesondere bereits ansässige Unternehmen durch die Besetzung von Nischen, hohem Qualitätsstandard und/ oder besonderen Serviceleistungen (Hofverkaufsstellen, Metzgerei mit Partyservice, Supermärkte mit Bringservice etc.) auch in Orten oder Stadtteilen geringer Einwohnergröße betriebswirtschaftlich befriedigende Ergebnisse erzielen können. Zu den günstigen Rahmenbedingungen für diese Unternehmen gehört der Entfall von Mietausgaben durch den Besitz des Ladenlokals oder die Mitarbeit von Familienmitgliedern.
  - Mobiler Einzelhandel:** Traditionell bildet der mobile Einzelhandel eine gute Möglichkeit, ein Mindestgrundangebot der wohnungsnahen Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs in ländlichen Regionen sicherzustellen.

Abb. 42: Zentrenkonzept für die Gemeinde Alfter



Quelle: CIMA GmbH (2013).

### Sonderstandort des großflächigen Einzelhandels (Alma-Einkaufspark)

- Der **Alma-Einkaufspark** im Gemeindeteil Oedekoven wird als **Sonderstandort des Einzelhandels ohne nahversorgungs- oder zentrenrelevanter Kernsortimente** festgeschrieben. Für die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben ohne nahversorgungs- oder zentrenrelevanter Kernsortimente (z. B. Baumarkt, Tapetenfachmarkt, Fachmarkt für „Weiße Ware“) bietet sich aufgrund der guten Erreichbarkeit der bereits heute durch Handelsnutzungen geprägte Standort des Alma-Einkaufsparks an, da hier bereits ein entsprechender Sonderstandort ausgewiesen ist. Im Falle eines konkreten Ansiedlungsinteresses ist eine Einzelfallprüfung zu empfehlen; ggfs. sind die erforderlichen planungsrechtliche Schritte einzuleiten. Ansässige Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten genießen Bestandsschutz; hier sind angemessene Erweiterungen, Nutzungsänderungen und Erneuerungen ausnahmsweise zulässig (vgl. Kap. 9).

## 7 PLANUNGSRECHTLICHE EMPFEHLUNGEN ZUR STEUERUNG DER EINZELHANDESENTWICKLUNG

### 7.1 Vorbemerkungen

Die größten Veränderungen im Einzelhandel gehen seit Jahren von der Entwicklung des großflächigen Einzelhandels aus. Der Gesetzgeber hat den Kommunen umfangreiche Möglichkeiten eingeräumt, die Entwicklung des großflächigen Einzelhandels planungsrechtlich zu steuern. Ziele der Landesplanung sind u.a. die Erhaltung und die Weiterentwicklung der gewachsenen Zentren und die Sicherstellung qualifizierter wohnungsnaher Angebote mit Waren des täglichen Bedarfs. Vorhaben an nicht integrierten Standorten, die dieser Zielsetzung widersprechen, können von den Kommunen bei Einsatz der entsprechenden planungsrechtlichen Instrumente abgelehnt werden.

Mit Datum vom 13.07.2013 ist der Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen, Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel in Kraft getreten. Die dort enthaltenen zehn Ziele und Grundsätze sind somit die maßgeblichen Prüfkriterien bei der Fragestellung, inwieweit das Planvorhaben den Vorgaben der Raumordnung und Landesplanung entspricht.

Allgemein gilt, dass Ziele der Raumordnung von der Kommune im Rahmen der Bauleitplanung zu beachten sind; d.h., es handelt sich um Festlegungen, die eine strikte Bindung auslösen und nicht durch Abwägung überwindbar sind. Grundsätze der Raumordnung sind dagegen von der Kommune im Rahmen der Bauleitplanung nur zu berücksichtigen; d.h., sie sind mit dem ihnen zukommenden Gewicht in die Abwägung einzustellen und können bei der Abwägung mit anderen relevanten Belangen überwunden werden.

Die im Sachlichen Teilplan Großflächiger Einzelhandel enthaltenen Ziele und Grundsätze zur planungsrechtlichen Zulässigkeit von Einzelhandelsnutzungen lauten:

#### 1 Ziel „Standorte nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen“

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

#### 2 Ziel „Zentrenrelevante Kernsortimente: Standorte nur in zentralen Versorgungsbereichen“

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

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

Zentrenrelevant sind

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

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

- eine Lage in den zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere der Erhaltung gewachsener

baulicher Strukturen oder der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild, nicht möglich ist und

- die Bauleitplanung der Gewährleistung einer wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient und
- zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

### **3 Ziel „Beeinträchtungsverbot“**

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

### **4 Grundsatz „Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche“**

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

### **5 Ziel „Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, relativer Anteil zentrenrelevanter Randsortimente“**

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

### **6 Grundsatz „Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente“**

Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente eines Sondergebietes für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche nicht überschreiten.

### **7 Ziel „Überplanung von vorhandenen Standorten“**

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

### **8 Ziel „Einzelhandelsagglomerationen“**

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

## 9 Grundsatz „Regionale Einzelhandelskonzepte“

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

## 10 Ziel „Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung“

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

### Anlage 1

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

und

- Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)

Quelle: Staatskanzlei Nordrhein-Westfalen – Landesplanungsbehörde – (2013): Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel. In: Gesetz- und Verordnungsblatt für das Land Nordrhein-Westfalen – Nr. 23 vom 12. Juli 2013.

Nach einem Urteil des Oberverwaltungsgerichts Münster vom 03.06.02 (7a D 75/99.NE) ist jedoch jede Aufstellung der zentrenrelevanten Sortimente in Hinblick auf die Übereinstimmung mit den örtlichen Gegebenheiten hin zu überprüfen. Sollen zum Schutz des Innenstadtbereiches bestimmte Warensortimente an nicht-integrierten Standorten ausgeschlossen werden, bedarf es nach Ansicht des OVG einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation. Die begründete Ableitung einer ortsspezifischen Sortimentsliste ist daher Bestandteil des vorliegenden Konzeptes.

Das vorliegende Einzelhandelskonzept liefert mit der begründeten räumlichen **Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche** und der Vorlage einer aus den örtlichen Gegebenheiten abgeleiteten **Alfterer Sortimentsliste die beiden zentralen planungsrechtlichen Instrumente zur Steuerung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung.**

## 7.2 Zur Methodik einer Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche

Der Begriff des „Zentralen Versorgungsbereichs“ ist als „Planungskategorie“ mit der Novellierung der Baunutzungsverordnung 1977 und später mit der Neuregelung § 34, Abs. 3 BauGB in das Baurecht eingeführt worden. Demnach ist für die Genehmigung von Ansiedlungsvorhaben im so genannten unbeplanten Innenbereich nicht nur das Einfügen in die nähere Umgebung Voraussetzung. Es wurde auch festgesetzt, dass „keine schädlichen Auswirkungen“ auf Zentrale Versorgungsbereiche in der Standortgemeinde oder benachbarten Gemeinden zu erwarten sein dürfen.

Was „Zentrale Versorgungsbereiche“ konkret sind, wie sie abzugrenzen sind und worin sie sich konkret manifestieren, wurde vom Gesetzgeber nicht vorgegeben. Verwiesen wird auf die Planungspraxis und die Kommentierung durch die Rechtsprechung. Gesetzgebungsinitiativen einzelner Bundesländer bzw. die Verankerung des Begriffs „Zentraler Versorgungsbereich“ in Landesentwicklungsprogrammen oder Einzelhandelserlässen haben ebenfalls zu einer weiteren Ausgestaltung des neuen planungsrechtlichen Instrumentariums geführt.

Das BVerwG hat bereits in einer Entscheidung vom 17.12.2009 (4 C1.08 und 4 C2.08) den Begriff „Zentraler Versorgungsbereich“ wie folgt definiert: „Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Ein „Versorgungsbereich“ setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Gemeinde - ggf. auch nur eines Teils des Gemeindegebiets - insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind.“

Die Rechtsvorschriften und vorliegende Rechtsurteile liefern weitere Vorgaben für die Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche:

- Innerhalb eines Gemeindegebietes sind entsprechend der festgelegten Zentren die Zentralen Versorgungsbereiche räumlich abzugrenzen.<sup>12</sup>
- Eine Gemeinde kann mehrere Zentrale Versorgungsbereiche ausweisen. Dies gilt insbesondere für polyzentrisch strukturierte Städte mit eigenständigen Stadtteilen und Siedlungsbereichen oder Städte mit ausgeprägten Stadtteilstrukturen und deutlicher Aufteilung von Versorgungsbereichen.<sup>13</sup>

<sup>12</sup> Der seit Juli 2013 gültige Sachliche Teilplan Großflächiger Einzelhandel enthält in den Erläuterungen detaillierte Ausführungen zum Verfahren bei der Ausweisung Zentraler Versorgungsbereiche durch die Gemeinde, es besteht aber keine Ausweisungspflicht für die Gemeinden. Kommunen, die Gestaltungs- und Entwicklungsspielräume für Ihre Zentrenlagen absichern wollen, ist aus gutachterlicher Sicht aber zu empfehlen, zentrale Versorgungsbereiche abzugrenzen. Nur so werden sie in die Lage versetzt, ggf. sich gegen zentrenschädliche Standortentwicklungen außerhalb ihrer Zentren zu wehren. Die Notwendigkeit zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche resultiert aus den Abwägungserfordernissen des BauGB (§ 2 Abs. 2 BauGB; § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). Verzichtet eine Gemeinde auf die planerische Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche, werden die aus dem vorhandenen Einzelhandelsbesatz etc. abzuleitenden Zentralen Versorgungsbereiche („tatsächlich vorhandene Zentrale Versorgungsbereiche“) bei der Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben etc. herangezogen. Planerische Vorstellungen der Gemeinde finden in diesem Fall keine Beachtung.

<sup>13</sup> So wird vom Gesetzgeber in der Begründung zur Einführung des § 9 Abs. 2a BauGB ausgeführt: „Der Begriff „Zentraler Versorgungsbereich“ umfasst Versorgungsgebiete unterschiedlicher Stufen, also insbesondere Innenstadtzentren vor allem in Städten mit größerem Einzugsbereich, Nebenzentren in Stadtteilen sowie Grund- und Nahversorgungszentren in Stadt- und Ortsteilen und nicht städtischen Gemeinden (BT-Drs. 16/2496, S. 11; s. auch KUSCHNERUS, U. (2007, S. 83): Der Stand-

- Zentrale Versorgungsbereiche müssen eindeutig bestimmt sein. Es reicht nicht aus, sie vage, z.B. als kreisförmige Markierung, zu definieren. Es hat eine an den Grundstückparzellen orientierte Abgrenzung zu erfolgen, um eindeutig zu definieren, welche Betriebe oder Grundstücke im Zentralen Versorgungsbereich liegen und somit schützenswert sind.<sup>14</sup>
- Für die Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche sind die angeführten Kriterien zu beachten (Vielfalt und Umfang der Angebote, Nutzungsmix, integrierte Lage, verkehrliche Erreichbarkeit). Neben den vorhandenen Strukturen sind Darstellungen und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. in Raumordnungsplänen ebenso wie sonstige raumordnerische oder städtebauliche Konzeptionen zu berücksichtigen. Daraus ergibt sich, dass Zentrale Versorgungsbereiche zum Zeitpunkt der Festlegung nicht bereits vollständig als Zentrale Versorgungsbereiche entwickelt sein müssen; sie sollten zum Zeitpunkt der Festlegung jedoch bereits als Planung eindeutig erkennbar sein.<sup>15</sup>
- Zentrale Versorgungsbereiche zeichnen sich durch ein gemischtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Handwerksbetriebe, Büronutzungen, Wohnungen) aus, die städtebaulich und funktional eine Einheit bilden. Die Vielfalt der erforderlichen Angebote hängt von der Funktion eines Zentralen Versorgungsbereiches ab. In dem Hauptzentrum einer größeren Gemeinde ist das Angebot vielfältiger als in dem Hauptzentrum einer kleineren Gemeinde. Neben- und Nahversorgungszentren ordnen sich hinsichtlich Ihrer Ausstattung mit Versorgungsangeboten dem Hauptzentrum einer

Gemeinde unter. Bei der Beurteilung des Einzelhandelsangebotes sind die Betriebsformen, die nach Branchen differenzierte Angebote sowie die Sortimentsbreite und -tiefe zu beachten.<sup>16</sup>

- Eindeutig nicht als Zentraler Versorgungsbereich abzugrenzen ist die bloße Agglomeration mehrerer Einzelhandelsbetriebe (z.B. der häufige Fall eines Vollsortimenters, eines benachbarten Discounters und weiterer Fachmärkte an einer Ausfahrtsstraße).<sup>17</sup>
- Bei der Beurteilung vor Ort, ob ein Einzelhandelsstandort als Zentraler Versorgungsbereich einzustufen ist, hat die CIMA in Anlehnung an die angeführten Rechtsvorschriften folgende Bewertungsmaßstäbe angelegt:
  - Umfang des vorhandenen Einzelhandelsbesatzes,
  - Umfang des vorhandenen Dienstleistungsbesatzes,
  - städtebaulich integrierte Lage,
  - Erreichbarkeit (insbesondere ÖPNV, fußläufige Erreichbarkeit),
  - vorhandene funktionale, städtebauliche und räumliche Strukturen,
  - heutige und geplante Versorgungsfunktion,
  - städtebauliche Planungen der Gemeinde.

Hierbei gilt es, die aktuelle Situation und die zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten gleichermaßen zu berücksichtigen.

---

ortgerechte Einzelhandel. Bonn); eine vergleichbare Aussage findet sich im Einzelhandelserlass NRW (2008, S. 14).

<sup>14</sup> siehe u.a. BVerwG, Beschl. V. 12.02.2009 – 4 B 5.09 bzw. GEYER, D.: Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn, Heft 3, 2005.

<sup>15</sup> siehe u.a. Einzelhandelserlass NRW (2008, S. 13f) und BERKEMANN; J., und HALAMA, G. (2005): Erstkommentierung BauGB 2004. Bonn.

---

<sup>16</sup> Vgl. BVerwG vom 17.12.2009, 4 C 1.08 und 4 C 2.08, OVG Nordrhein-Westfalen, 7 A 964/05, 11.12.2006 und KUSCHNERUS, U. (2008, S. 78ff): Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn

<sup>17</sup> BVerwG Urteil vom 17.12.2009, 4 C 1.08 und 4 C 2.08

## 7.3 Räumliche Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche innerhalb der Gemeinde Alfter

### 7.3.1 Hauptzentrum Oedekoven

Das Hauptzentrum Oedekoven erstreckt sich auf beiden Seiten der Chateaufstraße, von der Kreuzung mit der L 113 „Alfterer Straße“ bis zur Einmündung des Straße „Wegscheid“ und schließt die Straße „Am Rathaus“ sowie die westlich daran angrenzenden Bereiche der Schule und des Seniorenzentrums mit ein.

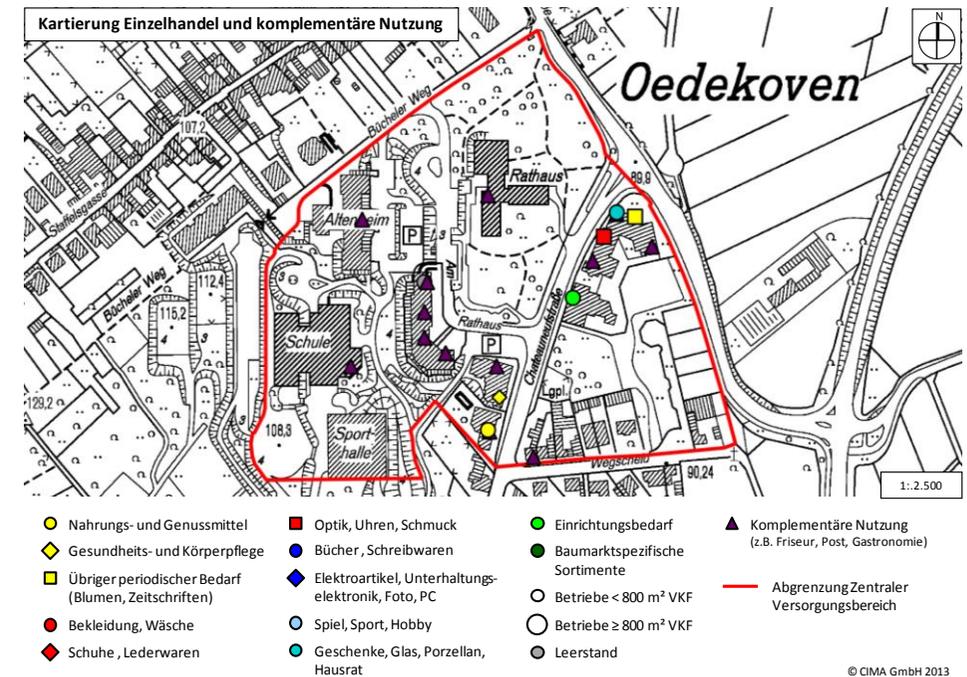
Charakterisiert wird der Zentrale Versorgungsbereich hauptsächlich durch ein vielfältiges Angebot an öffentlichen und privaten Bildungs-, Dienstleistungs- und Versorgungseinrichtungen. Namentlich zu nennen wären hier das Rathaus der Gemeinde Alfter, das Altenpflegeheim „St. Elisabeth Seniorenzentrum“ sowie die Gemeinschaftsgrundschule Alfter. Östlich der Chateaufstraße verfügt der Zentrale Versorgungsbereich über unbebaute Flächen.

Hinsichtlich des Einzelhandelsbesatzes ist zu bemerken, dass der derzeitige Besatz lediglich kleinteilige Anbieter mit Schwerpunkt beim täglichen und persönlichen Bedarf umfasst (insgesamt 6 Betriebe mit 590 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche). Entsprechend der Einstufung als Hauptzentrum soll Oedekoven planerisch eine Versorgungsfunktion für die gesamte Gemeinde mit ihren rd. 23.300 Einwohnern übernehmen. Tatsächlich ist dem Rathaus-Bereich derzeit nur eine eingeschränkte Nahversorgungsfunktion zu bescheinigen.

Mit der Klassifizierung des Bereichs als Hauptzentrum der Gemeinde nimmt das vorliegende Einzelhandelskonzept die Zielvorstellungen des Flächennutzungsplans der Gemeinde Alfter auf, die dem Standortbereich ebenfalls die Funktion eines Hauptzentrums zugewiesen hat.

Der Zentrale Versorgungsbereich Oedekoven wird nachfolgend anhand der in Kapitel 0 genannten Kriterien räumlich abgegrenzt (Abb. 43).

Abb. 43: Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Oedekoven



Quelle: CIMA GmbH (2013).

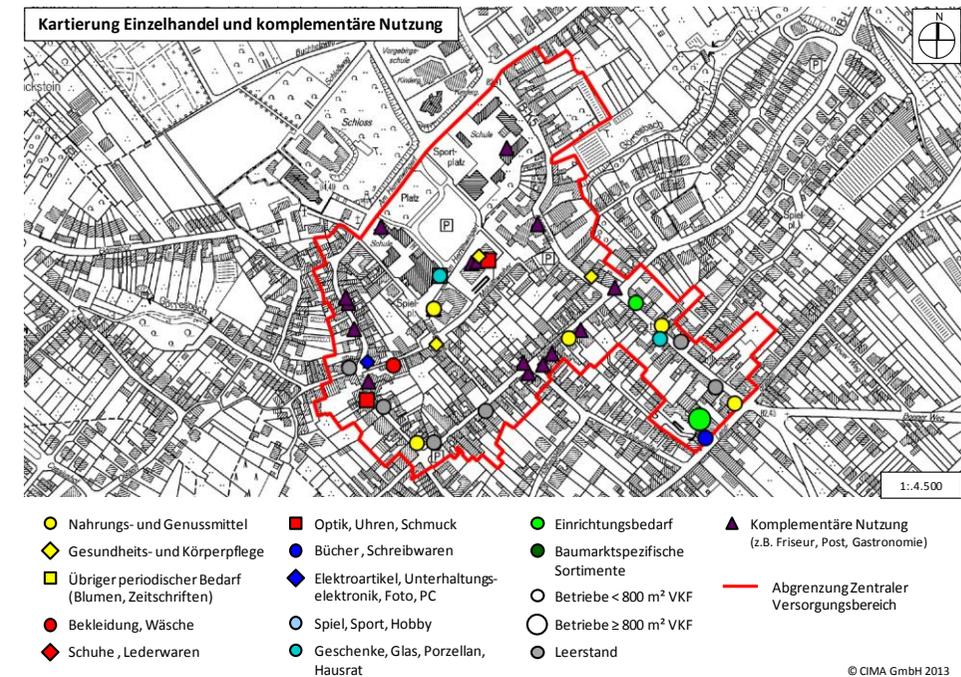
### 7.3.2 Nahversorgungszentrum Alfter

Die historisch gewachsene Ortsmitte von Alfter übernimmt im Zentrenkonzept die Funktion eines Nahversorgungszentrums für die Ortsteile Alfter und Gielsdorf mit insgesamt rd. 10.150 Einwohnern.

Das Nahversorgungszentrum wird im Nordwesten durch die Straße „Am Herrenwingert“ sowie im Südwesten durch den Verlauf der Knipsgasse begrenzt. Im Südosten erstreckt sich der Zentrale Versorgungsbereich bis zu Straße „Holzgasse“, im Nordosten bis zu Kronenstraße.

Der Zentrale Versorgungsbereich ist gekennzeichnet durch einen aufgelockerten Besitz an Einzelhandelsbetrieben sowie ergänzenden Nutzungen, wobei sich der Schwerpunkt der Nutzungen im Bereich „Am Herrenwingert“ befinden, mit dem dort ansässigen Supermarkt sowie zahlreichen Anbieter des täglichen bzw. persönlichen Bedarfs (insgesamt 25 Betriebe mit 2.450 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche). Abgerundet wird das Angebot durch öffentliche und private Dienstleistungsangebote, so z. B. einen Teil der Alanus Hochschule und die Katholische Grundschule Alfter.

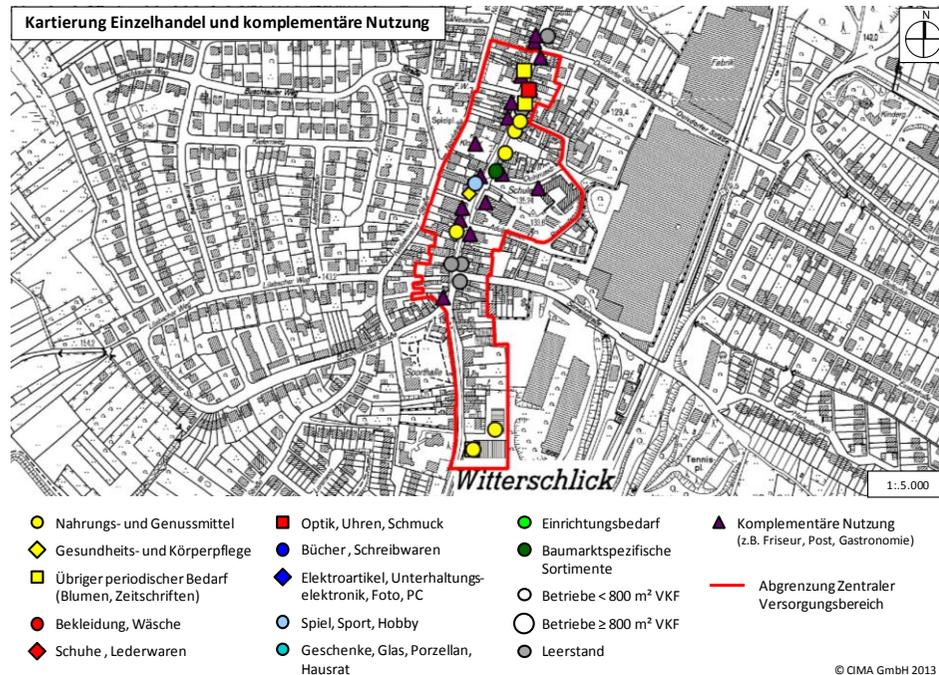
Abb. 44: Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Alfter



### 7.3.3 Nahversorgungszentrum Witterschlick

Das Nahversorgungszentrum Witterschlick erstreckt sich entlang der L 113 „Hauptstraße“ von der Einmündung der Duisdorfer Straße im Norden bis zum Standort des EDEKA Supermarktes mit separatem Getränkemarkt im Süden. Es zeichnet sich durch einen aufgelockerten Besitz an Einzelhandelsnutzungen (14 Betriebe mit insgesamt 1.720 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) sowie private und öffentliche Dienstleistungsangebote aus.

**Abb. 45: Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Witterschlick**



Quelle: CIMA GmbH (2013).

Witterschlick bildet damit ein funktionierendes Nahversorgungszentrum, das eine Versorgungsfunktion für den Gemeindeteil Witterschlick mit rd. 5.800 Einwohnern übernimmt. Aus gutachterlicher Sicht ist lediglich ein moderat ausgeprägtes Angebotsdefizit im nahversorgungsrelevanten Sortiment Gesundheits-/ Körperpflegeartikel zu konstatieren.

### 7.3.4 Sonderstandort Alma-Einkaufspark

Im Gemeindeteil Oedekoven, unmittelbar an der Grenze zur Stadt Bonn, liegt der seit den 1970er Jahren entwickelte Sonderstandort Alma-Einkaufspark. Er erstreckt sich entlang der L 113n „Medinghovener Straße“, von der Alma-Brücke im Süden bis zur Kreuzung mit der L 113 „Alfterer Straße“ im Nordosten.

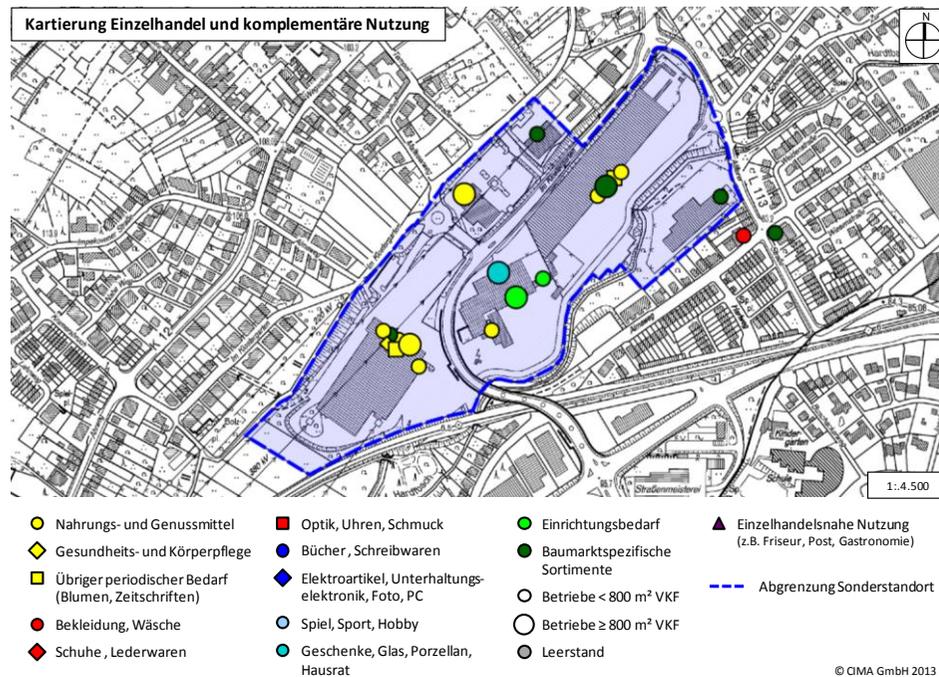
Mit dem OBI Baufachmarkt, dem TOOM Verbrauchermarkt sowie einigen weiteren großflächigen Anbietern verfügt der Sonderstandort über die flächenmäßig größten Betriebe im Gemeindegebiet. Insgesamt verfügen die 18 erfassten Betriebe über eine Verkaufsfläche von 26.100 m<sup>2</sup>.

Der Standort kommt für eine über die im Rahmen des Bestandsschutzes hinausgehende Erweiterung des Einzelhandels mit zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten nicht in Betracht, da es sich nach den einschlägigen Kriterien (u.a. städtebauliche und funktionale Verknüpfung mit Wohnbereichen, Nähe zu öffentlichen Einrichtungen) um einen nicht-integrierten Standort außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche handelt.

Nach dem Sachlichen Teilplan Großflächiger Einzelhandel dürfen „Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevantem Kernsortiment nur in zentralen Versorgungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden. [...]“<sup>18</sup>

<sup>18</sup> Ziel 2 des Sachlichen Teilplans „Zentrenrelevante Kernsortimente: Standorte nur in zentralen Versorgungsbereichen“

Abb. 46: Sonderstandort Alma-Einkaufspark



Quelle: CIMA GmbH (2013).

## 8 ALFTERER LISTE

### 8.1 Vorbemerkung

Zur planungsrechtlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung müssen in den Bebauungsplänen bei der Ausweisung von Sondergebieten die zulässigen bzw. nicht zulässigen Sortimente detailliert aufgelistet werden. Außerdem sollte in den Gewerbegebieten die Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben gezielt festgelegt werden. Um innerhalb des Gemeindegebietes eine einheitliche Vorgehensweise sicherzustellen, empfiehlt es sich, auf der Basis eines Einzelhandelskonzeptes die in der entsprechenden Kommune als nahversorgungs- bzw. zentrenrelevant einzustufenden Sortimente zu definieren und diese Liste in die textlichen Festsetzungen der Bebauungspläne aufzunehmen.

Die nachfolgend ausgeführte Sortimentsliste definiert die nahversorgungs-, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimente für die Gemeinde Alfter. Sie ist aus den örtlichen Standortstrukturen abgeleitet und somit eine maßgebliche Entscheidungsgrundlage zur örtlichen Einzelhandelssteuerung. Sie erfüllt damit die Bedingungen der aktuellen Rechtsprechung der Oberverwaltungsgerichte.

Ein pauschaler Hinweis auf die Auflistung der zentrenrelevanten Leitsortimente im Sachlichen Teilplan Großflächiger Einzelhandel oder auch der Rückgriff auf andere Listen (z.B. sogenannte „Kölner Liste“) im Rahmen der baurechtlichen Steuerung reicht nicht aus und ist rechtsfehlerhaft.

Der Gesetzgeber hat aber in den Erläuterungen zum Sachlichen Teilplan klargestellt, dass die in Anlage 1 zum Sachlichen Teilplan aufgeführten Sortimente stets zentrenrelevant sind: „Bei den Sortimenten gemäß Anlage 1 handelt es sich damit um den verbindlichen Kern an Sortimenten, der stets als zentrenrelevant anzusehen ist und hinter den die Gemeinden bei der Konkretisierung der Zielvorgaben zurückfallen können. Diese Sortimente geben damit

einen landesplanerischen Mindeststandard zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche.“ (Sachlicher Teilplan, 2013 S. 13f).

Das OVG Münster hat mit seinen Urteilen vom 09.10.2003 und 22.04.2004 deutlich gemacht, dass baurechtliche Festsetzungen in Bezug auf Sortimentsfestsetzungen „nicht unbestimmt“ bleiben dürfen und baurechtliche Festsetzungen sich auf aus der Örtlichkeit abgeleitete Sortimentslisten beziehen müssen. Gleichermaßen sind Ausschlüsse von Einzelhandelsnutzungen in Teilen des Stadtgebietes nur fundiert zu begründen, wenn sie auf nachvollziehbaren kommunalen Einzelhandelskonzepten bzw. städtebaulichen Entwicklungskonzepten beruhen.<sup>19</sup>

Unbedingt zu beachten ist in diesem Zusammenhang, dass die Sortimentsliste im Wesentlichen die Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben (ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) regelt: Auch wenn ein Sortiment als zentrenrelevant eingestuft wird, darf es z.B. in Mischgebieten außerhalb der Innenstadt in Form eines kleinflächigen Fachgeschäftes angeboten werden. Ein Blumenladen oder ein kleinflächiger Drogeriemarkt sind daher auch weiterhin in allen Ortsteilen von Alfter zulässig. Dagegen kann die Ansiedlung eines Textil- oder Schuhfachmarktes in einem Gewerbegebiet gezielt mit Hilfe der Sortimentsliste planungsrechtlich ausgeschlossen werden.

<sup>19</sup> OVG Münster vom 09.10.2003 AZ 10a D 76/01.NE. Nichtigkeit eines Bebauungsplanes aufgrund nicht konkreter Sortimentsfestsetzungen in der Gemeinde Rhede; OVG Münster vom 22.04.2004 AZ: 7a D 142/02.NE: Bestätigung der baurechtlichen Festsetzungen in der Stadt Sundern auf Basis eines nachvollziehbaren Einzelhandelskonzeptes.

## 8.2 Zur Ableitung der Alfterer Sortimentsliste

Bei der Ableitung der Alfterer Sortimentsliste hat die CIMA die folgenden Grundsätze zur Beurteilung der einzelnen Sortimente herangezogen:

Nahversorgungsrelevant sind Sortimente, die täglich oder wöchentlich nachgefragt werden (periodischer Bedarf). Die nahversorgungsrelevanten Sortimente werden auch den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet.

Als zentrenrelevant werden die Sortimente bezeichnet, die darüber hinaus

- für die Funktionstüchtigkeit der Zentren als Einkaufsort von Bedeutung sind (z. B. als Hauptsortiment eines Frequenzbringers),
- vom Kunden ohne Probleme auch bei der Lage der Geschäfte in einer Innenstadt oder in einem Stadtteilzentrum abtransportiert werden können,
- von den Synergieeffekten und den Passantenfrequenzen einer Innenstadt oder eines Stadtteilzentrums profitieren.

Es kann sich dabei sowohl um Sortimente handeln, die bereits heute im nennenswerten Umfang in den zentralen Bereichen angeboten werden, als auch um solche Warengruppen, die bislang nur untergeordnete Bedeutung in diesen haben, aber aus planerischer Sicht Bestandteil des entsprechenden Angebotes sein sollten.

Nicht-zentrenrelevante Sortimente sind hingegen vor allem Sortimente,

- die aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs aus betriebswirtschaftlicher Sicht nicht oder nur sehr eingeschränkt in den zentralen Standortbereichen angeboten werden können,

- die aufgrund ihrer Beschaffenheit (Gewicht, Größe etc.) von den Kunden nur schwierig abtransportiert werden können.

Nicht zentrenrelevante Sortimente werden in der Regel an nicht-integrierten Standorten angeboten.

### Definition der nahversorgungsrelevanten Sortimente

Mit Blick auf die Einzelhandelsstrukturen in der Gemeinde Alfter und unter Berücksichtigung der Anlage 1 des Sachlichen Teilplans sind folgende Sortimente als **nahversorgungsrelevant** zu bezeichnen:

- Nahrungs- und Genussmittel,
- Reformwaren,
- Drogerieartikel (Körperpflege, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel),
- Pharmazeutische Artikel, Arzneimittel,
- Tiernahrung,
- Schnittblumen,
- Zeitungen und Zeitschriften.

Stellvertretend für die in den Zentren vorhandenen Betriebe dieser Warengruppen seien genannt: EDEKA in Witterschlick und Alfter, BLUMEN WEBER in Witterschlick, BÄRENAPOTHEKE und SONNENAPOTHEKE in Alfter, QUELLENAPOTHEKE in Oedekoven.

Die Einordnung berücksichtigt die nachfolgenden spezifischen Aspekte des Einzelhandels in Alfter sowie das allgemeine Verbraucherverhalten:

- Die angeführten Sortimente finden sich bereits heute in den zentralen Standortbereichen und tragen maßgeblich zur Versorgungsfunktion bei. Ein Ausbau der wohnungsnahen Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs gehört zu den Zielen des Einzelhandelskonzeptes.

- Die über die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel hinaus aufgeführten Warengruppen stellen Waren des täglichen Bedarfs dar, deren Kauf häufig mit dem Lebensmitteleinkauf gekoppelt wird. Die Aufstellung entspricht somit dem allgemeinen Verbraucherverhalten und unterstützt die im Einzelhandelskonzept als Ziel formulierte Sicherstellung einer wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung.

- Bei der Warengruppe „Blumen“ wird eine Differenzierung zwischen Schnittblumen und gartenmarktspezifischen Sortimenten vorgenommen: Da Schnittblumen in erster Linie über Fachgeschäfte in den zentralen Standortbereichen verkauft werden, sind diese als nahversorgungsrelevantes Sortiment anzusehen. Waren des Gartenbedarfes (z. B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, Pflanzen und -gefäße werden dagegen vor allem über Gartenmärkte verkauft, die u. a. aufgrund ihrer geringen Flächenproduktivität und des Flächenbedarfs in integrierten Lagen nicht oder nur schwer rentabel zu betreiben sind. Gartenmarktspezifische Sortimente werden daher als nicht zentrenrelevant eingestuft. Dieser Differenzierung steht nicht entgegen, dass sich innerhalb eines Zentralen Versorgungsbereichs ein Gartenmarkt befindet. Nicht zentrenrelevante Sortimente dürfen selbstverständlich auch innerhalb Zentraler Versorgungsbereiche angeboten werden.

### Definition der zentrenrelevanten Sortimente

Die nachfolgenden Warengruppen werden als **zentrenrelevant** eingestuft, da sie zu den Kernsortimenten des mittelständischen, strukturprägenden Fach-einzelhandels in den zentralen Standortbereichen gehören. Bei der Mehrzahl der angeführten Sortimente handelt es sich um Warengruppen, die auch in der Anlage 1 des Sachlichen Teilplans aufgeführt sind.

- Parfümerie- und Kosmetikartikel,
- optische und akustische Artikel,<sup>20</sup>
- Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf,
- Fotoartikel, Video,
- Geschenkartikel,
- Glaswaren, Porzellan und Keramik, Hausrat,
- Fahrräder und Fahrradzubehör.

Stellvertretend für ansässige Anbieter mit diesen Angeboten seien genannt: Kosmetikstudio Lukasgasse Alfter, OPTIK HERTER in Alfter, GABI'S FOTOWELT in Alfter, Geschenke SCHLOPP in Alfter.

Ebenfalls als **zentrenrelevant** eingestuft sind die nachfolgenden Sortimente. Es handelt sich hierbei um Warengruppen, die bislang in den zentralen Standortbereichen nicht oder nur in begrenztem Umfang vorhanden sind. Sie stellen aber doch Entwicklungspotenziale zur Weiterentwicklung der Zentralen Versorgungsbereiche dar. Zudem handelt es sich um Waren, die hinsichtlich der Angebotspräsentation und des Warenabtransportes durch den Kunden mit den vorhandenen örtlichen Gegebenheiten ohne Einschränkungen in Einklang zu bringen sind. Zusätzlich aufgeführt sind bislang nicht aufgeführten Sortimente, die aber Bestandteil der Anlage 1 des Sachlichen Teilplans sind.

<sup>20</sup> Z.B. Brillen und Hörgeräte

- Medizinische und orthopädische Artikel (ohne pharmazeutische Artikel und Arzneimittel),
- Bekleidung, Wäsche und sonstige Textilien,
- Bücher,
- Haus- und Heimtextilien (u. a. Stoffe, Kurzwaren, Gardinen und Zubehör),
- Spielwaren und Bastelartikel,
- Baby-/ Kleinkinderartikel (ohne Kinderwagen),
- Musikalien, Nähbedarf, Briefmarken, Waffen und Jagdbedarf und vergleichbare Hobbyartikel,
- Computer und Kommunikationselektronik, einschl. Zubehör,
- Unterhaltungselektronik und Tonträger,
- Elektrohaushaltsgeräte (nur Kleingeräte),
- Handarbeitsbedarf,
- Kunstgegenstände, Bilder, Bilderrahmen, sonstiges Einrichtungszubehör,
- Schuhe, Lederwaren, Koffer und Taschen,
- Uhren, Schmuck,
- Sport- und Freizeitartikel (außer Campingartikel und Großgeräte), Sportbekleidung und -schuhe.

Hierzu sind folgende Erläuterungen zu beachten:

**Sanitätsartikel** (medizinische und orthopädische Erzeugnisse) werden in der Gemeinde Alfter bisher nicht angeboten; sie sollten aber als zentrenrelevant eingestuft werden, da sie zum einen Sortimentsbestandteil von Apotheken sind und zum anderen die Ansiedlung eines Sanitätshauses forciert wird.

**Bücher** werden aktuell in den ausgewiesenen Zentren nicht angeboten. Es sollte aber das Entwicklungsziel der Gemeinde Alfter sein, diese Sortimente ausschließlich in den zentralen Standortbereichen anzusiedeln, da es sich meist um kleinflächige Fachgeschäfte handelt, die in besonderem Maße von den zentralen Lagequalitäten profitieren.

Das Segment **Haus- und Heimtextilien** wird aktuell in geringem Umfang in den zentralen Standortbereich der Ortsmitte Alfter vorgehalten. Aus gutachterlicher Sicht sollte dieses Sortiment als zentrenrelevant bewertet werden. Die Ansiedlung eines entsprechenden Anbieters in der Gemeinde Alfter kann so nachhaltig unterstützt werden.

### Definition der nicht-zentrenrelevanten Sortimente

Folgende Leitsortimente werden als nicht zentrenrelevant eingeordnet, da auf Grundlage der dokumentierten Verkaufsflächen bzw. der Angebotsstruktur keine Zentrenrelevanz und strukturprägende Bedeutung für Alfter nachgewiesen werden kann.

- Elektrohaushaltsgeräte (nur Elektrogroßgeräte, sog. „Weiße Ware“),
- Baumarktspezifisches Kernsortiment (u. a. Bad-, Sanitäreinrichtungen und -zubehör, Bauelemente, Baustoffe, Beschläge, Eisenwaren, Fliesen, Installationsmaterial, Heizungen, Öfen, Werkzeuge),
- Farben und Lacke, Tapeten,
- Lampen und Leuchten,
- Teppiche und Bodenbeläge,
- Tiere und zoologische Artikel,
- Sport- und Freizeitgroßgeräte, Campingartikel,
- Fahrzeuge aller Art und Zubehör (auch Kinderwagen, ohne Fahrräder),
- Gartenmarktspezifisches Kernsortiment (u.a. Gartenbedarf (z.B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, Pflanzen und Pflanzgefäße),
- Büromöbel,
- Brennstoffe und Mineralölerzeugnisse,
- Möbel (einschl. Küchen).

Zusammenfassend wird der Gemeinde Alfter die nachfolgende Alfterer Sortimentsliste empfohlen (Abb. 47).

Für die textlichen Festsetzungen in Bebauungsplänen kann auf die Sortimentsliste in der vorliegenden Fassung zurückgegriffen werden. Sofern im Einzelfall eine differenziertere Festsetzung der zulässigen Sortimente erfolgen soll, empfiehlt die CIMA einen Rückgriff auf die Systematik der Wirtschaftszweige („WZ-Liste“). Eine Zuordnung der CIMA-Warengruppen zu den WZ-Gruppen findet sich im Anhang.

**Abb. 47 Sortimentsliste für die Gemeinde Alfter**

<b>Nahversorgungsrelevante Sortimente</b>	
▪ Nahrungs- und Genussmittel	▪ Pharmazeutische Artikel, Arzneimittel
▪ Reformwaren	▪ Tiernahrung
▪ Drogerieartikel (Körperpflege, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel)	▪ Schnittblumen
	▪ Zeitungen und Zeitschriften
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	
▪ Parfümerie- und Kosmetikartikel	▪ Musikalien, Nähbedarf, Briefmarken, Waffen und Jagdbedarf und vergleichbare Hobbyartikel
▪ Medizinische und orthopädische Artikel (ohne pharmazeutische Artikel und Arzneimittel)	▪ Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf
▪ Optische und akustische Artikel	▪ Elektrohaushaltsgeräte (nur Klein-geräte)
▪ Bekleidung, Wäsche und sonstige Textilien	▪ Geschenkartikel
▪ Baby-/Kleinkinderartikel (ohne Kinderwagen)	▪ Glaswaren, Porzellan und Keramik, Hausrat
▪ Schuhe	▪ Handarbeitsbedarf
▪ Lederwaren, Koffer und Taschen	▪ Haus- und Heimtextilien (u. a. Stoffe, Kurzwaren, Gardinen und Zubehör)
▪ Uhren, Schmuck	▪ Medien (Unterhaltungselektronik, Tonträger, Computer und Kommunikationselektronik, einschließlich Zubehör)
▪ Bücher	▪ Antiquitäten, Kunstgegenstände, Bilder, Bilderrahmen, sonstiges Einrichtungszubehör
▪ Fotoartikel, Video	
▪ Sport- und Freizeitartikel (außer Campingartikel und Großgeräte), Sportbekleidung und -schuhe	
▪ Spielwaren und Bastelartikel	
▪ Fahrräder und Fahrradzubehör	

<b>Nicht nahversorgungs- und nicht zentrenrelevante Sortimente</b>	
▪ Elektrohaushaltsgeräte (nur Elektrogroßgeräte („Weiße Ware“))	▪ Baumarktspezifisches Kernsortiment (u. a. Bad-, Sanitäreinrichtungen und -zubehör, Bauelemente, Baustoffe, Beschläge, Eisenwaren, Fliesen, Installationsmaterial, Heizungen, Öfen, Werkzeuge)
▪ Sport- und Freizeitgroßgeräte, Campingartikel	▪ Lampen und Leuchten
▪ Fahrzeuge aller Art und Zubehör (auch Kinderwagen, ohne Fahrräder)	▪ Tiere und zoologische Artikel
▪ Farben und Lacke, Tapeten	▪ Teppiche und Bodenbeläge
▪ Gartenmarktspezifisches Kernsortiment (u. a. Gartenbedarf (z. B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, Pflanzen und Pflanzgefäße)	▪ Brennstoffe und Mineralölerzeugnisse
	▪ Büromöbel
	▪ Möbel (einschl. Küchen)

Quelle: CIMA GmbH (2013).

## 9 EMPFEHLUNGEN FÜR DIE PRAXIS DER BAULEITPLANUNG

Zur Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes in der Praxis der Bauleitplanung und der Baugenehmigungen empfiehlt die CIMA folgende grundsätzlichen Prinzipien anzuwenden:

- **Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten sind nur innerhalb Zentraler Versorgungsbereiche anzusiedeln.**
- **Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind nur innerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche anzusiedeln.**
- **In Gewerbegebieten ist der Handel mit nahversorgungs-/ zentrenrelevanten Kernsortimenten auszuschließen.**

Ausnahmen bilden hier: Randsortimente von Handelsbetrieben mit nicht nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Kernsortimenten; Kernsortimente bei Handwerksbetrieben mit Verkauf an Endverbraucher; Bestandsschutz genießen vorhandene Betriebe, bei denen angemessene Erweiterungen, Nutzungsänderungen und Erneuerungen ausnahmsweise zulässig sein sollten.

- **In MI-Gebieten sind Einzelhandelsnutzungen bis 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im Allgemeinen zulässig.**

Nur in begründeten Einzelfällen sind Einzelhandelsnutzungen in Mischgebieten generell auszuschließen. Als Beispiel sei genannt das Umfeld von frequenzstarken Einzelhandelsbetrieben außerhalb der zentralen Bereiche. In der Praxis führen diese Betriebe häufig zur Ansiedlung von weiteren Einzelhandelsbetrieben in direkter Nachbarschaft. Liegt eine Mischgebietsausweisung vor, sind grundsätzlich Einzelhandelsbetriebe unterhalb der

Großflächigkeit unabhängig vom Sortiment zulässig. Um der Entwicklung einer Einzelhandelsagglomeration mit zentrenrelevanten Fachmärkten außerhalb des Zentralen Versorgungsbereichs vorzubeugen, kann ein Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen in diesen Fällen geboten sein.

- Bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben, die keine nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimente aufweisen, darf der **Umfang der nahversorgungs- und zentrenrelevante Randsortimente in Anlehnung an den Sachlichen Teilplan Großflächiger Einzelhandel maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche, aber nicht mehr als 2.500 m<sup>2</sup> VKF betragen.** Der Umfang einzelner Teilsortimente (z.B. Textilien) sollte dabei so dimensioniert werden, dass keine wesentlichen Beeinträchtigungen der ausgewiesenen Zentren zu erwarten sind. Die Grenze der Großflächigkeit (800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) kann dabei ein erster Orientierungswert sein, eine Einzelfallprüfung ist aber zu empfehlen.

Zudem sind folgende Empfehlungen für die zukünftige Anwendung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes zu geben:

- Berücksichtigung und Würdigung der Sortimentslisten angrenzender Kommunen bei Ansiedlungsvorhaben in der Gemeinde Alfter, im Speziellen bei Planvorhaben in den Grenzbereichen zu den umliegenden Kommunen.
- Aktualisierung des Flächennutzungsplans der Gemeinde Alfter und hierbei im Besonderen die Übernahme der Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche aus dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept in den Flächennutzungsplan.

## 10 EINZELHANDESENTWICKLUNG IN DER GEMEINDE ALFTER

### 10.1 Funktionale und städtebauliche Entwicklung des Hauptzentrums Oedekoven

Im Zentrenkonzept wird dem Bereich „Am Rathaus“ die Funktion des Hauptzentrums der Gemeinde Alfter zugewiesen. Mit den folgenden Ausführungen wird ein Vorschlag durch die CIMA erarbeitet, wie zum einen der heute bestehende Standortbereich „Am Rathaus“ städtebaulich und funktional aufgewertet und wie zum anderen der Einzelhandelsbesatz um bestimmte, heute noch weitestgehend fehlenden Sortimenten ergänzt werden kann.

#### 10.1.1 Ist-Zustand

Bereits in den textlichen Ausführungen zum Flächennutzungsplan der Gemeinde Alfter wird daraufhin gewiesen, dass der Bereich „Am Rathaus“ „... heute wesentlich durch sein umfassendes und etabliertes Angebot an öffentlichen und privaten Dienstleistungen geprägt [wird]. Die Ausstattung des Versorgungsbereichs mit Einzelhandelsgeschäften umfasst aus dem Lebensmittelsortiment lediglich eine Bäckerei. Weiter ist ein Angebot an Drogerieartikeln und medizinischen Erzeugnissen sowie Zeitungen, Zeitschriften und Schreibwaren vorhanden.“<sup>21</sup>

Als Ergebnis der im Januar 2013 durch die CIMA durchgeführten Einzelhandelserhebung ist festzuhalten, dass sich die Einzelhandelsituation gegenüber den Aussagen im Flächennutzungsplan weiter verschlechtert hat. Grund ist vor

<sup>21</sup> Vgl.: Gemeinde Alfter: Flächennutzungsplan. Begründung und Umweltbericht, S. 46. 2009.

allem die Schließung der Filiale des inzwischen insolventen Unternehmens SCHLECKER.

Somit ist festzustellen, dass der derzeit bestehende Besatz eine Funktion als Hauptzentrum nur unzureichend begründet.

Abb. 48: Potenzialfläche im Hauptzentrum Oedekoven



Quelle: Google Earth (2006); Bearbeitung: CIMA GmbH (2013).

Außerdem wird im Flächennutzungsplan auf unbebaute Flächen verwiesen, die sich im östlichen Bereich des Hauptzentrums, zwischen Chateaufstraße im Westen, L 113 „Alfterer Straße“ im Osten und der Straße „Wegscheid“ im Süden (vgl. Abb. 48) befinden. Insgesamt verfügt die in Frage kommende Potenzialfläche über eine Größe von ca. 7.400 m<sup>2</sup>. Bedingt durch ihre unmittelbar

Lage an der Chateaufstraße (Baulücke südlich des Hauses Chateaufstraße 10) sowie der Tatsache, dass die Fläche sowohl über die L 113 „Alfterer Straße“ als auch über die Straße „Wegscheid“ angebunden werden kann, bietet dieser Bereich die Möglichkeit, einige der heute fehlenden Nutzungen unmittelbar im Hauptzentrum zu realisieren.

Zu beachten ist allerdings die vorhandenen topographischen Gegebenheiten mit einem ca. fünf Meter großen Geländesprung zwischen der Chateaufstraße und der Alfterer Straße.

### 10.1.2 Entwicklungsperspektive

Ziel einer funktional-städtebaulichen Entwicklung ist es, in Oedekoven eine Funktionsvielfalt sowie ein entsprechendes qualitatives und quantitatives Einzelhandelsangebot zu realisieren, damit der Standortbereich seiner Funktionszuweisung als Hauptzentrum gerecht wird.

Die Analyse der Ist-Situation beim Einzelhandelsbesatz hat Lücken vor allem in den Sortimentsbereichen Bekleidung, Elektroartikel und Schuhe aufgezeigt. Außerdem hat die Analyse verdeutlicht, dass auch bei der Nahversorgung noch Handlungsspielräume vorhanden sind (Zentralität von 72 bei Lebensmitteln und von 49 bei Gesundheits- und Körperpflege)

Zudem ist festzuhalten, dass vor dem Hintergrund der landesplanerischen Vorgaben durch den Sachlichen Teilplans Großflächiger Einzelhandel ein Ausbau der genannten Sortimente außerhalb von definierten Zentralen Versorgungsbereichen im Allgemeinen nur unterhalb der Großflächigkeit möglich ist. Wenn die Gemeinde Alfter das Ziel hat, in den genannten schwach besetzten Sortimentsgruppen Ansiedlungen zu ermöglichen, können diese Ansiedlungen nur in einem Zentralen Versorgungsbereich realisiert werden. Auf Basis der bestehenden Zentrenstruktur sowie der fehlenden Flächenpotenziale in den übrigen Zentralen Versorgungsbereichen (Alfter, Witterschlick) kann eine solche Ent-

wicklung aus gutachterlicher Sicht somit nur im Hauptzentrum Oedekoven stattfinden.

### 10.1.3 Maßnahmen

Für den Bereich der Potenzialfläche ergeben sich zwei Entwicklungsszenarien:

#### Entwicklungsszenario 1: Dienstleistungszentrum mit ergänzendem Einzelhandel

Den bisherigen Nutzungsschwerpunkt des Hauptzentrums Oedekoven aufnehmend wird der Standortbereich durch eine entsprechende Nutzung der Potenzialfläche in seiner primären Funktion als Dienstleistungszentrum ausgebaut und gestärkt. Vorrangige Nutzungen könnte z. B. ein Seniorenwohncentrum sein, ergänzt um Wohnformen, die derzeit im Umland des Oberzentrums Bonn stark nachgefragt werden (z. B. betreutes Wohnen, Wohnungen für Singles etc.).

In Ergänzung zu diesem Nutzungsschwerpunkt ist zudem die Umsetzung von kleinflächigem Einzelhandel mit nahversorgungs- bzw. zentrenrelevanten Sortimenten sowie weiteren ergänzenden Dienstleistungen (z. B. Gastronomie) anzustreben.

#### Entwicklungsszenario 2: Ansiedlung von Nahversorgungsanbietern und sonstige Einzelhandelsbetrieben

Aufgrund der oben dargestellten Geländedynamik bietet sich die Entwicklung einer zweigeschossigen Immobilie an. Die vorhandene Fläche ermöglicht die Unterbringung eines Baukörpers mit einer Bruttogeschosfläche (BGF) von rd. 2.000 m<sup>2</sup> auf der Ebene -1 (Niveau L 113 „Alfterer Straße“, vgl. Abb. 49) bzw. eines Baukörpers mit einer BGF von rd. 900 m<sup>2</sup> auf der Ebene 0 (Niveau Chateaufstraße). Wie aus Abb. 49 zu entnehmen ist, besteht zudem die

Möglichkeit an der Einfahrt von der L 113 ein weiteres Handelsobjekt mit einer Verkaufsfläche von rd. 800 m<sup>2</sup> zu realisieren.

Insgesamt ergibt sich damit ein Verkaufsflächenpotenzial von rd. 3.000 m<sup>2</sup>, das sich zusammensetzt aus einem Lebensmittelvollsortimenter mit rd. 1.300 m<sup>2</sup>, einem Drogeriemarkt mit rd. 650 m<sup>2</sup>, 250 m<sup>2</sup> für ergänzende Shops sowie rd. 800 m<sup>2</sup> für einen Fachmarkt mit zentrenrelevanten Sortimenten.

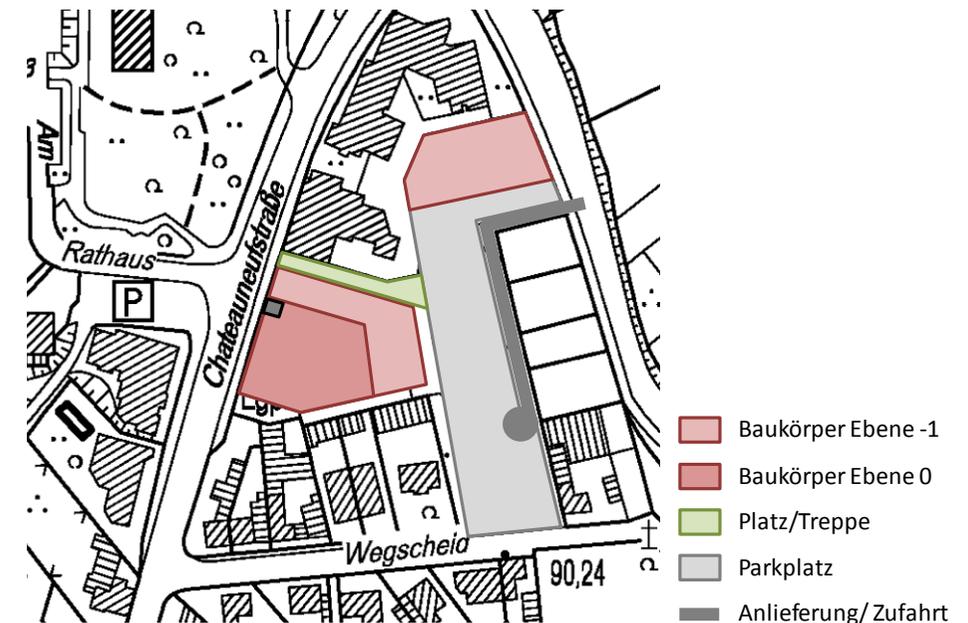
Der Hauptzugang zu dem Vollsortimenter erfolgt über die L 113 „Alfterer Straße“ bzw. den von dort erreichbaren Parkplatz (Ebene -1). Um eine optimale Verknüpfung mit dem zentralen Bereich des Hauptzentrums Oedekoven zu erreichen, ist eine Wegeverbindung zur Chateaufstraße anzulegen; ggfs. ist auch die Errichtung eines Aufzug zu prüfen, der die beiden Ebenen des Handelsobjektes verbindet.

Auf der Ebene 0 (Niveau Chateaufstraße) kann im dortigen Baukörper mit Blickrichtung Rathaus zum einen auf rd. 650 m<sup>2</sup> VKF ein Drogeriemarkt angesiedelt werden. Auf der verbleibenden Fläche können zwei bis drei kleinere Ladeneinheiten entstehen.

Aus städtebaulicher Sicht ist anzustreben, dass die verbleibende Fläche auf dem Niveau 0 durch eine attraktive Gestaltung einen hohen Aufenthaltswert bekommt. Hier ist vor allem der Bereich in Blickrichtung Bonn zu erwähnen, der über eine entsprechende Nutzung (vorzugsweise Gastronomie mit Außen-gastronomie) zur attraktiven Gestaltung der gesamten Immobilie beitragen kann und damit den gesamten Standortbereich aufwertet.

Optional zu untersuchen ist zudem, ob an der Zufahrt von der L 113 eine weitere Einzelhandelsimmobilie realisiert werden kann. Hier ergibt sich ein Flächenpotenzial von rd. 1.100 m<sup>2</sup>, ausreichend um z. B. einen Bekleidungs- oder Schuhfachmarkt mit rd. 800 m<sup>2</sup> VKF anzusiedeln.

Abb. 49: Szenario 2: Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben



Quelle: CIMA GmbH (2013).

Bei einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 3.000 m<sup>2</sup> (Vollsortimenter: 1.300 m<sup>2</sup>, Drogeriemarkt: 650 m<sup>2</sup>, Fachmarkt: 800 m<sup>2</sup>, Shops: 250 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) ergibt sich ein Stellplatzbedarf von rd. 150 Stellplätzen.<sup>22</sup> Bei einem Flächenbedarf von ca. 22,5 m<sup>2</sup> pro Stellplatz entspricht dies einem Flächenbedarf von ca. 3.200 – 3.400 m<sup>2</sup>. Diese sind auf der in Abb. 49 dargestellten Parkplatzfläche ebenerdig nachweisbar; es ist aber darauf hinzuweisen, dass durch Bauverpflichtungen bestehender Objekte bereits eine Nachweispflicht für weitere 85 Stellplätze in diesem Bereich besteht. Es ist im weiteren Verfahren zu prüfen, ob z.B. die an der L 113 gelegenen unbebauten Privatgrundstücke zusätz-

<sup>22</sup> Verwendeter Ansatz: Vollsortimenter: 1 Stellplatz pro 15 m<sup>2</sup> VKF (87 STP), Drogeriemarkt, Fachmarkt und Shops: 1 Stellplatz pro 30 m<sup>2</sup> VKF (57 STP)

lich in die Entwicklung mit einbezogen werden können, die Anlage eines Parkdecks möglich ist oder die Stellplätze an anderer Stelle im Rathausbereich nachgewiesen werden können.

Mit den dargestellten Maßnahmen erhält das Hauptzentrum Oedekoven einen seiner Funktion entsprechenden Besatz, der darüber hinaus mit den dargestellten weiteren Angeboten Lücken im Alfterer Einzelhandelsbesatz schließen kann. Aus städtebaulicher Sicht erhält der Bereich „Am Rathaus“ eine Arrondierung, die über weitere gestalterische Maßnahmen zu einer erhöhten Attraktivität des Hauptzentrums beiträgt. Aus gutachterlicher Sicht ist das Entwicklungsszenario 2 zu präferieren, da über die Etablierung eines Nahversorgers als Frequenzbringer die Funktion des Hauptzentrums Oedekoven für die gesamte Gemeinde nachhaltig gestärkt wird. Die dargestellten Kennzahlen (Zentralität und Indexwert „Verkaufsfläche Lebensmittel/ Einwohner“) verdeutlichen zudem, dass ein entsprechendes Potenzial für einen weiteren Nahversorger vorhanden ist, ohne das bestehende Strukturen gefährdet werden. Eine abschließende Beurteilung sollte nach Vorlage eines konkreten Nutzungskonzeptes auf der Basis einer differenzierten Auswirkungsanalyse erfolgen, mit der die ökonomischen und städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens untersucht werden.

#### 10.1.4 Empfehlungen des Arbeitskreises

Der Arbeitskreis spricht sich für das Entwicklungsszenario 1 aus und favorisiert eine gemischte Bebauung der Potenzialfläche (Wohnen, Dienstleistungen und lediglich einzelne kleinere Geschäftseinheiten). Besondere Wohnformen sind dabei in die Überlegungen einzubeziehen.

Die Ansiedlung eines zusätzlichen Nahversorgers wird vor dem Hintergrund der räumlichen Nähe zum Alma-Einkaufspark als nicht zielführend erachtet. Ferner werden negative Auswirkungen auf die bestehenden Nahversorger in Alfter und Witterschlick befürchtet.

## 10.2 Funktionale und städtebauliche Entwicklung der Ortsmitte Alfter

### 10.2.1 Ist-Zustand

Die Ortsmitte des Gemeindeteils Alfter erstreckt sich vom Platz „Am Herrenwingert“ (und dem nördlich gelegenen Schloss Alfter) im Norden bis zur Holzgasse im Süden. Weiter eingegrenzt wird sie durch die Knipsgasse im Westen und die Kronenstraße im Osten. Sie ist größtenteils charakterisiert durch eine kleinteilige historische Bausubstanz sowie durch neuere Zweckbauten (u.a. im Bereich des Platzes „Am Herrenwingert“). Insbesondere die Platzsituation „Am Herrenwingert“ hat städtebauliche Defizite. Derzeit wird der Platz zum überwiegenden Teil als Parkplatz für die südlich anliegenden Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote genutzt sowie als Dauerparkmöglichkeit für die Beschäftigten der nördlich gelegenen Bildungseinrichtungen. Nordwestlich angrenzend befindet sich eine mindergenutzte Grasfläche, die zweimal pro Jahr als Kirmesplatz genutzt wird. Unmittelbar hinter dem Kirmesplatz liegt etwas erhöht das Schloss Alfter.

### 10.2.2 Entwicklungsperspektive und Maßnahmen

Ziel der Entwicklung der Ortsmitte Alfter muss eine Erhaltung bzw. Aufwertung des städtebaulichen Bildes der gesamten Ortslage sein, vom Platz „Am Herrenwingert“ bis hinein in die engen, historischen Gassen, die den Ortskern erschließen. Auch eine attraktive Einbindung von Schloss Alfter (unmittelbar an der Straße „Am Herrenwingert“ gelegen) kann ein Impuls für die städtebauliche Gesamtentwicklung darstellen.

Zum Erhalt der Funktionalität des Standortbereichs ist es darüber hinaus wichtig, dass der bestehende Einzelhandelsbesatz im Sinne seiner Funktion als Nahversorgungsstandort erhalten und gestärkt wird. Hierzu wäre vor allem die

angedachte Erweiterung des bestehenden EDEKA Supermarktes auf eine marktgerechte Größe aus gutachterlicher Sicht zu befürworten.

Um eine attraktivere Gestaltung des Platzes „Am Herrenwingert“ zu ermöglichen wäre es zudem denkbar, einen Ausweichparkplatz für Dauerparker einzurichten, um den erforderlichen Spielraum für eine städtebauliche Neugestaltung des Platzes zu erhalten.

**Abb. 50: Heutiges Erscheinungsbild der Ortsmitte Alfter**



Quelle: [www.bing.com](http://www.bing.com).

### 10.2.3 Empfehlungen des Arbeitskreises

Der Arbeitskreis nimmt die Maßnahmenvorschläge der CIMA zustimmend zur Kenntnis. Herausgestellt wird, dass die bestehenden Parkplätze, insbesondere für den örtlichen Einzelhandel, zu erhalten sind. Um das bestehende Problem des Dauerparkens zu verbessern, soll zum einen ein Ausweichparkplatz nörd-

lich des Platzes geschaffen und zum anderen über Zeitregelungen (z.B. maximale Parkdauer 2 Stunden) steuernd eingegriffen werden. Zudem wird die Notwendigkeit eines uneingeschränkten Erhalts des Kirmesplatzes betont.

Aus städtebaulicher Sicht sollte im Rahmen einer städtebaulichen Gesamtplanung für den Ortskern die Integration des Schlosses besondere Beachtung finden.

## 10.3 Sicherung der Funktion der Ortsmitte Witterschlick

### 10.3.1 Ist-Zustand

Die Ortsmitte des Gemeindeteils Witterschlick erstreckt sich bandförmig entlang der L 113 „Hauptstraße“ und umfasst neben zahlreichen Dienstleistungsangeboten einen kleinflächigen Einzelhandelsbesatz, der durch den vorhandenen EDEKA Supermarkt (mit angeschlossenem Getränkemarkt) am südlichen Ende des Kernbereichs ergänzt wird.

**Abb. 51: Ortsmitte Witterschlick**



Quelle: Google Earth (2011).

### **10.3.2 Entwicklungsperspektive**

Für die zukünftige Sicherung des Nahversorgungszentrums Witterschlick empfiehlt die CIMA den Fokus auf den Erhalt bzw. die Stärkung des derzeitigen Status quo zu legen. Eine mögliche einseitige Schwerpunktverlagerung des Einzelhandelsangebotes in den südlichen Bereich des Zentralen Versorgungsbereichs erscheint nicht sinnvoll, da ansonsten der Bestand entlang der historischen Ortsdurchfahrt gefährdet wird.

### **10.3.3 Maßnahme**

Als Teil dieser Stärkung des Nahversorgungszentrums ist eine maßvolle Erweiterung des bestehenden EDEKA Supermarktes im Sinne der langfristigen Standortsicherung zu befürworten. Ein solcher Ausbau bietet vor allem die Möglichkeit, das in Witterschlick begrenzte Angebot an Drogerieartikeln auszubauen.

### **10.3.4 Empfehlungen des Arbeitskreises**

Der Arbeitskreis nimmt die Vorschläge der CIMA zustimmend zur Kenntnis und betont zudem, dass ein weiterer Ausbau des Lebensmittelangebots südlich des Zentralen Versorgungsbereichs (z. B. durch einen Lebensmitteldiscounter) nicht angestrebt werden soll. Vielmehr soll der bestehende Supermarkt durch eine Arrondierung seiner Verkaufsfläche und einen nachfrageorientierten Ausbau seiner Sortimente nachhaltig zur Stärkung der Versorgungsfunktion von Witterschlick beitragen.

## 11 FAZIT

Mit dem vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Alfter wurde zum einen der Blick auf die gegenwärtige Versorgungssituation im Gemeindegebiet gerichtet; zum anderen wird ein Orientierungsleitfaden für die mittel- und langfristige Entwicklung der Gemeinde geliefert bzw. es werden Anregungen für konkrete Einzelmaßnahmen gegeben.

Die Bestandsaufnahme macht deutlich, dass der örtliche Einzelhandel von der polyzentrischen Siedlungsstruktur mit den Standortbereichen Alfter, Oedekoven und Witterschlick geprägt ist. Schwerpunkt des Einzelhandelsbesatzes sowohl bei der Nahversorgung als auch bei den weiterführenden Sortimenten, ist der Alma-Einkaufspark. Er übernimmt damit faktisch eine Versorgungsfunktion für das gesamte Gemeindegebiet.

Vor dem Hintergrund, dass die Flächenpotenziale im Alma-Einkaufspark ausgereizt sind sowie der Tatsache, dass mit den planungsrechtlichen Vorgaben des Sachlichen Teilplans Großflächiger Einzelhandel eine Ansiedlung von großflächigen Anbietern mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb von Zentralen Versorgungsbereichen nicht mehr möglich ist, beschränkt sich der Entwicklungsspielraum der Gemeinde Alfter, hinsichtlich der in der Analyse konstatierten Angebotslücken, auf die im Zentrenkonzept ausgewiesenen Zentrale Versorgungsbereiche.

Aus diesem Grund empfiehlt die CIMA der Gemeinde, die zukünftige Einzelhandelsentwicklung auf das Hauptzentrum Rathaus Oedekoven sowie die beiden Nahversorgungszentren Alfter und Witterschlick auszurichten.

Das Hauptzentrum Oedekoven bietet aus gutachterlicher Sicht die erforderlichen Entwicklungsflächen für eine gezielte Ergänzung des Einzelhandelsangebotes in der gesamten Gemeinde Alfter. Gleichzeitig können so die funktionalen Defizite des Rathausbereichs mit dem Leerstand des früheren SCHLECKER-

Marktes und der Nutzung vorhandener Ladenlokale durch Freiberufler und andere Dienstleister ohne bzw. mit geringem Publikumsverkehr beseitigt werden. Selbstverständlich bleibt es dem Rat der Gemeinde Alfter und den zuständigen Ausschüssen vorbehalten, einen Abgleich dieser Flächenempfehlungen mit den übrigen Zielen der Ortsentwicklung von Oedekoven vorzunehmen.

Für die Ortsmitte von Alfter empfiehlt die CIMA die Erstellung einer städtebaulichen Gesamtplanung für den Ortskern. Es können so die vorhandenen städtebaulichen Qualitäten von Alfter (historische Bausubstanz, Schloss Alfter) wirkungsvoll zur Stärkung der Wohn- und Einkaufsfunktion von Alfter genutzt werden. Gleichzeitig bietet die bereits angedachte Erweiterung des bestehenden EDEKA-Marktes die Möglichkeit einer Stabilisierung des örtlichen Einzelhandels. Bei der Neugestaltung des Platzes „Am Herrenwingert“ ist der Erhalt der vorhandenen Stellplätze für die Kunden des Einzelhandels sicherzustellen, gleichzeitig ist die Aufenthaltsqualität zu verbessern.

Im Gemeindeteil Witterschlick kann über die Arrondierung des Standortbereichs EDEKA eine langfristige Absicherung der Funktion des Nahversorgungszentrums erreicht werden.

Zudem liefert das Einzelhandels- und Zentrenkonzept mit der Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche und dem Vorschlag für die Alfterer Sortimentsliste die erforderlichen planungsrechtlichen Instrumente zur Steuerung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Alfter. Die CIMA empfiehlt nach einem geeigneten Beteiligungsverfahren der Nachbarstädte, der relevanten Träger öffentlicher Belange und der Öffentlichkeit das Einzelhandels- und Zentrenkonzept förmlich als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zu beschließen.

## 12 ANHANG

Die Bestandserhebung erfolgte auf Basis von 32 Warengruppen, die in der Abb. 52 dokumentiert sind.

**Abb. 52: CIMA Warengruppen**

<b>Periodischer Bedarf</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lebensmittel</li> <li>▪ Reformwaren</li> <li>▪ Apotheken</li> <li>▪ Drogerie- und Parfümerieartikel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sanitätshäuser</li> <li>▪ Schnittblumen</li> <li>▪ Kioske, Zeitschriften</li> </ul>
<b>Persönlicher Bedarf</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bekleidung</li> <li>▪ Wäsche</li> <li>▪ Schuhe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Akustik, Optik</li> <li>▪ Schmuck, Uhren</li> <li>▪ Koffer, Lederwaren</li> </ul>
<b>Medien, Technik</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bücher</li> <li>▪ Bürobedarf, Schreibwaren</li> <li>▪ Elektrogeräte, Leuchten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Unterhaltungselektronik</li> <li>▪ Foto</li> <li>▪ Bürokommunikation, PC</li> </ul>
<b>Spiel, Sport, Hobby</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sportartikel</li> <li>▪ Spielwaren</li> <li>▪ Fahrräder</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Musikinstrumente, Sammelhobbies, Waffen</li> </ul>
<b>Geschenke, Glas, Keramik, Porzellan</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ GPK, gehobener Hausrat</li> </ul>	
<b>Einrichtungsbedarf</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Heimtextilien, Teppiche</li> <li>▪ Möbel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Antiquitäten, Galerien, weiterer Einrichtungsbedarf</li> </ul>
<b>Baumarktspezifisches Sortiment</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pflanzen, Gartenmarktartikel</li> <li>▪ Baumarktspezifisches Sortiment, einfacher Hausrat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten</li> <li>▪ Zooartikel</li> <li>▪ Kfz-Zubehör</li> </ul>

Quelle: CIMA GmbH (2012).

### Zuordnung der CIMA-Warengruppen zu den Warengruppen der Klassifikation der Wirtschaftszweige (WZ 2008)

<b>Nahversorgungsrelevante Sortimente</b>	
Nahrungs- und Genussmittel, Reformwaren	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren (WZ 47.2)</li> </ul>
Drogerieartikel (Körperpflege, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel (WZ 47.75) (ohne Parfümerie- und Kosmetikartikel)</li> <li>▪ Sonstige Artikel (ohne Antiquitäten und Gebrauchsgüter) (WZ 47.78) (hier nur Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel)</li> </ul>
Pharmazeutische Artikel, Arzneimittel	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Apotheken (WZ 47.73)</li> <li>▪ Medizinische und orthopädische Artikel (WZ 47.74) (hier nur pharmazeutische Artikel und Arzneimittel)</li> </ul>
Schnittblumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemittel (WZ 47.76.1) (hier nur Schnittblumen)</li> </ul>
Tiernahrung	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zoologischer Bedarf und lebende Tiere (WZ 47.76.2) (hier nur Tiernahrung)</li> </ul>
Zeitungen und Zeitschriften	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zeitschriften und Zeitungen (WZ 47.62.1)</li> </ul>

<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	
Parfümerie- und Kosmetikartikel	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemitteln (WZ 47.75) (hier nur Parfümerie- und Kosmetikartikel)</li> </ul>
Medizinische und orthopädische Artikel (ohne pharmazeutische Artikel und Arzneimittel)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Medizinische und orthopädische Artikel (WZ 47.74) (ohne pharmazeutische Artikel, Arzneimittel und akustische Artikel)</li> </ul>
Optische und akustische Artikel	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Augenoptiker (WZ 47.78.1)</li> <li>▪ Foto- und optische Erzeugnisse (ohne Augenoptiker) (WZ 47.78.2) (hier nur optische Erzeugnisse)</li> <li>▪ Medizinische und orthopädische Artikel (WZ 47.74) (hier nur akustische Artikel)</li> </ul>
Bekleidung, Wäsche und sonstige Textilien	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Textilien (WZ 47.51) (außer Haus- und Heimtextilien, Handarbeitsbedarf und Baby-/Kleinkinderartikel)</li> <li>▪ Bekleidung (WZ 47.71) (außer Sportbekleidung)</li> </ul>
Baby-/ Kleinkinderartikel (ohne Kinderwagen)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Textilien (WZ 47.51) (nur Baby-/ Kleinkinderartikel)</li> <li>▪ Bekleidung (WZ 47.71) (nur Baby-/ Kleinkinderartikel)</li> <li>▪ Spielwaren (WZ 47.65) (nur Baby-/ Kleinkinderartikel)</li> </ul>

Schuhe	▪ Schuhe (WZ 47.72.1) (außer Sportschuhe)
Lederwaren, Koffer und Taschen	▪ Lederwaren und Reisegepäck (WZ 47.72.2)
Uhren, Schmuck	▪ Uhren und Schmuck (WZ 47.77)
Bücher	▪ Bücher (WZ 47.61)
Fotoartikel, Video	▪ Foto- und optische Erzeugnisse (WZ 47.78.2) (hier nur Fotoerzeugnisse)
	▪ Bespielte Ton- und Bildträger (WZ 47.63) (hier nur Video)
Sport- und Freizeitartikel (außer Campingartikel und Großgeräte), Sportbekleidung und -schuhe	▪ Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel) (WZ 47.64.2) (außer Campingartikel und Großgeräte)
	▪ Bekleidung (WZ 47.71) (hier nur Sportbekleidung)
	▪ Schuhe (WZ 47.72.1) (hier nur Sportschuhe)
Spielwaren und Bastelartikel	▪ Spielwaren (WZ 47.65) (außer Baby-/ Kleinkinderartikel)
Fahrräder und Fahrradzubehör	▪ Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör (WZ 47.64.1)
Tiere und zoologische Artikel	▪ Zoologischer Bedarf und lebende Tiere (WZ 47.76.2) (hier nur Tiere und zoologische Artikel)
Musikalien, Nähbedarf, Briefmarken, Waffen und Jagdbedarf und vergleichbare Hobbyartikel	▪ Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel (WZ 47.78.3) (hier nur Briefmarken und Münzen)
	▪ Musikinstrumente und Musikalien (WZ 49.59.3)
	▪ Haushaltsgegenstände a. n. g. (WZ 47.59.9) (hier nur Hobbyartikel a. n. g.)
Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf	▪ Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (WZ 47.62.2)
Elektrohaushaltsgeräte (hier nur Kleingeräte)	▪ Elektrische Haushaltsgeräte (WZ 47.54) (hier nur Elektrokleingeräte)
Geschenkartikel, Glaswaren, Porzellan und Keramik, Hausrat	▪ Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln (WZ 47.78.3) (hier nur Geschenkartikel)
	▪ Keramische Erzeugnissen und Glaswaren (WZ 47.59.2)
	▪ Haushaltsgegenstände a. n. g. (WZ 47.59.9) (außer Hobbyartikel a. n. g.)
Handarbeitsbedarf	▪ Textilien (WZ 47.51) (hier nur Handarbeitsbedarf)
Haus- und Heimtextilien (u.a. Stoffe, Kurzwaren, Gardinen und Zubehör)	▪ Vorhänge, Teppiche, Fußbodenbeläge und Tapeten (WZ 47.53) (hier nur Vorhänge)
	▪ Textilien (WZ 47.51) (hier nur Haus- und Heimtexti-

Medien (Unterhaltungselektronik, Tonträger, Computer und Kommunikationselektronik, einschließlich Zubehör)  
Antiquitäten, Kunstgegenstände, Bilder, Bilderrahmen, sonstiges Einrichtungszubehör

lien)	▪ Geräte der Informations- und Kommunikationstechnik (WZ 47.4)
	▪ Bespielte Ton- und Bildträger (WZ 47.63) (außer Video)
	▪ Antiquitäten und Gebrauchtwaren (WZ 47.79)
	▪ Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel (WZ 47.78.3) (nur Kunstgegenstände, Bilder und kunstgewerbliche Erzeugnisse)

**Nicht nahversorgungsrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente**

Elektrohaushaltsgeräte (hier nur Elektrogroßgeräte ("Weiße Ware"))

▪ Elektrische Haushaltsgeräte (WZ 47.54) (hier nur Elektrogroßgeräte)
---

Sport- und Freizeitgroßgeräte, Campingartikel

▪ Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (WZ 47.62.2) (hier nur Campingartikel und Großgeräte)
--

Fahrzeuge aller Art und Zubehör (auch Kinderwagen, ohne Fahrräder)

▪ Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel) (WZ 47.64.2) (hier nur Fahrzeuge)
▪ Sonstiger Einzelhandel a. n. g. (WZ 47.78.9) (hier nur Kinderwagen)

Möbel (einschl. Küchen)  
Büromöbel

▪ Wohnmöbel (WZ 47.59.1)
▪ Möbel, Einrichtungsgegenstände und sonstiger Hausrat (WZ 47.59) (hier nur Büromöbel)

Gartenmarktspezifische Kernsortiment (u. a. Gartenbedarf (z. B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, Pflanzen und Pflanzgefäße)  
Baumarktspezifisches Kernsortiment (u. a. Bad-, Sanitäreinrichtungen und -zubehör, Bauelemente, Baustoffe, Beschläge, Eisenwaren, Fliesen, Installationsmaterial, Heizungen, Öfen, Werkzeuge)

▪ Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemittel (WZ 47.76.1) (außer Schnittblumen)
▪ Sonstige Artikel a. n. g. (hier nur gartenmarktspezifische Kernsortimente wie Gartenhäuser etc.)
▪ Metallwaren, Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf (WZ 47.52) (ohne Farben und Lacke)

- |                           |   |
|---------------------------|---|
| Lampen und Leuchten       | ▪ Möbel, Einrichtungsgegenstände und sonstige Hausrat (WZ 47.59) (hier nur Lampen und Leuchten) |
| Farben und Lacke, Tapeten | ▪ Vorhänge, Teppiche, Fußbodenbeläge und Tapeten (WZ 47.53) (hier nur Tapeten)                  |
|                           | ▪ Metallwaren, Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf (WZ 47.52) (hier nur Farben und Lacke) |
| Teppiche und Bodenbeläge  | ▪ Vorhänge, Teppiche, Fußbodenbeläge und Tapeten (WZ 47.53) (ohne Vorhänge und Tapeten)         |

Abb. 53: Fragebogen zur telefonischen Haushaltsbefragung



Telefonische Haushaltsbefragung Alfter 2013



Im Auftrag der Gemeinde Alfter erarbeitet die CIMA Beratung + Management GmbH, Köln derzeit ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept. Ziel des Konzeptes soll sein, die zentralen Einkaufslagen in der Gemeinde Alfter zu stärken und abzusichern sowie die Nahversorgung in der Gemeinde insgesamt zu optimieren. Hierfür führen wir eine repräsentative Bürgerbefragung durch, um das Meinungsbild und die Einschätzung der Bürger zur Versorgungssituation in der Gemeinde Alfter aufzunehmen.

Sie sind aus der Vielzahl der Haushalte in der Gemeinde ausgewählt worden, um uns in dieser wichtigen Studie zu unterstützen. Ihre Antworten sind für das Ergebnis der Grundlagenarbeit von großer Bedeutung. Wir bitten Sie daher, das kurze Telefoninterview mit Ihren Angaben zu unterstützen.

Alle von Ihnen in diesem Interview gemachten Angaben sind **ausschließlich** für die CIMA GmbH bestimmt. Einzelangaben werden weder veröffentlicht noch Dritten, auch nicht den Auftraggebern, zugänglich gemacht.

1. Wenn Sie an die Gemeinde Alfter insgesamt als Einkaufsort denken: Was gefällt Ihnen dann ganz besonders? Was sind die **Stärken** im Vergleich zu anderen Standorten?

(bis zu drei Nennungen möglich)

1. \_\_\_\_\_ 2. \_\_\_\_\_ 3. \_\_\_\_\_

2. Was gefällt Ihnen überhaupt nicht an der Gemeinde Alfter insgesamt als Einkaufsort? Was sind die **Schwächen** im Vergleich zu anderen Standorten?

(bis zu drei Nennungen möglich)

1. \_\_\_\_\_ 2. \_\_\_\_\_ 3. \_\_\_\_\_

3. Wie häufig besuchen Sie zum Einkaufen...

a) ... den Ortsteil Alfter

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> täglich              | <input type="checkbox"/> einmal im Monat |
| <input type="checkbox"/> mehrmals wöchentlich | <input type="checkbox"/> selten          |
| <input type="checkbox"/> einmal in der Woche  | <input type="checkbox"/> nie             |
| <input type="checkbox"/> mehrmals im Monat    |  |

b) ... den Ortsteil Oedekoven (Rathausbereich)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> täglich              | <input type="checkbox"/> einmal im Monat |
| <input type="checkbox"/> mehrmals wöchentlich | <input type="checkbox"/> selten          |
| <input type="checkbox"/> einmal in der Woche  | <input type="checkbox"/> nie             |
| <input type="checkbox"/> mehrmals im Monat    |  |

c) ... den Ortsteil Witterschlick

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> täglich              | <input type="checkbox"/> einmal im Monat |
| <input type="checkbox"/> mehrmals wöchentlich | <input type="checkbox"/> selten          |
| <input type="checkbox"/> einmal in der Woche  | <input type="checkbox"/> nie             |
| <input type="checkbox"/> mehrmals im Monat    |  |

d) ... den „Alma-Einkaufspark“ in Oedekoven (mit u. a. toom-Verbrauchermarkt, OBI-Baufachmarkt)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> täglich              | <input type="checkbox"/> einmal im Monat |
| <input type="checkbox"/> mehrmals wöchentlich | <input type="checkbox"/> selten          |
| <input type="checkbox"/> einmal in der Woche  | <input type="checkbox"/> nie             |
| <input type="checkbox"/> mehrmals im Monat    |  |

4. Wenn Sie einkaufen gehen, wo (in welcher Stadt/ in welchem Ort) kaufen Sie dann die nachfolgenden Waren hauptsächlich ein?

Branche	Bitte Haupteinkaufsort nennen							
	Alfter				Weitere Standorte			
	Alfter	Witterschlick	Oedekoven (Rathaus)	„Alma-Einkaufspark“	Köln	Bonn	Bornheim	Sonstige
1. Lebensmittel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2. Drogerieartikel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3. Bekleidung, Textilien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4. Schuhe, Lederwaren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5. Bücher, Schreibwaren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6. Uhren, Schmuck	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7. TV, Unterhaltungselektronik, PC	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8. Spielwaren, Hobby	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
9. Sportartikel, Sportgeräte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
10. Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Geschenke	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
11. Möbel, Teppiche, Heimtextilien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
12. Baumarkt, Garten-, Heimwerkerbedarf	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

5a. Wenn Sie an das Einzelhandelsangebot in Alfter insgesamt denken: Halten Sie das Angebot für ausreichend oder gibt es etwas, das Sie noch vermissen?

- |  |                       |
|--|-----------------------|
| <input type="checkbox"/> Angebot ist ausreichend | (weiter mit Frage 6)  |
| <input type="checkbox"/> ich vermissee Angebote  | (weiter mit Frage 5b) |

5b. Welche Angebote vermissen Sie?

(bis zu zwei Nennungen möglich)

6. Wie beurteilen Sie folgende Aspekte in Alfter?

(Kategorien vorlesen: Bitte vergeben Sie die Noten: 1 bedeutet „sehr gut“ bis 5 bedeutet „schlecht“)

Note:

- |                                    |     |
|------------------------------------|-----|
| 1. Öffentlicher Personennahverkehr | ( ) |
| 2. Wohnqualität                    | ( ) |
| 3. Gastronomie                     | ( ) |
| 4. Einkaufsmöglichkeiten           | ( ) |
| 5. Servicequalität im Handel       | ( ) |
| 6. Sauberkeit im Ortskern          | ( ) |

7. Darf ich Sie zum Schluss noch nach Ihrem Alter fragen?

Wie alt sind Sie?

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> von 16 bis unter 20 Jahre | <input type="checkbox"/> von 50 bis unter 65 Jahre |
| <input type="checkbox"/> von 20 bis unter 35 Jahre | <input type="checkbox"/> von 65 bis unter 80 Jahre |
| <input type="checkbox"/> von 35 bis unter 50 Jahre | <input type="checkbox"/> 80 Jahre oder älter       |

8. Person ist...  männlich  weiblich (Einstufung durch den Interviewer)

9. Wo wohnen Sie?

- Alfter mit Birrekoven, Olsdorf
- Gielsdorf
- Impekoven mit Ramelshoven, Nettekoven
- Oedekoven
- Witterschlick mit Heidgen, Volmershoven

Herzlichen Dank für Ihre Mitarbeit!

Quelle: CIMA GmbH (2013).