Fokussiert auf die Zukunft von Stadt und Land.

Seit 1988.

Einzelhandelskonzept der Stadt Hürth

Fortschreibung 2021

Entwurfsfassung, Stand 12.10.2021

Stadt+Regionalentwicklung
Handel
Marketing
Digitale Stadt
Management
Wirtschaftsförderung
Immobilien





CIMA Beratung + Management GmbH
Goethestraße 2 50858 Köln
T 02234-92965-17
cima.koeln@cima.de

Bearbeitung:
Gudula Böckenholt (Projektleitung)
Matthias Hartmann
Sarah Ziegler

Köln, 12.10.2021

München
Stuttgart
Forchheim
Frankfurt a.M.
Köln
Leipzig
Berlin
Hannover
Lübeck

Nutzungs- und Urheberrechte

Die vorliegende Ausarbeitung ist durch das Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz) und andere Gesetze geschützt. Die Urheberrechte verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH (cima).

Der Auftraggeber kann die Ausarbeitung innerhalb und außerhalb seiner Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der CIMA Beratung + Management GmbH als Urheber zu achten ist. Jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet, sofern nicht eine gesonderte Vereinbarung getroffen wird.

Veranstalter von Vorträgen und Seminaren erwerben keinerlei Rechte am geistigen Eigentum der cima und ihrer Mitarbeiter. Inhalte von Präsentationen dürfen deshalb ohne schriftliche Genehmigung nicht in Dokumentationen jeglicher Form wiedergegeben werden.

Haftungsausschluss gutachterlicher Aussagen

Für die Angaben in diesem Gutachten haftet die cima gegenüber dem Auftraggeber im Rahmen der vereinbarten Bedingungen. Dritten gegenüber wird die Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Gutachten enthaltenen Informationen (u.a. Datenerhebung und Auswertung) ausgeschlossen.

Sprachgebrauch

Aus Gründen der Lesbarkeit wird bei Personenbezügen die männliche Form gewählt. Die Angaben beziehen sich jedoch immer auf Angehörige aller Geschlechter, sofern nicht ausdrücklich auf ein Geschlecht Bezug genommen wird.

Inhalt

1 Einführung 8

1.1 Anlass und Aufgabenstellung 8

1.2 Projektansatz 9

1.3 Methodik 10

1.3.1 Überblick 10
1.3.2 Vollerhebung des Einzelhandelsbesatzes der Stadt Hürth 11

2 Allgemeine Trends im Einzelhandel 13

2.1 Veränderte Kundenansprüche, veränderte Kundenansprache 13

2.2 Herausforderung Online-Handel 16

2.3 Entwicklung der Betriebsformen 21

2.4 Chancen des Einzelhandels in Mittelzentren 23

2.5 Exkurs: Aktuelle Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel 27

3 Zur rechtlichen Einordnung von Einzelhandelskonzepten 29

3.1 Grundsätzliche rechtliche Rahmenbedingungen 29

3.2 Ziele und Grundsätze des Landesentwicklungsplanes Nordrhein-Westfalen 30

3.3 Inhalte kommunaler Einzelhandelskonzepte 34

4 Analyse des Einzelhandelsstandortes Hürth 2020 36

4.1 Strukturelle Rahmenbedingungen 36

4.2 Angebotssituation des Einzelhandelsstandortes Hürth 39

4.2.1 Methodik der Einzelhandelserhebung 39
4.2.2 Einzelhandelsbesatz im Stadtgebiet Hürth 40
4.2.3 Räumliche Verteilung des Einzelhandels im Stadtgebiet Hürth 43
4.2.4 Entwicklung des Einzelhandelsbestandes in der Stadt Hürth 45

4.3 Regionale Wettbewerbssituation 49

4.3.1 Oberzentrum Köln 49
4.3.2 Mittelzentrum Frechen 49
4.3.3 Mittelzentrum Kerpen 50
4.3.4 Mittelzentrum Erftstadt 50
4.3.5 Mittelzentrum Brühl 51

4.4 Einzelhandelsbesatz in den Zentren der Stadt Hürth 51

4.4.1 Stadtzentrum Hürth 51
4.4.2 Stadtteilzentrum Alt-Hürth 54
4.4.3 Stadtteilzentrum Efferen 57
4.4.4 Stadtteilzentrum Gleuel 61
4.4.5 Stadtteilzentrum Hermülheim 64

4.5 Marktgebiet und Kaufkraftpotenzial 67

4.5.1 Marktgebiet des Einzelhandelsstandorts Hürth 67
4.5.2 Nachfragepotenzial im Marktgebiet 68
4.5.3 Online-Kaufkraft der Bevölkerung der Stadt Hürth 69

4.6 Einzelhandelszentralität der Stadt Hürth 71

5 Räumliches Leitbild, Entwicklungsziele und Konzeption 74

5.1 Räumliches Leitbild der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Hürth 74

5.2 Ziele der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Hürth 75

5.3 Zum Begriff des Zentralen Versorgungsbereiches 76

5.4 Zentrale Versorgungsbereiche im Hürther Stadtgebiet 79

5.4.1 Hauptzentrum 79
5.4.2 Nebenzentren 80
5.4.3 Nahversorgungszentren 80

5.5 Sonstige Einzelhandelsstandorte im Hürther Stadtgebiet 81

5.5.1 Solitäre Nahversorgungsstandorte 81
5.5.2 Sonder- und Fachmarktstandorte 82

5.6 Übersicht Zentren- und Standortstruktur 82

5.6.1 Zentraler Versorgungsbereich für das Hauptzentrum Hürth 83
5.6.2 Zentraler Versorgungsbereich für das Nahversorgungszentrum Alt-Hürth 85
5.6.3 Zentraler Versorgungsbereich für das Nahversorgungszentrum Efferen 87
5.6.4 Zentraler Versorgungsbereich für das Nahversorgungszentrum Gleuel 89
5.6.5 Zentraler Versorgungsbereich für das Nahversorgungszentrum Hermülheim 90

5.7 Nahversorgungskonzept 92

5.7.1 Kenndaten der Nahversorgung auf Ebene der Stadt Hürth und der Stadtbezirke 93
5.7.2 Handlungsbedarf und Optionen zur Verbesserung der Nahversorgung 99

5.8 Dreiecksgrundstück 101

5.9 Sortimentsliste für die Stadt Hürth 104

5.9.1 Vorbemerkung 104
5.9.2 Kriterien zur Bestimmung der Zentrenrelevanz einzelner Sortimente 105
5.9.3 Zur Ableitung der Hürther Sortimentsliste 107

6 Handlungskonzept 114

6.1 Weiterentwicklung der Zentren 114

6.1.1 Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Hauptzentrums Hürth 114
6.1.2 Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Nahversorgungszentren 115

6.2 Empfehlungen zur Bauleitplanung und Genehmigungspraxis 118

7 Erforderliches Beteiligungsverfahren und förmliche Beschlüsse 121

Abbildungen

Abb. 1: Übersicht Erhebungssystematik (31 Warengruppen) 11

Abb. 2: Übersicht der 14 cima-Hauptwarengruppen 12

Abb. 3: Flagship-Stores der Kölner Innenstadt: P&C-Weltstadthaus und Reisekaufhaus Globetrotter 15

Abb. 4: Umsatzentwicklungen des Online-Handels in Deutschland 17

Abb. 5: Gesamtumsatz des deutschen Einzelhandels (in Mrd. €) und Anteil des Online-Handels (in % des Gesamtumsatzes) 18

Abb. 6: Umsatzanteil nach Branchen am Gesamtonlinevolumen 2019 19

Abb. 7: Umsatzveränderungen Offline & Online in Prozent nach Branchen im Jahr 2019 20

Abb. 8: Marktanteile nach Vertriebsformen 2007 – 2019 (in %) 22

Abb. 9: Buch & Wein (Stadt Diez, Rheinland-Pfalz) 23

Abb. 10: Uhren, Schmuck & Schmiede Leonhardt (Stadt Bad Wildungen) (früheres und aktuelles Ladenlokal) 24

Abb. 11: Textilhaus Heinze (Stadt Frankenberg (Eder)) 24

Abb. 12: Kindermodegeschäft Fidelinchen in Viersen (NWW) 25

Abb. 13: Schreib-Shop Marschallek (Erftstadt – Lechenich) 26

Abb. 14: Veränderungen im Konsumverhalten mit dem „Wegbrechen der Mitte“ 26

Abb. 15: Räumliche Lage der Stadt Hürth und zentralörtliche Gliederung 36

Abb. 16: Gliederung der Stadt Hürth (nach Bezirksgrenzen) 37

Abb. 17: Bevölkerungsverteilung der Stadt Hürth nach Stadtteilen 38

Abb. 18: Einzelhandelsbestand nach Warengruppen in der Stadt Hürth 41

Abb. 19: Vergleich der räumlichen Verteilung des Einzelhandelsbestandes in Hürth 43

Abb. 20: Einzelhandelsbesatz in den Stadtteilen und Zentren der Stadt Hürth 45

Abb. 21: Kenndatenvergleich zum Einzelhandel in Hürth 2015 - 2020 46

Abb. 22: Kenndatenvergleich zum Einzelhandel in Hürth 2015 - 2020 46

Abb. 23: Entwicklung des Einzelhandelsbestandes in den Zentren (Anzahl Betriebe) 48

Abb. 24: Entwicklung des Einzelhandelsbestandes in den Zentren (Verkaufsfläche in m^2) 48

Abb. 25: Einkaufszentrum Hürth-Park 52

Abb. 26: Räumliche Verteilung des Einzelhandels im Stadtzentrum Hürth 52

Abb. 27: Verkaufsflächen und Umsatz im Stadtzentrum Hürth-Park 53

Abb. 28: Verteilung der Nutzungen im Hürth-Park 54

Abb. 29: Zentrum Alt-Hürth 55

Abb. 30: Räumliche Verteilung des Einzelhandels im Stadtteilzentrum Alt-Hürth 56

Abb. 31: Verkaufsflächen und Umsatz im Stadtteilzentrum Alt-Hürth 56
Abb. 32: Verteilung der Nutzungen im Zentrum Alt-Hürth 57
Abb. 33: Zentrum Efferen 58
Abb. 34: Räumliche Verteilung des Einzelhandels im Stadtteilzentrum Efferen 59
Abb. 35: Verkaufsflächen und Umsatz im Stadtteilzentrum Efferen 60
Abb. 36: Verteilung der Nutzungen im Zentrum Efferen 60
Abb. 37: Zentrum Gleuel 61
Abb. 38: Räumliche Verteilung des Einzelhandels im Stadtteilzentrum Gleuel 62
Abb. 39: Verkaufsflächen und Umsatz im Stadtteilzentrum Gleuel 63
Abb. 40: Verteilung der Nutzungen im Zentrum Gleuel 63
Abb. 41: Zentrum Hermülheim (Luxemburger Straße) 64
Abb. 42: Räumliche Verteilung des Einzelhandels im Stadtteilzentrum Hermülheim 65
Abb. 43: Verkaufsflächen und Umsatz im Stadtteilzentrum Hermülheim 66
Abb. 44: Verteilung der Nutzungen im Zentrum Hermülheim 66
Abb. 45: Marktgebiet der Einkaufsstadt Hürth 68
Abb. 46: Kaufkraftpotenzial im Stadtgebiet Hürth 69
Abb. 47: Kaufkraft in der Stadt Hürth für den Handel stationär und online 70
Abb. 48: Nachfragevolumen, Umsatz und Handelszentralität in der Stadt Hürth 71
Abb. 49: Sortimentsspezifische Handelszentralitäten in der Stadt Hürth 73
Abb. 50: Zentrenkonzept der Stadt Hürth 83
Abb. 51: Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Hürth 85
Abb. 52: Zentraler Versorgungsbereich Alt-Hürth 86
Abb. 53: Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Efferen 88
Abb. 54: Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Gleuel 89
Abb. 55: Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Hermülheim 91
Abb. 56: Nahversorgungsanbieter und 700 m-Entfernungsradien in der Stadt Hürth 93
Abb. 57: Verkaufsflächendichte im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel in der Stadt Hürth 94
Abb. 58: Verkaufsflächendichte im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel im Stadtgebiet Hürth 95
Abb. 59: Mögliche Erweiterungen im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel (NuG) in der Stadt Hürth 100
Abb. 60: Entwicklung VKF Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner nach Umsetzung der möglichen Erweiterungen 101
Abb. : Steckbrief Dreiecksgrundstück 102
Abb. : Verkaufsflächenanteile der Zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Hürth auf Sortimentsebene 106

Abb. : Sortimentsliste für die Stadt Hürth 112
Abb. : Beispiel für eine temporäre Begrünung (Aktion „Viersen blüht“, Stadt Viersen) 115
Abb. : Steuerungsschema zur Genehmigung von Einzelhandelsnutzungen 120

1 Einführung

1.1 Anlass und Aufgabenstellung

Als Entscheidungsgrundlage zur planungsrechtlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Hürth diente bislang das Einzelhandelskonzept der Stadt Hürth, welches im Jahr 2016 durch die BBE erstellt und im April 2017 als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB vom Stadtrat beschlossen wurde.[1]

Seitdem haben sich u. a. durch das Inkrafttreten des neuen Landesentwicklungsplans NRW im Februar 2017 sowie durch Veränderungen in der Struktur des örtlichen Einzelhandels (u. a. in den Stadtteilen Hermülheim und Efferen) wesentliche Rahmenbedingungen verändert, sodass die im Konzept getroffenen Zielaussagen in Teilen überholt bzw. nicht realisierbar sind. In diesem Zusammenhang ist auf folgende **Entwicklungen und Planungen** hinzuweisen:

- Entwicklungen von Wohngebieten, u. a. am ehemaligen Rangierbahnhof, Kölnstraße, die einen Ausbau der Nahversorgungsstrukturen erforderlich machen
- eine Überplanung des „Dreiecksgrundstücks" in Hermülheim, für welches sich im Zuge der Fertigstellung der Ortsumgehung 265 n und des Rückbaus der Luxemburger Straße neue Optionen eröffnen (vgl. ISEK Hermülheim); das Einzelhandelskonzept 2017 zieht für diesen Standort einen zusätzlichen Nahversorger (bei Verbesserung der Anbindung an westlich gelegene Wohngebiete) sowie großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten in Betracht[1]
- Effekte und Synergien für das benachbarte Headquarters Hürth, welches als Standort für Verwaltungen, Dienstleistungen, Hotel, Forschung und Entwicklung sowie Gastronomie entwickelt werden soll
- Schließung des REAL-SB-Warenhauses im Hürth-Park

Die örtlichen Veränderungen sind zudem **einzuordnen in den generellen Strukturwandel im Einzelhandel.** Bedingt u. a. durch ein verändertes Einkaufsverhalten und den gesellschaftlichen Wandel sind bereits seit Jahren steigende Umsätze des Online-Handels und vielerorts Schließungen von Einzelhandelsbetrieben zu konstatieren; die Auswirkungen der Corona-Pandemie wirken sich beschleunigend auf diesen Prozess aus. Innerhalb der letzten 5 bis 10 Jahre hat die cima in vielen Fortschreibungen von Einzelhandelskonzepten bereits Rückgänge der Betriebsanzahl um bis zu 25 % aufdecken müssen. Auch wenn es noch abzuwarten bleibt, wie sich Situation nach Corona darstellen wird, gibt es einen großen Handlungsdruck in Bezug auf Stabilisierungsmaßnahmen in Stadt(teil)zentren.

Vor diesem Hintergrund hat die Stadt Hürth die CIMA Beratung + Management GmbH, Köln, mit der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes beauftragt. Ausgehend von einer Überprüfung der örtlichen (Nah-)Versorgungsstrukturen und Kaufkraftströme werden **Lücken in der Versorgung** der örtlichen Bevölkerung aufgedeckt und **Maßnahmen für eine stärkere Kaufkraftbindung** innerhalb des Stadtgebietes von Hürth abgeleitet. Die Zentralen Versorgungsbereiche, welche als Schwerpunkte der örtlichen Versorgung fungieren, werden überprüft. Gerade in den letzten Jahren sind im Zuge des Strukturwandels bundesweit vielfältige Veränderungen erkennbar. Mit dem Rückzug des Einzelhandels, zunehmenden Leerständen oder Mindernutzungen brechen vielerorts ganze Abschnitte zentraler Versorgungslagen weg. Gelingt es aber, geeignete **Entwicklungsstandorte** zu schaffen und / oder Magnetbetriebe anzusiedeln, kann dies

[1] Einzelhandelskonzept für die Stadt Hürth, BBE Handelsberatung, Köln 2016

deutliche positive Auswirkungen auf die Funktionalität und die Entwicklungsfähigkeit des Versorgungsstandortes haben. Gleichzeitig wird die **Versorgungsqualität** verbessert.

Neben der Untersuchung des Hauptzentrums Hürth-Mitte und der Nahversorgungszentren im Stadtgebiet in Bezug auf **Stärken, Schwächen und Entwicklungsmöglichkeiten** wird im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes Hürth ein besonderes Augenmerk auf die Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche Efferen und Hermülheim (Luxemburger Straße) gelegt. Zudem wird die **Eignung des Dreiecksgrundstücks als möglicher Standort für die Nahversorgung** geprüft.

Die Inhalte eines Einzelhandelskonzeptes leiten sich grundsätzlich u. a. aus ihrer Bedeutung als städtebauliche Entwicklungskonzepte gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB ab. Wird das vorliegende Einzelhandelskonzept vom Rat der Stadt Hürth als städtebauliches Entwicklungskonzept förmlich beschlossen, sind die darin enthaltenen Zielsetzungen im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu beachten. Der Gesetzgeber hat den Kommunen hierbei umfangreiche Möglichkeiten eingeräumt, die Entwicklung des (großflächigen) Einzelhandels planungsrechtlich zu steuern. Vorhaben an nicht integrierten Standorten, die den Zielstellungen der Landesplanung – u. a. die Erhaltung und die Weiterentwicklung der gewachsenen Zentren und die Sicherstellung qualifizierter wohnungsnaher Angebote mit Waren des täglichen Bedarfes – widersprechen, können von den Kommunen bei Einsatz der entsprechenden planungsrechtlichen Instrumente abgelehnt werden.

1.2 Projektansatz

Folgende maßgebliche Fragestellungen liegen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Hürth 2020 / 2021 zugrunde:

- Ein kommunales Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept schafft einen mittel- bis langfristig ausgerichteten **Orientierungsleitfaden für Politik, Verwaltung und Unternehmen**. Zentrale Fragestellungen sind somit: Wohin kann und soll sich der Einzelhandel in der Stadt Hürth zukünftig entwickeln? Welche Fehlentwicklungen müssen bzw. sollen vermieden werden?
- Ein kommunales Einzelhandelskonzept ist zugleich ein **Handlungskonzept für die Stadt**. Maßgebliche Aspekte sind hier: Wie können die Rahmenbedingungen des Einzelhandels verbessert werden? Welche Möglichkeiten zur Stärkung der Zentren und der wohnungsnahen Versorgung gibt es? Welche Standorte sind für den großflächigen Einzelhandel zu befürworten?
- Ebenso dient ein kommunales Einzelhandelskonzept als **Fachgutachten und Arbeitshilfe für die planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung**. Hiermit verfügt die Stadt über einen Handlungsleitfaden, der die zukünftige Entwicklung der Stadt in einem maßgeblichen Handlungsfeld mitsteuert: Wie sind die Zentralen Versorgungsbereiche in Hürth begründet abzugrenzen? Welche Sortimente sind als nahversorgungs- bzw. zentrenrelevant einzustufen? Wie sollte mit Ansiedlungsgesuchen großflächiger Einzelhandelsbetriebe umgegangen werden?

Ein Einzelhandelskonzept erfordert dementsprechend eine sehr intensive Auseinandersetzung mit den vorhandenen Entwicklungen und Strukturen des lokalen Einzelhandels auf der einen Seite; zum anderen sind aber auch grundlegende stadtentwicklungspolitische Fragestellungen zu beachten.

1.3 Methodik

1.3.1 Überblick

Das vorliegende Einzelhandelskonzept, welches im Zeitraum August 2020 - Mai 2021 erarbeitet wurde, baut u. a. auf den folgenden Arbeitsschritten auf:

- Durchführung einer Angebotsanalyse, u. a. durch eine nach Warengruppen differenzierte Vollerhebung des Einzelhandelsbesatzes im gesamten Stadtgebiet im Oktober 2020, die Abgrenzung des Kundeneinzugsgebietes sowie die Ermittlung der Kaufkraftbewegungen und der Einzelhandelszentralitäten[2]
- Durchführung einer Nachfrageanalyse, u. a. durch die Ermittlung des aktuellen Kaufkraftpotenzials im Stadtgebiet Hürth und im Einzugsgebiet der Einkaufsstadt Hürth auf der Grundlage aktueller Einwohnerzahlen, Kaufkraftkennziffern auf Gemeindeebene und bundesweiter Verbrauchsausgaben. Die Nachfrageanalyse wird ergänzt durch eine nach Warengruppen differenzierte Ermittlung des Online-Kaufkraftpotenzials im Stadtgebiet Hürth. Diese berücksichtigt die Verbrauchsausgaben auf Bundesebene und die örtliche Kaufkraftkennziffer; darüber hinaus fließen Ergebnisse aus vorliegenden Studien zur Entwicklung des Online-Handels in Deutschland ein.
- Überprüfung und Neuabgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche auf Grundlage einer Bewertung des aktuellen Einzelhandelsbesatzes, der einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen und der aktuellen städtebaulichen Zielsetzung
- Bewertung der funktionalen Bedeutung sowie der Entwicklungsmöglichkeiten der Zentralen Versorgungsbereiche bei Identifizierung / Einordnung möglicher Entwicklungsflächen
- Bewertung der Nahversorgungsstrukturen
- Definition ergänzender Nahversorgungsstandorte sowie solitärer Ergänzungsstandorte
- Überprüfung und Anpassung der Hürther Sortimentsliste der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente, auch unter Berücksichtigung der veränderten Rechtsgrundlagen auf Landesebene
- Erarbeitung von Handlungsempfehlungen zur planungsrechtlichen Steuerung des Einzelhandels (Umgang mit zukünftigen Ansiedlungsanfragen bzw. mit einzelhandelsrelevanten Festsetzungen in Bebauungsplänen) und zur Weiterentwicklung der Zentren.

[2] Die Analysedaten des Einzelhandelskonzeptes bilden einen Stand während der Corona-Pandemie ab. Infolge der Auswirkungen, deren Ende noch nicht absehbar ist, könnten Veränderungen in der Einzelhandelsstruktur eingetreten sein, sodass ggf. eine Überprüfung der Bestandsdaten ab Sommer 2022 zu erwägen ist.

1.3.2 Vollerhebung des Einzelhandelsbesatzes der Stadt Hürth

Die Angebotsanalyse basiert auf einer Vollerhebung der Einzelhandelsverkaufsflächen[3] im gesamten Hürther Stadtgebiet. Als Grundlage für die erhobenen Einzelhandelsdaten wurde die cima-Systematik (31 Teilsortimente, vgl. Abb. 1) verwendet. Im Sinne einer besseren Lesbarkeit und der Beachtung des Datenschutzes erfolgte im Rahmen der Berichtserstellung eine Zuordnung der 31 Teilsortimente zu 14 Hauptwarengruppen (vgl. Abb. 2).

Abb. 1: Übersicht Erhebungssystematik (31 Warengruppen)

Periodischer Bedarf	
Nahrungs- und Genussmittel	Schnittblumen, Floristik
Drogerie- und Parfümerieartikel	Zeitschriften, Zeitungen
Apothekenwaren (freiverkäuflich)	
Aperiodischer Bedarf	
Oberbekleidung	Elektrogeräte, Leuchten
Wäsche, sonst. Bekleidung	Unterhaltungselektronik
Schuhe	Computer, Büro-/ Telekommunikation
Lederwaren	Foto
Sportartikel	Musikinstrumente, Sammelhobbies
Glas, Keramik, Porzellan, Hausrat	Fahrräder und Fahrradzubehör
Uhren, Schmuck	Kfz-Zubehör
Optik, Hörgeräteakustik	Möbel
med.-orthopädischer Bedarf (Sanitätsartikel)	Antiquitäten, Kunstgegenstände
Bücher	Zoobedarf
Schreibwaren	Eisenwaren, Baumarktartikel
Spielwaren	Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Lacke
Heimtextilien	Pflanzen, Gartenbedarf

Quelle: cima (2021)

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

Abb. 2: Übersicht der 14 cima-Hauptwarengruppen

Hauptwarengruppe	Erläuterung
Nahrungs- und Genussmittel	Back- und Fleischwaren, Reformwaren, Getränke, Tabakwaren
Gesundheit und Körperpflege	Drogerie- und Parfümeriewaren, freiverkäufliche Apothekenwaren (apothekenübliches Randsortiment, freiverkäufliche Arzneimittel)
Schnittblumen, Zeitschriften	Zimmerpflanzen, Zeitungen, Zeitschriften
Bekleidung, Wäsche	Damenoberbekleidung, Herrenoberbekleidung, Kinderoberbekleidung, Berufsbekleidung, Wäsche, Hüte, Mützen
Schuhe, Lederwaren	Schuhe, Lederwaren, Koffer aller Art
Bücher, Schreibwaren	Bücher, Schreib-, Papierwaren, Bastelbedarf
Spielwaren, Hobbybedarf	Spielwaren, inkl. Modellbau, Musikinstrumente, Briefmarken, Münzen
Sportartikel, Fahrräder	Sportartikel (Kleingeräte wie Bälle, Hanteln, Schwimmbrillen, Gymnastikmatten sowie Großgeräte wie Heimtrainer, Laufbänder), Sportbekleidung, Sportschuhe, Fahrräder und Fahrradzubehör, Campingartikel
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	„Weiße Ware" (Haushaltsgeräte wie Spülmaschine, Kühlschrank, Waschmaschine), Telekommunikation (Telefone, Smartphones), Computer, Drucker, Foto, Unterhaltungselektronik, Lampen / Leuchten, Bild- und Tonträger
Uhren, Schmuck	Uhren, Schmuck
Optik, Akustik, Sanitätsartikel	Brillen, Sehhilfen, Hörgeräte, Sanitätsartikel
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	Keramische Erzeugnisse, Glaswaren, Geschirr, Kochbesteck, Kochzubehör wie Pfannen und Töpfe, Haushaltswaren wie Besen und Wäscheständer
Einrichtungsbedarf	Möbel (inkl. Küchen-, Büro-, Gartenmöbel), Matratzen, Heimtextilien (Bettwäsche, Gardinen, Handtücher, Stoffe), Antiquitäten und Kunstgewerbe
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel	Baumarktartikel, Eisenwaren, Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Baumaterialien, Elektroinstallationsbedarf, Kfz-Zubehör, Pflanzen, Gartenartikel und Gartengeräte

Quelle: cima (2021)

2 Allgemeine Trends im Einzelhandel

Der Einzelhandel sieht sich seit Jahren mit neuen Herausforderungen und sich verändernden Rahmenbedingungen konfrontiert: Trotz Zuwanderung ist von einer langfristig abnehmenden Bevölkerung und damit auch Nachfrage auszugehen. Zudem wirken sich veränderte Bevölkerungsstrukturen, vor allem im Bereich der älteren Bevölkerungsgruppen – mit einem sich erweiternden Marktsegment der „jungen Alten" – auf die Handelsstrukturen aus. Obgleich oftmals eine zunehmende Qualitätsorientierung der Kunden ablesbar ist, wird der Kaufpreis auf Verbraucherseite weiterhin ein wichtiger Aspekt der Kaufentscheidung bleiben. Bei nur leicht wachsendem Gesamtumsatz ist der Handel jedoch vor allem durch einen starken **Verdrängungswettbewerb** gekennzeichnet. Denn der generelle Strukturwandel im Einzelhandel, u. a. bedingt durch ein verändertes Einkaufsverhalten und den gesellschaftlichen Wandel, spiegelt sich vor allem in **steigenden Umsätzen des Online-Handels** wider. Damit steht der mittelständische Handel nicht nur regionalen Wettbewerbern, sondern auch nationaler oder sogar internationaler Konkurrenz gegenüber. Die wegbrechenden Umsätze im stationären Handel führen vielerorts zu Schließungen von Einzelhandelsbetrieben. So verursachte **Leerstände und Trading Down-Prozesse** können die Entwicklungsfähigkeit einer Innenstadt bzw. eines Orts- / Stadtteilzentrums nachhaltig beeinträchtigen.

Dass Handelslagen bereits seit Jahren unter enormem Druck stehen, kommt in zahlreichen Untersuchungen zum Ausdruck. Bereits vor Beginn der Corona-Pandemie hat die cima in vielen Fortschreibungen von Einzelhandelskonzepten Rückgänge der Betriebsanzahl um bis zu 25 % innerhalb der letzten 5 bis 10 Jahre aufdecken müssen. Diese problematischen Entwicklungen werden nun durch die **Auswirkungen der Corona-Pandemie** zusätzlich beschleunigt. Erfahrungen der cima zeigen, dass die Folgen in den Oberzentren und Metropolen derzeit stärker zu beobachten sind als in den Mittelzentren. Ursachen hierfür sind eine höhere Bedeutung des filialisierten Einzelhandels, der schneller auf Krisen reagiert, das Zusammentreffen von Corona-bedingten Umsatzeinbußen mit generellen wirtschaftlichen Schwierigkeiten diverser Filialisten (insbesondere Textileinzelhandel) sowie ein Wegbrechen der Touristen und Besucher aus dem Umland und damit der durch sie erzielten Umsätze.

Es wird noch dauern, bis das Ausmaß der Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den stationären Einzelhandel vollständig ablesbar ist. Schon derzeit unbestritten sind jedoch die hohe Problematik und das Handlungserfordernis von Maßnahmen, die auf einen Erhalt bzw. die Stärkung von Innenstädten und Orts-/ Stadtteilzentren ausgerichtet sind. Mit diesem Ziel finden aktuell auf vielen Plattformen Diskussionen und Beratungen statt; auch wurden schon erste Förderprogramme aufgelegt. Das Land Nordrhein-Westfalen hat bspw. im Sommer 2020 das Sofortprogramm zur Stärkung der Innenstädte und Zentren in Nordrhein-Westfalen gestartet, um Kommunen bei der Bewältigung struktureller Probleme ihrer Stadt(teil-)zentren zu unterstützen.

Auch wenn aktuell die Corona-Auswirkungen bisherige Trends und Entwicklungen im Einzelhandel überlagern, beeinflussen oder beschleunigen, soll im folgenden Kapitel ein Überblick über die relevanten Rahmenbedingungen gegeben werden, wie sie bereits vor Corona ablesbar waren.

2.1 Veränderte Kundenansprüche, veränderte Kundenansprache

Sowohl Kunden als auch Einzelhändler reagieren unterschiedlich auf gesellschaftliche Trends. Konsummuster verschwimmen zunehmend und der Konsument als solches wird für den Einzelhandel zunehmend „unberechenbarer". Kennzeichen hierfür sind ein multi-optionales Verhalten des Verbrauchers beim Einkauf

(Stichwort „hybrider Kunde“) sowie die hohe Wechselbereitschaft zwischen Produkten, Anbietern und Einkaufsstätten.

Die Ansprüche der Konsumenten steigen nicht nur in puncto Qualität. Über den reinen Versorgungsaspekt hinausgehend soll das Einkaufen als Erlebnis und aktive Freizeitgestaltung fungieren (Erlebniseinkauf). Es besteht der Wunsch nach mehr Emotionen, Unterhaltung und Service. In Anbetracht dieser Entwicklungen ist es wichtig, dass der stationäre Handel seinen Mehrwert darstellt und kommuniziert, was nur im direkten Kontakt möglich ist. Dies betrifft beispielsweise den direkten Kontakt mit dem Produkt und dem Berater vor Ort. Schlagworte wie Authentizität, Erlebnis, Emotion, Individualität / Personalisierung, Service und Convenience werden somit nicht nur für den Verbraucher beim Einkauf immer wichtiger, auch für den Handel steigt deren Bedeutung im Wettbewerb mit dem Online-Handel.

Als Folge daraus resultieren verschiedene Trends, Entwicklungen und Strategien des Handels, um den hybriden Kunden anzusprechen.

Inszenierung

Aufgrund des zunehmenden Angebotes an Produkten und Vertriebskanälen sind eine gezielte Inszenierung der Waren und Räume sowie die Vermittlung von Erlebniswerten und zusätzlichen Anreizen für den Kunden von großer Bedeutung. Eine professionelle und individuelle Ladengestaltung spielt eine zunehmend wichtigere Rolle, da das Produkt allein nicht mehr ausreicht, um Kunden in den Verkaufsraum zu lenken. Auch das Wecken von Sympathie durch regelmäßige und individuelle Aktionen und Aufmerksamkeiten gegenüber dem Kunden kann oftmals einen entscheidenden Faktor zur Generierung eines emotionalen Mehrwertes darstellen. Die Möglichkeiten zu einer ansprechenden Inszenierung sind dabei nicht nur auf den Verkaufsraum und die Warenpräsentation beschränkt, auch der Online-Auftritt sowie die Präsentation in verschieden Medien und Plattformen tragen entscheidend zu einer gelungenen Inszenierung bei.

Profilierung

Durch gezielte Profilierung werden die Markenkerne des Unternehmens oder auch Einzelhandelslagen und Quartiere herausgearbeitet, um somit eine Abgrenzung und Positionierung im Vergleich zu Wettbewerbern zu verbessern. Dies kann durch die spezielle Betriebshistorie oder durch Spezialisierungen, z. B. über Sortiment, Personal, Service, erfolgen. Es gilt, ein Bild in den Köpfen der Konsumenten zu hinterlassen.

Convenience

Die Faktoren Zeit und Bequemlichkeit spielen eine wichtige Rolle im Konsumverhalten der heutigen Zeit. Convenience ist somit als Anspruch der Kunden sowohl an den Einkauf als auch an das Produkt zu verstehen. Letzteres zeigt sich u. a. durch das individuelle und passgenaue Angebot in Frischtheken zum schnellen Verzehr direkt zum Mitnehmen. Ebenso findet sich das Prinzip der Convenience in der Ladengestaltung, z. B. in Form von Kinderspielecken, Sitzmöglichkeiten etc.

Flagship-Stores

In den „Vorzeigeläden“ der jeweiligen Handels- oder Dienstleistungsunternehmen geht es weniger um den Umsatz als um die Präsenz in den A-Lagen der Zentren. Ziel ist es, durch Exklusivität die Bekanntmachung der Marke bspw. bei Touristen voranzutreiben, weshalb in „Flaggschiffläden“ weder interaktive noch individuelle Elemente fehlen dürfen. Häufig werden die neuesten Produkte und Entwicklungen zunächst nur in Flagship-Stores präsentiert.

Abb. 3: Flagship-Stores der Kölner Innenstadt: P&C-Weltstadthaus und Reisekaufhaus Globetrotter



Quelle: cima (2020)

Authentizität

Neben den Trends zu großen Ketten und Internethandel gibt es auch eine Rückbesinnung zu Regionalität und Einzigartigkeit im Offline-Handel. Denn durch die große Konkurrenz sind kleine Einzelhandelsbetriebe zur Handlung gezwungen. Die Identifikation mit dem Produkt, das Vorweisen einer handwerklichen Tradition sowie glaubwürdiges Auftreten kann hier von Vorteil sein. Kunden legen dabei weniger Wert auf den „großen Auftritt" als auf Transparenz, Echtheit und eine kompetente Beratung. Warenpräsentation und Ladendesign können dabei auch puristischer anmuten.

Mono-Label Store

Als Mono-Label Stores werden Geschäfte bezeichnet, die auf ihrer Verkaufsfläche ausschließlich Produkte einer Marke verkaufen. War dieser Trend schon seit längerem in der Modebranche etabliert, so sind nun Firmen verschiedener anderer Branchen mit aufgesprungen. Der zentrale Vorteil dieser Läden liegt in der Nähe zwischen Verkäufer / Unternehmen und Endverbraucher. Aufgrund dieser engen Bindung kann schneller auf Vorlieben, Trends und Gewohnheiten der Kunden reagiert werden. Wenn an guten bis sehr guten Standorten der Großstädte das Platzangebot begrenzt ist, können Mono-Label Stores eine Antwort des Einzelhandels auf dieses Problem sein. Statt der großen Markenvielfalt in Multi-Label Stores wird hier eher eine kleinere Auswahl an Waren in enger Zusammenarbeit mit den Herstellern angeboten.

Cross-Selling

Dem Kunden werden Zusatzangebote bereitet, welche die Kundenbindung erhöhen. Dies kann durch die Ergänzung des eigenen Sortiments (Schuhe und Schuhputzcreme), durch ergänzende Serviceleistungen im Geschäft (Café, Postfiliale etc.) oder durch das Angebot von Produkten / Leistungen anderer Unternehmen erfolgen. Ein weiteres Beispiel für die erfolgreiche Umsetzung von Cross-Selling innerhalb des stationären Einzelhandels ist der Vertrieb von Serviceleistungen oder Weiterbildungsangeboten durch Elektro-Fachmärkte. Dies kann u. a. das Anbieten von Garantieverlängerungen, den Aufbau und die Installation des Gerätes sowie das Veranstalten von Kursen zur Bedienung der erworbenen Geräte einschließlich der installierten Software umfassen. Die Schaffung von Zusatzleistungen ergänzend zu den angebotenen Produkten bietet für den stationären Einzelhandel eine Möglichkeit, sich gegenüber dem Online-Handel zu profilieren.

2.2 Herausforderung Online-Handel

Digitalisierung und E-Commerce

Als Haupteinflussfaktor auf das Verbraucherverhalten ist nach wie vor die (weiterhin zunehmende) Digitalisierung zu bewerten. Gerade während der Lockdown-Phasen in der Corona-Pandemie wurden viele Kunden zusätzlich auf Online-Angebote gelenkt. Während der Einkauf online jederzeit möglich war, konnten stationäre Einkäufe zeitweise gar nicht oder nur mit Einschränkungen getätigt werden.

Grundsätzlich kann E-Commerce für den stationären Handel sowohl Risiko als auch Chance darstellen. Durch die wachsende Anzahl an digitalen Angeboten und die damit einhergehenden Vorteile für den Kunden verschärft sich die Wettbewerbssituation für den stationären Einzelhandel. Kunden möchten sich vor dem Kauf jederzeit, überall und über alle Kanäle informieren. Dies kann im Geschäft durch die Beratung vor Ort geschehen, mit Laptop, PC, Tablet und Smartphone online auf Webseiten, Vergleichsportalen und in sozialen Netzwerken, oder aber analog über Printmedien. Es reicht daher nicht mehr aus, als Händler nur einen Kanal zu bedienen; vielmehr sollten möglichst alle Kanäle genutzt und (gleichzeitig) bedient werden.

Beim sogenannten Multi-Channeling kann der Kunde beim Kauf zwischen mehreren Vertriebskanälen wählen, z. B. zwischen Online-Shop, Katalog oder stationärem Handel. Beim Cross-Channeling kann der Kunde während des Einkaufes zwischen den Kanälen wechseln, z. B. das Produkt online bestellen und stationär im Geschäft abholen.

Neben den Risiken, die der Online-Handel für „kleine Händler" darstellt, eröffnen die Entwicklungen im E-Commerce jedoch auch eine Chance. Denn oftmals wird eine Kaufentscheidung zwar online vorbereitet, jedoch im stationären Handel tatsächlich getätigt. Hierbei spricht man vom sogenannten ROPO-Effekt (= Research online, purchase offline (Suche Online – Kaufe Offline) – eine Chance für den stationären, mittelständischen Handel vor Ort. Essenziell für den stationären Händler ist dabei eine Online-Präsenz mit Informationen zum Ladengeschäft, um digital vom Kunden aufgefunden zu werden. Sucht ein Kunde ein bestimmtes Sortiment online in einer Suchmaschine, findet er oftmals zunächst Informationen über Angebote bei Amazon und anderen Marktplätzen, während lokale Angebote teilweise gar nicht auftauchen. Eine digitale Platzierung des lokalen Händlers verhindert, dass der lokale Anbieter gar keine Chance erhält, in den digitalen Informationsprozess des Kunden eingebunden zu werden.

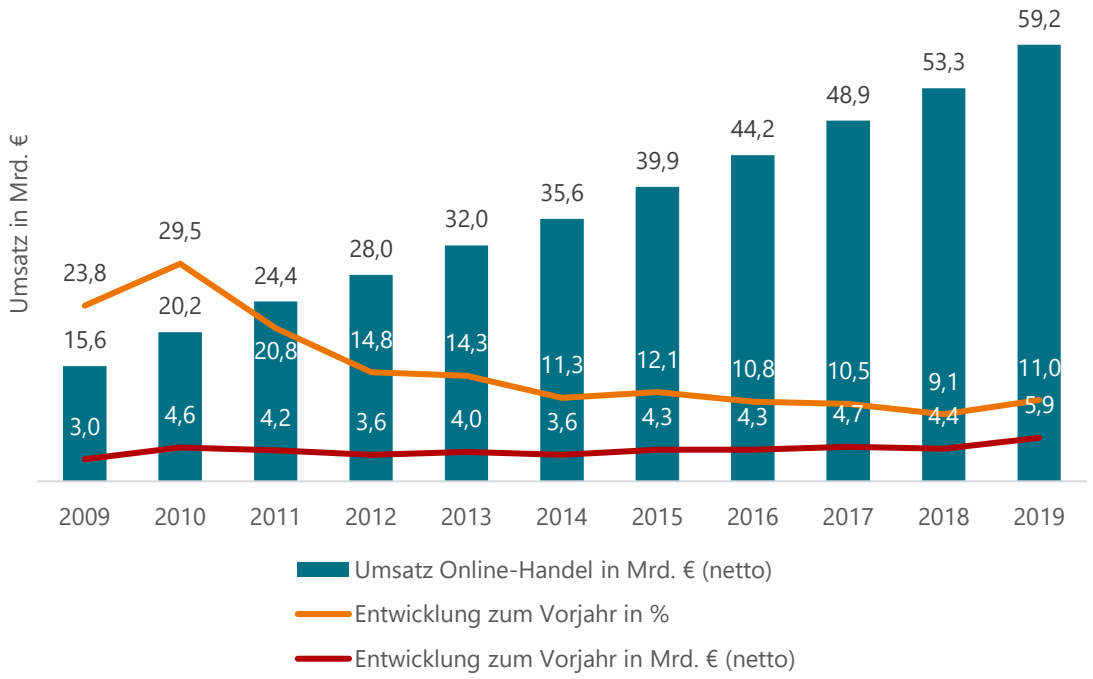
Eine Webseite mit Informationen zum Geschäft, Öffnungszeiten und eine Darstellung der Produkte ist daher mittlerweile eine absolute Notwendigkeit. Ergänzend dazu werden z. B. von Anbietern lokaler und nationaler Online-Marktplätze (bspw. Atalanda, yatego) als auch über Plattformen globaler Internetdienstleister (Google Ad Words, Google My Business etc.) Dienste für Händler angeboten, die auf eine Verbesserung der digitalen Positionierung und Sichtbarkeit ausgerichtet sind. Ferner schaffen Social Media-Plattformen wie Facebook, Twitter und YouTube die Möglichkeit, Produkte, Aktionen etc. zu bewerben.

Mit der wachsenden Bedeutung des Online-Handels wird der stationäre Handel immer häufiger zum reinen Ausstellungsraum: Beim sogenannten „Showrooming" informieren sich die Interessenten im Laden, kaufen anschließend aber online. Die Herausforderung für den Handel besteht darin, die Vorteile aller Vertriebskanäle zu kombinieren und somit ein Ladengeschäft zum echten Fühlen, Erleben, Kontakt mit dem Produkt und anschließender Bestellmöglichkeit im Netz zu schaffen. Im Idealfall gelingt es dem stationären Händler, dass der Kunde am Ende bei ihm kauft – offline im Laden oder online.

Entwicklung des Online-Handels insgesamt

Zwischen 2009 und 2019 ist der Umsatz im Online-Handel um ca. 43,6 Mrd. €, von etwa 15,6 Mrd. € im Jahr 2009 auf 59,2 Mrd. € im Jahr 2019 angestiegen. Dies entspricht in etwa einer Vervierfachung des Gesamtumsatzes. **Durch die Corona-Pandemie ist von starken Beschleunigungseffekten und zunehmenden Verschiebungen zwischen online und offline auszugehen.** Nach aktuellen Hochrechnungen ist ein Wachstum des Umsatzes im Online-Handel von rund 20,7 % bzw. 12,3 Mrd. € im Jahr 2020 gegenüber dem Jahr 2019 auszumachen.[4]

Abb. 4: Umsatzentwicklungen des Online-Handels in Deutschland



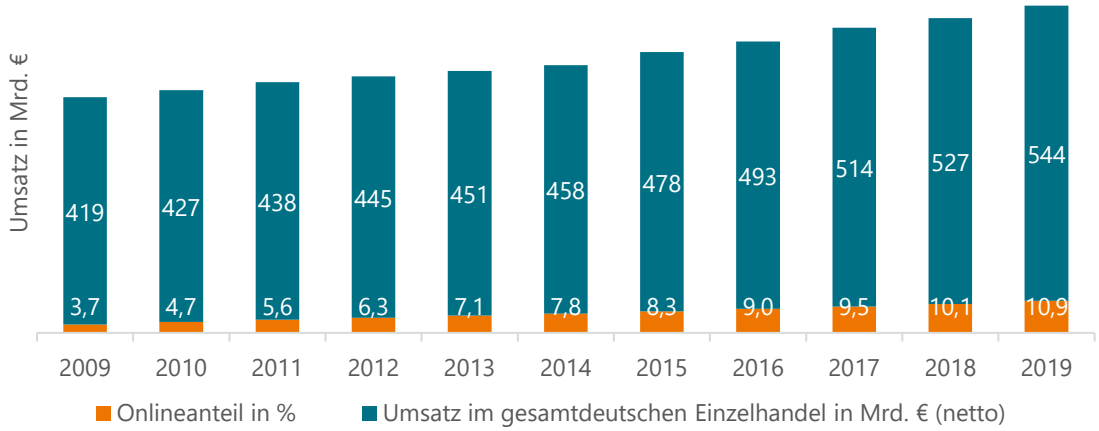
Quelle: cima (2021); Datengrundlage: HDE Online-Monitor 2020

Damit wird der Trend einer rückläufigen relativen Wachstumsrate des Online-Handels, der seit 2010 zu beobachten war, zunächst gestoppt. Während das absolute Wachstum in den vergangenen Jahren (bis 2018) konstant bei rd. 4 Mrd. € pro Jahr lag, wurde der Stellenwert des Online-Handels mit der Corona-Pandemie enorm gesteigert.

Auch der Anteil des Online-Handels am gesamtdeutschen Einzelhandelsumsatz ist in den vergangenen zehn Jahren deutlich gestiegen. Während der Online-Handel im Jahr 2009 noch einen Anteil von ca. 3,7 % des gesamtdeutschen Einzelhandelsumsatzes ausgemacht hat, waren es im Jahr 2019 schon ca. 10,9 %. Aktuelle Prognosen zeigen, dass auch weiterhin von einem Anstieg der Bedeutung des Online-Handels auszugehen ist. Die durch die Einschränkungen im Rahmen der Pandemie ausgelöste sprunghafte Entwicklung im Jahr 2020/21 dürfte sich jedoch mittelfristig wieder etwas abschwächen.

[4] Quelle: HDE Online-Monitor 2020, IFH KÖLN 2020/21(www.einzelhandel.de)

Abb. 5: Gesamtumsatz des deutschen Einzelhandels (in Mrd. €) und Anteil des Online-Handels (in % des Gesamtumsatzes)



Quelle: cima (2021); Datengrundlage: HDE Online-Monitor 2020

Entwicklung des Online-Handels nach Branchen

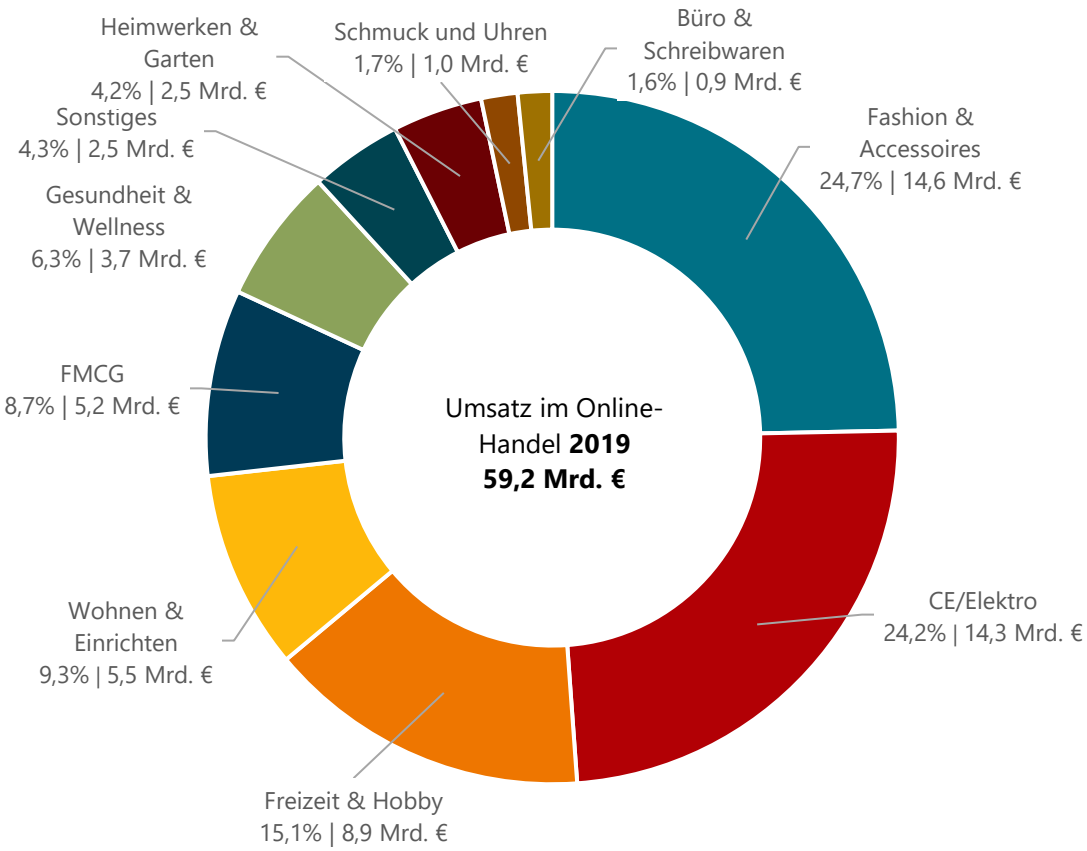
Da sich die Marktbedeutung des Online-Handels branchenbezogen sehr unterschiedlich darstellt, wird an dieser Stelle näher auf die Umsätze verschiedener Branchen eingegangen. Insgesamt lag der Online-Anteil des Einzelhandels im Nonfood-Bereich im Jahr 2019 bei 15,8 %. Demgegenüber erreichte der Online-Umsatz im Segment Food lediglich 1,4 % des Gesamtumsatzes, allerdings mit leicht steigender Tendenz.[5]

Der branchenbezogene Online-Anteil am jeweiligen Gesamtmarkt weist auf den hohen Wettbewerbsdruck gegenüber dem stationären Einzelhandel hin. Die jeweils größten Anteile am jeweiligen Gesamtmarkt nehmen die Branchen Consumer Electronic (= Unterhaltungselektronik) / Elektro (33,8 %), Fashion & Accessoires (30,0 %) und Freizeit & Hobby (28,9 %) ein. Dabei haben u. a. Black-Friday-Angebote einen Einfluss auf das Marktgeschehen. Auch in den Warengruppen Büro & und Schreibwaren (24,6 %) und Schmuck & Uhren (18,9 %) nimmt der Onlineumsatz einen nennenswerten Anteil am jeweiligen Gesamtmarkt ein, wenngleich die Anteile am Gesamtonlinevolumen im Vergleich zu anderen Branchen als niedrig zu bewerten sind.

In Bezug auf das gesamte Online-Volumen entfällt die Hälfte des Gesamtvolumens des Online-Handels nach wie vor auf die Branchen Fashion & Accessoires (24,7 %) und CE[6] / Elektro (24,2 %), wenn sich auch in den letzten Jahren leichte Verschiebungen hin zu den kleineren Branchen abzeichnen. Während die Sparte der sog. FMCG-Güter (Fast Moving Consumer Goods)[7] einen Umsatzanteil von 8,7 % einnimmt, beziehen sich größere Anteile des Gesamtumsatzes im Online-Handel auf die Branchen Freizeit & Hobby (15,1 %) sowie Wohnen & Einrichten (9,3 %).

[5] Quelle: Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (2020): HDE Online-Monitor 2020. Berlin.
[6] Consumer Electronics (Unterhaltungs- und Haushaltselektronik)
[7] Zu den FMCG zählen die Warengruppen Lebensmittel & Delikatessen, Wein & Sekt, Körperpflege & Kosmetik, Drogeriewaren und Heimtierbedarf

Abb. 6: Umsatzanteil nach Branchen am Gesamtonlinevolumen 2019



Zu den FMCG zählen die Warengruppen Lebensmittel & Delikatessen, Wein & Sekt, Körperpflege & Kosmetik, Drogeriewaren und Heimtierbedarf
Quelle: cima (2021); Datengrundlage: HDE Online-Monitor 2020

Der Online-Lebensmittelhandel befindet sich momentan noch in der Pionierphase und macht bisher nur einen geringen Anteil am gesamtdeutschen Einzelhandelsumsatz in dieser Branche aus. Dennoch zählt der Lebensmittelhandel zu den dynamischsten Branchen im Onlinehandel. Während das Nonfood-Segment im Online-Handel im Jahr 2019 verglichen zum Jahr 2018 einen Umsatzzuwachs von 10,8 % verzeichnen konnte (Offline: 2,8 %), weist die Food-Branche eine Steigerung um 15,5 % auf (Offline: 1,7 %)[8].

Es ist zu erwarten, dass der Online-Handel mit Lebensmitteln in den nächsten Jahren weitere Marktanteile gewinnen wird, voraussichtlich jedoch im Vergleich zu den anderen Bereichen auch zukünftig lediglich eine untergeordnete Rolle spielen wird.

Die Gründe für die geringen Onlinekäufe im Lebensmittelbereich sind u. a. das dichte Versorgungsnetz des Lebensmitteleinzelhandels und die langen, verbraucherfreundlichen Öffnungszeiten. Insbesondere die flächendeckende Versorgung ist ein Grundbedürfnis der Verbraucher, das der stationäre Handel beinahe vollständig deckt. Auch sind in Bezug auf Frische, Kühlung und Transport besondere Anforderungen an eine Zustellung zu berücksichtigen, welche die Etablierung der Lieferdienste im Lebensmittelbereich erschweren.

[8] Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (2019): HDE Online-Monitor 2019. Berlin.

Verbraucher schätzen es, sich vor dem Einkauf einen Überblick über Frische und Qualität der Waren zu verschaffen.

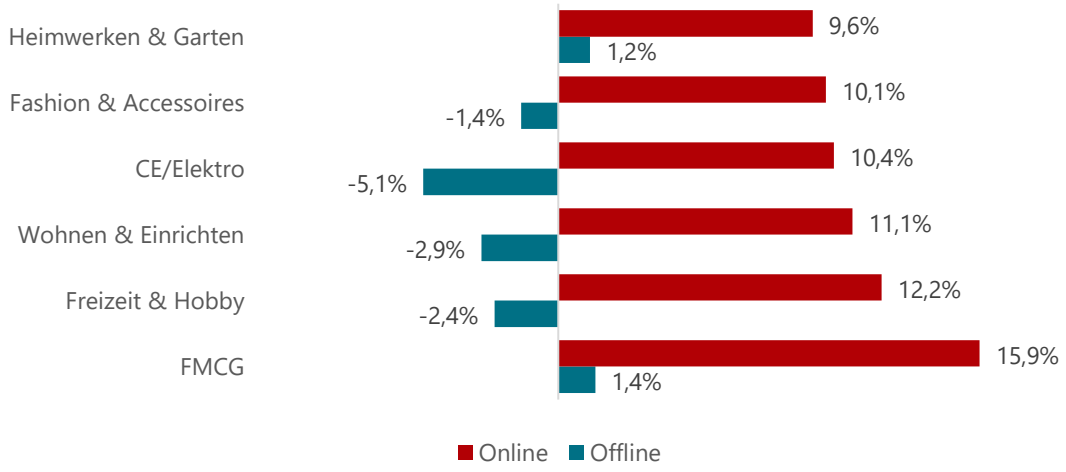
Nutzerstruktur des Online-Handels

Online-Shoppen in Deutschland ist längst nicht mehr nur eine Sache der jüngeren Kunden. Über alle Altersklassen hinweg sind nur geringe Unterschiede auszumachen, wenngleich Art, Umfang und Häufigkeit der Online-Einkäufe wohl größere Schwankungen aufweisen können. Nach Angaben des HDE ist die Anzahl der tatsächlichen Online-Shopper in den letzten Jahren weiterhin angestiegen und betrug im Jahr 2019 66,4 %. Während die Anzahl der Online-Shopper in den Altersgruppen bis 59 Jahre konstant blieb, stiegt sie bei den älteren Jahrgängen allein zwischen 2018 und 2019 um 6 %.[9]

Unmittelbare Auswirkungen auf den stationären Handel

Aus städtebaulicher Sicht ist zunächst die Tatsache bedenklich, dass die umsatzstärksten Branchen des Online-Handels überwiegend als „zentrenrelevant" zu klassifizieren sind. Es handelt sich somit um attraktivitätsbestimmende Sortimente unserer Einkaufsinnenstädte. Wie die nachfolgende Abbildung zeigt, korrelieren z. B. im Segment Fashion & Accessoires, CE / Elektro und Freizeit & Hobby Umsatzsteigerungen im Online-Handel unmittelbar mit Rückgängen im stationären Handel. Ein weiteres Anwachsen der Umsatzleistungen in diesen Branchen geht somit auch zulasten des Innenstadthandels und könnte in diesen sensiblen Standortbereichen zu einer Beschleunigung der Leerstandsentwicklung führen. In diesem Zusammenhang sind vor allem die durch die Corona-Pandemie beschleunigten Prozesse zu beachten.

Abb. 7: Umsatzveränderungen Offline & Online in Prozent nach Branchen im Jahr 2019



Zu den FMCG zählen die Warengruppen Lebensmittel & Delikatessen, Wein & Sekt, Körperpflege & Kosmetik, Drogeriewaren und Heimtierbedarf
Quelle: cima (2021); Datengrundlage: HDE Online-Monitor (2020)

[9] vgl. HDE Online-Monitor, a. a. O.

2.3 Entwicklung der Betriebsformen

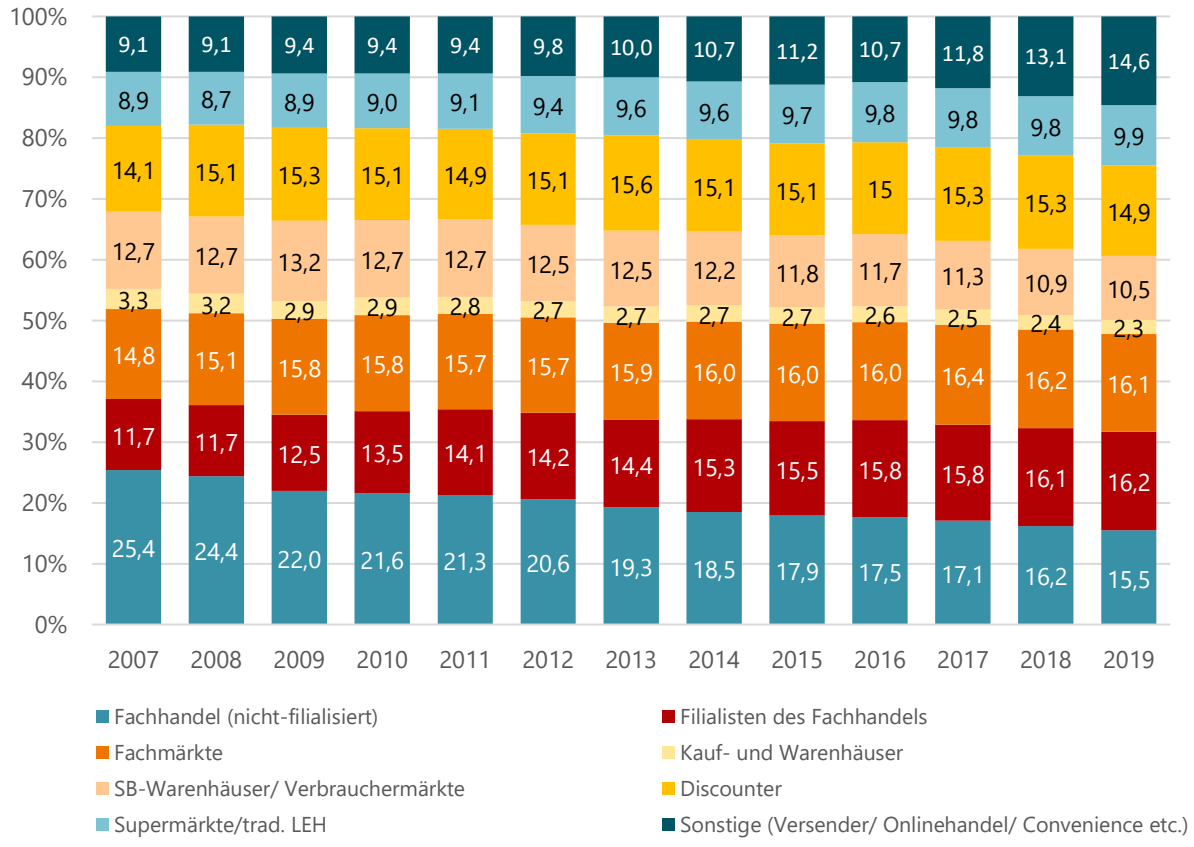
Bei den Betriebsformen führen die Rahmenbedingungen zu einer Fortsetzung des Wandels und einer weiteren Polarisierung und Positionierung. Folgende wesentliche Muster sind dabei marktbestimmend:

- Konkurrenz- und Kostendruck im Einzelhandel steigen. Die Flächenproduktivität sinkt.
- Weitere Spreizung zwischen discount- und premiumorientierten Angebotsformen. Die Profilierung der Anbieter wird weiter geschärft.
- Die Präsentation von Marken und Labels wird immer wichtiger. Monolabel-Stores sind bis in die Ebene der Mittelzentren auf dem Vormarsch. In größeren Städten repräsentieren Flagship-Stores an wenigen Standorten das Prestige der Marke.
- Traditionelle Fachgeschäfte mit unklarem Profil und Multimarkenimage oder klassische Kaufhäuser verlieren weitere Marktanteile. Hersteller verlieren ihre Vertriebspartner und entwickeln eigene Handels- und Vertriebsnetze.
- Der nicht-kooperierende Fachhandel wird zukünftig eine weiter sinkende Bedeutung haben. Der moderne Facheinzelhändler ist gleichzeitig Franchisenehmer der verschiedensten Anbieter in seiner Stadt oder Region. Einkaufskooperationen sind das Mindestmaß an Verbund.
- Viele Filialisten sind nach dem Top-down-Prinzip in ihrer Expansionsstrategie mittlerweile bei den Klein- und Mittelstädten angekommen. Immobilien-Experten sind sich einig, dass eine Mischung aus bekannten Marken und Labels (Filialisten) mit individuellen, lokalen Fachgeschäften der Schlüssel für einen attraktiven Innenstadt-Einzelhandel ist.
- Untersuchungen zeigen, dass die Modebranche der Top-Indikator für eine attraktive Kundenbewertung der Innenstadt ist. Je vollständiger das Markenportfolio, desto mehr unterschiedliche Zielgruppen können angesprochen werden.
- Trading-up: Neue Qualitätsorientierung im Lebensmitteleinzelhandel bringt angepasste, neue Konzepte (spezialisierte Konzepte für verdichtete Großstadtlagen, Fachmarktzentren oder ländliche Strukturen), Aufwertung im Ladenbau (größerer Platzbedarf) und auf Serviceebene (Convenience, Ausbau des Ready-to-eat-Angebotes), neue Angebotsphilosophien (gesunde, regionale Lebensmittel). Größe allein ist nicht mehr entscheidend. SB-Warenhäuser wachsen künftig nur noch langsam. Dafür folgen die Anbieter der zunehmenden Überalterung mit einer Dezentralisierungsstrategie.
- Auch die Lebensmitteldiscounter entwickeln sich über neue Sortimentsstrategien (zunehmende Etablierung von Markensortimenten, zunehmende Frischekompetenz und qualitative Aufwertung der Sortimente und des Ladendesigns, steigender Anteil von Convenience-Produkten etc.) und neue Konzepte im Ladenbau oder der Warenpräsentation weiter und nähern sich den Supermärkten in diesen Punkten an.
- Neue Konzepte im Segment Non-Food-Fachmärkte werden auch zukünftig für eine anhaltende Flächennachfrage sorgen. Alte Konzepte müssen in naher Zukunft revitalisiert werden oder scheiden wieder aus dem Markt aus.
- Mit der aufgezeigten Flächenentwicklung geht eine Betriebstypenentwicklung einher, die durch einen andauernden Rückgang des nicht filialisierten Fachhandels zugunsten des filialisierten Fachhandels sowie der Fachmärkte gekennzeichnet ist. Die Fachmärkte stoßen dabei in immer neue Bereiche vor und setzen so als „Category Killer" spezialisierte Fachhandelssparten unter Druck (z. B. MEDIASATURN im

Bereich Elektro, FRESSNAPF im Bereich Zoobedarf). Dabei ist zuletzt jedoch z.T. ein Trend zu kleineren Verkaufsflächeneinheiten zu konstatieren.

- Weitere ausländische Anbieter werden versuchen, den deutschen Markt zu erschließen (Deutschland ist als Europas größter Einzelhandelsmarkt für internationale Händler attraktiv), z. B. PRIMARK als erfolgreiches Textil-Discount-Konzept (v. a. in den Oberzentren).

Abb. 8: Marktanteile nach Vertriebsformen 2007 – 2019 (in %)



Quelle: EHI Retail Institute (2020)

- Trend zur Vertikalisierung: Anbieter beherrschen die gesamte Wertschöpfungskette von der Produktion bis zum Einzelhandel (z. B. Eigenmarken-Anbieter wie H&M). Handelsmarken nehmen zu (store branding).
- Shopping mit Ambiente: Der Trend zum Erlebnishandel bleibt ungebrochen, Shopping-Center-Standards haben am Markt keine Chance mehr. Moderne Einkaufswelten, ob gewachsen oder geplant, müssen trotz aller Markengleichheit unverwechselbar sein und die Kunden auch emotional ansprechen (z. B. Themen-Center).
- Versandhändler in neuer Form mit einer Multi-Channel-Strategie (Versandkatalog und Onlinehandel und stationärer Handel) werden sich weiter etablieren.
- Der Online-Lebensmittelhandel befindet sich zwar momentan noch immer in der Pionierphase, wird aber über die nächsten Jahre weitere Marktanteile gewinnen. Die Konzepte reichen dabei von Online-Shops der etablierten Lebensmittelhändler bis zu neuen, reinen Online-Anbietern wie picnic.

Faktisch bedeuten diese Entwicklungstrends einen anhaltend hohen Verdrängungsdruck auf innerörtliche Einkaufslagen sowie integrierte Nahversorgungsstandorte in den Stadtteilen.

2.4 Chancen des Einzelhandels in Mittelzentren

Vor dem Hintergrund des zunehmenden Wettbewerbsdrucks durch national und international tätige Filialisten, des Online-Handels und in vielen Fällen auch des steigenden regionalen Wettbewerbs durch neue Handelsangebote in den Nachbarstädten stellt sich die Frage der Überlebensmöglichkeiten des örtlichen, meist inhabergeführten Einzelhandels in vielen Mittelzentren.

Die nachfolgenden Praxisbeispiele zeigen mögliche Optionen auf, mit denen einzelne Betriebe auf diese Herausforderung reagiert haben.

Chance 01: Die ungewöhnliche Kombination von Sortimenten – Beispiel: Buch & Wein (Stadt Diez, Rheinland-Pfalz; 10.800 Ew.)

Das inhabergeführte Fachgeschäft in der Diezer Innenstadt entstand als Filiale einer im nahe gelegenen Limburg bestehenden Buchhandlung. Der innovative Konzeptansatz bildet die Kombination einer Buchhandlung mit einem Weinhandel. Das Angebot an ausgewählter Literatur mit entsprechenden Sonderaktionen, wie Buchlesungen etc., wird kombiniert mit dem Verkauf von hochwertigen Weinen. Beide Segmente ergänzen sich und tragen maßgeblich zum Umsatz des Unternehmens bei. Das stationäre Angebot wird vervollständigt durch eine breite Online-Präsenz (Website mit Online-Shop, Facebook-Auftritt).

Abb. 9: Buch & Wein (Stadt Diez, Rheinland-Pfalz)



Quelle: www.facebook.de/schaeferbuech, cima

Chance 02: Den Generationswechsel mit der Neuaufstellung des Unternehmens verbinden – Beispiel: Uhren, Schmuck & Schmiede Leonhardt (Bad Wildungen, Hessen; 17.200 Ew.)

Das Uhren- und Schmuckgeschäft Leonhardt gehört zu den klassischen inhabergeführten Fachgeschäften der Innenstadt von Bad Wildungen. Der 2003 vollzogene Generationswechsel wurde verbunden mit einer Neuaufstellung des Betriebes. Im Jahr 2014 erfolgte der Umzug in neue Räumlichkeiten in zentraler Innenstadtlage. Das Unternehmen präsentiert sich heute als Uhren- und Schmuckgeschäft in der Kombination mit handwerklicher Goldschmiedearbeit. Gleichzeitig zeichnet den Betrieb eine konsequente Markenorientierung aus.

Abb. 10: Uhren, Schmuck & Schmiede Leonhardt (Stadt Bad Wildungen) (früheres und aktuelles Ladenlokal)



Quelle: www.juwelier-leonhardt.de, cima (2017)

Chance 03: Das inhabergeführte Textilhaus als Innenstadtmagnet - Beispiel: Textilhaus Heinze (Stadt Frankenberg (Eder), Hessen; 18.300 Ew.)

Als Beispiel für ein familiengeführtes Bekleidungshaus, das sich in der vom Online-Handel und der Filialisierung stark bestimmten Textilbranche behauptet hat, kann das Textilhaus Heinze im hessischen Frankenberg (Eder) gelten. Auf rd. 3.000 m² VKF bietet das Unternehmen Mode für Männer, Frauen und Kinder an. Eine eindeutige Markenorientierung wird kombiniert mit einem ergänzenden Angebot in Form einer Untervermietung (Schuhhaus Heinmüller). Zusätzliche Frequenz im Objekt wird durch das in Eigenregie betriebene Café ModeRN (Frühstücks- u. Mittagsbuffet) erzeugt, das sich im ersten Obergeschoss befindet. Das Textilhaus übernimmt eine eindeutige Magnetfunktion für die Frankenberger Innenstadt und verfügt über ein deutlich über das sonstige Einzugsgebiet der Innenstadtbetriebe hinausreichendes Kundeneinzugsgebiet.

Abb. 11: Textilhaus Heinze (Stadt Frankenberg (Eder))



Quelle: cima (2021)

Chance 04: Erfolgreich Nischen als Kleinunternehmen besetzen (Viersen, NRW)

Das auf ökologische Kinderwaren spezialisierte Unternehmen „Fidelinchen" in der Stadt Viersen am Niederrhein steht stellvertretend für die erfolgreiche Besetzung einer speziellen Nische im Einzelhandel.

Im Jahr 2015 eröffnete die Inhaberin als Existenzgründerin im Viersener Stadtteil Dülken ihr erstes Geschäft. Von Beginn an konzentrierte sich das Angebot auf ökologische Baby- und Kinderkleidung, Naturwäsche, Holzspielzeug, Stoffwindeln, Tragetücher oder Tragehilfen und einige weitere ergänzende Angebote. Über einen eigenen Online-Shop werden die Artikel zwischenzeitlich auch im Internet angeboten. Das Unternehmen ist zudem u. a. über Facebook und Instagram in den sozialen Netzwerken aktiv. Der Erfolg und das damit verbundene Wachstum machten bereits nach wenigen Jahren zudem einen Umzug in das Hauptzentrum Viersen erforderlich.

Abb. 12: Kindermodegeschäft Fidelinchen in Viersen (NWW)



Quelle: https://www.facebook.com/shop.fidelinchen.de, www.fidelinchen.de

Chance 05: Offline- und Online-Präsenz – Schreib-Shop Marschallek (Erftstadt - Lechenich, NRW; 11.200 Ew.)

Das ursprünglich auf 50 m² Verkaufsfläche betriebene Schreibwarengeschäft in der Lechenicher Innenstadt hat sich sukzessive zu einem modernen Schreibwaren- / Büro-Office-Geschäft entwickelt, das sich sowohl über das stationäre Einzelhandelsangebot als auch einen breit aufgestellten Online-Shop am Markt positioniert. In mehreren Schritten wurde das bestehende Ladenlokal erweitert und modernisiert, ohne dass damit der Standort aufgegeben und das Profil als am Standort Lechenich ansässiges Schreibwarengeschäft aufgegeben wurde. Der Online-Shop wird davon unabhängig von einem überregionalen Kundenkreis in Anspruch genommen.

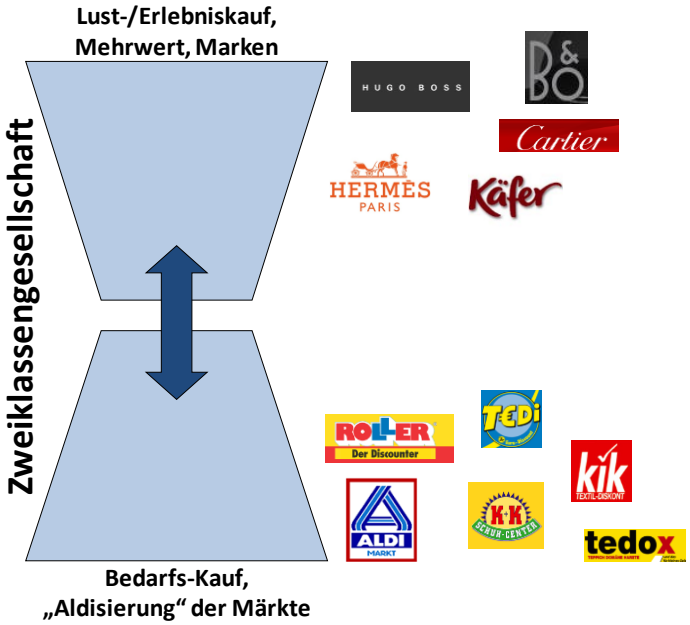
Abb. 13: Schreib-Shop Marschallek (Erftstadt – Lechenich)



Quelle: cima (2020)

Übereinstimmendes Merkmal aller beschriebenen Beispiele ist die klar erkennbare und umgesetzte Unternehmensstrategie. Die Betriebe reagieren damit auf das sich wandelnde Konsumverhalten und Veränderungen der Betriebstypen (vgl. vorangehende Unterkapitel). Das Konzept „Buch und Wein" aus Diez und die Genussmanufaktur aus Cochem greifen z. B. den Trend zum Erlebniseinkauf auf; das Beispiel des Schreibwarengeschäftes aus Erftstadt zeigt, wie auch ein inhabergeführter örtlicher Einzelhändler von dem Trend zum Online-Handel profitieren kann.

Abb. 14: Veränderungen im Konsumverhalten mit dem „Wegbrechen der Mitte"



Quelle: cima (2020)

2.5 Exkurs: Aktuelle Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel

Vor allem beim Versorgungseinkauf, also der periodischen Bedarfsdeckung, spielen einerseits Aspekte wie Nähe und Erreichbarkeit, Zeit und Preisorientierung eine wichtige Rolle. Andererseits wird in zunehmendem Maße wieder auf Qualität und Regionalität beim Lebensmitteleinkauf geachtet. So sind mittlerweile auch in dezentralen Fachmarkt-Agglomerationen Bio-Supermärkte und Filialen lokaler Metzgereien vorzufinden.

Der vor allem für die Nahversorgung so bedeutsame Betriebstyp des Supermarktes erlebte in den letzten Jahren eine Renaissance, muss sich aber nach wie vor z. T. schwierigen Rahmenbedingungen stellen. Eines der wesentlichen Probleme im Wettbewerb mit den Discountern liegt noch immer im größeren Flächenbedarf der Supermärkte. Ein Vollsortiment beginnt bei 8.500 bis 12.000 Artikeln und benötigt mindestens 1.200 bis 1.800 m² Verkaufsfläche. Bei Neugründungen sind Flächen über 2.500 m² keine Seltenheit mehr (sog. „Große Supermärkte"). Sind diese Flächen nicht verfügbar, müssen die Händler Kompromisse eingehen und verspielen auf den häufig zu kleinen Flächen ihren wichtigsten Trumpf gegenüber den Discountern: eine ansprechende Warenpräsentation und die Auswahl an Markenartikeln.

Generell ist die Ursache für den gestiegenen Flächenbedarf im Lebensmitteleinzelhandel in der Notwendigkeit einer verbesserten Warenpräsentation, neuer Service- und Angebotsbausteine und in signifikanten Prozessveränderungen zu sehen:

- Die Ansprüche der Verbraucher an die Warenpräsentation steigen. Bei gleicher Artikelzahl entscheidet die Präsentation der Ware über die Attraktivität eines Marktes. Je großzügiger die Ware präsentiert werden kann, desto seltener muss das Regal aufgefüllt werden, wodurch das Personal entlastet wird und mehr Zeit für den – bei Supermärkten besonders erwarteten – Kundenservice hat.
- Zur Verbesserung der Übersichtlichkeit der Märkte und als Reaktion auf Wünsche einer alternden Kundschaft wurde bei vielen aktuellen Supermärkten die Höhe der Regale deutlich reduziert, sodass die Kunden bequem darüber hinwegblicken können und ein beschwerliches Greifen nach Waren über der eigenen Kopfhöhe entfällt. In Konsequenz muss die früher vertikal angeordnete Ware nun horizontal auf eine größere Fläche verteilt werden.
- Gesetzliche Vorgaben machen einen zusätzlichen Platzbedarf erforderlich. So zum Beispiel die Anforderungen der Verpackungsverordnung, nach der Kunden Verpackungsmaterial sofort im Laden entsorgen können.
- Serviceelemente, wie z. B. Automaten zur Rücknahme von Pfandflaschen und Getränkekästen oder Selbstbackautomaten für frische Backwaren, benötigen zusätzliche Flächen.
- Durch Änderungen in der Sortimentsstruktur, wie z. B. Obst sowie andere „Ready-to-eat" Convenience-Produkte, die erst im Markt selbst aufgeschnitten und abgepackt werden, ergibt sich ein zusätzlicher Flächenbedarf für Kühltruhen, Kühlregale, Kühlzellen etc.
- Großzügigere Verkehrswege tragen zu einer effizienteren Bestückung des Ladens und zur Vereinfachung von Betriebsabläufen bei.

Grundsätzlich gilt für Vorhaben des Lebensmitteleinzelhandels, dass Standortgemeinschaften branchengleicher wie branchenungleicher Betriebe Agglomerationsvorteile bieten, welche die Attraktivität und damit die Akzeptanz eines Nahversorgungsstandortes nachhaltig steigern können. Sie entsprechen dem Wunsch der Verbraucher nach einem „one-stop-shopping". Ein idealtypisches Nahversorgungskonzept in diesem Sinne könnte demnach einen Vollsortimenter und einen Discounter als Ankerbetriebe beinhalten, die entweder unmittelbar am Standort oder im weiteren Umfeld durch verschiedene Spezialisten (Bio-Markt, Obst,

Feinkost, internationale Spezialitäten), Lebensmittel-Handwerker (Bäcker, Metzger) sowie einen Drogeriemarkt und weitere Branchen des kurzfristigen Bedarfsbereiches ergänzt werden. Bei aller Standardisierung kann jedoch je nach Standorttyp und Kundenstruktur der optimale, zielgruppenorientierte Angebotsmix sehr unterschiedlich sein: In Siedlungen mit hoher Sensibilität für Bio-Produkte haben sich etwa Bio-Supermärkte als „neue Form" des Vollsortimenters bereits bewährt. Die sog. Soft-Discounter (z. B. NETTO, PENNY) haben dagegen in stark verdichteten Gebieten und Bereichen mit niedrigerem Kaufkraftniveau erfolgreich die Funktion eines Nahversorgers übernommen. Bei diesen Betriebstypen gewinnt jedoch aufgrund der beschränkten Auswahl das individuelle Zusatzangebot im Umfeld an Bedeutung (Bäcker, Metzger, Obst, Gemüse, etc.).

Aus städtischer Sicht ist hinzuzufügen, dass eine kundenorientierte und leistungsfähige Nahversorgung die stadträumlichen Nutzungsstrukturen ergänzt und insbesondere auch vor dem Hintergrund des demografischen Wandels zu einer erheblichen Attraktivitätssteigerung der Wohnumfeldqualität beiträgt. Bei neu entstehenden (größeren) Wohnquartieren oder wesentlichen Wohngebietserweiterungen sind Nahversorgungsstrukturen zielgerichtet in den Stadtraum zu integrieren, um eine wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung zu gewährleisten. Sie dienen zugleich als sozialer Treffpunkt für verschiedene Ziel- / Altersgruppen. Diese Zentren leisten auch einen wichtigen Beitrag im Sinne der „Stadt der kurzen Wege" und der Verkehrsreduzierung. Bei der Planung und Dimensionierung solcher Standorte ist jedoch stets die städtebauliche Verträglichkeit bzw. die Ausrichtung auf die wohnumfeldnahe Versorgung zu beachten.

3 Zur rechtlichen Einordnung von Einzelhandelskonzepten

3.1 Grundsätzliche rechtliche Rahmenbedingungen

Die Entwicklung des Einzelhandels ist ein mögliches Gestaltungsfeld kommunaler Entwicklungsplanung. Sie ist maßgeblich durch die in Art. 28 GG verankerte Selbstverwaltung der Gemeinden[10] abgesichert. Die konkreten räumlichen, funktionalen und strukturellen Steuerungsmechanismen leiten sich aus den Befugnissen des Bau- und Planungsrechtes ab. Dieses bewegt sich in seinen Regelungen zwischen den rahmensetzenden Bedingungen der kommunalen Selbstverwaltung und den strikten Schutzbedürfnissen des privaten Eigentums, die im Art. 14 GG verankert sind.[11] Die maßgeblichen planungsrechtlichen Instrumente sind dabei das Baugesetzbuch (BauGB) und die Baunutzungsverordnung (BauNVO). Die dort verankerten Steuerungsmöglichkeiten haben Bezug zur Raumordnung auf bundesstaatlicher Ebene (Raumordnungsgesetz – (ROG) sowie den jeweiligen Landesplanungsgesetzen. Einzelne Bundesländer haben weitere Regelungen in Einzelhandelserlassen veröffentlicht, so z. B. im Einzelhandelserlass NRW 2008, der aktuell überarbeitet wird.[12] Der Einzelhandelserlass NRW empfiehlt u. a. auch den Städten und Gemeinden, durch städtebauliche Konzepte, insbesondere kommunale Einzelhandelskonzepte, Zentrale Versorgungsbereiche auszuweisen.

Das grundgesetzliche Schutzgut des „privaten Eigentums" hat einen maßgeblichen Anteil daran, dass aus der Raumordnung der Bundesrepublik Deutschland per se nicht auf eine konkrete Steuerung des Einzelhandels zu schließen ist. Lediglich in den Grundsätzen zur Raumordnung (§ 2 ROG) lassen sich indirekt Steuerungsanlässe hinsichtlich des Einzelhandels ableiten, in dem die Schutzbedürftigkeit von Zentrenlagen und eine Orientierung der Versorgung der Bevölkerung am Zentrale-Orte-Prinzip formuliert wird. Im § 2 Abs. 3 Satz (2) und (3) ROG wird dazu ausgeführt:

„Die soziale Infrastruktur ist vorrangig in zentralen Orten zu bündeln; die Erreichbarkeits- und Tragfähigkeitskriterien des Zentrale-Orte-Konzepts sind flexibel an regionalen Erfordernissen auszurichten. ***Es sind die räumlichen Voraussetzungen für die Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als Zentrale Versorgungsbereiche zu schaffen.****"*

Sowohl aus § 1 Abs. 6 (4) BauGB (Abwägungsgebot) als auch § 2 Abs. 2 BauGB (nachbarschaftliches Abstimmungsgebot) kann das Erfordernis zur Ausweisung von bzw. die Auseinandersetzung mit faktischen Zentralen Versorgungsbereichen abgeleitet werden.

---

[10] Art. 28 Abs. 2 GG: Den Gemeinden muss das Recht gewährleistet sein, alle Angelegenheiten der örtlichen Gemeinschaft im Rahmen der Gesetze in eigener Verantwortung zu regeln […]. Die Gewährleistung der Selbstverwaltung umfasst auch die Grundlagen der finanziellen Eigenverantwortung; zu diesen Grundlagen gehört eine den Gemeinden mit Hebesatzrecht zustehende wirtschaftskraftbezogene Steuerquelle.

[11] Art. 14: Abs 1 GG Das Eigentum und das Erbrecht werden gewährleistet. Inhalt und Schranken werden durch die Gesetze bestimmt. (2) Eigentum verpflichtet. Sein Gebrauch soll zugleich dem Wohle der Allgemeinheit dienen. (3) Eine Enteignung ist nur zum Wohle der Allgemeinheit zulässig. Sie darf nur durch Gesetz oder aufgrund eines Gesetzes erfolgen, das Art und Ausmaß der Entschädigung regelt […].

[12] Einzelhandelserlass des Landes Nordrhein-Westfalen. Gem. RdErl. d. Ministeriums für Bauen und Verkehr u. d. Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie vom 22.09.2008, S. 13;
vgl. auch Entwurf des neuen Einzelhandelserlasses NRW, Entwurfsstand 22.01.2020

Das Abwägungsgebot nach § 1 Abs. 6 (4) BauGB fordert, dass „die Erhaltung, Erneuerung, Fortentwicklung, Anpassung und der Umbau vorhandener Ortsteile sowie die Erhaltung und Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche" bei der Aufstellung von Bauleitplänen zu berücksichtigen sind.

Darüber hinaus verweist das in § 2 (2) BauGB enthaltene Abstimmungsgebot bei der Bewertung von Planvorhaben des großflächigen Einzelhandels (Planvorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO) auf eine Abstimmung von Planungen zwischen Gemeinden und den ihnen durch die Raumordnung zugewiesenen Funktionen:

„Die Bauleitpläne benachbarter Gemeinden sind aufeinander abzustimmen. Dabei können sich die Gemeinden auch auf die ihnen durch Ziele der Raumordnung zugewiesenen Funktionen sowie auf Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche berufen."

Die Notwendigkeit einer Einzelhandelskonzeption für Städte und Gemeinden in Nordrhein-Westfalen erschließt sich unmittelbar aus dem in seiner Gesamtfassung am 08.02.2017 in Kraft getretenen Landesentwicklungsplan NRW. Die darin formulierten Ziele bzw. Grundsätze zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels enthalten Steuerungsempfehlungen, die den Grundsatz der Raumordnung aus dem § 2 ROG zur „Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als Zentrale Versorgungsbereiche" ausfüllen. Sie sind nunmehr grundsätzlich im Kontext regionaler und kommunaler Planungen zu beachten.

3.2 Ziele und Grundsätze des Landesentwicklungsplanes Nordrhein-Westfalen

Die im LEP NRW enthaltenen zehn Ziele und Grundsätze – auch maßgebliche Prüfkriterien bei der Fragestellung, inwieweit Planvorhaben den Vorgaben der Raumordnung und Landesplanung entsprechen – werden nachfolgend vorgestellt.

Ziel 6.5-1: Standorte des großflächigen Einzelhandels nur in allgemeinen Siedlungsbereichen

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

Mit diesem Ziel sollen die Gestaltungsspielräume für eine ressourcenschonende Flächennutzung abgesichert werden. Eigentlich für gewerbliche Nutzung vorgesehene Standortareale sollen sich nicht schleichend zu Einzelhandelsagglomerationen entwickeln. Damit werden auch die Entwicklungsspielräume für Industrie und Gewerbe abgesichert bzw. erhalten.

Ziel 6.5-1 formuliert eindeutig, dass die Gebietstypen Kern- und Sondergebiete grundsätzlich nur im Regionalplan als Allgemeiner Siedlungsbereich (ASB) ausgewiesenen Standorten dargestellt und festgesetzt werden dürfen.

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

Dabei dürfen Kern- und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevantem Kernsortiment nur

- *in bestehenden Zentralen Versorgungsbereichen sowie*

- *in neu geplanten Zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrieren 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*[13] *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 Sortimenten 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.*

In Ziel 6.5-2[14] erfolgt die Zuweisung von Kern- und Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO in Zentralen Versorgungsbereichen. Darüber hinaus erfolgt für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO mit nahversorgungsrelevantem Sortiment eine Ausnahmeregel. Diese Vorhaben können auch außerhalb von Zentralen Versorgungsbereichen dargestellt werden, wenn die in der Zielfassung beschriebenen Rahmenbedingungen erfüllt sind.

Somit können Einzelhandelskonzepte zusätzlich zu Zentralen Versorgungsbereichen auch integrierte Nahversorgungsstandorte mit einer zu den Zentren ergänzenden Versorgungsfunktion ausweisen. Dabei sind auch bereits existierende Standorte außerhalb von Zentralen Versorgungsbereichen zu berücksichtigen. Für neue Standorte ist jeweils die Verträglichkeit in Bezug auf die Versorgungsfunktion der Zentralen Versorgungsbereiche in der Standortkommune und bei regionalbedeutsamen Vorhaben der Umlandkommunen zu berücksichtigen. Ausdrücklich wird hier ein Gestaltungsspielraum für Städte mit kleinparzellierter Struktur bestehender Zentraler Versorgungsbereiche oder mit historischen Ortskernen definiert.

Ziel 6.5-3: Zentrenrelevante Kernsortimente: Beeinträchtigungsverbot

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

[13] Anlage 1 weist folgende Sortimente als zentrenrelevant aus: Papier / Bürobedarf / Schreibwaren; Bücher; Be-kleidung, Wäsche; Schuhe, Lederwaren; medizinische, orthopädische Artikel; Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik; Spielwaren; Sportbekleidung, Sportschuhe; Sportartikel (ohne Teilsortimente, Angelartikel, Camping-artikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte); Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto – ohne Elektrogroßgeräte, Leuchten); Uhren, Schmuck sowie die gleichzeitig nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel. Siehe hierzu auch den Abschnitt zur Ableitung der ortstypischen Sortimentsliste im vorliegenden Konzept.

[14] Vollständige Zielformulierung siehe im vorstehenden Abschnitt.

Eine grobe Erstprüfung, ob eine wesentliche Beeinträchtigung Zentraler Versorgungsbereiche gegeben sein könnte, stellt die Ermittlung der Umsatz-Kaufkraft-Relation dar. Dabei wird die warengruppenspezifische Umsatzerwartung eines Projektvorhabens dem warengruppenspezifischen Nachfragevolumen im relevanten Einzugsbereich (Stadtgebiet oder Stadtteil) gegenübergestellt. Liegt die Umsatz-Kaufkraft-Relation deutlich unter 100, kann häufig von einer verträglichen Dimensionierung eines Projektvorhabens ausgegangen werden, die die Versorgungsfunktion Zentraler Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt. Es wird darauf hingewiesen, dass es sich dabei lediglich um eine grobe Erstprüfung handeln sollte.

Vertiefend ist der Nachweis der städtebaulichen Verträglichkeit über ökonometrische Modellrechnungen zu warengruppenspezifischen Umsatzverlagerungen gegenüber Zentralen Versorgungsbereichen (Standortkommune und ggf. Umlandkommunen) zu erbringen, die durch die Ansiedlung eines Projektvorhabens ausgelöst werden.

Grundsatz 6.5-4: Nicht zentrenrelevante Sortimente - Dimensionierung

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.

Grundsatz 6.5-4 fordert die maßstäbliche Dimensionierung auch von Betriebstypen mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ein. Die Regelungen treffen insbesondere Baufachmärkte und Möbelhäuser. Der Umsatz der jeweiligen nicht zentrenrelevanten Sortimente soll das sortimentsspezifische Nachfragevolumen der Standortkommune nicht überschreiten. Bezugnehmend auf die definierte Verträglichkeitsschwelle sind in den Bebauungsplänen die entsprechenden Verkaufsflächenobergrenzen festzusetzen.

Ziel 6.5-5: Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, Beeinträchtigungsverbot, 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.

Ziel 6.5-5 bezieht sich auf den großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment. Für neue Standortentwicklungen oder Erweiterungen ist die Verträglichkeit in Bezug auf die Versorgungsfunktion der Zentralen Versorgungsbereiche nachzuweisen. Dies gilt insbesondere hinsichtlich des zentrenrelevanten Randsortiments.

Das Ziel 6.5-5 enthält den Prüfauftrag für Ansiedlungsvorhaben mit großflächigem Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment in Bezug auf die Stadt- und Regionalverträglichkeit des zentrenrelevanten Randsortiments. Dieser Anteil darf 10 % der Gesamtverkaufsfläche nicht überschreiten.

Grundsatz 6.5-6: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente

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

Der Grundsatz 6.5-6 enthält die Empfehlung, dass das zentrenrelevante Randsortiment innerhalb von großflächigen Einzelhandelsnutzungen mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment 2.500 m² nicht überschreiten soll. Die Orientierung an diesem Richtwert kann im Kontext der Diskussion der möglichen wesentlichen Beeinträchtigung Zentraler Versorgungsbereiche erörtert werden.

Ziel 6.5-7: Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel

Abweichend von den Festlegungen 6.5-1 bis 6.5-6 dürfen vorhandene Standorte von Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung 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 zulässige Verkaufsflächenobergrenzen zu begrenzen. Ein Ersatz zentrenrelevanter Sortimente durch nicht zentrenrelevante Sortimente ist möglich.

Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn dadurch keine wesentliche Beeinträchtigung Zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden erfolgt.

Ziel 6.5-7 führt in den meisten Kommunen zu Planungserfordernissen. Das landesplanerische Ziel fordert die Begrenzung von Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen. Rückbau steht in jedem Fall vor einer Weiterentwicklung. In den meisten Städten und Gemeinden sind hier Bauleitpläne anzupassen oder neu aufzustellen.

Im Rahmen des Bestandsschutzes sollen „geringfügige Erweiterungen" zur nachhaltigen Bestandssicherung erlaubt sein. Was diese „geringfügigen Erweiterungen" einschließt, ob z. B. die derzeit zu beobachtenden Verkaufsflächenanpassungen von Lebensmitteldiscountern darin einzuschließen sind, ist im Rahmen einer Einzelfallprüfung darzustellen.

Werden im Rahmen eines Einzelhandelskonzeptes oder diesem zuzuordnenden, ergänzenden gutachterlichen Stellungnahmen Erweiterungen in Bestandsagglomerationen des großflächigen Einzelhandels zugelassen bzw. empfohlen, so ist der Nachweis zu erbringen, dass keine wesentliche Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche erfolgt.

Ebenso zu identifizieren sind in kommunalen Einzelhandelskonzepten Ansätze und Gefährdungspotenziale durch etablierte oder in Ansätzen vorhandene Einzelhandelsagglomerationen. Diese können sich auch durch eine Agglomeration von Betrieben mit Verkaufsflächen unterhalb der Großflächigkeit entwickeln. Solche Agglomerationsansätze dürften teilweise eine ähnliche Sogwirkung entwickeln wie Standortagglomerationen des großflächigen Einzelhandels und somit ebenfalls eine (potenzielle) Gefährdung der Versorgungsfunktion Zentraler Versorgungsbereiche darstellen:

Ziel 6.5-8: Vermeidung von Agglomerationen

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 zentrenschädlicher Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche entgegenzuwirken. Sie haben sicherzustellen, dass eine wesentliche Beeinträchtigung Zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden durch Einzelhandelsagglomerationen vermieden wird.

Grundsatz 6.5-9: Regionale Einzelhandelskonzepte

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

Der Grundsatz 6.5-9 des Landesentwicklungsplanes Nordrhein-Westfalen fordert das Einstellen von Regionalen Einzelhandelskonzepten in die Abwägung bei Aufstellung und Änderung von Regionalplänen. Für die Fortschreibung von kommunalen Einzelhandelskonzepten mit beschlossenen regionalen Einzelhandelskonzepten bedeutet dies die Berücksichtigung der in der Region vereinbarten ‚Spielregeln' zur Einzelhandelssteuerung.

Ziel 6.5-10: Vorhabenbezogene Bebauungspläne

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.

Ziel 6.5-10 des Landesentwicklungsplanes Nordrhein-Westfalen bindet die Ziele bzw. Grundsätze 6.5-1 bis 6.5-8 auch an vorhabenbezogene Bebauungspläne, sofern nicht von der strikten Bindung der Regelungen an einen Durchführungsvertrag (§ 12 Absatz 3a Satz 1) Gebrauch gemacht wird.

3.3 Inhalte kommunaler Einzelhandelskonzepte

Aus den Gestaltungsspielräumen der Bauleitplanung, den Vorgaben der Landesplanung und des Einzelhandelserlasses Nordrhein-Westfalen lassen sich insgesamt folgende Aufgaben zur Erstellung kommunaler Einzelhandelskonzepte ableiten[15]:

- Aufbereitung des relevanten Tatsachenmaterials (Beschreibung der Kommune als Einzelhandelsstandort auch im Hinblick auf landes- und regionalplanerische Vorgaben, Ermittlung des konkreten Bestandes, Untersuchung der Entwicklungsmöglichkeiten im Hinblick auf potenzielle Standorte und Erweiterungen, Kundenpotenzial im Einzugsbereich sowie zu erwartende generelle Entwicklungen im Einzugsbereich)
- Entwicklung konzeptioneller Darstellungen für eine funktionsgerechte Zentrenstruktur (Lage, Ausdehnung und Funktion Zentraler Versorgungsbereiche, Darstellung sonstiger Einzelhandelsagglomerationen und Nahversorgungsstandorte)[16]
- Ermittlungen und Vorschläge für eine ortstypische Sortimentsliste[17]

Ein von der Kommune nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB förmlich beschlossenes Einzelhandelskonzept ist bei der Aufstellung von Bauleitplänen zwingend zu beachten. Dies bedeutet, dass von dem Konzept zwar keine unmittelbare Auswirkung auf Entscheidungen der Bauleitplanung ausgeht, das Konzept muss aber im Rahmen der Bauleitplanung im Zusammenhang mit der städtebaulichen Abwägung unterschiedlicher Belange (Versorgung der Bevölkerung, Verkehr, Landschaftsschutz etc.) einbezogen werden.

Kommunale Einzelhandelskonzepte verlieren an Abwägungsrelevanz, je häufiger sie durchbrochen werden, was aufgrund der fehlenden rechtlichen Bindung möglich ist. Konkret heißt es im BVerwG-Urteil vom 26.03.2009 (4 C 16.07):

„Das Ausmaß der Durchbrechungen eines städtebaulichen Konzeptes bestimmt unabhängig von ihrer städtebaulichen Rechtfertigung des Gewichts, das dem Konzept in der Abwägung zukommt: Je häufiger und umfangreicher das Konzept bereits durchbrochen worden ist, desto geringer ist sein Gewicht als Belang der Standortpolitik."[18]

---

[15] Die nachfolgende Auflistung dokumentiert U. Kuschnerus: Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn 2007, S. 239. Außerdem wird Bezug genommen auf vhw-Skript: Die Steuerung des Einzelhandels durch Landes- und Regionalplanung, kommunale Planung und interkommunale Kooperation, Hrsg. Olaf Bischopink und Ulrich Kuschnerus, Münster 2011, S. 11. Es besteht unmittelbarer Bezug zu BVerwG, Urt. V. 17.12.2009 – 4 C 1.08 und BVerwG, Beschluss vom 12.09.2009 – 4 B 5.09.

[16] Zur Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche siehe entsprechenden Abschnitt im vorliegenden Gutachten.

[17] Zur konkreten Ableitung der ortstypischen Sortimentsliste siehe Kapitel 5.9 im vorliegenden Gutachten.

[18] BVerwG, Urteil vom 29.01.2009 – 4 C 16.07

Wird im Rahmen der Bauleitplanung bei einzelhandelsrelevanten, textlichen oder zeichnerischen Festsetzungen auf ein schlüssiges, nachvollziehbares Einzelhandelskonzept Bezug genommen, so bedarf es keiner weiteren differenzierten Betrachtung.[19]

[19] BVerwG, Urteil vom 26.03.2009 – 4 C 21.07

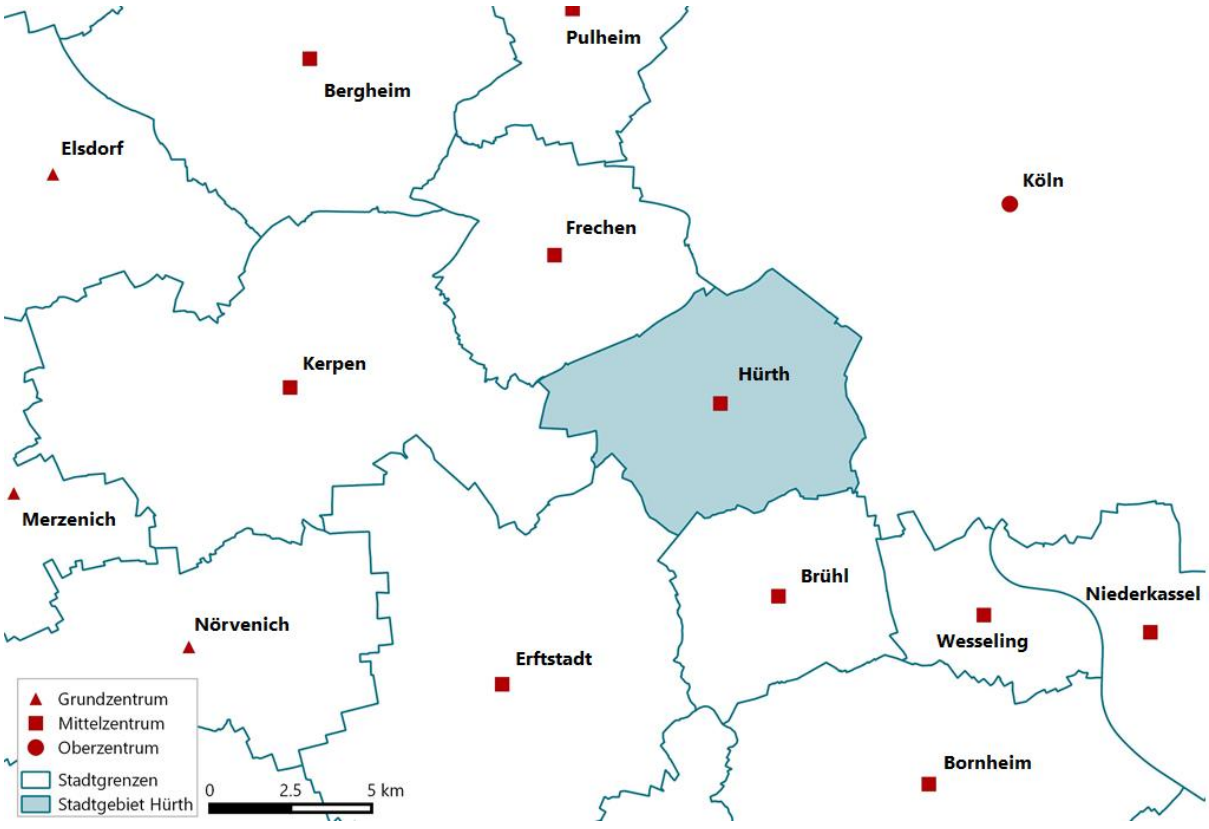
4 Analyse des Einzelhandelsstandortes Hürth 2020

4.1 Strukturelle Rahmenbedingungen

Siedlungsstruktur und Lage im Raum

Mit rd. 62.087 Einwohnern[20] gehört die Stadt Hürth zu den insgesamt zehn Städten des Rhein-Erft-Kreises. Der Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen weist der westlich des Oberzentrums Köln gelegenen Stadt Hürth die Funktion eines Mittelzentrums zu. Die weiteren unmittelbar angrenzenden Städte Brühl, Erftstadt, Kerpen und Frechen übernehmen ebenso wie Hürth jeweils die Funktion eines Mittelzentrums, sodass Hürth insgesamt deutlichen Wettbewerbswirkungen in der Region ausgesetzt ist (vgl. Abb. 15).

Abb. 15: Räumliche Lage der Stadt Hürth und zentralörtliche Gliederung

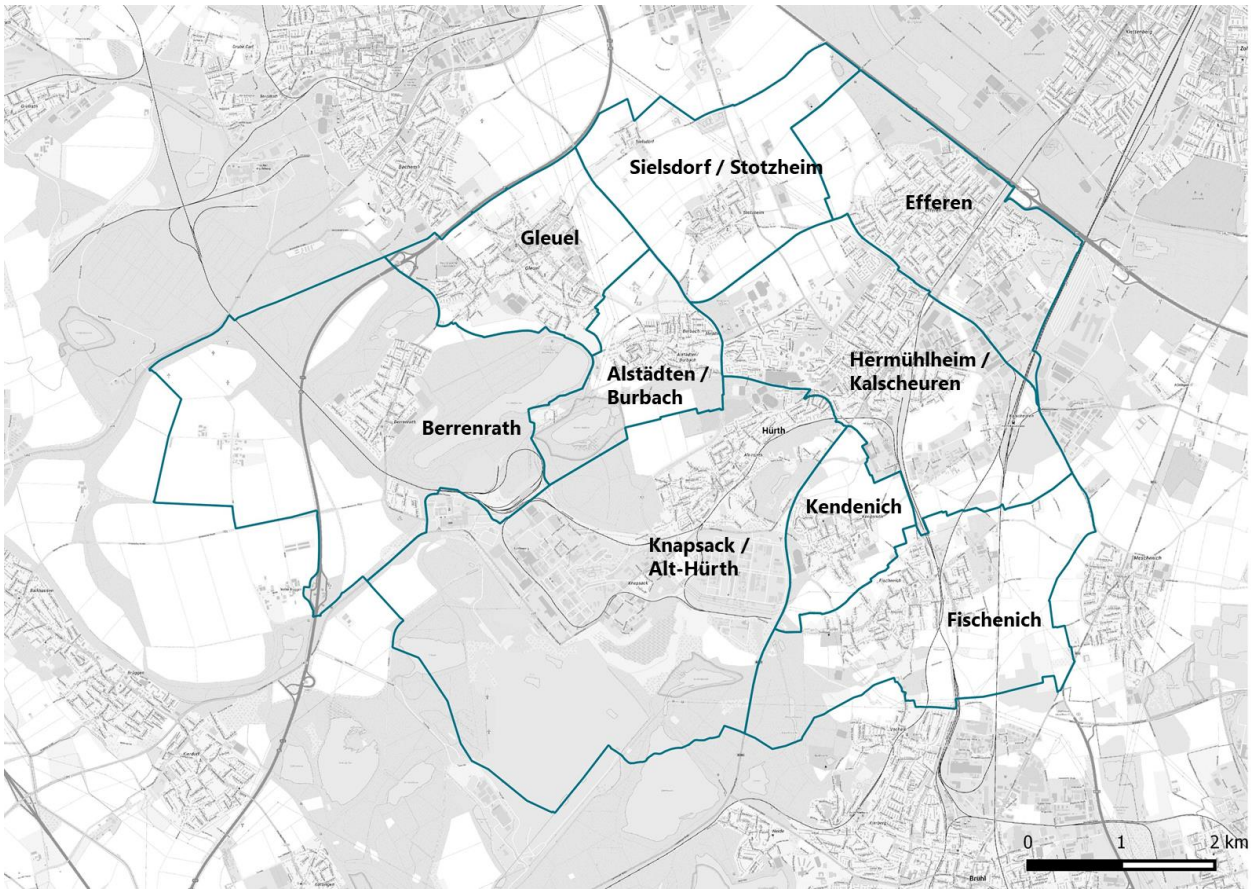


Quelle: GeoBasis-DE / BKG 2021, Bearbeitung: cima (2021)

Die Stadt Hürth gliedert sich in insgesamt zwölf Stadtteile, die den neun Stadtbezirken Alt-Hürth / Knapsack, Berrenrath, Gleuel, Alstädten-Burbach, Stotzheim / Sielsdorf, Efferen, Fischenich, Kendenich, Hermülheim / Kalscheuren zuzuordnen sind (vgl. Abb. 16).

[20] Quelle: Stadt Hürth, Einwohner mit Hauptwohnsitz, Datenstand 30.06.2020

Abb. 16: Gliederung der Stadt Hürth (nach Bezirksgrenzen)



Quelle: GeoBasis-DE / BKG 2021, Bearbeitung: cima (2021)

Bevölkerungsentwicklung und -prognose

Zum Stichtag 30.06.2020 lebten im gesamten Stadtgebiet 62.087 Einwohner[21]. Dabei bilden die Stadtteile Hermülheim (16.620 Einwohner) und Efferen (13.263 Einwohner) die Einwohnerschwerpunkte innerhalb des Stadtgebietes. Die nach Einwohnerzahl kleinsten Stadtteile sind Sielsdorf mit 418 und Knapsack mit 176 Einwohnern (vgl. Abb. 17).

Im Zeitraum zwischen 2009 bis 2019 hat sich die Einwohnerzahl mit einem Bevölkerungszuwachs um rd. 3,9 % sehr positiv entwickelt[22]. Damit liegt die Stadt Hürth im Vergleichszeitraum über der durchschnittlichen Bevölkerungsentwicklung der übergeordneten Verwaltungsebenen Rhein-Erft-Kreis (1,4 %), Regierungsbezirk Köln (2,2 %) sowie Nordrhein-Westfalen (0,4 %).[23] Frechen ist mit einem Bevölkerungsanstieg von 5,4 % im Vergleichszeitraum die einzige Stadt im Rhein-Erft-Kreis, die einen höheren Zugewinn an Einwohnern aufweist. Wie auch weitere Kommunen im Umland profitiert Hürth dabei u. a. vom Zuzug junger Familien, die auf einen Wohnstandort im Umland der Stadt Köln ausgerichtet sind.

Auf Basis der Bevölkerungszahl vom 01.01.2018 (59.762 Einwohner) wird für die Stadt Hürth auch bis zum Jahr 2040 ein positiver Trend der Bevölkerungsentwicklung prognostiziert. IT.NRW weist für diesen Zeitraum

[21] Quelle: Stadt Hürth, Einwohner mit Hauptwohnsitz, Datenstand 30.06.2020
[22] IT.NRW 2021- Bevölkerungsstand
[23] IT.NRW – Bevölkerungsstand 2009 / 2019 *(eigene Berechnung)*

eine Bevölkerungszunahme von knapp 25 % aus, sodass für das Jahr 2040 eine Bevölkerungszahl von rd. 74.500 Einwohnern erwartet wird. Damit entwickelt sich die Stadt Hürth deutlich dynamischer als der Rhein-Erft-Kreis und der Regierungsbezirk Köln, für die Bevölkerungszunahmen von 5,7 % bzw. 6,4 % prognostiziert werden. Insbesondere der Vergleich zum Land Nordrhein-Westfalen verdeutlicht die enorm hohe Entwicklungsdynamik der Stadt – für NRW wird eine Zunahme von knapp 1 % vorausberechnet.[24]

Abb. 17: Bevölkerungsverteilung der Stadt Hürth nach Stadtteilen

Stadtteil	Einwohner (30.06.2020)	Anteil Einwohner (in %)
Alstädten / Burbach	3.645	5,9
Alt-Hürth	7.294	11,7
Berrenrath	3.037	4,9
Efferen	13.263	21,4
Fischenich	5.396	8,7
Gleuel	6.395	10,3
Hermülheim	16.620	26,8
Kalscheuren	1.071	1,7
Kendenich	2.998	4,8
Knapsack	176	0,3
Sielsdorf	418	0,7
Stotzheim	1.774	2,9
Stadt Hürth	**62.087**	**100,0**

Quelle: Stadt Hürth, Einwohner mit Hauptwohnsitz, Datenstand 30.06.2020

Verkehrliche Erreichbarkeit

Bedingt durch ihre zentrale Lage im Verdichtungsraum Köln, welche u. a. durch die Nähe zum Autobahnkreuz Köln-West (A 1 – A 4) dokumentiert wird, verfügt die Stadt Hürth über eine sehr gute regionale und überregionale Verkehrsanbindung. Nordöstlich entlang der Stadtgrenze verläuft die Autobahn A 4, die nach Westen eine Anbindung Richtung Aachen und nach Osten Richtung Olpe schafft. Die Autobahn A 1, mit Anschluss an den Stadtteil Gleuel, stellt eine Verbindung mit der Metropolregion Rhein-Ruhr sowie der Stadt Euskirchen sicher. Unmittelbar südöstlich der Stadtgrenze verläuft die A 553 (Brühl – Bliesheim) mit Anknüpfung an die A 61. Darüber hinaus sichern eine Reihe von Bundes- und Landesstraßen die Anbindung an umliegende Kommunen; so z. B. die durch das Stadtgebiet verlaufende Bundesstraße B 265 (N), welche den Verkehr zudem zur A 4 und A 61 leitet.

[24] IT.NRW 2021. Bevölkerungsvorausberechnung – 2018 – (Basisvar.)

Die Anbindung an das Schienenverkehrsnetz erfolgt über den Bahnhof Hürth-Kalscheuren im Osten des Stadtgebietes. Hier bestehen über die Regionalbahnen RB 24 (Köln – Trier), RB 26 (Köln – Koblenz) und RB 48 (Bonn – Wuppertal) regelmäßige Verbindungen in die nächstgelegenen Oberzentren und darüber hinaus u. a. nach Koblenz und Mainz (Richtung Süden) sowie Wuppertal (Richtung Norden). Eine wichtige Funktion kommt darüber hinaus der Straßenbahnlinie 18 zu, welche auf der Strecke zwischen Bonn Hauptbahnhof und Thielenbruch (Köln-Dellbrück) mehrmals stündlich insgesamt vier Haltestellen (Efferen, Kiebitzweg, Hürth-Hermülheim und Fischenich) im Stadtgebiet Hürth passiert. Des Weiteren stellen zahlreiche Stadtbuslinien der Stadtwerke Hürth Verbindungen zwischen den Hürther Stadtteilen sowie zu den Nachbarkommunen sicher. Insgesamt verfügt die Stadt Hürth damit über ein sehr gutes ÖPNV-Angebot.

Wirtschaftliche Entwicklung und Arbeitsmarkt

Zum Stichtag 31.12.2019 weist die Stadt Hürth insgesamt 23.874 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort auf[25]. Ausgehend von 19.656 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Jahr 2009[25] ist für die vergangenen zehn Jahre eine Zunahme von rd. 21 % festzuhalten; damit liegt sie etwas unterhalb des Niveaus des Rhein-Erft-Kreises (+ 24 %). Den 18.344 Einpendlern stehen 19.773 Auspendler gegenüber, woraus sich ein negatives Pendlersaldo von – 1.429 ergibt [26].

Die Verteilung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Wirtschaftszweigen (2019) zeigt, dass jeweils rd. ein Viertel der Beschäftigten im produzierenden Gewerbe (23,2 %) sowie in Handel, Gastgewerbe, Verkehr und Lagerei (25,5 %) tätig sind, während über 50 % einer Tätigkeit im Wirtschaftsbereich sonstiger Dienstleistungen nachgehen. Demgegenüber ist der Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Land- und Forstwirtschaft bzw. Fischerei mit 0,2 % kaum ausgeprägt. Im Vergleich zum Rhein-Erft-Kreis weist die Stadt Hürth unterdurchschnittliche Anteile im Bereich des produzierenden Gewerbes und im Sektor Handel, Gastgewerbe, Verkehr und Lagerei auf, während die sonstigen Dienstleistungen überdurchschnittlich ausgeprägt sind.

Ähnlich wie in anderen Städten lässt sich auch in der Stadt Hürth der Strukturwandel der letzten Jahre hin zum Dienstleistungssektor ablesen. Während der Anteil an der Beschäftigten im Bereich sonstige Dienstleistungen im Zeitraum 2009 bis 2019 um 6 % anstieg, nahm der Anteil im produzierenden Gewerbe im Vergleichszeitraum um 5 % ab.

4.2 Angebotssituation des Einzelhandelsstandortes Hürth

4.2.1 Methodik der Einzelhandelserhebung

Im Oktober 2020 erfolgte eine cima-Vollerhebung aller Einzelhandelsnutzungen im Hürther Stadtgebiet, u. a. mit einer Aufnahme der Betriebe nach Standort, Branche, Betriebstyp und Verkaufsfläche. Die cima verwendete für die Bestandsaufnahme einen Branchenschlüssel, der zwischen 31 Einzelsortimenten unterscheidet. Um eine möglichst genaue Sortimentsverteilung zu ermitteln, erfolgte die Erhebung nicht nur nach dem Hauptsortiment der Betriebe; vorhandene Rand- / Teilsortimente wurden differenziert erfasst und in den Verkaufsflächenbilanzen berücksichtigt. Aufgrund der besseren Lesbarkeit und zur Berücksichtigung des Datenschutzes werden die 31 Warengruppen im vorliegenden Konzept zu 14 Hauptwarengruppen zusammengefasst (siehe Kap. 1). Als Verkaufsflächen wurden grundsätzlich alle Flächen aufgenommen, die für den Kunden zugänglich bzw. vom Kunden einsehbar sind und auf denen der Verkauf üblicherweise abgewickelt wird. Diese Definition – zurückzuführen auf das Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom

[25] IT.NRW 2021 – Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (Arbeitsort) - Gemeinden
[26] Kommunalprofil Stadt Hürth

24. November 2005 – berücksichtigt alle Flächen, die dem Verkauf von Waren dienen. Neben den Vorkassenzonen und Windfängen sind dies auch die Flächen hinter den Bedienungstheken oder die Einkaufswagenzone im Gebäude. Dagegen werden Lagerflächen, Sozialräume sowie die Verkehrsflächen in Passagen oder Einkaufszentren (Malls) nicht berücksichtigt.

Die Berechnung der Umsätze erfolgte auf Basis von Flächenproduktivitäten (Brutto-Umsatz pro m² Verkaufsfläche p. a.) für die insgesamt 31 Einzelbranchen entsprechend der cima-Systematik. Die Flächenproduktivitäten basieren auf den veröffentlichten Unternehmensdaten bundesweit tätiger Filialisten, relevanten Branchenreports und sonstigen Veröffentlichungen[27] sowie einer cima-internen Einzelhandelsdatenbank. Sie wurden im Rahmen der Vor-Ort-Arbeiten an die konkrete örtliche Situation in Hürth angepasst.

Neben einer Aufnahme der Einzelhandelsbetriebe ist vor allem für die Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche inklusive einer funktionalen Bewertung die Erfassung ergänzender innenstadttypischer bzw. zentrenprägender Nutzungen von Bedeutung. Die Erhebung dieser Nutzungsarten erfolgte innerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche. Als ergänzende Nutzungen wurden folgende Nutzungsarten aufgenommen:

- publikumsintensive Dienstleistungen in Ladenlokalen (z. B. Friseure, Reisebüros)
- Gastronomie / Hotellerie
- publikumsintensive Freizeit- / Kultureinrichtungen
- publikumsintensive öffentliche Einrichtungen

Die einzelhandelsnahen Dienstleistungen und sonstigen (Versorgungs-)Einrichtungen leisten einen wichtigen Beitrag zum Einkaufserlebnis, da sie die Funktionsvielfalt und -dichte innerhalb eines Zentrums erhöhen. Einige Dienstleistungsbranchen profitieren von den vorhandenen Passantenfrequenzen des Einzelhandels oder sind gar von ihnen abhängig, andere generieren durch eine eigene Zielkundschaft eine zusätzliche Belebung.

Sofern im nachfolgenden Kapitel 4 Bestandsdaten zum Einzelhandelsbesatz in den Zentralen Versorgungsbereichen (Hürth (Hürth-Park), Luxemburger Straße (Hermülheim), Alt-Hürth, Efferen und Gleuel) ausgewiesen werden, beziehen sich diese Angaben auf die räumlichen Abgrenzungen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Hürth aus dem Jahr 2016. So können die Ergebnisse der aktuellen Erhebung mit den im Jahr 2015 erfassten Bestandsdaten verglichen und Entwicklungen der letzten Jahre aufgezeigt werden.

4.2.2 Einzelhandelsbesatz im Stadtgebiet Hürth

Im Rahmen der Vollerhebung des Einzelhandels in der Stadt Hürth wurden insgesamt **257 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 88.075 m²** erhoben. Die erfassten Einzelhandelsbetriebe im Hürther Stadtgebiet erwirtschaften nach einer cima-Umsatzschätzung einen stationären **Einzelhandelsumsatz pro Jahr in Höhe von insgesamt rd. 327,7 Mio. € (brutto).**[28] In der nachfolgenden Abbildung werden die Ergebnisse hinsichtlich Betriebsanzahl, Verkaufsfläche und Umsatz differenziert nach den 14 Hauptwarengruppen zusammengefasst.

[27] u. a. EHI Retail Institute GmbH, Köln (2020): EHI Handelsdaten 2020. Köln; Hahn Gruppe (2020): Retail Real Estate Report Germany 2020 / 2021, Bergisch Gladbach.

[28] Umsatzverluste in Folge des coronabedingten Lockdowns wurden hier noch nicht berücksichtigt.

Abb. 18: Einzelhandelsbestand nach Warengruppen in der Stadt Hürth

cima-Hauptwarengruppe	Anzahl Betriebe	VKF in m²	Umsatz in Mio. € **
Nahrungs- und Genussmittel	89	18.285	115,9
Gesundheits- und Körperpflege	20	4.480	25,0
Schnittblumen, Zeitschriften	14	820	2,9
Periodischer Bedarf	**123**	**23.585**	**143,4**
Bekleidung, Wäsche	40	15.765	48,7
Schuhe, Lederwaren	11	2.600	7,1
Bücher, Schreibwaren	7	1.845	6,4
Spielwaren, Hobbybedarf	4	910	3,3
Sportartikel, Fahrräder	6	2.270	5,7
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	13	5.330	33,5
Uhren, Schmuck	6	350	3,1
Optik, Akustik, Sanitätsartikel	11	670	6,5
Glas, Porzellan, Keramik / Hausrat	7	2.100	4,8
Einrichtungsbedarf	19	11.600	22,8
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel	10	21.050	42,2
Aperiodischer Bedarf insgesamt	**134**	**64.490**	**183,9**
Einzelhandel insgesamt	**257**	**88.075**	**327,7**

* Zuordnung nach Hauptsortiment
** Bereinigte Verkaufsflächen- und Umsatzwerte, Teilflächen von Mehrbranchenbetrieben wurden den entsprechenden Hauptwarengruppen zugeordnet
Quelle: cima (2021); Erhebungsstand: Oktober 2020

- Rund 48 % aller im Hürther Stadtgebiet erhobenen Einzelhandelsbetriebe (123 Betriebe) sind in ihrem Kernsortiment dem periodischen Bedarf zuzuordnen. Der in diesen Betrieben erwirtschaftete Einzelhandelsumsatz beträgt etwa 44 % des gesamtstädtischen Umsatzes. V. a. die sog. nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren, welche häufig mehrmals pro Woche eingekauft werden, spiegeln die hohe Versorgungsbedeutung dieser Sortimente im Hürther Stadtgebiet wider.
- Die Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** umfasst insgesamt 89 Betriebe, eine Verkaufsfläche von 18.285 m² und einen Umsatz von 115,9 Mio. €. Als Leitbranche der Nahversorgung kommt dieser Hauptwarengruppe eine besondere Bedeutung zu; seit der Schließung des REAL-SB-Warenhauses im

Hürth-Park sind jedoch die beiden REWE-Märkte in Efferen und Hermülheim mit Gesamtverkaufsflächen von jeweils unter 2.000 m² als größte Anbieter auszumachen. Insgesamt entfallen etwa 21 % der Gesamtverkaufsfläche und rd. 35 % des gesamtstädtischen Einzelhandelsumsatzes auf diese Warengruppe.

- Ein weiterer Schwerpunkt des Einzelhandelsbesatzes im Stadtgebiet liegt mit 22,9 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche bei den Betrieben der Hauptwarengruppe **Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel.** Insgesamt führen nur neun Betriebe diese Sortimente als Kernsortiment, der Bau- und Gartenfachmarkt BAUHAUS in Hermülheim verfügt jedoch schon über knapp 12.000 m² Verkaufsfläche. Die Anteile an Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel verdeutlichen die Besonderheit der Hauptwarengruppe, die aufgrund ihrer Angebotsstruktur durch einen erheblichen Verkaufsflächenbedarf, aber gleichzeitig auch moderate bis niedrige Flächenproduktivitäten gekennzeichnet ist.
- Ein ähnlich umfangreiches Verkaufsflächenangebot entfällt mit 15.765 m² bzw. ca. 18 % auf die innenstadttypischen Sortimente der Sparte **Bekleidung, Wäsche**; welche in insgesamt 40 Betrieben im Stadtgebiet angeboten werden. Ein Großteil dieses Angebotes ist mit ca. 14.130 m² (rd. 90 %) am Standort Hürth-Park zu verorten.
- Mit insgesamt 19 Betrieben im gesamten Stadtgebiet und einer Verkaufsfläche von 11.600 m² kommt des Weiteren der Warengruppe **Einrichtungsbedarf** eine größere Bedeutung im Hürther Einzelhandel zu. Die Betriebe erwirtschaften mit einem Umsatz von rd. 22,8 Mio. € rd. 7 % des Gesamtumsatzes; auch im Möbelsegment werden grundsätzlich geringere Flächenleistungen erzielt. Als flächengrößter Anbieter mit überörtlicher Ausstrahlung fungiert der spezialisiert Möbelanbieter INNATURA am Standort Luxemburger Straße in Hermülheim. Ein großes Möbelhaus ist demgegenüber derzeit nicht in Hürth etabliert.
- Die Warengruppe **Elektrowaren, Unterhaltungselektronik** nimmt mit 5.330 m² bzw. 6 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche zwar nur einen begrenzten Flächenanteil ein, aufgrund naturgemäß hoher Flächenleistungen in diesem Segment werden jedoch 10 % des gesamtstädtischen Umsatzes erzielt. Dabei fungiert der SATURN-Elektrofachmarkt im Hürth-Park als zentraler Anbieter sowie Magnetbetrieb dieser Warengruppe.
- Die übrigen Warengruppen sind demgegenüber deutlich geringer vertreten. Dennoch übernehmen sie wichtige Versorgungsfunktionen und sind wichtiger Bestandteil des Angebotsmix im Stadtgebiet von Hürth.
- Insgesamt weisen mit 134 Betrieben gut die Hälfte der Betriebe ein aperiodisches Kernsortiment auf. Bezogen auf die gesamtstädtische Verkaufsfläche nehmen die aperiodischen Sortimente sogar einen Anteil von rd. 73,2 % ein, was u. a. auf die flächenstarken Fachmärkte zurückzuführen ist. Aber auch hinsichtlich des Umsatzes übersteigt der Anteil der aperiodischen Sortimente mit 56,1 % den der täglich nachgefragten Angebote (rd. 43,7 %).

Mit einer **Verkaufsflächendichte** (einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung) von insgesamt **1,42 m² pro Einwohner**, davon 0,29 m² im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und 1,12 m² im Non-Food Bereich, liegt die Stadt Hürth nur knapp unter dem derzeitigen Bundesdurchschnitt von 1,45 m² Verkaufsfläche pro Einwohner.[29] Betrachtet man die Ausstattung im Segment Nahrungs- und Genussmittel (NuG), die einen wichtigen Hinweis zur Bewertung der Nahversorgungsqualität liefert, wird jedoch ein unterdurchschnittliches Niveau sichtbar. Aus gutachterlicher Sicht ist bei einem Index zwischen 0,35 und 0,45 m² NuG Verkaufsfläche je Einwohner davon auszugehen, dass quantitativ eine gute bzw. befriedigende Versorgungssituation vorliegt. Bei einem Wert von 0,29 in der Stadt Hürth, in dem sich auch die Schließung des

[29] Quelle Verkaufsflächendichte: EHI Retail Institute (2020)

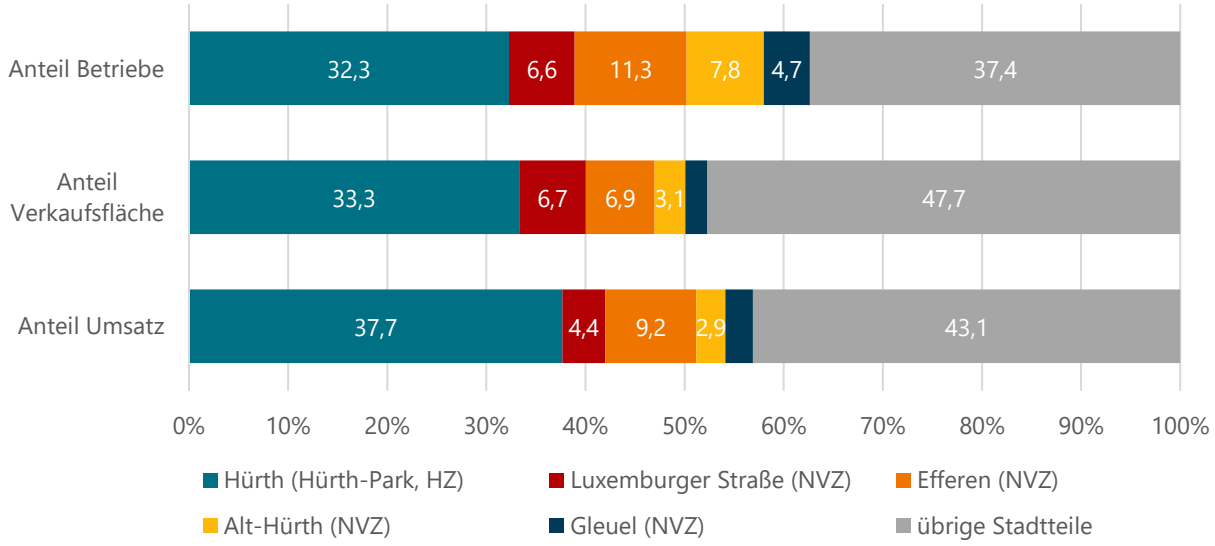
REAL-SB-Warenhauses widerspiegelt, wird für die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ein Erweiterungspotenzial erkennbar.

Dies wird umso deutlicher, als das bei Nahrungs- und Genussmitteln gegenüber der Bestandserhebung im Jahr 2015 ein Rückgang von 0,38 auf 0,29 zu konstatieren ist. Bezogen auf alle Sortimente ist die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung von 1,83 m² im Jahr 2015 um insgesamt 22,4 % gesunken. Auch hier fällt die Schließung des REAL-Marktes ins Gewicht, der neben dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel auch größere Flächenanteile im Nonfood-Segment aufweist.

4.2.3 Räumliche Verteilung des Einzelhandels im Stadtgebiet Hürth

Der Blick auf die räumliche Verteilung des Einzelhandelsbesatzes in der Stadt Hürth zeigt, dass gegenwärtig mehr als die Hälfte der Hürther Einzelhandelsbetriebe innerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche etabliert sind. Auch die Verkaufsflächen- (ca. 52,3 %) sowie Umsatzschwerpunkte (ca. 56,9 %) liegen innerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche.

Abb. 19: Vergleich der räumlichen Verteilung des Einzelhandelsbestandes in Hürth



HZ: Hauptzentrum, NVZ: Nahversorgungszentrum gemäß der räumlichen Abgrenzung aus dem Einzelhandelskonzept für die Stadt Hürth 2016[30]
Quelle: cima (2021)

Dabei kommt dem Stadtteil Hermülheim mit dem dort ansässigen **Einkaufszentrum Hürth-Park** sowie dem Nahversorgungszentrum an der Luxemburger Straße die dominierende Rolle zu. Dem Hürth-Park sind rund ein Drittel aller gesamtstädtischen Einzelhandelsbetriebe sowie Verkaufsflächen zuzuordnen; der Umsatzanteil liegt mit knapp 38 % noch etwas darüber. Der Standort Hürth-Park weist einen starken Einzelhandelsbesatz mit einer Vielzahl an Filialisten, insb. im Sortiment Bekleidung, auf und wird durch weitere Angebote, u. a. ein Kino, ergänzt. Da derzeit mit der Fläche des ehemaligen REAL-Marktes ein bedeutender

[30] Unter die Bezeichnung „Übrige Stadtteile" sind die Bereiche der zwölf Stadtteile in Hürth zusammengefasst worden, die außerhalb eines Zentralen Versorgungsbereiches liegen.

Verkaufsflächenanteil leer steht[31], ist jedoch gegenüber 2015 / 2016 eine abnehmende Bedeutung des Einkaufszentrums festzuhalten.

Das **Nahversorgungszentrum Luxemburger Straße** erreicht aufgrund des dort platzierten Möbelanbieters knapp 7 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche, ist aber darüber hinaus – neben einem kleinen REWE Nahkauf – überwiegend durch kleinstrukturierten Einzelhandel zu charakterisieren.

Unter den Nahversorgungszentren kommt dem **Zentralen Versorgungsbereich** des Stadtteils **Efferen** die größte Versorgungsfunktion zu; hier sind 29 bzw. rd. 11 % der gesamtstädtischen Betriebe und etwa 7 % der Verkaufsfläche zu verorten. Prägend sind hier v. a. die Lebensmittelmärkte REWE RICHRATH, LIDL und NETTO.

Demgegenüber weisen die **Nahversorgungszentren Alt-Hürth** mit 2.750 m² Verkaufsfläche und **Gleuel** mit 1.950 m² Verkaufsfläche eine geringere Ausstattung auf.

Außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche kommt dem Einzelhandelshandelsbesatz im Stadtteil Hermülheim mit rd. 14 % der Betriebe, 35 % der Verkaufsfläche und 30 % des Umsatzes die wichtigste Versorgungsbedeutung zu (vgl. Abb. 20). Diesem Bereich sind sowohl der flächenstarke BAUHAUS an der **Luxemburger Straße** als auch die **Fachmarktagglomeration an der Eschweiler Straße** mit REWE, ALDI, KIK, TEDI, DM-Drogeriefachmarkt und DÄNISCHES BETTENLAGER zuzuordnen; außerdem die Lebensmitteldiscounter LIDL (Kölnstraße) sowie PENNY (Eschweiler Straße).

Im Stadtteil Efferen sorgen einige Fachmärkte der Sparten Möbel / Küchen (u. a. LUX 118, FISHERS LAGERHAUS, DORMASTYLE, BRUNE KÜCHEN), Lebensmitteldiscounter (PENNY, ALDI) sowie der GETRUDENHOF für eine höhere Flächenausstattung.

Einen differenzierten Überblick über den Einzelhandelsbesatz in den Hürther Stadtteilen bzw. in den einzelnen Zentren gibt die nachfolgende Abbildung.

[31] Zwischenzeitlich wurde die Fläche für das Corona-Impfzentrum des Rhein-Erft-Kreises genutzt.

Abb. 20: Einzelhandelsbesatz in den Stadtteilen und Zentren der Stadt Hürth

Standort / Stadtteil	Anzahl Betriebe	VKF in m²	Umsatz in Mio. € **
Zentrale Versorgungsbereiche			
Hürth (Hürth-Park, HZ)	83	29.340	123,4
Luxemburger Straße (Hermülheim, NVZ)	17	5.920	14,3
Efferen (NVZ)	29	6.105	30,0
Alt-Hürth (NVZ)	20	2.750	9,6
Gleuel (NVZ)	12	1.950	9,1
Sonstige Lagen			
Alstädten / Burbach	5	110	0,7
Alt-Hürth (ohne ZV)	2	*	*
Berrenrath	4	440	2,2
Efferen (ohne ZV)	16	5.480	20,6
Fischenich	10	1.440	11,0
Gleuel (ohne ZV)	8	1.010	2,3
Hermülheim (ohne ZV)	37	30.860	98,4
Kalscheuren	4	700	1,8
Kendenich	5	140	0,7
Knapsack	-	-	-
Sielsdorf	2	*	*
Stotzheim	3	100	0,3
Einzelhandel insgesamt	**257**	**88.075**	**327,7**

* Hinweis: Aus datenschutzrechtlichen Gründen können bei einer Anzahl von weniger als drei Betrieben je Stadtteil keine Daten ausgewiesen werden.

Quelle: cima (2021)

4.2.4 Entwicklung des Einzelhandelsbestandes in der Stadt Hürth

Entwicklung auf gesamtstädtischer Ebene

Sowohl für die erstmalige Erstellung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Hürth 2007 als auch für die Fortschreibung im Jahr 2016 wurden – wie auch bei der vorliegenden Untersuchung – jeweils gesamtstädtische Verkaufsflächenerhebungen durchgeführt. Dadurch ist es möglich, eine vergleichende Betrachtung der Bestandssituation, insbesondere der Erhebungen der Jahre 2015 und 2020, durchzuführen und damit die Entwicklung des Einzelhandelsbestandes der Stadt Hürth innerhalb der vergangenen Jahre detailliert aufzuzeigen.

Abb. 21: Kenndatenvergleich zum Einzelhandel in Hürth 2015 - 2020

			Veränderungen 2011 - 2020	
	2015	2020	absolut	in %
Anzahl der Betriebe	306	257	- 49	- 16,0 %
Verkaufsfläche (in m²)	107.030	88.075	- 18.955	- 17,7 %
Ø - Verkaufsfläche pro Betrieb (in m²)	350	343	- 7	- 2,0
Umsatz (in Mio. €)	387,3	327,7	- 59,6	- 15,4 %
Verkaufsfläche pro Einwohner (in m²)	1,83	1,42	- 0,41	- 22,4 %
NuG-Verkaufsfläche pro Einwohner (in m²)	0,35	0,29	- 0,06	- 17,1 %
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	390,8	369,7	- 21,1	- 5,4
Zentralität Gesamtstadt	99	89	- 10	- 10,1

Quelle: Einzelhandelskonzept für die Stadt Hürth 2016 / cima-Einzelhandelsbestandserhebung (2020)

Im Hinblick auf die gesamtstädtische Entwicklung ist seit 2015 ein deutlicher Rückgang der Betriebsanzahl von 306 im Jahr 2015 auf 257 im Jahr 2020 (- 16 %) im gesamten Stadtgebiet festzustellen. Diese Entwicklung entspricht dem Trend, den die cima in vielen Fortschreibungen ähnlich strukturierter Mittelzentren aufdecken musste und auf die vielfach diskutierte Krise des inhabergeführten Einzelhandels mit Betriebsschließungen insbesondere kleinstrukturierter, mittelständisch geprägter Betriebe hinweist. In vielen Mittelzentren in NRW wurden innerhalb der letzten 10 Jahre sogar zum Teil Betriebsrückgänge in einer Größenordnung von 20 bis 25 % aufgedeckt.

Abb. 22: Kenndatenvergleich zum Einzelhandel in Hürth 2015 - 2020

Stadt	Einwohner	Zeitraum	Entwicklung der Betriebe	Entwicklung der VKF
Kupferstadt Stolberg	56.700	2010 – 2017	**- 27 %**	- 12 %
Stadt Viersen	78.100	2009 – 2019	**- 26 %**	- 9 %
Stadt Willich	51.200	2008 – 2017	**- 23 %**	- 6 %
Stadt Marl	86.000	2007 – 2014	**- 22 %**	+ 4 %
Stadt Troisdorf	77.700	2006 – 2019	**- 25 %**	+ 11 %
Stadt Hamminkeln	27.800	2015 - 2019	**- 11 %**	+ 3 %

Quelle: Einzelhandelskonzepte bzw. Fortschreibungen durch die cima

Diese Entwicklung ist auf Ursachen zurückzuführen, die in den vergangenen Jahren bundesweit zu beobachten sind:

- **Rückzug des inhabergeführten Facheinzelhandels** (z. B. wegen ungeklärter Nachfolge und zunehmenden Wettbewerbsdruck)
- **Wegbrechen lokaler Versorgungsangebote** (z. B. Insolvenz der Fa. Schlecker, Entfall von Ladenhandwerksbetrieben (Bäckereien, Metzgereien)) zugunsten des Verkaufs in Lebensmittelmärkten
- **Ersatz von Einzelhandelsflächen durch Dienstleistungs- oder Gastronomiebetriebe**

Während demgegenüber der Umfang der Verkaufsflächen in vielen Städten durch Neueröffnungen größerer Betriebe oder auch Betriebserweiterungen (z. B. im Lebensmitteleinzelhandel) kompensiert werden konnte, ist in der Stadt Hürth ebenfalls eine Abnahme der gesamtstädtischen Verkaufsfläche zu konstatieren. Rund 107.000 m² im Jahr 2015 stehen noch ca. 88.075 m² im Jahr 2020 gegenüber, was einem prozentualen Rückgang von knapp 18 % entspricht. In diesem Zusammenhang sind u. a. folgende Schließungen / Umstrukturierungen zu erwähnen:

- Schließung des REAL SB-Warenhauses, EKZ Hürth-Park
- Schließung des ROSSMANN Drogeriefachmarktes, Hürth-Park
- Verkaufsflächenreduzierung des SATURN Elektrofachmarktes, Hürth-Park

Entwicklung auf Ebene der Zentralen Versorgungsbereiche

Betrachtet man die Zentralen Versorgungsbereiche innerhalb des Stadtgebietes, sind in den verschiedenen Standortbereichen z. T. divergierende Entwicklungen festzustellen (vgl. Abb. 23 und Abb. 24). Zwar sind mit Ausnahme des NVZ Luxemburger Straße (Hermülheim) alle Zentren von einem Rückgang der Betriebe betroffen, jedoch korrelieren die Werte nicht zwingend mit den Verkaufsflächenveränderungen. Die stärksten Rückgänge von jeweils rd. einem Viertel der Betriebe sind im Hauptzentrum Hürth-Park sowie in den Nahversorgungszentren Alt-Hürth und Gleuel zu verzeichnen. Auffällig ist der starke Zuwachs an Betrieben im NVZ Luxemburger Straße (Hermülheim), trotz leicht sinkender Verkaufsfläche. Bei einem nur sehr geringen Betriebsrückgang im Nahversorgungszentrum Efferen ist dieser Standortbereich der einzige, der eine Zunahme der Verkaufsfläche offenbart. Dies ist vermutlich auf Ansiedlungen im Bereich der Luxemburger Straße zurückzuführen. Das Hauptzentrum Hürth-Park verzeichnet neben dem Nahversorgungszentrum Gleuel die höchsten Einbußen im Hinblick auf die Verkaufsfläche (-36 %); dies ist vor allem auf die Schließung des REAL-SB-Warenhauses zurückzuführen.

Abb. 23: Entwicklung des Einzelhandelsbestandes in den Zentren (Anzahl Betriebe)

Standortbereich	Jahr 2015	Jahr 2020	Veränderung 2015 - 2020 (in %)
Hauptzentrum Hürth-Park	110	83	- 24,5 %
NVZ Efferen	30	29	- 3,3%
NVZ Luxemburger Straße (Hermülheim)	11	17	+ 54,5 %
NVZ Alt-Hürth	26	20	- 23,0 %
NVZ Gleuel	16	12	- 25,0 %
Stadt Hürth	**306**	**257**	**- 16,0 %**

Quelle: Einzelhandelskonzept für die Stadt Hürth (2016) / cima-Einzelhandelsbestandserhebung (2020)

Abb. 24: Entwicklung des Einzelhandelsbestandes in den Zentren (Verkaufsfläche in m²)

Standortbereich	Jahr 2011	Jahr 2020	Veränderung 2011 - 2020 (in %)
Hauptzentrum Hürth-Park	45.800	29.340	- 35,9 %
NVZ Efferen	5.235	6.105	+ 16,6 %
NVZ Hermühlheim	6.295	5.920	- 5,9 %
NVZ Alt-Hürth	2.780	2.750	- 1,1 %
NVZ Gleuel	2.710	1.950	- 28,0 %
Stadt Hürth	**107.030**	**88.075**	**- 17,7 %**

Quelle: Einzelhandelskonzept für die Stadt Hürth (2016) / cima-Einzelhandelsbestandserhebung (2020)

4.3 Regionale Wettbewerbssituation

Die regionale Wettbewerbssituation im Einzelhandel wird durch die Nähe zum Oberzentrum Köln (sowie eingeschränkt auch zu Bonn und Aachen) sowie u. a. zu den umliegenden Mittelzentren Frechen, Kerpen, Erftstadt und Brühl geprägt. Nachfolgend wird die Einzelhandelssituation im Umland überblickartig dargestellt.

4.3.1 Oberzentrum Köln

Das Stadtzentrum des benachbarten Oberzentrum Köln liegt in etwa 10 km nordöstlich der Stadt Hürth. Für Kunden aus Hürth ist die Kölner Innenstadt innerhalb von 20 bis 30 Minuten über die durch das Stadtgebiet verlaufende Luxemburger Straße (B 256) gut zu erreichen. Mit dem ÖPNV gelangt man mit der Regionalbahn innerhalb von knapp 15 Minuten zum Kölner Hauptbahnhof (ausgehend vom Bahnhof Hürth-Kalscheuren); mit der Straßenbahnlinie 18 der KVB dauert es rd. 30 Minuten.

Die Hauptgeschäftslage erstreckt sich über die Hohe Straße und Schildergasse; sie wird ergänzt durch ein Netz von weiteren, attraktiven Innenstadtlagen (u. a. Ehrenstraße, Breite Straße, Neumarktbereich). Zu den Magnetbetrieben zählen neben GALERIA KAUFHOF verschiedene Textilkaufhäuser, Elektronikfachmärkte (MEDIA MARKT, SATURN) sowie weitere großflächige Anbieter, wie die MAYERSCHE Buchhandlung, das GLOBETROTTER-Reisekaufhaus und eine Filiale des Schuhhauses GÖRTZ.

Zur Bedeutung Kölns als relevanter Einzelhandelsstandort für die Stadt Hürth tragen neben der Innenstadt weitere Einzelhandelsagglomerationen im Stadtgebiet bei. Die von Hürth verkehrlich gut erreichbaren Sonderstandorte Köln-Marsdorf (u. a. DECATHLON, GLOBUS, MEDIA MARKT, MÖBEL ROLLER, OBI, POLSTER-MÖBEL TRÖSSER, SMYTH'S), Köln-Godorf (u. a. IKEA, OBI) und Köln-Butzweilerhof (u. a. IKEA) oder auch das Rhein-Center im Stadtteil Weiden stellen relevante Wettbewerbsstandorte für den Einzelhandel in Hürth dar.

Das kommunale Einzelhandelskonzept der Stadt Köln liegt im Entwurf Stand September 2020 vor. Basierend auf den durchgeführten Erhebungen aus 2016 / 2017 verfügt der Kölner Einzelhandel mit seinen rd. 6.500 Betrieben über eine Verkaufsfläche von 1.515.425 m², auf der ein Umsatz von rd. 6.596,9 Mio. € erwirtschaftet wird. Davon entfallen auf die Innenstadt als überregional bedeutsamer Haupteinkaufsstandort 1.127 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von 350.830 m². Auch die beiden an die Stadt Hürth angrenzenden Stadtbezirke Lindenthal und Rodenkirchen verfügen über einen ausgedehnten Einzelhandelsbesatz. Im Stadtbezirk Lindenthal befinden sich 975 Betriebe, die auf einer Gesamtverkaufsfläche von 227.390 m² einen Umsatz von rd. 931,3 Mio. € erzielen, für den Stadtbezirk Rodenkirchen sind 445 Betriebe festzuhalten, die auf einer Gesamtverkaufsfläche von 120.120 m² einen Umsatz von 515,6 Mio. € generieren. Zum Vergleich: Nach der aktuellen Bestandsaufnahme umfasst der Einzelhandel in der Stadt Hürth insgesamt 257 Betriebe, die auf einer Gesamtverkaufsfläche von 88.075 m² einen Gesamtumsatz von 327,7 Mio. € erwirtschaften.

4.3.2 Mittelzentrum Frechen

Die Innenstadt von Frechen liegt rd. 8 km bzw. rd. 15 Minuten Fahrzeit nordwestlich von Hürth entfernt und ist über die Frechener Straße / Bonnstraße unmittelbar angebunden. Die Hauptgeschäftsstraße bildet in einem Abschnitt von rd. 700 m die Hauptstraße, im Westen von der Blindgasse bzw. Dürener Straße und im Osten von der Hüchelner Straße begrenzt. Namhafte Einzelhändler in der Innenstadt von Frechen sind H&M und MARKTKAUF; die Filiale der Fa. C&A wird nach Unternehmensangaben Anfang 2021 geschlossen. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot durch Dienstleister und gastronomische Angebote. Außerhalb der Innenstadt stellt das Gewerbegebiet Frechen-Ost einen relevanten Einzelhandelsstandort dar, in dem u. a.

die Fachmärkte INTERSPORT DRUCKS, SB MÖBEL BOSS, PORTA MÖBEL, BAUHAUS und BLUMEN RISSE etabliert sind.

4.3.3 Mittelzentrum Kerpen

Das Mittelzentrum Kerpen liegt westlich der Stadt Hürth und ist in ca. 24 km über die A 4, Anschluss Frechen oder Köln Klettenberg, nur bedingt gut verkehrlich zu erreichen. Aus den östlicheren Stadtteilen Gleuel und Knappsacke besteht eine Erreichbarkeit in nur 15 km. Die Stadt ist polyzentrische strukturiert, größere Stadtteile sind Sindorf (ca. 18.200 Ew.), Kerpen (ca. 15.200 Ew.) und Horrem (ca. 12.900 Ew.). Für die regionale Wettbewerbssituation sind insbesondere fahrkundenorientierte Einzelhandelsstandorte von Bedeutung:

- Das Fachmarktzentrum "Erft Karree" und die angrenzenden Gewerbegrundstücke im Stadtteil Kerpen bilden eine Einzelhandelsagglomeration mit den Anbietern KAUFLAND, SATURN-Elektrofachmarkt, OBI Baumarkt, BABYONE-Babymarkt, ROLLER-Möbelmarkt, DM-Drogeriemarkt etc.
- Im Stadtteil Sindorf findet sich mit der „Neuen Mitte Sindorf" nahe dem S-Bahnhof Sindorf ein Einzelhandelsstandort mit den Filialisten REWE, ACTION und NETTO.
- Am südlichen Rand des Stadtteils Sindorf besteht zudem u. a. mit den Anbietern HIT, ALNATURA, MODEPARK RÖTHER, ADLER, NIKE STORE und DEPOT ein weiterer Handelsstandort in einer Gewerbegebietslage.

4.3.4 Mittelzentrum Erftstadt

Unmittelbar östlich grenzt das Mittelzentrum Erftstadt an die Stadt Hürth. Die für den Einzelhandel prägenden Stadtteile Liblar und Lechenich sind über die B 256 in 11 km bzw. 15 km von Hürth verkehrlich gut zu erreichen. Dabei weist die Innenstadt von Lechenich durch ihre historische Struktur einen vorwiegend kleinteilig strukturierten Einzelhandelsbesatz auf, einziger großflächiger Anbieter ist eine Filiale der Fa. LIDL, die damit auch die Nahversorgungsfunktion, zusammen mit einer Filiale der Fa. NORMA darstellt. Die weiterführenden Sortimente, die im Bezug auf die Gesamtverkaufsfläche rd. die Hälfte des innerstädtischen Angebots ausmachen sind exklusiv in kleinteiligen Ladeneinheiten untergebracht. Zwei weitere Versorgungszentren befinden sich in Liblar, mit dem dortigen Erftstadt-Center sowie dem Liblarer Stadtzentrum. Hauptanbieter im westlich der Liblarer Innenstadt gelegen Erftstadt-Center ist ein REAL SB-Warenhaus, eine Filiale der Fa. LIDL sowie eine Niederlassung der Fa. WOOLWORTH. Bedingt durch die beiden Anbieter LIDL und REAL wird rd. die Hälfte der Verkaufsfläche von nahversorgungsrelevanten Sortimenten belegt. Das Liblarer Stadtzentrum erstreckt sich entlang der Carl-Schurz-Straße sowie der Köttinger Straße und hat seinen Schwerpunkt bedingt durch die beiden Anbieter ALDI und REWE in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Ergänzt wird das Angebot noch durch den flächenmäßig größten Anbieter, das Küchen- und Möbelhaus BIRKHÄUSER sowie die Buchhandlung PIER. Im nördlichen Stadtgebiet befindet sich im Stadtteil Gymnich ein weiteres Nahversorgungszentrum, dessen Funktion sich aus dem im südlichen Bereich liegenden Fachmarktzentrum mit Filialen der Fa. DM und REWE ableitet.

Insgesamt ist davon auszugehen, dass der Einzelhandel in Erftstadt vorrangig der Versorgung des eigenen Stadtgebiets dient. Aufgrund der ausgeprägten Nahversorgungsfunktion sowie dem weitgehenden Fehlen von größeren Anbietern in den weiterführenden Sortimenten ist nicht davon auszugehen, dass es zu einer starken Kundenorientierung aus den umliegenden Kommunen kommt.

4.3.5 Mittelzentrum Brühl

Das Mittelzentrum Brühl grenzt unmittelbar im Süden an das Hürther Stadtgebiet. Die Innenstadt von Brühl wird im Süden vom Einkaufszentrum Giesler Galerie und im Norden von diversen gastronomischen Betrieben an der Kreuzung Heinrich-Esser-Straße / Kölnstraße / Comesstraße begrenzt. Das GALERIA KAUFHOF Warenhaus stellte bislang den flächenmäßig größten Einzelhändler in der Brühler Innenstadt dar, wurde jedoch im Oktober 2020 geschlossen und wird zunächst durch SINN zwischengenutzt; mittelfristig ist ein Abbruch und Neubau geplant. In der Giesler Galerie sind u. a. die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung, Schuhe sowie Sportwaren vertreten, darunter REWE, ALDI, ROSSMANN, C&A, H&M, TAKKO, DEICHMANN und ACTION. Außerhalb der Innenstadt befinden sich in einem östlich gelegenen Gewerbegebiet ein GLOBUS-Baumarkt, ein TRINKGUT-Getränkemarkt, ein FRESSNAPF-Tierfuttermarkt sowie eine Filiale des Anbieters DÄNISCHES BETTENLAGER. Darüber hinaus sind in Brühl verschiedene großflächige Lebensmittelanbieter ansässig (u. a. HIT, REWE).

4.4 Einzelhandelsbesatz in den Zentren der Stadt Hürth

4.4.1 Stadtzentrum Hürth

Städtebauliche Analyse

Ursprünglich als Einkaufszentrum für die Flächengemeinde Hürth geplant, wurde das Shopping Center Hürth-Park 1977 im südlichen Bereich des Stadtteils Hermülheim eröffnet. Seitdem hat der Hürth-Park mehrere Umstrukturierungen erlebt; so werden auch derzeit wieder Arbeiten im Hinblick auf die geänderten Anbieter- und Kundenstrukturen bzw. -wünsche vorgenommen. Der Schwerpunkt des Besatzes liegt im Hinblick auf die angebotenen Sortimente im mittelfristigen Bereich und hier bei den zentrenrelevanten Sortimenten. Seit der Schließung des REAL-SB-Warenhauses (über 6.000 m² Verkaufsfläche) im Jahr 2019 hat das Einkaufszentrum an Attraktivität eingebüßt. Eine Neubelegung der Fläche gestaltet sich u. a. angesichts vorliegender Eigentumsverhältnisse schwierig; derzeit wird die Fläche als Corona-Impfzentrum des Rhein-Erft-Kreises zwischengenutzt.

Im Unterschied zu anderen Einkaufszentren verfügt der Hürth-Park über keine vollständige Überdachung; vielmehr sind die Ladeneinheiten im Erdgeschoss um eine offene Passage gruppiert. Die Anbindung an das ebenfalls von Einzelhandelsbetrieben genutzte Untergeschoss erfolgt über Fahrstühle bzw. Rolltreppen. Dabei vermittelt vor allem das Untergeschoss, bedingt auch durch den großflächigen Leerstand, einen wenig einladenden Eindruck und weist funktionale und gestalterische Defizite auf. Eine geringere Anzahl an Ladeneinheiten liegt auch im 1. Obergeschoss vor; vornehmlich handelt es sich hierbei um Anbieter, deren Verkaufsfläche sich über zwei Etagen erstreckt (z. B. MÜLLER, PEEK & CLOPPENBURG, THALIA, TK MAXX). Ergänzt wird der Besatz durch das UCI Kino Hürth-Park, das Fitnesszentrum JUST FIT sowie weitere Nutzungen im 1. und 2. Obergeschoss, z. B. aus dem Bereich Gesundheit. Im mittelbaren Umfeld des Einkaufszentrums gibt es zudem eine kleinere Anzahl an Einzelhandelsbetrieben an der Straße Theresienhöhe; darüber hinaus ist das Rathaus der Stadt Hürth benachbart.

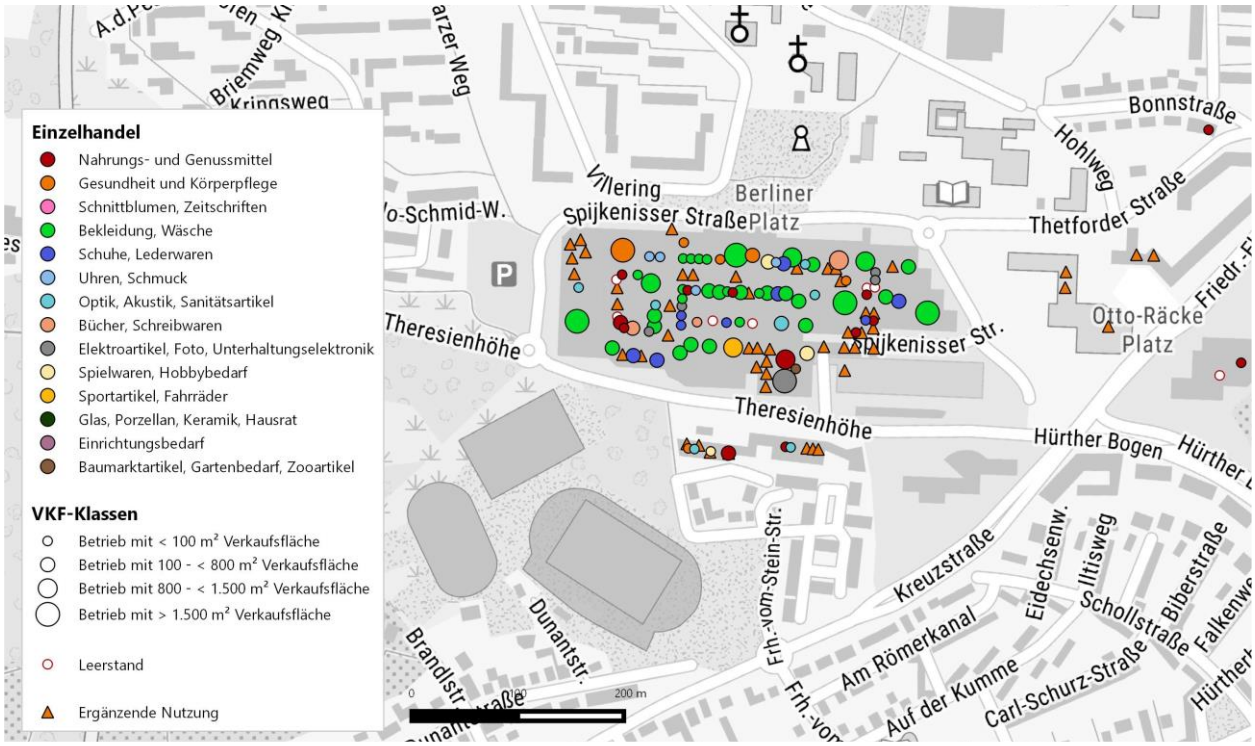
Bedingt durch die Lage des Hürth-Parks im Stadtgebiet sowie die Integration des Zentralen Omnibusbahnhofs in den Standortbereich verfügt das Zentrum Hürth über eine sehr gute lokale sowie regionale Verkehrsintegration.

Abb. 25: Einkaufszentrum Hürth-Park



Quelle: cima (2020)

Abb. 26: Räumliche Verteilung des Einzelhandels im Stadtzentrum Hürth



Quelle: Geobasis-DE/BKG (2021); Bearbeitung: cima (2021)

Räumliche Verteilung des Einzelhandelsbesatzes

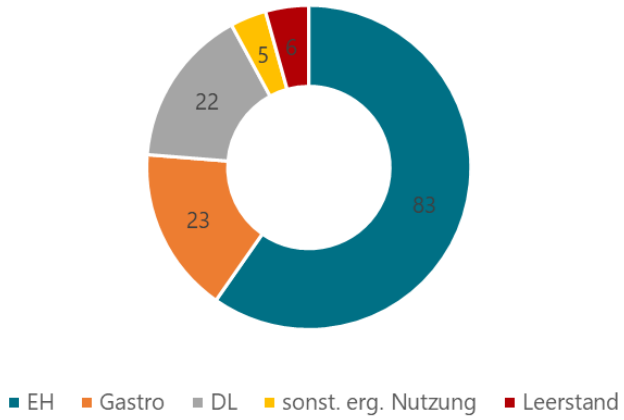
Der Einzelhandelsbesatz im Zentrum Hürth konzentriert sich im Shopping Center Hürth-Park sowie den unmittelbar angrenzenden Bereichen. Dabei ist der Hürth-Park mit seinem ausgedehnten Besatz, insbesondere bei den zentrenrelevanten Sortimenten, der eindeutige Einzelhandelsschwerpunkt in der Stadt Hürth.

Abb. 27: Verkaufsflächen und Umsatz im Stadtzentrum Hürth-Park

	Verkaufsfläche		Umsatz	
cima-Warengruppe	(in m²)	(in %)	(in Mio. €)	(in %)
Periodischer Bedarf insgesamt	**3.790**	**12,9**	**24,2**	**19,6**
Nahrungs- und Genussmittel	1.700	5,8	13,2	10,7
Gesundheit, Körperpflege	2.090	7,1	11,0	8,9
Schnittblumen, Zeitschriften	-	-	-	-
Aperiodischer Bedarf insgesamt	**25.550**	**87,1**	**99,2**	**80,4**
Bekleidung, Wäsche	14.130	48,2	43,4	35,2
Schuhe, Lederwaren	2.500	8,5	6,8	5,5
Bücher, Schreibwaren	1.440	4,9	5,0	4,1
Spielwaren, Hobbybedarf	740	2,5	2,9	2,3
Sportartikel, Fahrräder	1.160	4,0	2,9	2,3
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	4.110	14,0	29,2	23,7
Uhren, Schmuck	270	0,9	2,7	2,2
Sanitätsartikel, Optik, Akustik	440	1,5	4,6	3,8
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	490	1,7	1,1	0,9
Einrichtungsbedarf	150	0,5	0,2	0,2
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel	120	0,4	0,4	0,3
SUMME	**29.340**	**100,0**	**123,4**	**100,0**

Quelle: cima (2021)

Abb. 28: Verteilung der Nutzungen im Hürth-Park



Im Hürth-Park wurden zum Erhebungszeitpunkt 83 Betriebe ermittelt, im Jahr 2015 waren es noch 110. Sechs Ladeneinheiten (ca. 4 %) standen leer, sodass von einer Umwandlung ehemaliger Einzelhandelsbetriebe in Dienstleistungs- oder Gastronomiebetriebe auszugehen ist. Diese nehmen mit insgesamt 45 Betrieben bzw. einem Drittel aller Einheiten mittlerweile einen großen Stellenwert im Hürth-Park ein.

Quelle: cima (2021)

Von den insgesamt vorgehaltenen 29.340 m² Verkaufsfläche entfällt fast die Hälfte (gut 14.000 m²) auf das Segment Bekleidung und Wäsche; hier spiegeln sich u. a. die großflächigen Magnetbetriebe P&C, C&A, H&M, OLYMP & HADES, NEW YORKER, TK MAXX und KIK wider. Rund 4.000 m² sind der Sparte Elektroartikel, Unterhaltungselektronik zuzuordnen; hier fungiert SATURN als Frequenzbringer. Auf die Segmente Gesundheit, Körperpflege (mit dem großflächigen Anbieter MÜLLER) und Schuhe, Lederwaren entfallen noch Flächen zwischen 2.000 und 2.500 m² Verkaufsfläche. In den Sparten Sportartikel und Bücher, Schreibwaren sind die großflächigen Märkte INTERSPORT VOSWINKEL und THALIA platziert. Der Nahrungs- und Genussmittelbereich ist jedoch seit dem Rückzug von REAL nur noch in begrenzten Umfang vertreten; eine großflächige ALDI-Filiale sichert die Nahversorgung. Angesichts der hohen Bedeutung eines weiteren Magnetbetriebes für die Versorgungsfunktion sowie die Entwicklung des Hürth-Parks sollte ein hohes Augenmerk auf eine Neuvermietung gelegt werden.

4.4.2 Stadtteilzentrum Alt-Hürth

Städtebauliche Analyse

Das Zentrum von Alt-Hürth ist dörflich geprägt. Überwiegend kleinstrukturierte, inhabergeführte Ladeneinheiten finden sich im Karree Lindenstraße, Mittelstraße, Weiherstraße (und Brabanter Platz). Insgesamt weist das Zentrum jedoch nur eine begrenzte Konzentration an Handelsgeschäften auf. Während im südwestlichen Teil des Zentrums die Nutzung der Erdgeschosslagen durch Einzelhandels- und sonstigen Nutzungen dominieren, nimmt nach Nordosten der Anteil der Wohnnutzung deutlich zu; so sind Handelsnutzungen in den entsprechenden Abschnitten der Lindenstraße und Weilerstraße nur noch vereinzelt anzutreffen.

Mit einem am Rande gelegenen REWE-Nahkauf gibt es in Alt-Hürth lediglich einen großflächigen Magnetbetrieb sowie mit einem Möbelfachgeschäft und einem Lebensmittelmarkt zwei mittelgroße Betriebe. Ungeordnete bzw. ungenutzte Flächen oder Gebäude, wie z. B. das dem Nahkauf gegenüberliegende Grundstück sowie das ehemalige Schwimmbad am Brabanter Platz schränken die Aufenthaltsqualität des teilweise historisch geprägten Stadtbildes ein, sodass Aufwertungsmaßnahmen neue Impulse setzen könnten.

Die verkehrliche Erreichbarkeit wird über die Altstädter Straße / Brabanter Platz / Trierer Straße sichergestellt; aufgrund der kleinteiligen Baustrukturen finden sich nur wenige Parkplätze entlang der Straßen, weitere Parkmöglichkeiten sind jedoch auf den Parkplätzen Schlangenpfad sowie Lindenstraße / Kranzmaarstraße vorhanden. Darüber hinaus ist der Stadtteil an den ÖPNV (Buslinie 713) angebunden.

Abb. 29: Zentrum Alt-Hürth



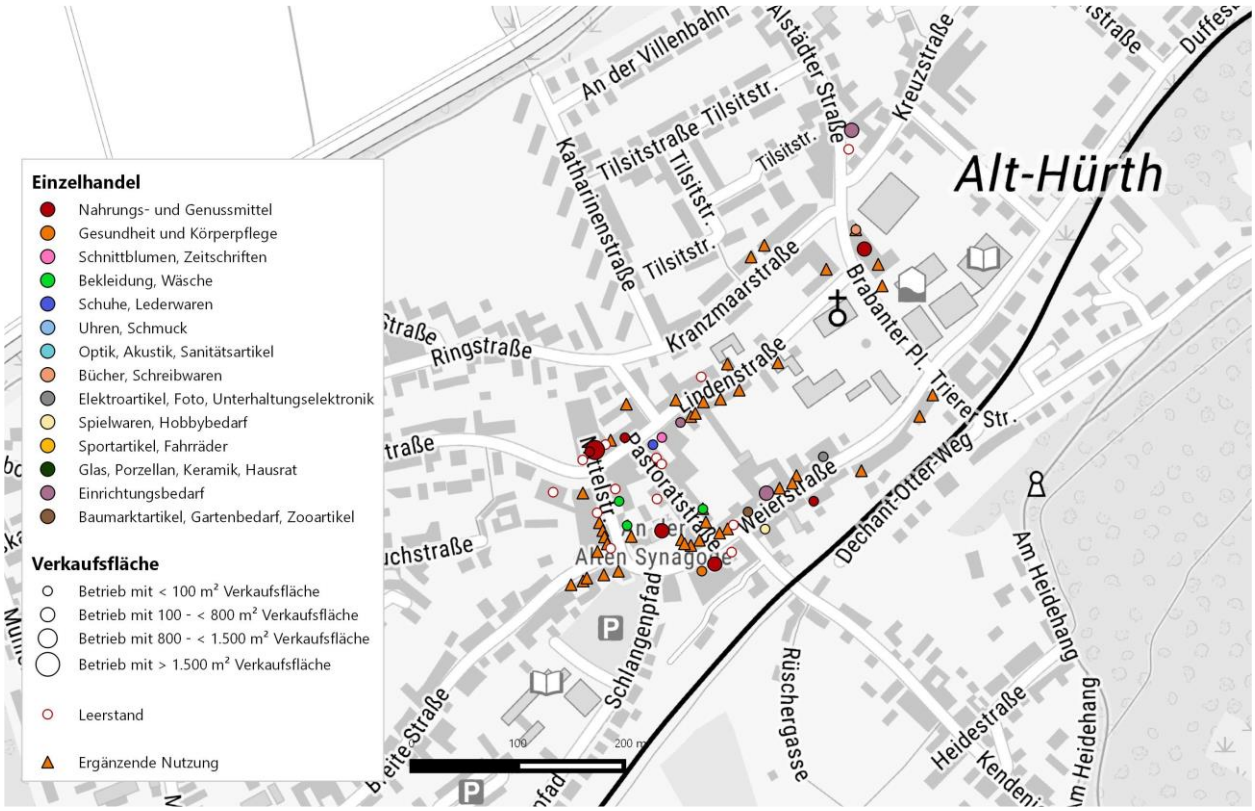
Quelle: cima (2020)

Räumliche Verteilung des Einzelhandelsbesatzes

Der Einzelhandelsbesatz im Zentrum von Alt-Hürth ist im Wesentlichen dem südöstlichen Bereich des überwiegend historisch geprägten Kerns zuzuordnen. Im Vergleich zu 2015 ist ein Betriebsrückgang um 23 % zu konstatieren; wurden seinerzeit noch 26 Anbieter gezählt, so hat sich deren Anzahl vier Jahre später auf 20 reduziert. Damit einhergehend wurde eine hohe Anzahl an Leerständen erfasst; zum Erhebungszeitpunkt standen 11 Ladenlokale leer, welche das Stadtbild negativ prägen.

Weitgehend konstant blieb dagegen die Verkaufsfläche; sie hat sich mit einem Wert von 2.750 m² nur geringfügig gegenüber 2015 verändert. Mit rd. der Hälfte der Gesamtverkaufsfläche nimmt das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel den größten Anteil ein. Alle weiteren Sortimente sind mit deutlich geringeren Verkaufsflächen im Zentrum vertreten. Einzige Ausnahme bildet hier das Sortiment Einrichtungsbedarf (Möbel), dass mit dem inhabergeführten Küchenhaus ME KÜCHEN auf einer Verkaufsfläche von rd. 700 m² etabliert ist.

Abb. 30: Räumliche Verteilung des Einzelhandels im Stadtteilzentrum Alt-Hürth



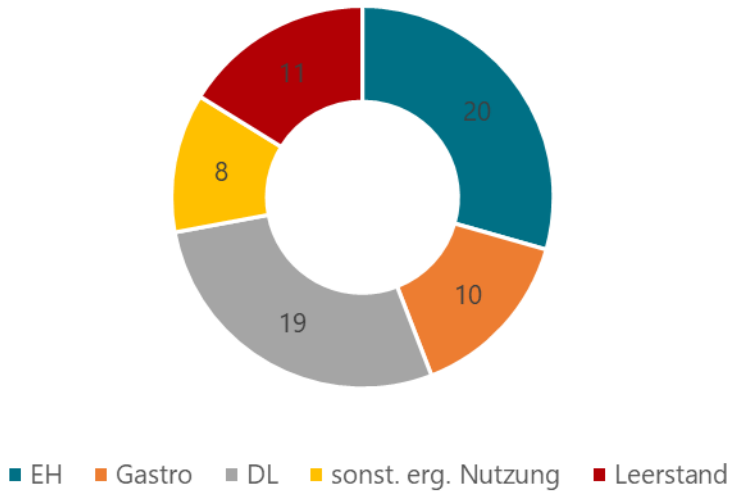
Quelle: Geobasis-DE/BKG (2021); Bearbeitung: cima (2021)

Abb. 31: Verkaufsflächen und Umsatz im Stadtteilzentrum Alt-Hürth

	Verkaufsfläche		Umsatz	
cima-Warengruppe	(in m²)	(in %)	(in Mio. €)	(in %)
Periodischer Bedarf insgesamt	**1.590**	**57,8**	**6,8**	**70,8**
Nahrungs- und Genussmittel	1.460	53,1	6,2	64,6
Übriger periodischer Bedarf	130	4,7	0,6	6,3
Aperiodischer Bedarf insgesamt	**1.160**	**42,2**	**2,8**	**29,2**
Bekleidung, Wäsche	170	6,2	0,4	4,2
Einrichtungsbedarf	750	27,3	1,7	17,7
Übriger aperiodischer Bedarf	240	8,7	0,8	8,3
SUMME	**2.750**	**100,0**	**9,6**	**100,0**

Quelle: cima (2021)
Anmerkung: Aus datenschutzrechtlichen Gründen erfolgt eine Zusammenfassung der Sortimente.

Abb. 32: Verteilung der Nutzungen im Zentrum Alt-Hürth



Die Gegenüberstellung der Nutzungen zeigt, dass der Einzelhandel mit 20 Betrieben bzw. 29 % nur noch eine begrenzte Funktion innerhalb des Zentrums aufweist. 43 % der Einheiten beinhalten gastronomische oder dienstleistungsbezogene Angebote, die jedoch z. T. auch zu einer Belebung des Zentrums beitragen. Die Leerstandsquote ist mit 16 % jedoch überdurchschnittlich ausgeprägt und damit auch die höchste Quote der Zentren im Stadtgebiet, sodass deutlicher Handlungsbedarf ablesbar ist.

Quelle: cima (2021)

- Schwerpunkt des Angebotes bei Nahrungs- und Genussmitteln ist der mittlerweile zu einem NAHKAUF umfirmierte Supermarkt im Kreuzungsbereich Lindenstraße / Mittelstraße. Sein Angebot wird ergänzt durch einen türkischen Lebensmittelmarkt, einen Getränkemarkt, Anbieter des Ladenhandwerks (Bäckereien) sowie ein kleinflächiges Feinkostgeschäft in der Weierstraße.
- Im nahversorgungsrelevanten Sortiment Drogerie- und Parfümeriewaren ist ebenfalls der NAHKAUF Supermarkt über sein entsprechendes Randsortiment Hauptanbieter. Hinzu kommt eine Apotheke in der Weierstraße. Insgesamt ist das Sortiment für ein Nahversorgungszentrum unterdurchschnittlich ausgeprägt.
- Bei den mittel- und langfristigen Bedarfen wird das Angebot dominiert durch das Küchenhaus ME KÜCHEN. Klassische zentrenrelevante Sortimente sind mit den Bekleidungsanbietern ANITA BEISSEL, MINI FEE und STELLA SABATON ebenso vertreten wie mit dem SCHUHHAUS ENKEL im Sortiment Schuhe, Lederwaren, allerdings in einem flächenmäßig geringen Umfang.

Aus gutachterlicher Sicht zeichnet sich ein dringender Handlungsbedarf in Bezug auf stadtgestalterische Maßnahmen sowie ein Leerstandsmanagement ab. Dabei sind derzeit ungenutzte Flächen bzw. Gebäude, u. a. im Bereich Lindenstraße und Brabanter Platz, von großer Bedeutung für die Weiterentwicklung des Zentrums Alt-Hürth. Die Realisierung zentrenbezogener Nutzungen sollte daher vorrangig geprüft werden.

4.4.3 Stadtteilzentrum Efferen

Städtebauliche Analyse

Das Zentrum von Efferen erstreckt sich zum einen entlang der Kaulardstraße – zwischen der Luxemburger Straße im Südosten und dem Abzweig Kolpingstraße im Nordwesten – sowie entlang der Bachstraße – im Abschnitt zwischen Moselstraße und dem Standort des Aparthotels Haus Burgpark. Eine Verbindung zwischen den beiden Lagen Kaulardstraße und Bachstraße ist zwar im Bereich Ritterstraße und Moselstraße gegeben, diese ist jedoch funktional kaum ausgeprägt. Dies liegt u. a. in den kleinteiligen Strukturen begründet, die zudem durch Leerstände geprägt sind. Zum anderen hat sich im Kreuzungsbereich der Kaulardstraße und der Luxemburger Straße aufgrund der dort vorhandenen größeren Flächen-

verfügbarkeiten weiterer Einzelhandel (u. a. LIDL und Hürth Carre mit SCHIESSER OUTLET STORE und DIE KÜCHE DIREKT.DE) angesiedelt. Insgesamt ist das Nahversorgungszentrum Efferen damit durch eine sehr weitläufige Ausdehnung gekennzeichnet.

Abb. 33: Zentrum Efferen

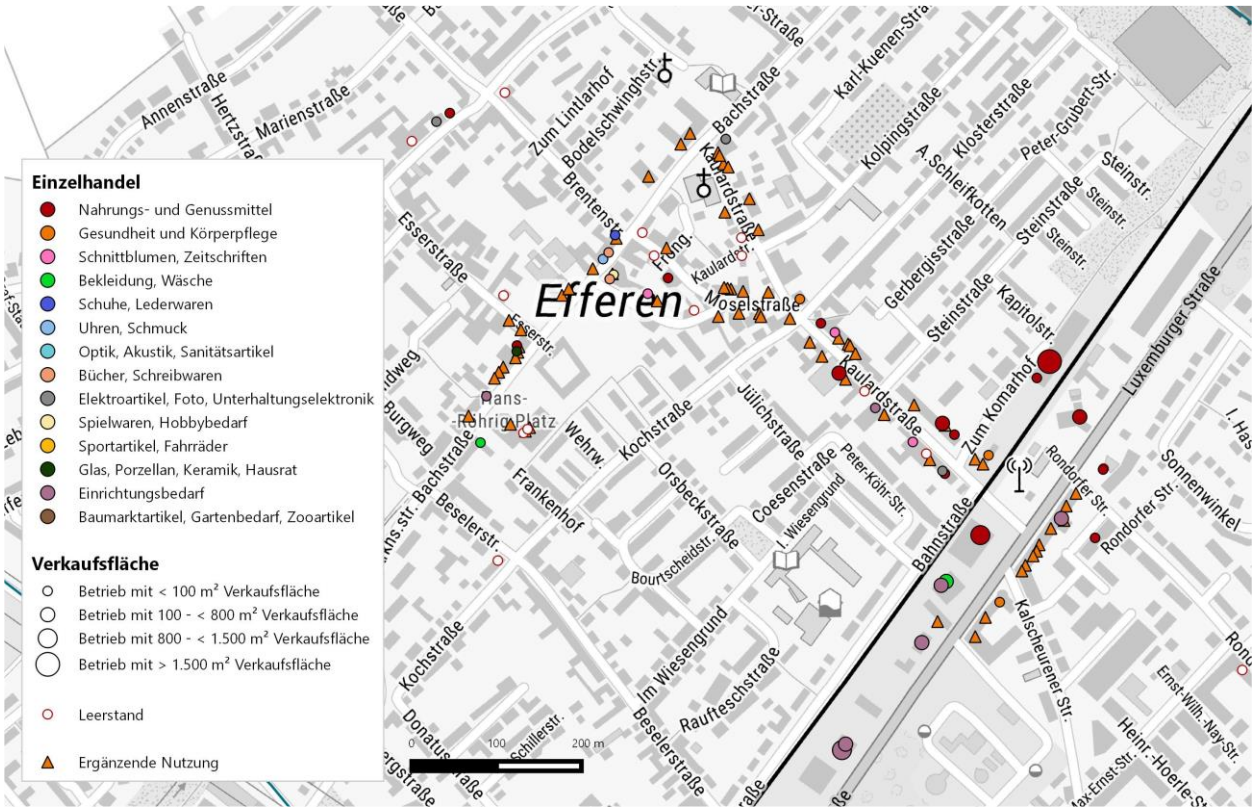


Quelle: cima (2020)

Aufgrund uneinheitlicher und z. T. veralteter baulicher Strukturen, eines begrenzten Einzelhandelsangebotes und einiger leerstehender oder ungenutzter Flächen verfügt das Stadtteilzentrum aktuell nur über eine eingeschränkte Aufenthaltsqualität.

Eine gute verkehrliche Erreichbarkeit des Stadtteils ist für den motorisierten Individualverkehr über die Luxemburger Straße sowie für den ÖPNV über den unmittelbar angegliederten Bahnhof Efferen gegeben. Parkflächen befinden sich straßenbegleitend entlang der Kaulardstraße und an den Standorten zum Komarhof sowie Bachstraße / Esserstraße (Parkplatz Renneberg).

Abb. 34: Räumliche Verteilung des Einzelhandels im Stadtteilzentrum Efferen



Quelle: Geobasis-DE/BKG (2021); Bearbeitung: cima (2021)

Räumliche Verteilung des Einzelhandelsbesatzes

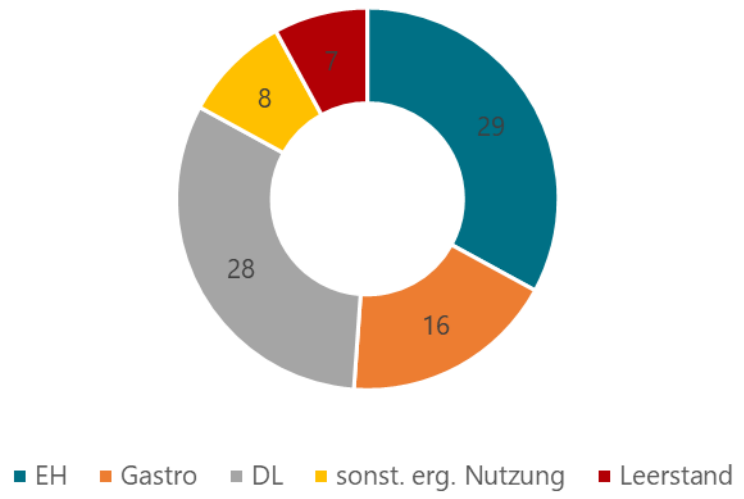
Im Zentrum von Efferen liegt der Schwerpunkt des Einzelhandelsbesatzes in der Kaulardstraße sowie an der direkt anliegenden Luxemburger Straße. Im Vergleich zu 2015 ist der Bestand weitestgehend konstant geblieben (Abnahme um einen Betrieb von 30 im Jahr 2015 auf 29 im Jahr 2020). Ein positiver Trend ist bei der Entwicklung der Gesamtverkaufsfläche auszumachen; sie nahm von 5.235 m² auf 6.105 m² zu. Grund hierfür dürften vorrangig die neueren baulichen Entwicklungen entlang der Luxemburger Straße sein. Damit verbunden hat sich auch die räumliche Verteilung des Besatzes verändert: Mit dem großflächigen REWE Verbrauchermarkt sowie dem NETTO Lebensmitteldiscounter befinden sich zwar weiterhin zwei der größeren Einzelhandelseinheiten im Bereich der Kaulardstraße bzw. nordwestlich der durch das Zentrum verlaufenden Stadtbahnlinie, im Abschnitt der Luxemburger Straße bzw. südöstlich der Stadtbahnlinie hat der Anteil an der Gesamtverkaufsfläche jedoch deutlich zugenommen. Gleichzeitig hat der nordwestliche Bereich des Zentrums – entlang der Straßenläufe Bachstraße, Moselstraße und Ritterstraße – spürbar an Versorgungsbedeutung verloren. Hier finden sich vier der insgesamt sieben Leerstände, die im Zuge der Bestandserhebungen erfasst wurden. Darüber hinaus zeigen sich in diesem Abschnitt städtebauliche Defizite, wie brachliegende Grundstücke oder die ungeordnete Situation im Bereich des Hauses Burgpark.

Abb. 35: Verkaufsflächen und Umsatz im Stadtteilzentrum Efferen

	Verkaufsfläche		Umsatz	
cima-Warengruppe	(in m²)	(in %)	(in Mio. €)	(in %)
Periodischer Bedarf insgesamt	**4.315**	**70,7**	**24,1**	**80,3**
Nahrungs- und Genussmittel	3.645	59,7	21,0	70,0
Gesundheit, Körperpflege	520	8,5	2,5	8,3
Schnittblumen, Zeitschriften	150	2,5	0,6	2,0
Aperiodischer Bedarf insgesamt	**1.790**	**29,3**	**5,9**	**19,7**
Bekleidung, Wäsche	550	9,0	2,0	6,7
Bücher, Schreibwaren	100	1,6	0,4	1,3
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	60	1,0	0,3	1,0
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	100	1,6	0,3	1,0
Einrichtungsbedarf	850	13,9	2,2	7,3
Übriger aperiodischer Bedarf	130	2,1	0,7	2,3
SUMME	**6.105**	**100,0**	**30,0**	**100,0**

Quelle: cima (2021)
Anmerkung: Aus datenschutzrechtlichen Gründen erfolgt eine Zusammenfassung der Sortimente.

Abb. 36: Verteilung der Nutzungen im Zentrum Efferen



Im Zentrum von Efferen werden 29 bzw. 32 % der Ladeneinheiten durch Einzelhandel genutzt, 18 % entfallen auf gastronomische und weitere 32 % auf dienstleistungsbezogene Nutzungen. Die Leerstandsquote liegt bei 8 % und damit noch in einem moderaten Bereich.

Quelle: cima (2021)

- Entsprechend seiner Funktion als Nahversorgungszentrum verfügt Efferen über einen deutlichen Schwerpunkt bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten; sie nehmen rd. 60 % der Gesamtverkaufsfläche ein. Mit den Anbietern LIDL, NETTO und REWE RICHRATH verfügt das Zentrum über einen leistungsfähigen Besatz, der allerdings im Hinblick auf seinen Marktauftritt Optimierungspotenzial aufweist;

hiervon auszunehmen ist die Filiale der Fa. LIDL an der Luxemburger Straße. Zudem gibt es weitere kleinflächige Angebote sowie Anbieter des Ladenhandwerks (Bäckereien). Auch entsprechende Angebote in den Sortimenten Schnittblumen sowie Zeitschriften, Zeitungen sind anzutreffen.

Ein dezidiertes Angebot im Sortiment Drogerie- und Parfümeriewaren ist nicht vorhanden; das Sortiment wird entsprechend als Randsortiment der Lebensmittelanbieter vorgehalten.

- Im aperiodischen Bedarf verfügt das Zentrum über ein ergänzendes Angebot, welches sich vor allem auf die Sparten Bekleidung, Wäsche und Möbel bezieht. Im Segment Bekleidung, Wäsche (rd. 550 m²) wird es durch den Anbieter SCHIESSER OUTLET sowie weitere kleinere Fachanbieter geprägt. Im Segment Möbel gibt es ein qualifiziertes Angebot durch zwei Möbelfachgeschäfte an der Luxemburger Straße.
- Weitere Sortimente sind mit Verkaufsflächen von maximal 100 m² nur partiell vertreten.
- Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot um einen ausgeprägten Dienstleistungsbesatz, der von Ärzten über Banken bis Fahrschulen und Sonnenstudios reicht.

4.4.4 Stadtteilzentrum Gleuel

Städtebauliche Analyse

Das Stadtteilzentrum Gleuel ist entlang der Ernst-Reuter-Straße zu verorten und wird vorwiegend durch eine geschlossene Straßenrandbebauung mit überwiegend kleinteiligen Einzelhandels- und weiteren Versorgungseinrichtungen geprägt. Als großflächiger Ankermieter und Kundenfrequenzbringer fungiert der zwischenzeitlich umstrukturierte REWE-Markt im Bereich Jakob-Eßer-Platz. Das kompakte Zentrum zeigt z. T. moderne bauliche Strukturen, teilweise jedoch auch überalterte Fassaden sowie Leerstände, die sich zusammen mit der erhöhten Verkehrsfrequenz auf der Ernst-Reuter-Straße negativ auf die Aufenthaltsqualität auswirken. Insbesondere im östlichen Abschnitt sind Verbesserungen der städtebaulichen Situation anzustreben.

Das Stadtteilzentrum weist eine gute verkehrliche Anbindung, sowohl für den Pkw-Verkehr als auch mit dem ÖPNV (Buslinien) auf. Neben straßenbegleitenden Parkplätzen sind im Bereich Jakob-Eßer-Platz weitere Stellflächen vorhanden.

Abb. 37: Zentrum Gleuel

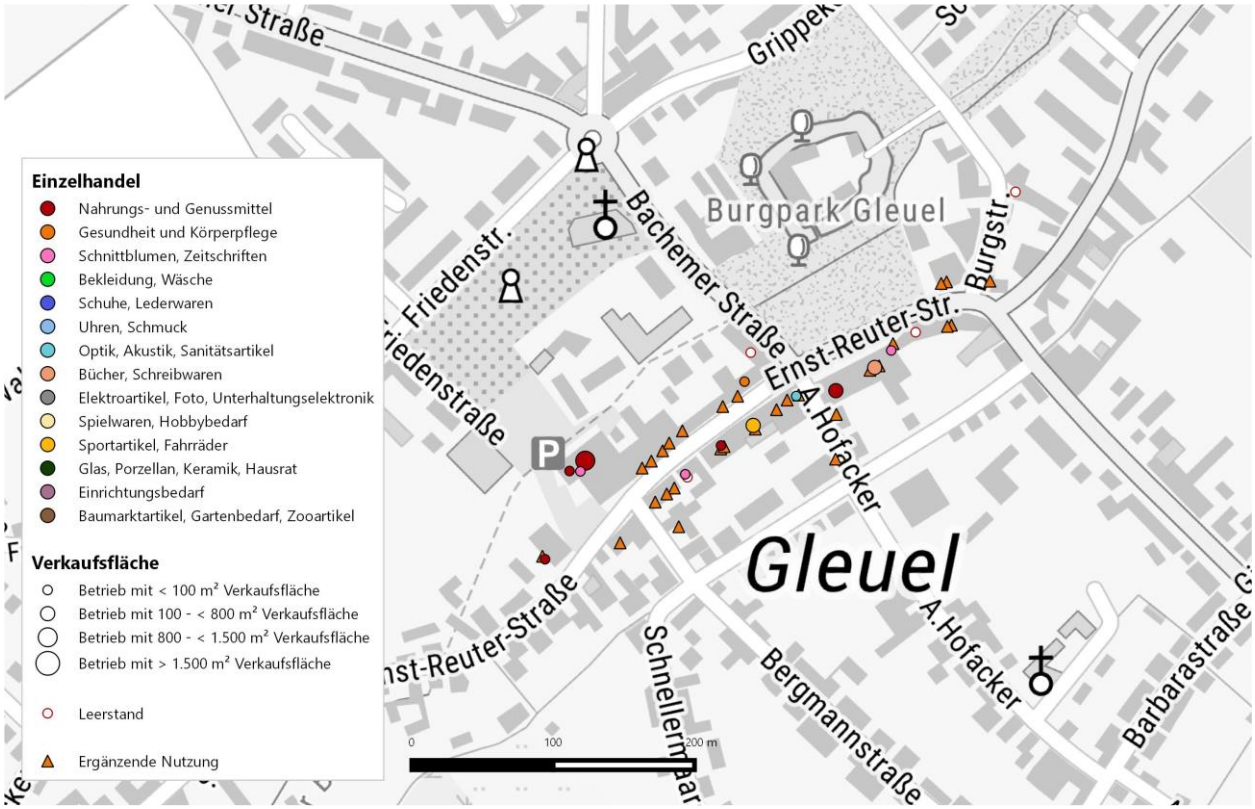






Quelle: cima (2020)

Abb. 38: Räumliche Verteilung des Einzelhandels im Stadtteilzentrum Gleuel



Quelle: Geobasis-DE/BKG (2021); Bearbeitung: cima (2021)

Räumliche Verteilung des Einzelhandelsbesatzes

Der Einzelhandelsbesatz sowie die ergänzenden Nutzungen konzentrieren sich an der erschließenden Ernst-Reuter-Straße. Im Vergleich zu 2015 ist für das Zentrum ein Rückgang im Besatz festzustellen; so wurden noch 12 der ursprünglich 16 Einzelhandelsbetriebe sowie 1.950 statt zuvor 2.710 m² Verkaufsfläche erfasst. Der Verkaufsflächenschwerpunkt liegt im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel, welches über zwei Drittel der Verkaufsfläche innerhalb des Zentrums Gleuel einnimmt. Mit weitem Abstand folgen die mittel- und langfristigen Sortimente, die mit Ausnahme eines Fahrradgeschäfts (in Kombination mit Fahrradreparatur) über weniger als 100 m² Verkaufsfläche verfügen.

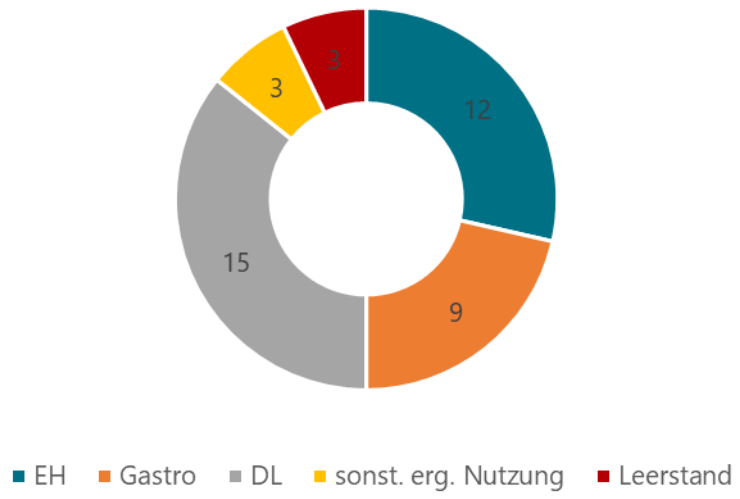
- Die starke Dominanz des Sortiments Nahrungs- und Genussmittel ist auf die Filiale der Fa REWE RICHRATH am Jakob-Eßer-Platz zurückzuführen, die – vom Standort abgesetzt – durch einen REWE Getränkemarkt sowie Anbieter des Ladenhandwerks (Bäckereien, Metzgerei) ergänzt wird. Im periodischen Bedarfsbereich sind zudem eine Apotheke sowie zwei Blumen- und ein Zeitschriftengeschäft etabliert.
- Eine Angebotslücke ist im nahversorgungsrelevanten Sortiment Drogerie- und Parfümeriewaren festzuhalten, das derzeit nahezu ausschließlich als Randsortiment des Lebensmittelanbieters angeboten wird.
- In den mittel- und langfristigen Sortimenten erschöpft sich das Angebot in einzelnen, kleinen Fachgeschäften in den Sortimenten Fahrräder, Optik / Akustik und Schreibwaren.
- Zum Zeitpunkt der Bestandsanalyse waren im Zentrum Gleuel drei leerstehende Ladenlokale festzustellen.

Abb. 39: Verkaufsflächen und Umsatz im Stadtteilzentrum Gleuel

	Verkaufsfläche		Umsatz	
cima-Warengruppe	(in m²)	(in %)	(in Mio. €)	(in %)
Periodischer Bedarf insgesamt	**1.610**	**82,6**	**7,8**	**85,7**
Nahrungs- und Genussmittel	1.330	68,2	6,6	72,5
Übriger periodischer Bedarf	280	14,3	1,3	14,3
Aperiodischer Bedarf insgesamt	**340**	**17,4**	**1,3**	**14,3**
SUMME	**1.950**	**100,0**	**9,1**	**100,0**

Quelle: cima (2021)
Anmerkung: Aus datenschutzrechtlichen Gründen erfolgt eine Zusammenfassung der Sortimente.

Abb. 40: Verteilung der Nutzungen im Zentrum Gleuel



Quelle: cima (2021)

Das Gleueler Zentrum ist durch einen überdurchschnittlichen Anteil an gastronomischen und dienstleistungsbezogenen Nutzungen zu charakterisieren, auf die zusammen etwa 57 % der Einheiten entfallen. Der Einzelhandel nimmt einen Anteil von 29 % ein. Die Leerstandsquote liegt mit 7 % auf durchschnittlichem Niveau.

4.4.5 Stadtteilzentrum Hermülheim

Städtebauliche Analyse

Die Aufenthaltssituation im Zentrum Hermülheim wurde lange Zeit durch die starke Verkehrsbelastung der erschließenden Luxemburger Straße – in ihrer Funktion als Bundesstraße – dominiert. Das Zentrum, welches sich zwischen den Abzweigen Hans-Böckler-Straße / Horbeller Straße sowie Bonnstraße erstreckt, besitzt daher kaum Verweilqualität. Städtebaulich wird das Zentrum durch das Gebäude Luxemburger Straße 303, Standort eines Möbelhauses sowie u. a. einer Polizeidienststelle, geprägt. Die baulichen Strukturen sind insgesamt als funktional, jedoch sehr ungegliedert zu bewerten. Vor allem im oberen Abschnitt der Luxemburger Straße sind in den Erdgeschosslagen überwiegend Ladenlokale und in den Obergeschossen Wohnnutzungen zu finden. Dabei sind jetzt deutliche Tendenzen von Trading-Down erkennbar, die sich z. B. in einem Besatz von Spielhallen und Wettbüros dokumentieren. Demgegenüber dünnt die Erdgeschossnutzung durch Ladenlokale im mittleren Abschnitt sowie im südwestlichen Bereich des Zentrums deutlich aus und wird hauptsächlich durch Wohnnutzungen ersetzt. Im Kreuzungsbereich Bonnstraße / Luxemburger Straße treten gewerbliche Anbieter (überwiegend Dienstleister) in den Vordergrund; hier bilden zudem moderne Gebäudekomplexe Raumkanten. Von einzelnen Gebäuden abgesehen vermittelt das Zentrum insgesamt einen wenig attraktiven Eindruck; zudem ist in vielen Bereichen ein erheblicher Sanierungsstau festzustellen.

Die verkehrliche Erreichbarkeit ist über die Luxemburger Straße als gut zu bewerten. Entlang der Luxemburger Straße stehen Parkmöglichkeiten zur Verfügung. Das Zentrum ist zudem an mehrere Buslinien angebunden; ferner liegt der Bahnhof Hermülheim (Stadtbahnlinie 18) rund 250 m von der Kreuzung Luxemburger Straße / Hans-Böckler-Straße entfernt.

Mit der Eröffnung der Umgehung B 265 n und der damit einhergehenden Verkehrsreduzierung besteht die Chance, die Aufenthaltsqualität im Zentrum nachhaltig zu verbessern. Im Rahmen des Integrierten Städtebaulichen Entwicklungskonzeptes Hermülheim wurden unter dem Titel „Neue Lebensader Lux – Vom Durchgangsort zum Aufenthaltsort" bereits verschiedene gestalterische und funktionale Aufwertungsmaßnahmen als Grundlage für den weiteren Planungsprozess erarbeitet.[32]

Abb. 41: Zentrum Hermülheim (Luxemburger Straße)

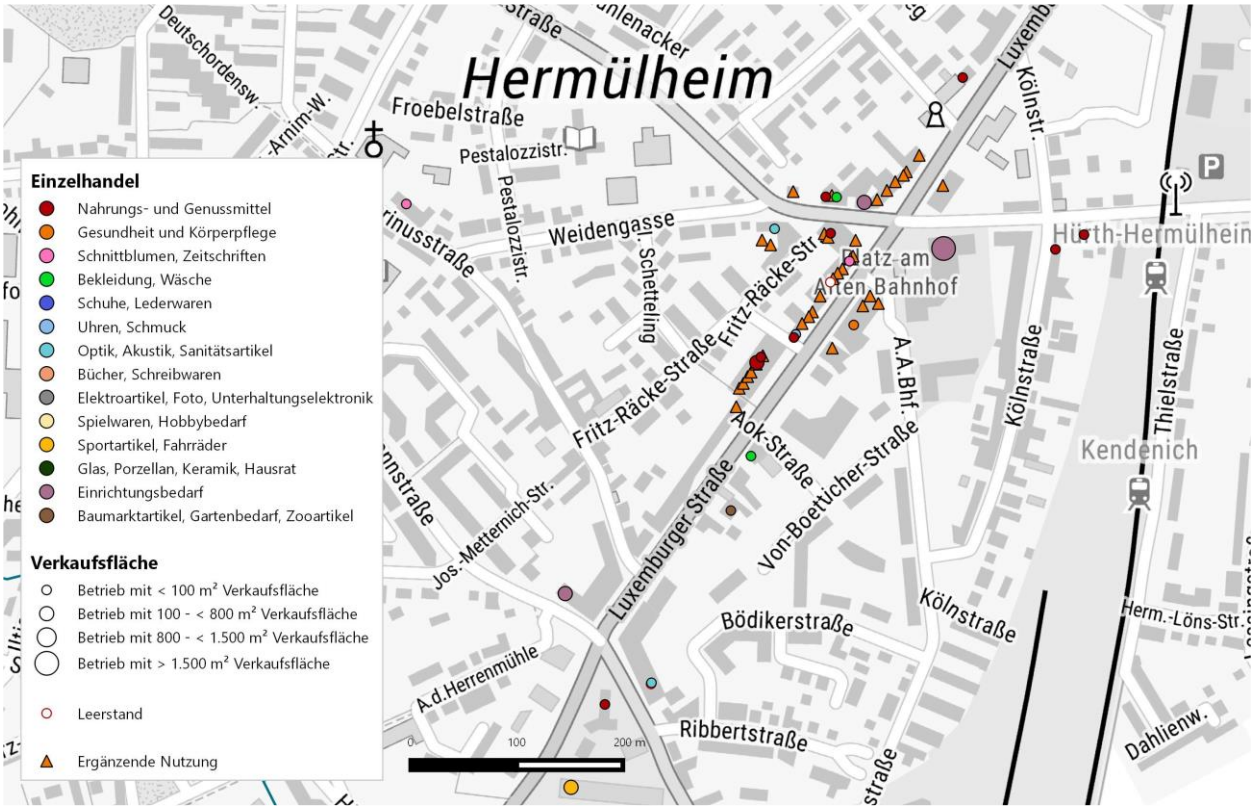


[32] Quelle: Integriertes Städtebauliches Entwicklungskonzept Hermülheim, SSR Schulten Stadt- und Raumentwicklung, Juni 2019



Quelle: cima (2020)

Abb. 42: Räumliche Verteilung des Einzelhandels im Stadtteilzentrum Hermülheim



Quelle: Geobasis-DE/BKG (2021); Bearbeitung: cima (2021)

Räumliche Verteilung des Einzelhandelsbesatzes

Der Einzelhandelsbesatz im Zentrum Hermülheim erstreckt linear entlang der erschließenden Luxemburger Straße und erfährt eine Verdichtung im Kreuzungsbereich Hans-Böckler-Straße / Horbeller Straße. Im Vergleich zu 2015 hat die Anzahl der Betriebsstätten deutlich zugenommen; von seinerzeit 11 auf nunmehr 17 Betriebe. Allerdings ist ein dabei ein leichter Verkaufsflächenrückgang (von 6.295 m² auf 5.920 m²) zu konstatieren. Im Hinblick auf die Besatzstruktur ist die Besonderheit hervorzuheben, dass mit rd. 84 % der Gesamtverkaufsfläche das langfristige Sortiment Möbel dominiert, während die Verkaufsfläche in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten auf 570 m² beschränkt ist.

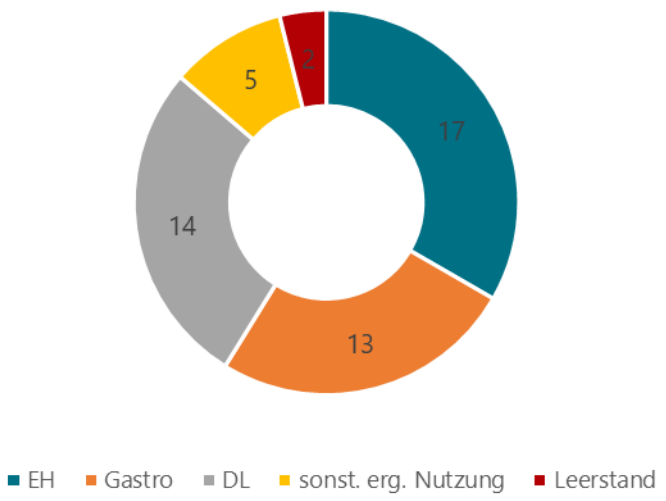
- Das vorherrschende Sortiment Möbel bezieht sich vor allem auf den Fachanbieter INNATURA, der im Kreuzungsbereich Hans-Böckler-Straße / Luxemburger Straße platziert ist. Als ergänzende Anbieter sind das Küchenfachgeschäft FAHN in der Bonnstraße sowie eine Filiale der Fa. MATRATZEN CONCORD in der Horbeller Straße zu nennen.
- Nahrungs- und Genussmittel werden durch den kleinen Nahversorgermarkt NAHKAUF Frischemarkt sowie Anbieter des Ladenhandwerks (Bäckereien) vorgehalten. Ein dezidiertes Angebot im Segment Drogerie- und Parfümeriewaren ist nicht vorhanden.
- Die weiter mittel- bzw. langfristigen Angebote sind über das dominierende Sortiment Möbel hinaus nur wenig vertreten; es gibt einige kleinere Fachgeschäfte, z. B. in den Sortimenten Bekleidung, Wäsche sowie Optik, Akustik.

Abb. 43: Verkaufsflächen und Umsatz im Stadtteilzentrum Hermülheim

	Verkaufsfläche		Umsatz	
cima-Warengruppe	(in m²)	(in %)	(in Mio. €)	(in %)
Periodischer Bedarf insgesamt	**570**	**9,6**	**3,3**	**23,1**
Nahrungs- und Genussmittel	490	8,3	2,8	19,6
Übriger periodischer Bedarf	80	1,3	0,5	3,5
Aperiodischer Bedarf insgesamt	**5.350**	**90,4**	**11,0**	**77,0**
Einrichtungsbedarf	4.960	83,8	9,2	64,8
Übriger aperiodischer Bedarf	390	6,6	1,7	12,1
SUMME	**5.920**	**100,0**	**14,3**	**100,0**

Quelle: cima (2021)
Anmerkung: Aus datenschutzrechtlichen Gründen erfolgt eine Zusammenfassung der Sortimente.

Abb. 44: Verteilung der Nutzungen im Zentrum Hermülheim



Im Zentrum Hermülheim sind aktuell 17 Einzelhandelsbetriebe, 13 gastronomische Betriebe und 14 Dienstleister ansässig. Im Vergleich der anderen Stadtteilzentren wird ein hoher Anteil gastronomischer Betriebe sichtbar. Aktuell nur zwei Leerstände – dies entspricht einer Quote von 4 % - deuten auf eine entspannte Situation hin, allerdings sind im Zentrum eine Reihe sogenannter Mindernutzungen vorhanden, die sich negativ auf das Umfeld und die Entwicklungsfähigkeit des Zentrums auswirken.

Quelle: cima (2021)

4.5 Marktgebiet und Kaufkraftpotenzial

4.5.1 Marktgebiet des Einzelhandelsstandorts Hürth

Als Marktgebiet eines Einzelhandelsstandortes ist der Bereich zu bezeichnen, aus dem der Handelsstandort regelmäßig aufgesucht wird. Üblicherweise wird das Marktgebiet dabei von unterschiedlichen Faktoren beeinflusst. Zu nennen sind hierbei:

- Angebotsqualität, Branchenmix und Anteil der filialisierten Anbieter in den Zentren
- Stadtstruktur bzw. Verteilung der Bevölkerung im Stadtgebiet
- verkehrliche Infrastruktur und damit verbunden die Erreichbarkeit der Handelsstandorte
- Pendlerbewegungen, auch im Hinblick auf nahe Oberzentren als Arbeitsplatzschwerpunkte
- konkurrierende Wettbewerbsstandorte in der Region

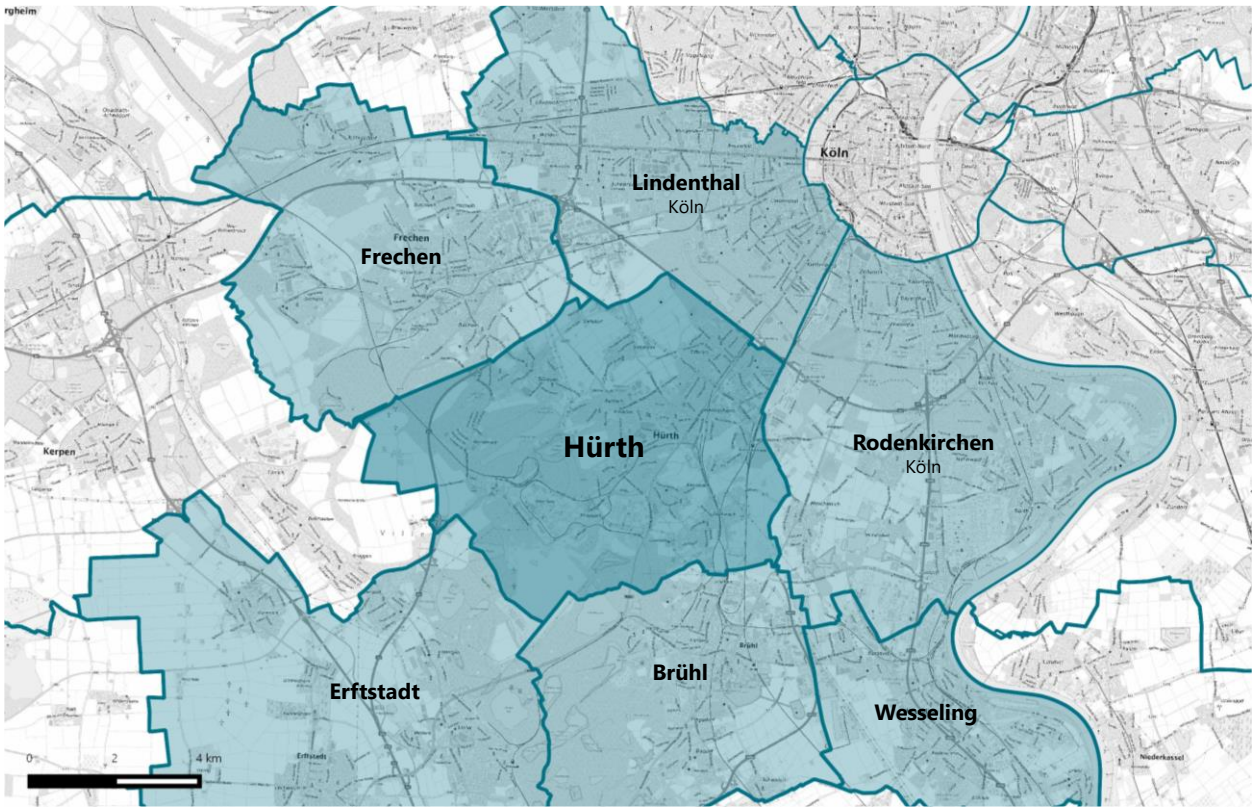
Von besonderer Bedeutung für die Attraktivität des Einzelhandels in der Stadt Hürth ist das Shopping-Center Hürth-Park. Aufgrund der Größe, Struktur und Vielfalt des Angebotes ist davon auszugehen, dass der Hürth-Park eine erheblich über die Stadtgrenzen hinausgehende Anziehungskraft entfaltet, vor allem in Hinblick auf die innenstadtprägenden Sortimente. Es ist somit anzunehmen, dass insbesondere aus den unmittelbar angrenzenden Städten Brühl, Erftstadt, Frechen wie auch aus angrenzenden Kölner Stadtteilen sowie aus Wesseling beachtliche Kundenanteile den Hürth-Park aufsuchen.[33]

Unter Einbeziehung der dargestellten Faktoren ergibt sich für den Einzelhandel in der Stadt Hürth ein Marktgebiet, das neben dem eigenen Stadtgebiet – mit einer entsprechend abgestuften Marktorientierung – auch die umliegenden Städte Brühl, Erftstadt, Frechen, Köln (Stadtbezirke Lindenthal, Rodenkirchen) und Wesseling umfasst.

Zu beachten ist zudem, dass vor allem die Nähe zum attraktiven Oberzentrum Köln eine starke Wettbewerbskulisse darstellt. Auch durch seine Funktion als Arbeitsstandort ergeben sich aus dem abgegrenzten Marktgebiet ebenso intensive Verflechtungen in das Oberzentrum, die zu einer entsprechenden Kaufkraftbindung führen.

[33] Eine Kundenwohnortuntersuchung war nicht Gegenstand der Untersuchung. Die dargestellten Erkenntnisse basieren u. a. auf der im Zuge des Einzelhandelskonzeptes 2016 durchgeführten Analyse; aufgrund der annähernden Konstanz des bestehenden Angebots sowie der räumlichen Verflechtungen dürften diese weiterhin Gültigkeit besitzen.

Abb. 45: Marktgebiet der Einkaufsstadt Hürth



Quelle: GeoBasis-DE/BKG (2021), Bearbeitung cima (2021).

4.5.2 Nachfragepotenzial im Marktgebiet

Das Nachfragepotenzial des Hürther Einzelhandels setzt sich in Anlehnung an das dargestellte Marktgebiet aus der vorhandenen Nachfrage aus dem eigenen Stadtgebiet, ergänzt um die Kaufkraftzuflüsse aus den umliegenden Städten Brühl, Erftstadt, Frechen, Köln und Wesseling zusammen. Seit der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes 2016 ist eine Verringerung der Kaufkraftkennziffer von 107,6 auf 106,5 zu konstatieren. Dennoch verfügt die Stadt Hürth auch weiterhin über ein Nachfragepotenzial, das deutlich über dem Bundesdurchschnitt liegt (Bundesdurchschnitt = 100).

Das Nachfragepotenzial errechnet sich auf Basis der gemeindescharfen Einwohnerzahlen und der spezifischen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer vor Ort. Es wird dabei ein Ausgabesatz pro Kopf im stationären Einzelhandel von 5.589 € für das Jahr 2021 zugrunde gelegt. Der einzelhandelsrelevante Ausgabesatz der Einwohner der Stadt Hürth beträgt damit pro Kopf 5.955 €.

Mit den getroffenen Annahmen besteht für den Hürther Einzelhandel in seinem Stadtgebiet ein Kaufkraftpotenzial von rd. 369,7 Mio. €. Davon entfallen etwa 188,2 Mio. € – knapp die Hälfte – auf den täglichen Bedarf. Im aperiodischen Bedarfsbereich beläuft sich das Nachfragepotenzial auf rd. 181,5 Mio. €.

Abb. 46: Kaufkraftpotenzial im Stadtgebiet Hürth

cima-Warengruppe	Kaufkraftpotenzial (in Mio. €)
Periodischer Bedarf insgesamt	**188,2**
Nahrungs- und Genussmittel	152,7
Gesundheit, Körperpflege	29,8
Schnittblumen, Zeitschriften	5,7
Aperiodischer Bedarf insgesamt	**181,5**
Bekleidung, Wäsche	34,5
Schuhe, Lederwaren	10,7
Bücher, Schreibwaren	6,7
Spielwaren, Hobbybedarf	4,5
Sportartikel, Fahrräder	13,5
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	32,1
Uhren, Schmuck	4,8
Sanitätsartikel, Optik, Akustik	11,4
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	5,5
Einrichtungsbedarf	26,7
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel	31,3
SUMME	**369,7**

Quelle: cima (2021)

4.5.3 Online-Kaufkraft der Bevölkerung der Stadt Hürth

Die Entwicklung des Onlinehandels hat in den vergangenen Jahren maßgeblich die allgemeine Einzelhandelsentwicklung beeinflusst; sie ist zu einem beherrschenden Thema, vor allem im Hinblick auf die zukünftige Perspektive des stationären Einzelhandels, geworden.

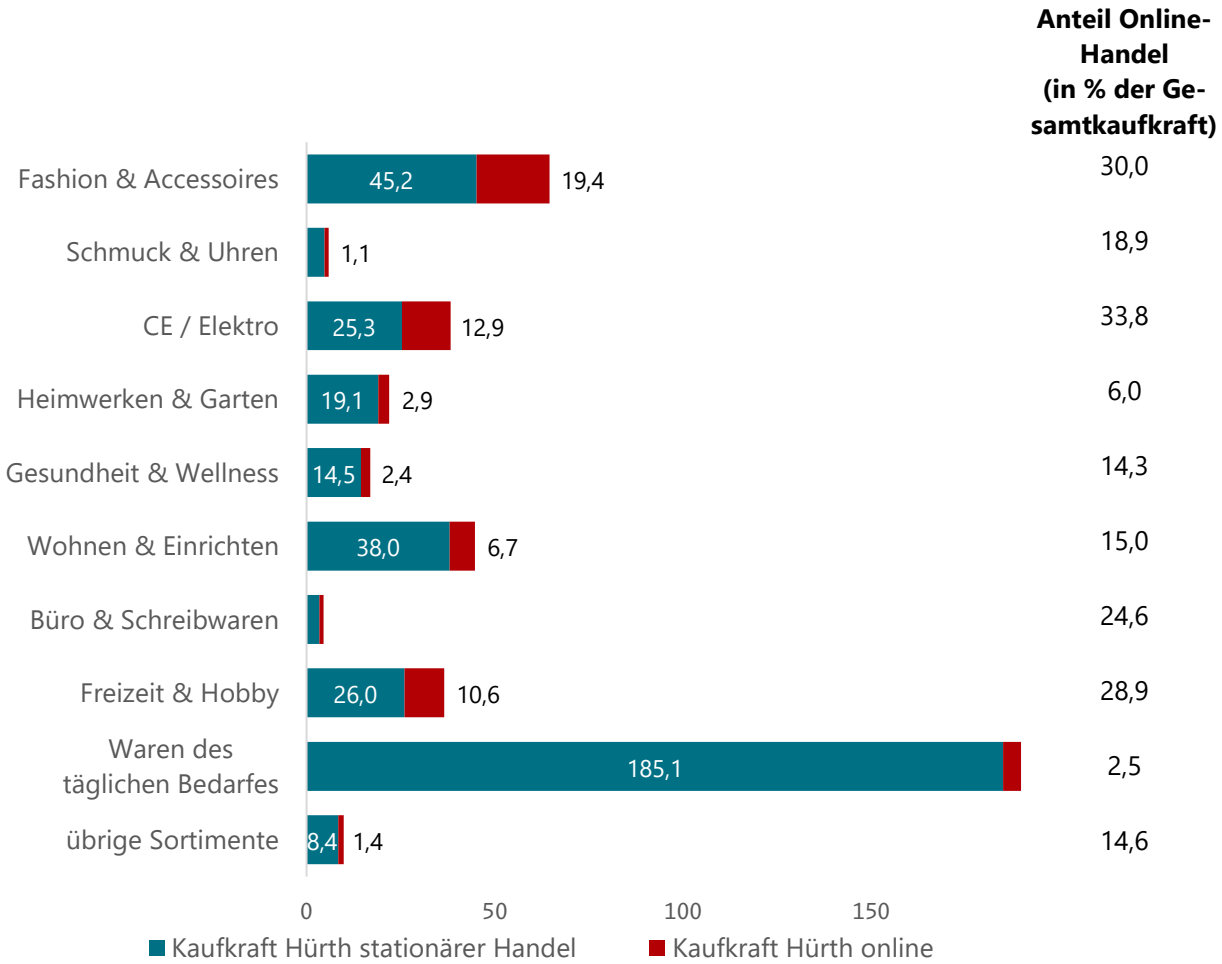
Somit ist auch für den Hürther Einzelhandel zu beachten, dass die vielfältigen Angebote des Onlinehandels von der lokalen Bevölkerung genutzt werden. Das vorhandene Kaufkraftpotenzial steht daher in Teilen dem lokalen stationären Einzelhandel gar nicht zur Verfügung. Dabei sind die Sortimente in unterschiedlichem Maße vom Onlinehandel betroffen. Zur Verdeutlichung des in Hürth vorhandenen Kaufkraftpotenzials für den Onlinehandel wurde unter Heranziehung der aktuellen, gemeindescharfen Einwohnerzahlen, des in Kap. 4.5.2 ermittelten Kaufkraftpotenzials der Hürther Bevölkerung im stationären Einzelhandel sowie dem vom HDE veröffentlichten bzw. vom IFH erstellten Online-Monitor 2020 das Online-Kaufkraftpotenzial der Hürther Bevölkerung ermittelt. Dabei wird die Annahme getroffen, dass sich das Online-Einkaufsverhalten nicht vom Einkaufsverhalten im Bund allgemein unterscheidet.[34]

[34] Die massiven Veränderungen im Rahmen der Corona-Pandemie (vgl. Kapitel 2) können zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch nicht berücksichtigt werden.

Abb. 47 verdeutlicht folgende Aspekte:

- Insbesondere die Sortimente Unterhaltungselektronik / Elektroartikel (33,8 %), Sport- und Freizeitartikel (28,9 %) sowie Bekleidung (30,0 %) weisen die höchsten Online-Anteile auf.
- Bei den Waren des täglichen Bedarfes hat der Online-Handel weiterhin nur eine untergeordnete Bedeutung; sein Anteil liegt derzeit bei rd. 2,5 %.
- Unter Einbeziehung aller Sortimente beträgt der Online-Anteil an der lokalen Kaufkraft in der Stadt Hürth rd. 15 %. Maßgeblich beeinflusst wird dieser Wert vom niedrigen Online-Anteil bei den Waren des täglichen Bedarfes, die naturgemäß einen sehr hohen Anteil am Gesamtvolumen ausmachen.

Abb. 47: Kaufkraft in der Stadt Hürth für den Handel stationär und online



Quelle: cima (2021); eigene Berechnung auf Grundlage HDE Handelsverband Deutschland (2021): Online-Monitor 2020. Berlin und aktueller Bevölkerungsdaten der Stadt Hürth

4.6 Einzelhandelszentralität der Stadt Hürth

Die Einzelhandelszentralität einer Kommune beschreibt das Verhältnis des in der Kommune getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der in der Kommune vorhandenen Kaufkraft. Zur Berechnung der Einzelhandelszentralität gilt die folgende Formel:

$$\text{Einzelhandelszentralität Stadt Hürth} = \frac{\text{Einzelhandelsumsatz im Stadtgebiet Hürth (in Mio. €)}}{\text{Kaufkraftpotenzial im Stadtgebiet Hürth (in Mio. €)}} \times 100$$

Handelszentralitäten von über 100 signalisieren dabei Kaufkraftzuflüsse, d. h. die betrachtete Kommune als Handelsstandort zieht Kaufkraft von außerhalb an, wohingegen Handelszentralitäten von unter 100 einen Abfluss von Kaufkraft an Standorte außerhalb der Kommune ausweisen. Neben der Handelszentralität für den gesamten Einzelhandel werden dabei auch Handelszentralitäten für einzelne Sortimente ermittelt und ausgewiesen. Hier gilt: Je größer die Handelszentralität in einem einzelnen Sortiment, umso höher ist die Attraktivität für außerhalb der Kommune wohnhafte Kunden.

Dabei sind z. B. die Verkaufsflächenqualität und -quantität, der Branchenmix, die regionale und überregionale Verkehrsanbindung, die Kaufkraft im Marktgebiet sowie die regionale Wettbewerbssituation einige der bestimmenden Faktoren für die Einzelhandelszentralität einer Kommune.

Abb. 48: Nachfragevolumen, Umsatz und Handelszentralität in der Stadt Hürth

cima-Hauptwarengruppe	Umsatz (in Mio. €)	Kaufkraftpotenzial (in Mio. €)	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	115,9	152,7	76
Gesundheit und Körperpflege	25,0	29,8	84
Schnittblumen, Zeitschriften	2,9	5,7	50
Periodischer Bedarf	**143,8**	**188,2**	**76**
Bekleidung, Wäsche	48,7	34,5	141
Schuhe, Lederwaren	7,1	10,7	66
Bücher, Schreibwaren	6,4	6,7	96
Spielwaren, Hobbybedarf	3,3	4,5	72
Sportartikel, Fahrräder	5,7	13,5	42
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	33,5	32,1	104
Uhren, Schmuck	3,1	4,8	64
Optik, Akustik, Sanitätsartikel	6,5	11,4	57
Glas, Porzellan, Keramik / Hausrat	4,8	5,5	88
Einrichtungsbedarf	22,8	26,7	86
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel	42,2	31,3	135
Aperiodischer Bedarf insgesamt	**183,9**	**181,5**	**101**
Einzelhandel insgesamt	**327,7**	**369,7**	**89**

Quelle: cima (2021)

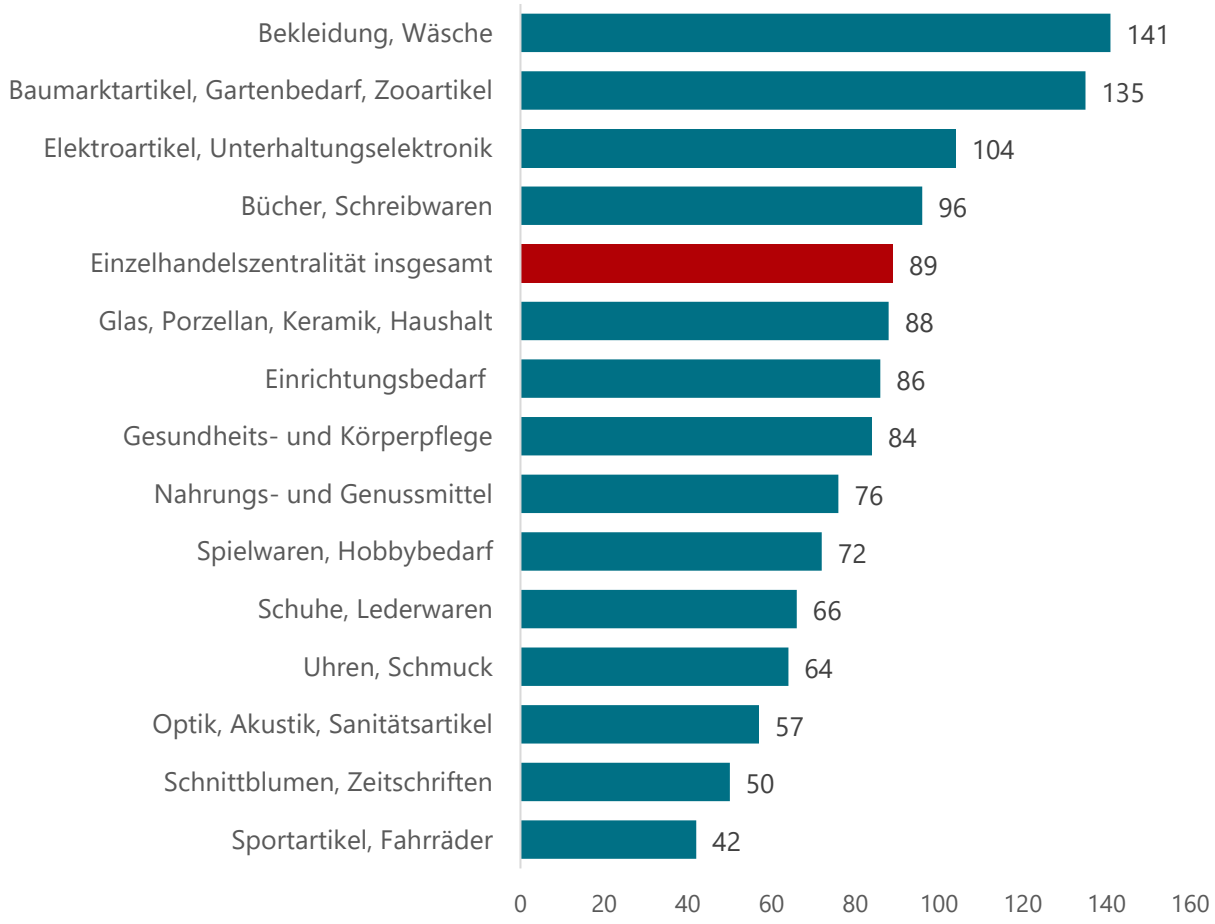
Die Handelszentralität der Stadt Hürth liegt im Jahr 2020 bei der Betrachtung aller Sortimente bei einem Wert von 89. Somit ist festzustellen, dass der örtliche Einzelhandel nicht die gesamte, in der Stadt Hürth verfügbare Kaufkraft halten kann; per Saldo fließen rd. 10 % der Kaufkraft nach außen ab. Damit wird deutlich, dass die starke Wettbewerbskulisse, vor allem durch das nordöstlich angrenzende Oberzentrum Köln, nennenswerte Auswirkungen auf den Einzelhandel in der Stadt Hürth hat. Da alle angrenzenden Städte ebenfalls als Mittelzentren mit einem attraktiven Einzelhandelsbesatz fungieren, sind in der Region differenzierte Einkaufsverflechtungen zu berücksichtigen.

Im Vergleich zu 2016 ist im Hinblick auf die Zentralität über alle Sortimente eine Abnahme festzustellen; der entsprechende Wert lag seinerzeit bei 99. Die Abnahme ist vor allem durch die strukturellen Veränderungen im Einzelhandelsbesatz, insbesondere die Schließung des REAL SB-Warenhauses im Hürth-Park, zu begründen.

Mit Blick auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente ist im Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel eine rückläufige Entwicklung der Zentralität von 84 (2016) auf nunmehr 76 festzuhalten. Hier spiegelt sich ebenfalls vorrangig die Schließung des REAL SB-Warenhauses wider; sie konnte nur in Teilen durch mittlerweile erfolgte Neuansiedlungen aufgefangen werden. Der insgesamt verfügbaren Kaufkraft im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel von 152,7 Mio. € steht ein Umsatz im Sortiment von 115,9 Mio. gegenüber; somit ist auch weiterhin ein deutlicher Kaufkraftabfluss in einer Größenordnung (per Saldo) von 36,8 Mio. € an Standorte außerhalb der Stadt Hürth zu unterstellen. Auch im ebenfalls nahversorgungsrelevanten Sortiment Gesundheit und Körperpflege zeichnet sich eine deutlich verringerte Zentralität von 139 auf 84 ab. Auch hier ist zum einen die Schließung des REAL SB-Warenhauses als ein auslösender Faktor zu benennen, verfügte er doch über ein ausgedehntes Angebot im relevanten Sortiment. Zum anderen sind die Veränderungen aber auch auf die Schließung des ROSSMANN Drogeriefachmarktes im Hürth-Park zurückzuführen. Insgesamt zeigt sich, dass in der Stadt Hürth rechnerisch Potenzial für die Erweiterung von bestehenden Betrieben bzw. für gezielte Ergänzungen und Neuansiedlungen vorhanden ist.

Bei den Sortimenten des aperiodischen Bedarfes ergibt sich eine gute Handelszentralität von 101; der in der Stadt Hürth vorhandenen Kaufkraft in Höhe von 181,5 Mio. € steht ein lokal erzielter Umsatz in einer Größenordnung von 183,9 Mio. € gegenüber. Die für ein Mittelzentrum überdurchschnittliche Zentralität wird vor allem durch die Angebote im Einkaufszentrum Hürth-Park bestimmt, das mit den dominierenden, zentrentypischen Sortimenten Bekleidung, Wäsche sowie Elektroartikel / Unterhaltungselektronik eine erhebliche Anziehung auf die Bevölkerung der Umlandkommunen ausübt und damit deutliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland generiert. Großflächige Magnetbetriebe, wie C & A, H & M, OLYMP & HADES und PEEK & CLOPPENBURG, weisen eine hohe Attraktivität auf und sorgen damit für eine entsprechend hohe Handelszentralität (141) im Sortiment Bekleidung, Wäsche. Die mit einem Wert von 104 ebenfalls überdurchschnittliche Zentralität im Sortiment Elektroartikel / Unterhaltungselektronik ist vorrangig mit dem ebenfalls im Hürth-Park angesiedelten SATURN Elektrofachmachmarkt zu begründen. Auch das Sortiment Baumarktartikel, Gartenbedarf verdeutlicht mit einer Zentralität von 139 die hohe Ausstrahlungskraft vornehmlich des flächenstarken Bau- und Heimwerkerfachmarkes BAUHAUS am Standort Luxemburger Straße.

Abb. 49: Sortimentsspezifische Handelszentralitäten in der Stadt Hürth



Quelle: cima (2021)

Alle weiteren Sortimente weisen Handelszentralitäten unterhalb der 100er-Marke auf und signalisieren damit per Saldo Kaufkraftabflüsse nach außerhalb. Dabei ist zwischen den weiteren zentrenprägenden Sortimenten, wie z. B. Schuhe, Lederwaren und Uhren, Schmuck, sowie den nicht zentrentypischen Sortimenten zu unterscheiden.

Die Angebote bei den zentrenprägenden Sortimenten Bücher / Schreibwaren sowie Glas / Porzellan / Keramik / Hausrat sind mit Zentralitäten von 96 bzw. 88 vor dem Hintergrund der regionalen Wettbewerbssituation noch als gut zu bewerten. Deutlich niedrigere Handelszentralitäten zwischen 72 und 57 sind demgegenüber bei Schuhen / Lederwaren, Spielwaren / Hobbybedarf sowie Optik / Akustik / Sanitätsartikeln zu konstatieren. Die Werte korrelieren zum Teil mit Angebotsdefiziten, vor allem in den Zentren der Stadt Hürth, aber auch mit den regionalen Wettbewerbsstrukturen. So ist beispielsweise anzunehmen, dass der am Standort Köln-Marsdorf etablierte SMYTHS TOYS Fachmarkt (ehemals TOYS ´R´ US) auch aus dem Hürther Stadtgebiet deutliche Kaufkraftanteile im Segment Spielwaren abzieht. Bei Schuhen werden z. B. die Kaufkraftabflüsse in die Kölner Innenstadt von größerer Bedeutung sein.

Mit dem Sortiment Sportartikel / Fahrräder weist nur eines der betrachteten Sortimente mit einem Wert von 42 eine Zentralität von unter 50 auf. Als Grund hierfür ist vor allem das ausgedehnte Angebot im Kölner Stadtteil Marsdorf mit dem dort etablierten DECATHLON Sportfachmarkt zu nennen.

5 Räumliches Leitbild, Entwicklungsziele und Konzeption

5.1 Räumliches Leitbild der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Hürth

Um die folgend formulierten Empfehlungen in den kommunalentwicklungspolitischen Kontext einzuordnen, bedarf es zunächst der Herausstellung der wesentlichen Zielsetzungen eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes.

Der Einzelhandel hat für den Städtebau und die Kommunalentwicklung eine hohe Bedeutung. Neben seiner Versorgungsfunktion für die ansässige Bevölkerung trägt er entscheidend zur Belebung, Funktion und Gestaltung der Zentren bei, sodass diese ihren Aufgaben im Stadtgefüge als attraktive Aufenthalts- und Kommunikationsorte sowie als identifikationsbildende Bereiche gerecht werden können. Daher haben die Sicherung und Entwicklung der lokalen Versorgungsstrukturen eine hohe Bedeutung, auch und insbesondere vor dem Hintergrund des weiter anhaltenden Strukturwandels im Handel sowie der Beschleunigung infolge der Corona-Pandemie.

Hinzu kommt, dass grundsätzlich alle Investitions- und Sachentscheidungen im Handel in privater Hand liegen. Die Stadt Hürth kann hier nur die Rahmenbedingungen für zukünftige Entwicklungen in Form von Planungsgrundlagen vorgeben. Steuernd darf sie nur dann mit den ihr zur Verfügung stehenden Mitteln eingreifen, wenn andernfalls negative Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung oder auf die Funktions- und Entwicklungsfähigkeit Zentraler Versorgungsbereiche in der Stadt oder umliegenden Kommunen zu befürchten sind.

Grundsätzlich kommen für die räumliche Entwicklung des Einzelhandels in einem Mittelzentrum wie der Stadt Hürth folgende Szenarien in Betracht:

Das zentralistische Prinzip des „starken Zentrums" mit einer Konzentration von Angeboten möglichst aller Bedarfsstufen auf das Hauptzentrum

Das zentralistische Prinzip bietet grundsätzlich zunächst den Vorteil einer Bündelung des Einzelhandelsangebotes an einer Stelle im Stadtgebiet, steht damit aber gleichzeitig auch dem Prinzip der wohnortnahen Versorgung entgegen, sofern es sich, wie bei der Stadt Hürth, um eine Stadt mit einer ausgeprägten Stadtteilstruktur handelt. Zudem ist zu beachten, dass das zentralistische Prinzip dem Ideal der Stadt der kurzen Wege dahingehend widerspricht, als dass die überwiegende Anzahl der Kunden größere Distanzen zur Versorgung mit Waren des periodischen Bedarfes auf sich nehmen müssen.

Sinnhaft ist das zentralistische Prinzip daher vorrangig für Grundzentren und kleinere Mittelzentren ohne ausgeprägte Stadtteilstruktur.

Das polyzentrische Prinzip der „starken Stadtteilzentren" mit einer Konzentration der Angebote möglichst aller Bedarfsstufen auf verschiedene Stadtteilzentren

Die Anwendung des polyzentrischen Prinzips ist vor allem dann sinnvoll, wenn aufgrund der historischen Entwicklung oder des Zusammenschlusses von verschiedenen kleineren Gemeinden mit starken Zentren zu einer Gesamtstadt ein ausgeprägtes Hauptzentrum im Stadtgebiet fehlt und die Versorgungsfunktionen für die Bevölkerung vielmehr auf mehrere, ähnlich strukturierte Zentren verteilt sind. Dem Vorteil einer hohen

Identifikation der Bürger mit einzelnen Stadtteilzentren steht dabei aber z. T. eine geringe Attraktivität der Gesamtstadt als Einkaufsort gegenüber, wenn eine Bündelung der Anziehungskraft durch eine starke Innenstadt nicht erreicht wird.

Ein regionales Beispiel ist dabei die Stadt Erftstadt mit den Zentren Lechenich und Liblar.

Das hierarchische Prinzip des „Netzes von Zentren unterschiedlicher Funktionen" mit einem Hauptzentrum, mehreren Nebenzentren und funktionierenden Nahversorgungszentren.

Das hierarchische Prinzip nimmt dabei das Zentrale-Orte-Prinzip nach Christaller auf, nach dem die Orte der höheren Hierarchiestufe (i. e. das Hauptzentrum) über Ausstattungsmerkmale verfügen, die den Orten der darunterliegenden Hierarchiestufe (i. e. den Nebenzentren bzw. Nahversorgungszentren) fehlen. Damit ermöglicht es das hierarchische Prinzip zum einen, spezialisierte Angebote, die von einem größeren Kundenkreis nachgefragt werden, an einem möglichst zentralen Standort zu bündeln; gleichzeitig können periodisch nachgefragte Waren an den Standorten niedrigerer Hierarchie (Nebenzentren, Nahversorgungszentren) angeboten werden. Somit wird durch das hierarchische Prinzip auch dem Ziel der Stadt der kurzen Wege entsprochen.

Für das Mittelzentrum Hürth sollte, wie bislang schon umgesetzt, auch weiterhin das **hierarchische Prinzip eines Netzes von Zentren unterschiedlicher Funktion** als Entwicklungsansatz gelten.

5.2 Ziele der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Hürth

Im Hinblick auf die zukünftige Entwicklung des Einzelhandelsstandortes wird der Stadt Hürth folgendes Zielsystem empfohlen, welches die landesplanerischen und kommunalentwicklungspolitischen Zielsetzungen sowie die Erkenntnisse aus der Bestandsanalyse berücksichtigt:

Ziel A: Sicherung der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Hürth

- Erhöhung der Kaufkraftbindung im eigenen Stadtgebiet
- stärkere regionale Positionierung als Mittelzentrum mit einem attraktiven Hauptzentrum

Ziel B: Stärkung der Funktionsvielfalt der Zentralen Versorgungsbereiche

- Sicherung und Entwicklung des Hauptzentrums Hürth-Park in seiner gesamtstädtischen und z. T. überörtlichen Versorgungsfunktion
- Sicherung der Nahversorgungszentren Alt-Hürth, Efferen, Gleuel und Hermülheim als Versorgungsstandorte für den täglichen Bedarf

Ziel C: Sicherung und Entwicklung einer flächendeckenden Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet

- Sicherung und Entwicklung der Nahversorgungsfunktion der Zentralen Versorgungsbereiche, auch unter Beachtung der Magnetfunktion der in den Zentren ansässigen Nahversorgungsbetriebe[35]
- Sicherstellung eines möglichst flächendeckenden Nahversorgungsangebotes im Stadtgebiet mit Waren des täglichen Bedarfes durch die entsprechenden Angebote in den Zentralen Versorgungsbereichen,

[35] Gerade in den Nahversorgungszentren übernehmen die Lebensmittelmärkte die Funktion eines Kundenfrequenzbringers, von dem die umliegenden, i. d. R. kleinstrukturierten Betriebe profitieren. Bricht ein solcher Magnetbetrieb weg, fehlt den kleinen Anbietern die Frequenz und damit oftmals die wirtschaftliche Grundlage für den Betrieb.

den ergänzenden Nahversorgungsstandorten in städtebaulich integrierten Lagen sowie dem stadtteilübergreifenden Versorgungsstandort

Ziel D: Sicherung und Entwicklung des funktional gegliederten Zentrenkonzeptes der Stadt Hürth

- Sicherung und Entwicklung des Hauptzentrums Hürth-Park als Zentrum mit der größten Angebots- und Nutzungsdichte
- Stärkung der Nahversorgungszentren mit einer Ausrichtung auf die Versorgung der Stadtteilbevölkerung
- Sicherung und ggf. Ausbau nahversorgungsrelevanter Ergänzungsstandorte in städtebaulich integrierten Lagen
- Begrenzung der ergänzenden Versorgungsfunktion von Fachmarktstandorten ausschließlich auf Angebote von Betrieben mit nicht nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Kernsortimenten
- Konzentration der Fachmarktstandorte auf die bestehenden Standortlagen (u. a. zur Bündelung des Verkehrs und Reduzierung des Flächenverbrauchs)
- Vorbehalt sonstiger Gewerbegebietslagen für Handwerk und Produzierendes Gewerbe

Ziel E: Schaffung von Investitions- und Planungssicherheit

- Schaffung von Investitionssicherheit durch die verbindliche Bauleitplanung
- planungsrechtliche Steuerung innerstädtischer Nutzungen außerhalb der Zentren zur Schaffung von Investitionssicherheit
- Überprüfung bestehender Bebauungspläne und deren Festsetzungen gemäß den Zielsetzungen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Hürth

5.3 Zum Begriff des Zentralen Versorgungsbereiches

Bedeutung Zentraler Versorgungsbereiche für die planungsrechtliche Steuerung des Einzelhandels

Der Begriff des „Zentralen Versorgungsbereiches" erfuhr mit der Novellierung des Baugesetzbuches und der Einführung des § 34 Abs. 3 BauGB in das Baurecht einen erheblichen Bedeutungszuwachs. Demnach ist für die Genehmigung von Ansiedlungsvorhaben im sogenannten 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.

Der Begriff des Zentralen Versorgungsbereiches findet sich darüber hinaus in weiteren (Schutz-) Normen wieder. So weist § 11 Abs. 3 BauNVO großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige vergleichbare großflächige Handelsbetriebe, die sich u. a. auf die Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden nicht nur unwesentlich auswirken können, ausdrücklich nur Kerngebieten und speziell für diese Nutzungen festgesetzten Sondergebieten zu.

§ 9 Abs. 2a BauGB ermöglicht es den Gemeinden, für die im Zusammenhang bebauten Ortsteile im Sinne von § 34 BauGB „zur Erhaltung oder Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche" mit einem einfachen Bebauungsplan die Zulässigkeit bestimmter Arten baulicher Nutzungen nach § 34 Abs. 1 und Abs. 2 BauGB zu steuern.

Begriffsdefinition und Kriterien zur räumlichen Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche

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 Begriffes Zentraler Versorgungsbereich in Landesentwicklungsprogrammen oder Einzelhandelserlassen haben ebenfalls zu einer weiteren Ausgestaltung des neuen planungsrechtlichen Instrumentariums geführt.

Das Bundesverwaltungsgericht verwendet eine Definition des Begriffs Zentraler Versorgungsbereich, die bereits in zahlreichen Urteilen und Beschlüssen zitiert wurde und daher als allgemeingültig gelten kann:

„Zentrale Versorgungsbereiche i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB sind nach der Rechtsprechung des Senats räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Bei der Beurteilung, ob ein Versorgungsbereich einen zentralen Versorgungsbereich i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB bildet, bedarf es einer wertenden Gesamtbetrachtung der städtebaulich relevanten Gegebenheiten. Auch eine räumlich konzentrierte Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben, die darauf angelegt ist, einen fußläufigen Einzugsbereich zu versorgen, kann einen zentralen Versorgungsbereich i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB bilden. Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat. Der Begriff ist nicht geografisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Zentralität kann durchaus kleinteilig sein".[36]

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

- Innerhalb eines Gemeindegebietes sind für die festgelegten Zentren die Zentralen Versorgungsbereiche räumlich abzugrenzen.
- Die Rechtsprechung hat klargestellt, dass eine Stadt mehrere Zentrale Versorgungsbereiche ausweisen kann. Dies gilt insbesondere für polyzentrisch strukturierte Städte mit eigenständigen Stadtteilen und Siedlungsbereichen oder Städte mit ausgeprägten Stadtteilstrukturen und deutlicher Aufteilung von Versorgungsbereichen.[37]
- Zentrale Versorgungsbereiche müssen eindeutig bestimmt sein. Es reicht nicht aus, sie vage, z. B. als kreisförmige Markierung, zu definieren. Es hat eine an den Grundstücksparzellen orientierte Abgrenzung zu erfolgen, um eindeutig zu definieren, welche Betriebe oder Grundstücke im Zentralen Versorgungsbereich liegen und somit schützenswert sind. „Parzellenorientiert" bedeutet in diesem Zusammenhang, dass einzelne Grundstücke, die sich aufgrund ihres Zuschnittes und der kleinräumigen Gegebenheiten nicht vollständig einem Zentralen Versorgungsbereich zuordnen lassen, nur in Teilen einem Zentralen Versorgungsbereich zugeordnet werden können.
- Für die Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche sind die nachfolgend aufgeführten Kriterien zu beachten: Vielfalt und Umfang der Angebote, Nutzungsmix, integrierte Lage, verkehrliche Erreichbarkeit. Zentrale Versorgungsbereiche zeichnen sich somit idealtypisch durch ein gemischtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Handwerksbetriebe, Büronutzungen, Wohnungen) aus, die städtebaulich und funktional eine Einheit bilden.

[36] BVerwG Urteil vom 17.12.2009 – 4 C 2.08

[37] Vgl. auch Berkemann, Halama (2005, S. 361): Erstkommentierung zum BauGB 2004. Bonn.

- 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.
- 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 differenzierten Angebote sowie die Sortimentsbreite und -tiefe zu beachten.
- Eindeutig nicht als Zentraler Versorgungsbereich abzugrenzen ist die bloße Agglomeration mehrerer Einzelhandelsbetriebe in städtebaulich nicht integrierten Lagen (z. B. der häufige Fall eines Vollsortimenters, eines benachbarten Discounters und weiterer Fachmärkte an einer Ausfahrtsstraße).
- Grundsätzlich gilt es, die aktuelle Situation und die zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten gleichermaßen zu berücksichtigen. 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:
  - Vielfalt und Umfang des vorhandenen Einzelhandelsbesatzes
  - Vielfalt und 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 Kommune
- In der aktuellen Praxis der Abgrenzung von Zentralen Versorgungsbereichen ist dabei gegenüber Abgrenzungen in früheren Einzelhandelskonzepten vielfach eine Veränderung in der Form zu beobachten, dass randlich gelegene Grundstücke mit größeren Kultur-, Freizeit-, Verwaltungs- oder Wohnnutzungen nicht mehr in den Zentralen Versorgungsbereich einbezogen werden.
- Auch in der Vergangenheit waren dies Grundstücke, die in der Regel nicht als Entwicklungsflächen des Handels in Betracht kamen. Die Verfasser früherer Einzelhandelskonzepte folgten damit den Vorgaben des § 24 a Landesentwicklungsplan (LEPro) aus dem Jahr 2007, nach denen sich Zentrale Versorgungsbereiche durch *„ein vielfältiges und dichtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen der Verwaltung, der Bildung, der Kultur, der Gesundheit, der Freizeit und des Einzelhandels“* auszeichnen. Im Vergleich dazu reduziert sich die Beachtung ergänzender Nutzungen im aktuellen Landesentwicklungsplan (Erläuterungen zu Ziel 6.5-2) auf folgenden Absatz: *„Zentrale Versorgungsbereiche sind demnach räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.“*. Die Formulierung der Verordnung im aktuellen Landesentwicklungsplan zeigt eine nachgeordnete Bedeutung der ergänzenden Nutzungen bei der Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche. Kulturelle Nutzungen,

Einrichtungen der Bildung und Verwaltungsgebäude werden in Ziel 6.5-2 des Landesentwicklungsplans nicht mehr genannt.

- Dies wird in der einschlägigen Fachliteratur wie folgt aufgegriffen: „Nach alledem setzt ein Zentraler Versorgungsbereich das Vorhandensein diverser Einzelhandelsnutzungen voraus, die aufgrund ihrer räumlichen Konzentration im Sinne eines Zentrums einen weitreichenden Versorgungsbedarf decken können (…). Das Vorhandensein von Dienstleistungsbetrieben – etwa Bank, Poststelle, Lotto / Toto, Friseur, Reinigung u. a. m. – wie auch gastronomischen Angeboten – Imbiss, Café, Eissalon, Restaurant u. a. m. – ist zwar nicht unabdingbare Voraussetzung für das Vorliegen eines Zentralen Versorgungsbereichs; eine entsprechende Nutzungsmischung vermag die Qualifizierung (…) aber regelmäßig zu verstärken.“[38]

5.4 Zentrale Versorgungsbereiche im Hürther Stadtgebiet

Auf Grundlage der Zielvorstellungen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Hürth sowie der Abgrenzungskriterien Zentraler Versorgungsbereiche lässt sich ein Konzept zur räumlichen Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtgebiet ableiten. Es handelt sich hierbei um ein hierarchisches Netz verschiedener Standorte unterschiedlicher Einstufung mit differenzierten Funktionszuweisungen, wobei grundsätzlich Haupt-, Neben- und Nahversorgungszentren sowie nahversorgungsrelevante Ergänzungsstandorte und Sonderstandorte definiert werden können. Im Stadtgebiet von Hürth lassen sich unter Berücksichtigung der tatsächlichen örtlichen Gegebenheiten die folgenden **Typen Zentraler Versorgungsbereiche abbilden**, die jeweils räumlich abgegrenzt werden:

5.4.1 Hauptzentrum

Ein Hauptzentrum (i. d. R. die Innenstadt) übernimmt gesamtstädtische und z. T. regionale Versorgungsfunktionen mit Waren aller Art, zugleich auch die Aufgaben der Nahversorgung für die Anwohner der Innenstadt.

Grundsätzlich gelten im Hauptzentrum einer Kommune keine Sortiments- oder Verkaufsflächenbegrenzungen, sofern sie nicht zu einer Beeinträchtigung anderer Zentraler Versorgungsbereiche in der jeweiligen Kommune oder einer Nachbarkommune bzw. der wohnungsnahen Versorgung führt. Damit sind in einem Hauptzentrum alle Betriebe mit zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten zulässig. Grundsätzlich sind auch Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten in Zentralen Versorgungsbereichen zulässig. In der Regel wird die Unterbringung dieser Anbieter (z. B. Gartencenter, Baumarkt) aber aus städtebaulichen und verkehrlichen Gründen nicht erfolgen.

In der Stadt Hürth ist das Shopping Center Hürth-Park als Hauptzentrum zu klassifizieren. Die dortigen Versorgungseinrichtungen übernehmen gesamtstädtische sowie regionale Versorgungsfunktionen mit Angeboten aller Bedarfsstufen – zudem Nahversorgungsfunktionen für die Stadtbezirke Hermülheim (zusammen mit dem Nahversorgungszentrum Hermülheim) und Alstädten-Burbach.

Mit der Funktionszuweisung als Hauptzentrum wird die im Einzelhandelskonzept 2016 vorgenommen Einstufung übernommen und fortgeführt.

[38] Kuschnerus, Ulrich, Bischopink, Olaf, Wirth, Alexander (2018, S. 92): Der standortgerechte Einzelhandel. Bonn.

5.4.2 Nebenzentren

Ein Nebenzentrum (häufig auch als Stadtteil- oder Stadtbezirkszentrum bezeichnet) dient überwiegend der Nahversorgung des Stadtteils oder Stadtbezirkes, darüber hinaus aber auch der Grundversorgung mit Waren des mittel- und langfristigen Bedarfes.

Die in einem Nebenzentrum zulässigen Betriebe richten sich in Art und Umfang nach der Funktion des Zentrums. Eine Gefährdung anderer Zentren innerhalb und außerhalb des Stadtgebietes ist auszuschließen. Hieraus folgt, dass ein Nebenzentrum entsprechend seiner Versorgungsfunktion auch über großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Kernsortimenten verfügen kann. Gerade in größeren Städten übernehmen die Nebenzentren häufig wichtige Versorgungsaufgaben für einwohnerstarke Stadtteile oder ganze Stadtbezirke, die einen entsprechenden Geschäftsbesatz erforderlich machen.

Angesicht der Versorgungsstrukturen und zugeordneten Einwohnerzahlen in den Hürther Stadtteilen ist derzeit kein entsprechendes Nebenzentrum im Stadtgebiet auszuweisen. Die bestehenden Zentren in den Stadtteilen übernehmen zwar wichtige Nahversorgungsfunktionen, jedoch kaum mittel- bis langfristig ausgerichtete bzw. stadtteilübergreifende Versorgungsfunktionen.

5.4.3 Nahversorgungszentren

Ein Nahversorgungszentrum dient der Versorgung der umliegenden Wohnbevölkerung im Nahbereich / Ortsteil / Quartier mit den Gütern des täglichen Bedarfes. Üblicherweise ist ein leistungsfähiger Lebensmittelanbieter in Form eines Lebensmittelvollsortimenters (mit einer Verkaufsfläche von 800 – 1.800 m²) oder eines Lebensmitteldiscounters (mit einer Verkaufsfläche von 800 – 1.200 m²) vorhanden, der durch mindestens einen Anbieter des Ladenhandwerks (üblicherweise Bäckerei) sowie nahversorgungsbezogene Dienstleistungen (z. B. Reinigung) erweitert wird. Ergänzend finden sich hierzu zumeist auch weitere Angebote des periodischen Bedarfs wie Apotheken oder Anbieter des Sortiments Drogerie- und Parfümeriewaren sowie Blumen- und Zeitschriftengeschäfte. Anbieter des mittel- und langfristigen Bedarfs sind in Nahversorgungszentren meist nur vereinzelt vorhanden oder fehlen gar gänzlich; die Sortimente werden jedoch teilweise als Randsortimente der Lebensmittelanbieter geführt. Grundsätzlich sind in Nahversorgungszentren in begrenztem Umfang zentrenrelevante Sortimente zuzulassen, so sie die Versorgung der Bevölkerung mit weitergehenden Bedarfen sicherstellen.

Innerhalb des Hürther Stadtgebietes können unter Berücksichtigung der tatsächlichen örtlichen Verhältnisse neben dem Hauptzentrum vier weitere Zentrale Versorgungsbereiche mit der Funktion eines Nahversorgungszentrums abgegrenzt werden; dies sind Alt-Hürth, Efferen, Gleuel und Hermülheim (Luxemburger Straße). Damit wird die im Einzelhandelskonzept 2016 vorgenommene Funktionsverteilung aufgenommen und unverändert fortgeschrieben.

Dabei übernimmt das Nahversorgungszentrum Alt-Hürth die Versorgung des Stadtbezirks Alt-Hürth, Knapsack und das Nahversorgungszentrum Efferen für den gleichnamigen Stadtbezirk sowie den Stadtteil Stotzheim; dem Nahversorgungszentrum Gleuel kommt die Versorgungsfunktion für die Stadtbezirke Gleuel und Berrenrath sowie den Stadtteil Sielsdorf zu und das Nahversorgungszentrum Hermülheim übernimmt zusammen mit dem Hauptzentrum Hürth die Versorgung der Stadtbezirke Hermülheim, Kalscheuren sowie Fischenich und Kendenich.

5.5 Sonstige Einzelhandelsstandorte im Hürther Stadtgebiet

Im Rahmen von Zentren- und Standortkonzepten sind solche Standortlagen des Einzelhandels zu berücksichtigen, die aufgrund einer fehlenden Funktionseinheit aus Einzelhandel und weiteren ergänzenden zentrenprägenden Nutzungen und / oder einer fehlenden bzw. nur gering ausgeprägten städtebaulichen Qualität im Standortumfeld nicht als Zentrale Versorgungsbereiche i. S. d. einschlägigen Rechtsvorschriften eingestuft werden. Dazu zählen solitäre Nahversorgungsstandorte sowie Sonder- und Fachmarktstandorte.

5.5.1 Solitäre Nahversorgungsstandorte

Ergänzende Versorgungsfunktionen zu den Zentralen Versorgungsbereichen nehmen **Ergänzungsstandorte in städtebaulich integrierten Lagen mit einer Nahversorgungsfunktion** ein. Hierbei handelt es sich üblicherweise um solitäre Lebensmittelanbieter, die z. T. im näheren Umfeld noch durch Anbieter des Ladenhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) sowie weitere kleinflächige Anbieter ergänzt werden und in kleineren Zentren oder in Stadtteilen ohne differenziertes Versorgungsangebot liegen. Die Betriebe dienen dabei mehrheitlich bzw. ausschließlich der Versorgung der Bürger im unmittelbaren Wohnumfeld mit Gütern des täglichen Bedarfs. Ein Ausbau dieser Standorte zu Nahversorgungszentren ist dabei entweder wirtschaftlich nicht darstellbar oder planerisch nicht gewünscht, um z. B. den Bestand oder die Entwicklung naher Versorgungszentren nicht zu beeinträchtigen oder zu gefährden. Für die Stadt Hürth sind die folgenden nahversorgungsrelevanten Ergänzungsstandorte zu benennen:

- ALDI Lebensmitteldiscountmarkt im Stadtteil Efferen (Nettgesweg)
- ALDI Lebensmitteldiscountmarkt am Stadtteil Fischenich (Bonnstraße)
- PENNY Lebensmitteldiscountmarkt am Stadteil Hermülheim (Ingeborg-Bachmann-Straße)
- LIDL Lebensmitteldiscountmarkt im Stadtteil Hermülheim (Kölnstraße)
- NAHKAUF Lebensmittelmarkt im Stadtteil Berrenrath (Wendelinusstraße)

Für diese nahversorgungsrelevanten Ergänzungsstandorte werden keine Zentralen Versorgungsbereiche räumlich abgegrenzt; sie erhalten somit nicht den damit verbundenen besonderen planerischen Schutzanspruch. Jedoch kommt ihnen eine dennoch eine besondere Bedeutung für die wohnungsnahe Versorgung zu. Sie sollten daher im Bestand gesichert und auch im Rahmen von übergreifenden Planungen berücksichtigt werden.

Im Gegensatz zu den Nahversorgungsstandorten, die durch einen Solitäranbieter gekennzeichnet sind, kommt dem Standort Berrenrath eine Sonderfunktion zu, da der (zwar kleinflächige) Lebensmittelmarkt durch weitere kleinteilige Angebote (Bäckerei, Computergeschäft) und ergänzende Einrichtungen (z. B. Friseur) im Bereich des Wendelinusplatzes ergänzt wird und Ansätze für ein Nahversorgungszentrum erkennbar sind. Die insgesamt geringe Ausstattung und die begrenzte Größe des Lebensmittelmarktes erfüllen jedoch nicht die Mindestvoraussetzungen zur Abgrenzung eines Nahversorgungszentrums (fünf Betriebe, 1.000 m² Verkaufsfläche). Eine Erweiterung des Bereiches, um zusätzliche nahversorgungsbezogene Angebote, um perspektivisch ein Nahversorgungszentrum Berrenrath ausweisen zu können, wäre aber wünschenswert.

Ebenfalls im Zentrenkonzept dargestellt werden **potenzielle Entwicklungsstandorte** in Gleuel sowie in Hermülheim (Dreiecksgrundstück und Luxemburger Straße).

5.5.2 Sonder- und Fachmarktstandorte

Eine Sonderrolle im Zentrenkonzept nehmen auf Pkw-Kunden ausgerichtete Sonder- und Fachmarktstandorte ohne städtebauliche Integration ein. Hier ist insbesondere der Standortbereich Eschweilerstraße im Stadtbezirk Hermülheim zu nennen. Aufgrund seiner zentralen Lage im Stadtgebiet, der guten verkehrlichen Erreichbarkeit sowie der umfangreichen Angebotsstruktur / Verkaufsfläche wird er als **Ergänzungsstandort mit stadtteilübergreifender Versorgungsfunktion** eingestuft.

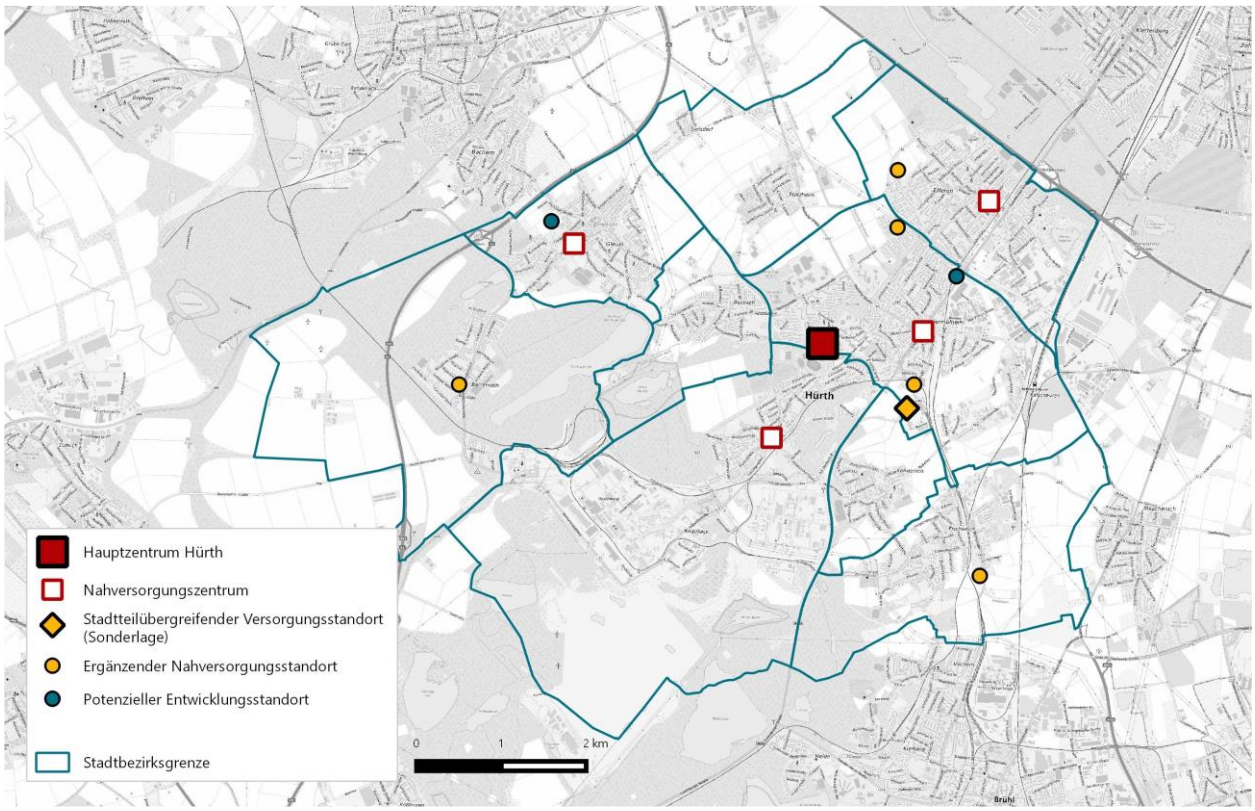
Zudem wird im Zentrenkonzept der Standortbereich an der Luxemburger Straße, im Übergangsbereich zwischen den Stadtbezirken Efferen und Hermülheim, als **Sonderlage des großflächigen Einzelhandels ohne nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente** aufgenommen.

5.6 Übersicht Zentren- und Standortstruktur

Das dargestellte Zentrenkonzept für die Stadt Hürth bildet die Grundlage für die zukünftige Entwicklung der lokalen Versorgungsstrukturen, darunter insbesondere der Nahversorgung, wie in Kap. 5.7 dargestellt. Mit der Einstufung des Shopping Centers Hürth-Park als Hauptzentrum sowie der Zentren von Alt-Hürth, Efferen, Gleuel und Hermülheim (Luxemburger Straße) als Nahversorgungszentren nimmt das Zentrenkonzept die im Einzelhandelskonzept 2016 vorgenommene Einstufung der verschiedenen Zentralen Versorgungsbereiche auf und führt diese fort.

In Bezug auf ergänzende Standorte wird der Standortbereich Eschweilerstraße – abweichend zum Einzelhandelskonzept 2016 – aufgrund seiner Bedeutung und Lage nunmehr als Ergänzungsstandort mit stadtteilübergreifender Versorgungsfunktion eingestuft. Mit Blick auf die weiteren Ergänzungsstandorte in städtebaulich integrierten Lagen mit Nahversorgungsfunktion ist ein – weitgehend an den Empfehlungen des Einzelhandelskonzeptes 2016 orientierter – Ausbau zu konstatieren; so konnten in Efferen und Fischenich zwei weitere nahversorgungsrelevante Ergänzungsstandorte etabliert werden.

Abb. 50: Zentrenkonzept der Stadt Hürth



Quelle: GeoBasis-DE/BKG (2021); Bearbeitung: cima (2021)

5.6.1 Zentraler Versorgungsbereich für das Hauptzentrum Hürth

Der Zentrale Versorgungsbereich des Hauptzentrums Hürth befindet sich im südwestlichen Bereich des Stadtbezirks Hermülheim, Kalscheuren. Er liegt rd. 1,2 km westlich des Nahversorgungszentrums Hermülheim und rd. 1,5 km nordöstlich des Nahversorgungszentrums Alt-Hürth. Die lokale und regionale Einbindung des Hauptzentrums erfolgt im Hinblick auf den Individualverkehr über die Straße Theresienhöhe, die sowohl den Anschluss an die westlich liegende Hauptverbindungsachse Frechener Straße als auch an die östlich anschließende Hauptverbindungsachse Kreuzstraße / Friedrich-Ebert-Straße bzw. den Hürther Bogen und in dessen Fortsetzung die B 265 n gewährleistet. Der Anschluss an den öffentlichen Personennahverkehr erfolgt über den an den Hürth-Park angrenzenden Zentralen Omnibusbahnhof (ZOB). Mit der Einstufung als Hauptzentrum wird die 2016 erfolgte Einstufung fortgeschrieben und bestätigt. Das Hauptzentrum übernimmt damit bei den weiterführenden Bedarfen eine Versorgungsfunktion für das gesamte Stadtgebiet sowie die angrenzenden Kommunen; die Nahversorgungsfunktion ist demgegenüber insbesondere auf den Stadtbezirk Hermülheim, Kalscheuren ausgerichtet.

Die Struktur des Hauptzentrums wird fast ausschließlich durch das Shopping Center Hürth-Park mit zahlreichen Anbietern charakterisiert; darüber hinaus ist eine kleinere Ladenzeile an der Straße Theresienhöhe zuzuordnen, in der einzelne Handelsbetriebe beheimatet sind. Insgesamt umfasst das Hauptzentrum 83 Einzelhandelsbetriebe, die auf einer Verkaufsfläche von 29.340 m² einen geschätzten Umsatz von rd. 123,4 Mio. € erzielen (vgl. Kapitel 4.4.1). Der Angebotsschwerpunkt liegt deutlich bei aperiodischen Bedarfsgütern – insbesondere bei den strukturprägenden Sortimenten Bekleidung, Wäsche und Elektroartikel / Unterhaltungselektronik. Magnetbetriebe im Sortiment Bekleidung, Wäsche sind u. a. H & M,

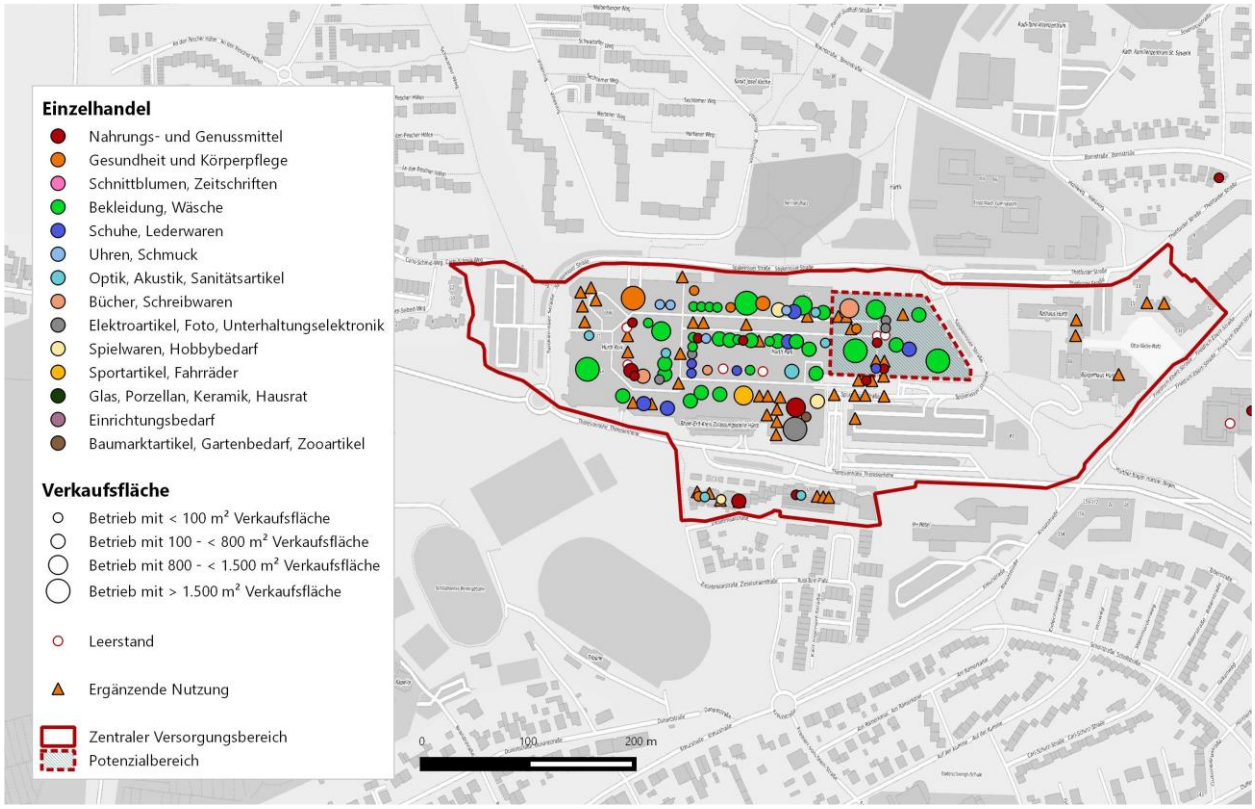
PEEK & CLOPPENBURG, C&A und TK MAXX, im Sortiment Elektroartikel, Unterhaltungselektronik ist der Anbieter SATURN zu benennen.

Ergänzt wird das vorhandene Einzelhandelsangebot durch zahlreiche Dienstleistungs- und gastronomische Betriebe, wie z. B. ein Kino oder zahlreiche Arztpraxen. Eine ausgeprägte Wohnfunktion innerhalb des Hauptzentrums ist aufgrund der dominierenden Struktur des Shopping Centers nicht zu konstatieren.

In Bezug auf die **zukünftige Entwicklung des Hauptzentrums** ergibt sich ein vorrangiges Potenzial aus der Nachbesetzung des Leerstands des REAL SB-Warenhauses. Mit der Schließung hat das Hauptzentrum Hürth stark an Ausstrahlungskraft sowie Nahversorgungsfunktion eingebüßt, mit entsprechend negativen Auswirkungen auf die Versorgung im gesamten Stadtgebiet, vor allem im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel. Die Weiterentwicklung als attraktiver Versorgungsschwerpunkt hängt daher stark von einer adäquaten Nachbesetzung durch einen großflächigen Nahversorgungsbetrieb ab, die aber – nach Schließung des Impfzentrums und ggf. Optimierung der Eigentumsverhältnisse – aus gutachterlicher Sicht gute Realisierungschancen hat. Mit Blick auf eine zukunftsfähige Präsenz des Einkaufszentrums ist neben einer attraktiven Nutzungsdurchmischung zudem eine gestalterische und aufenthaltsbezogene Aufwertung zur Verbesserung der Verweilqualität notwendig. In diesem Zusammenhang kann auf die laufenden Aufwertungsmaßnahmen verwiesen werden, welche die Ausarbeitung der vier Zonen Marktplatz, Stadtgarten, Promenade und Veedel zum Ziel haben[39] und auf eine zeitgemäße Gestaltung, Möblierung und Beleuchtung setzen. Neben einer verbesserten Verkehrsanbindung (u. a. Parkleitsystem) sollte zudem ein hohes Augenmerk auf die städtebauliche Einbindung in das Umfeld inkl. attraktiver fußläufiger Anbindungen mit entsprechender Aufenthaltsqualität gelegt werden.

[39] vgl. hierzu https://www.rheinische-anzeigenblaetter.de/region/rhein-erft/15-millionen-fuer-den-neuen-huerth-park-huerths--neue-innenstadt--32975390

Abb. 51: Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Hürth



Quelle: OpenStreetMap-Mitwirkende (2021); Bearbeitung: cima (2021)

5.6.2 Zentraler Versorgungsbereich für das Nahversorgungszentrum Alt-Hürth

Der Zentrale Versorgungsbereich für das Nahversorgungszentrum Alt-Hürth befindet sich im nordöstlichen Bereich des Stadtbezirkes Alt-Hürth und Knapsack. Er liegt rd. 1,2 km südwestlich des Hauptzentrums Hürth und rd. 2 km südwestlich des Nahversorgungszentrums Hermülheim. Die überörtliche Anbindung erfolgt über die nordwestlich verlaufende Verbindungsachse Frechener Straße. Mehrere Bushaltestellen binden das Zentrum zudem an das lokale Netz des öffentlichen Personennahverkehrs an.

Die Einstufung als Nahversorgungszentrum entspricht der Funktion gemäß Einzelhandelskonzept 2016 (sowie 2009); die Grenzen wurden gegenüber 2016 durch die Einbindung des Volksbank-Gebäudes sowie des Parkplatzes im nördlichen bzw. südlichen Bereich etwas erweitert; sie berücksichtigen zudem die vorliegenden Parzellengrenzen. Das Nahversorgungszentrum übernimmt weiterhin die Versorgungsfunktion für den Stadtbezirk Alt-Hürth und Knapsack.

Das Nahversorgungszentrum umfasst 20 Einzelhandelsbetriebe, die auf einer Verkaufsfläche von 2.750 m² einen geschätzten Umsatz von rd. 9,6 Mio. € erzielen (vgl. Kap. 4.4.2). Dabei liegt der Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich und hier insbesondere im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel, mit ergänzenden Angeboten im mittel- und langfristigen Bedarf (v. a. Einrichtungsbedarf).

Als Magnetbetrieb fungiert insbesondere der im nordwestlichen Bereich liegende REWE Supermarkt, der in seiner Funktion vor allem durch Anbieter des Ladenhandwerks (Bäckereien), weitere kleinflächige Anbieter sowie Spezialgeschäfte ergänzt wird. Ein weiterer größerer Anbieter ist das Küchenhaus ME KÜCHEN, das einen attraktiven Marktauftritt aufweist. Kennzeichnend für die kleinteilige und wenig konzentrierte Struktur im Nahversorgungszentrum waren die zum Zeitpunkt der Erhebung erfassten elf Leerstände.

Abb. 52: Zentraler Versorgungsbereich Alt-Hürth



Quelle: OpenStreetMap-Mitwirkende (2021); Bearbeitung: cima (2021)

Das Zentrum liegt im historischen Kern von Alt-Hürth und erstreckt sich entlang der Lindenstraße, Mittelstraße und Weierstraße sowie dem Brabanter Platz und wird von der Pastoratsstraße gequert. Der gesamte Bereich weist dabei eine kleinteilige Struktur auf, die nur vereinzelt durch größere Einheiten unterbrochen wird. Im Bereich des Brabanter Platzes zählen hierzu das ehemalige Schwimmbad, die Pfarrkirche Sankt Katharina mit den umliegenden sozialen Einrichtungen, die Niederlassung der Volksbank sowie der gegenüberliegende Bau mit Einzelhandelsnutzungen im Erdgeschoss.

Der Schwerpunkt des Einzelhandelsbesatzes ist im westlichen Teil des Zentrums, entlang der Straßenläufe Mittelstraße sowie den Anfängen der Lindenstraße und Weierstraße, zu verorten. Hier konzentrieren sich mit einem großflächigen REWE Supermarkt sowie einem türkischen Lebensmittelmarkt die Nahversorgungsangebote. Sie werden um einzelne Anbieter des mittelfristigen Bedarfs (mit den zentrentypischen Sortimenten Oberbekleidung und Schuhe), aber auch des langfristigen Bedarfs (wie das inhabergeführte Küchenhaus ME Küchen) ergänzt.

Im Hinblick auf die **weitere Entwicklung** ist zunächst festzuhalten, dass das Nahversorgungszentrum die ihm zugedachte Funktion der Versorgung des Stadtbezirks Alt-Hürth, Knapsack derzeit nur eingeschränkt wahrnimmt. Der relevante Indexwert Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner liegt mit einem Wert von 0,20 m²/ Einwohner erheblich unter dem Niveau von 0,35 - 0,45 m² / Einwohner, welches üblicherweise eine quantitativ gute Nahversorgungssituation beschreibt. Mit Blick auf die dargestellten kleinteiligen Strukturen im historischen Zentrum sind allerdings nur bedingt Flächenpotenziale zu identifizieren, die einen entsprechenden Ausbau ermöglichen würden. Um dennoch notwendige Impulse zum Erhalt des Nahversorgungszentrum mit einem Ausbau einer fußläufigen, integrierten Nahversorgung setzen zu können, wird eine Prüfung dreier möglicher Entwicklungsstandorte innerhalb des Nahversorgungszentrums empfohlen:

- **ehemaliges Schwimmbad:** Zwar geben die denkmalgeschützten Strukturen nur einen begrenzten Handlungsspielraum vor, jedoch könnte eine Ansiedlung im bislang kaum durch Einzelhandel geprägten nordöstlichen Abschnitt entscheidend zur Stärkung des Nahversorgungszentrums beitragen, indem es Kundenfrequenzen generiert, von denen auch die übrigen, kleinteiligen Versorgungseinrichtungen profitieren könnten.
- **Parkplatz Schlangenpfad:** Auf diesem im südwestlichen Teil des Zentralen Versorgungsbereiches befindlichen Areal, derzeit als öffentlicher Parkplatz genutzt, ergibt sich ein größeres Flächenpotenzial mit Anknüpfungsmöglichkeit an die bestehenden Versorgungseinrichtungen. Im Falle einer Bebauung müsste jedoch zwingend sichergestellt werden, dass das öffentliche Parkplatzangebot an geeigneter Stelle kompensiert werden kann, z. B. in einer Parkpalette bzw. auf dem Dach eines neu zu errichtenden Geschäftshauses.
- **Brachfläche gegenüber dem REWE Supermarkt:** Diese Fläche bietet die Möglichkeit einer weiteren, jedoch kleinteiligeren Nutzungsarrondierung innerhalb des historischen Zentrums, z. B. in Form eines Wohn- und Geschäftshauses mit Versorgungseinrichtungen in Erdgeschosslage.

5.6.3 Zentraler Versorgungsbereich für das Nahversorgungszentrum Efferen

Knapp 2 km nordöstlich des Nahversorgungszentrums Hermülheim und unweit der Stadtgrenze zu Köln gelegen befindet sich der Zentrale Versorgungsbereich des Nahversorgungszentrums Efferen. Er übernimmt für den gleichnamigen Stadtbezirk ebenso die Versorgungsfunktion wie für den nordwestlich gelegenen Stadtbezirk Sielsdorf, Stotzheim; mithin insgesamt rd. 15.500 Einwohner. Das Nahversorgungszentrum ist für den Individualverkehr über die stark frequentierte B 256 / Luxemburger Straße erreichbar, welche als Haupterschließungsachse der Stadt fungiert. Durch die direkte Lage des Haltepunktes Efferen liegt zudem eine sehr gute Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr vor, welche zudem durch Haltestellen in der Bachstraße, Kaulardstraße, Kolpingstraße und Moselstraße gewährleistet wird.

Es wird die im Einzelhandelskonzept 2016 (sowie 2009) vorgenommene Einstufung als Nahversorgungszentrum weitergeführt. Dabei wird die 2016 erfolgte modifizierte Abgrenzung mit einer Herausnahme des nördlichen, weitgehend von Wohnnutzung dominierten Bereiches und der Einbindung des Abschnitts südöstlich der B 265 beibehalten; im Zuge der nun notwendigen parzellengenauen Grenzen ergeben sich jedoch leichte Abweichungen.

Das Nahversorgungszentrum umfasst 29 Betriebe, die auf einer Verkaufsfläche von 6.105 m² einen Umsatz pro Jahr von etwa 30,0 Mio. € erzielen (vgl. Kap. 4.4.3). Der Angebotsschwerpunkt liegt im nahversorgungsrelevanten Sortiment, wie die Verkaufsflächen- bzw. Umsatzwerte mit 4.315 m² sowie rd. 24,1 Mio. € deutlich machen. Ergänzend finden sich Anbieter des mittel- und langfristigen Bedarfs sowie dienstleistungs- und gastronomiebezogene Einrichtungen. Zum Zeitpunkt der Bestandserhebung waren insgesamt sieben leerstehende Ladenlokale zu verzeichnen.

Das Zentrum erstreckt sich entlang der Kaulardstraße, von der Kreuzung mit der Ritterstraße im Nordwesten bis zur Kreuzung mit der B 265 / Luxemburger Straße im Südwesten. Ebenfalls Teil des Zentralen Versorgungsbereiches sind die Straßenzüge Ritterstraße sowie die Bachstraße von der Einmündung der Ritterstraße im Nordosten bis Hausnummer Bachstraße 10 im Südwesten. Zudem liegt der Bereich an der Luxemburger Straße zwischen den Hausnummern 46 und 88 innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches. Nicht Teil des Zentralen Versorgungsbereich sind damit die südwestlich anschließenden Einzelhandelsnutzungen, die vorrangig aus großflächigen Anbietern mit der Ausrichtung auf nicht zentrenrelevante Sortimente bestehen.

Abb. 53: Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Efferen



Quelle: OpenStreetMap-Mitwirkende (2021); Bearbeitung: cima (2021)

Auch der Zentrale Versorgungsbereich Efferen weist strukturelle Herausforderungen auf. So ist die Verbindung zwischen den beiden Versorgungsabschnitten Kaulardstraße und Bachstraße im Bereich Moselstraße / Ritterstraße derzeit funktional kaum ausgebildet. Die Versorgungslage Bachstraße wird zusätzlich durch den Leerstand am Standort Burgpark geschwächt; eine städtebauliche Neuordnung dieses Bereiches mit einer neuen Nutzung – hier kommt bei schwierigen Rahmenbedingungen für den Einzelhandel ggf. auch ein Ärztehaus in Betracht – sollte daher vorrangig verfolgt werden. Auch die beiden Lebensmittelmärkte NETTO und REWE entsprechen teilweise nicht mehr den Anforderungen an einen modernen Lebensmittelmarkt. Vor dem Hintergrund der ausbaufähigen einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattung im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel (derzeit 0,32 m² / Einwohner) ist ein gewisser Spielraum für Erweiterungen / Neuansiedlungen ablesbar. Da innerhalb des Zentrums nur bedingt Flächenpotenziale für eine entsprechende Ausweitung des vorhandenen Angebotes vorliegen – beim REWE Verbrauchermarkt wird eine mögliche räumliche Ausdehnung durch die Lage an der Bahnlinie eingeschränkt, der NETTO weist am jetzigen Standort ebenfalls kein größeres Flächenpotenzial auf – sollte ein hohes Augenmerk auf qualitative Verbesserungen gelegt werden. Dies kann zum einen durch Modernisierungsmaßnahmen an bestehenden Standorten[40] erfolgen, andererseits werden gestalterische Aufwertungsmaßnahmen zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität sowie ein aktives Leerstandsmanagement empfohlen. Die Grundlage könnte ein integriertes Stadtteilkonzept schaffen, welches auch einen Zugang zu Städtebaufördermitteln ermöglicht.

[40] Nach vorliegenden Informationen ist eine Nachnutzung des derzeitigen NETTO-Marktes durch einen ALNATURA-Markt geplant. Bei entsprechender Realisierung ist mit dem Umbau ein deutlicher Entwicklungsimpuls für das Stadtteilzentrum zu erwarten.

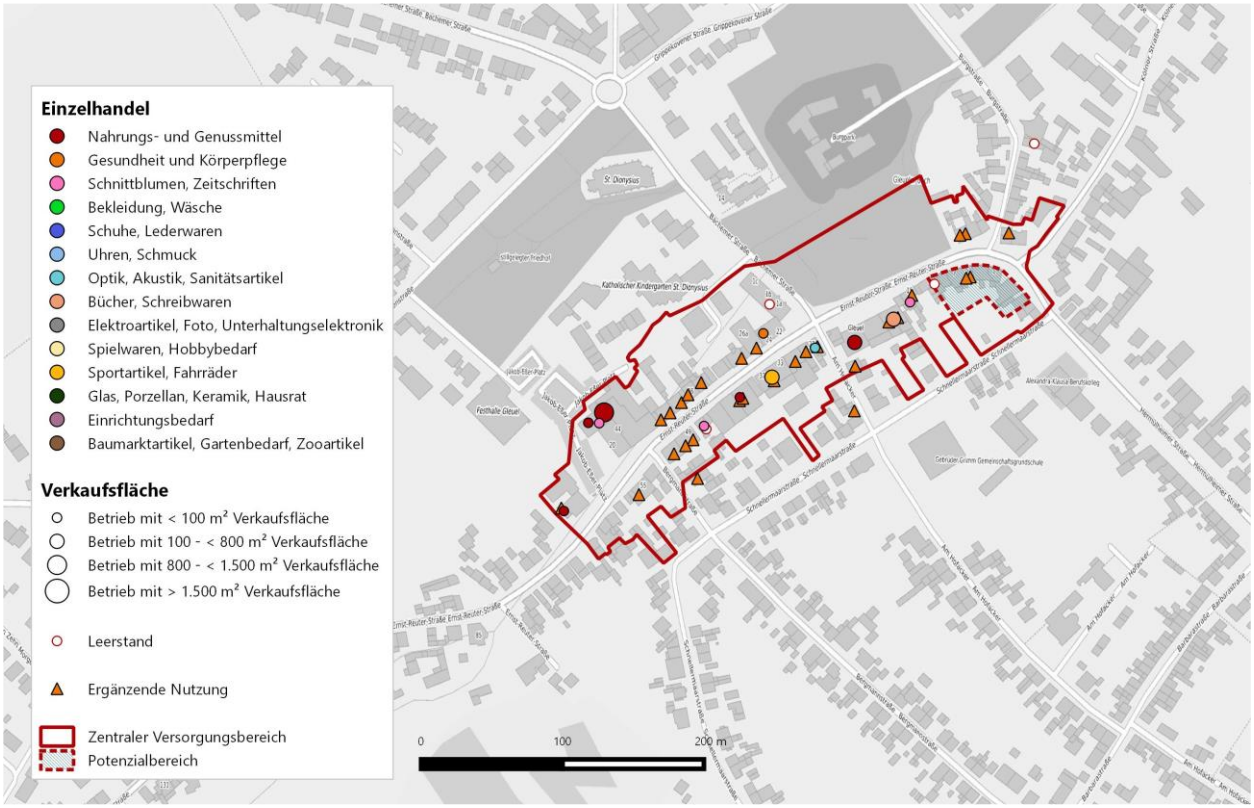
5.6.4 Zentraler Versorgungsbereich für das Nahversorgungszentrum Gleuel

Mit der Einstufung des Zentralen Versorgungsbereiches als Nahversorgungszentrum wird die bislang im Einzelhandelskonzept 2016 für den Standortbereich vorgenommene Einstufung fortgeführt; die Grenzen entsprechen im Wesentlichen dem Stand aus 2016, wurden jedoch nun parzellenscharf verortet. Das Nahversorgungszentrum übernimmt vorrangig die Versorgungsfunktion für den Stadtbezirk Gleuel. Die verkehrliche Anbindung des Zentrums wird über die erschließende Ernst-Reuter-Straße sichergestellt, an welcher auch Haltestellen des öffentlichen Personennahverkehrs liegen. Der nächstgelegene Zentrale Versorgungsbereich ist das Hauptzentrum Hürth, das rd. 3,5 km südöstlich von Gleuel gelegen ist.

Das Nahversorgungszentrum Gleuel umfasst insgesamt 12 Betriebe, die auf einer Verkaufsfläche von 1.950 m² einen Umsatz von rd. 9,1 Mio. € pro Jahr erzielen (vgl. Kap. 4.4.4). Entsprechend der ausgewiesenen Nahversorgungsfunktion liegt der Schwerpunkt des vorhandenen Besatzes bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten; 1.610 m² Verkaufsfläche und 7,8 Mio. € Umsatz entfallen auf dieses Segment. Weiterhin sind einzelne kleinteilige Facheinzelhandelbetriebe sowie Dienstleistungs- und gastronomische Angebote anzutreffen. Zum Zeitpunkt der Bestandsanalyse standen drei Ladenlokale leer.

Das Nahversorgungszentrum erstreckt sich entlang der Ernst-Reuter-Straße vom Jakob-Eßer-Platz im Südwesten bis zum Übergang in die Hermülheimer Straße im Nordosten. Insgesamt ist im Zentrum ein nahezu geschlossener Besatz festzustellen. Als Magnetbetrieb fungiert der REWE Verbrauchermarkt am Jakob-Eßer-Platz, der zusammen mit einem REWE Getränkemarkt in der Ernst-Reuter-Straße sowie weiteren kleinflächigen Anbietern, vorrangig des Ladenhandwerks (Bäckereien, Metzgerei) die Funktion als Nahversorgungszentrum bestimmt.

Abb. 54: Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Gleuel



Quelle: OpenStreetMap-Mitwirkende (2021); Bearbeitung: cima (2021)

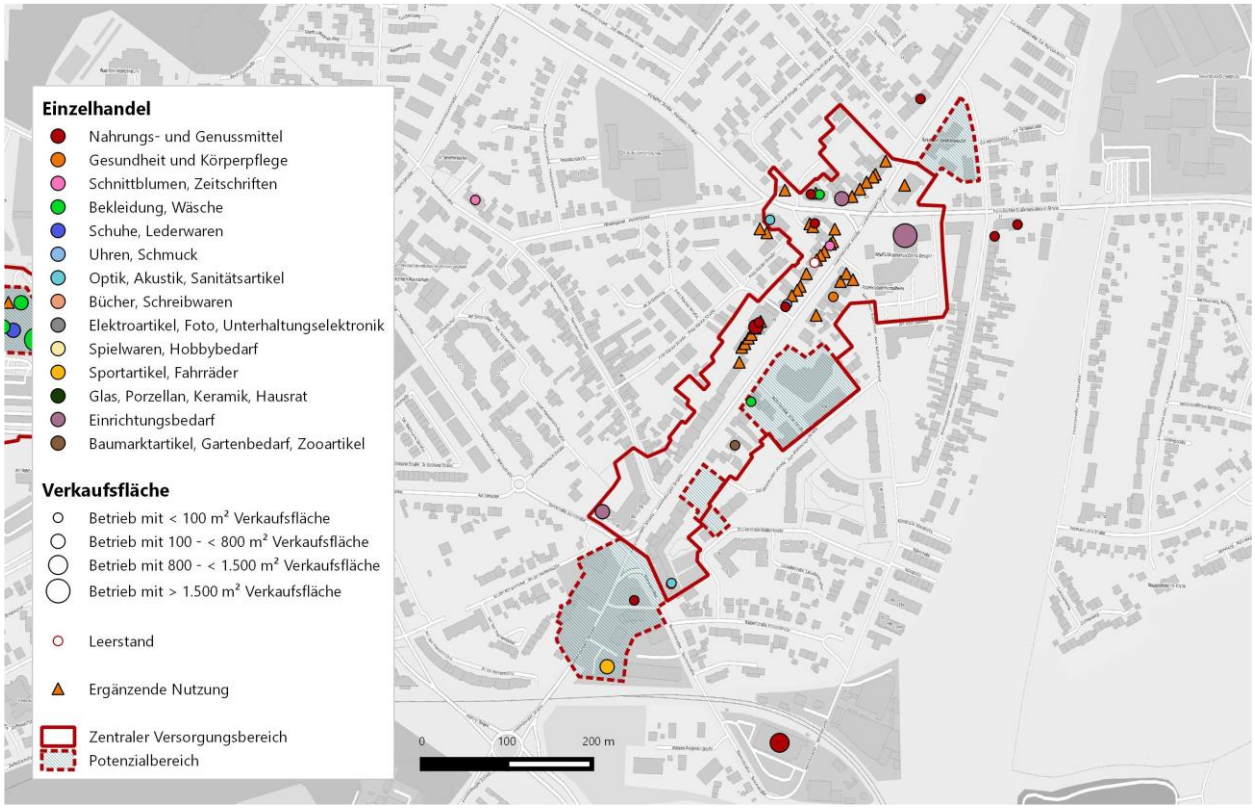
Auch im Stadtbezirk Gleuel ist mit einem Indexwert im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel von derzeit 0,22 m² Verkaufsfläche / Einwohner ein Versorgungsdefizit auszumachen. Da davon auszugehen ist, dass sich ebenfalls die Einwohner des Stadtbezirks Berrenrath sowie des Stadtteils Sielsdorf zum Nahversorgungszentrum Gleuel orientieren, sind grundsätzlich Potenziale für einen Ausbau der Nahversorgungsstrukturen in Gleuel vorhanden. Jedoch sind derzeit keine größeren Flächenpotenziale innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches zu identifizieren. Mögliche Entwicklungen im Bereich Ernst-Reuter-Straße / Hermülheimer Straße bieten Chancen einer Neuordnung des Standortbereichs als Eingangstor in den Einkaufsbereich des Stadtteils Gleuel, sind jedoch aufgrund der begrenzten Flächenverfügbarkeit auf kleinflächigen Einzelhandel / Dienstleistungen ausgerichtet.

Aktuell gibt es Überlegungen, einen zusätzlichen Lebensmittelmarkt am Standort Zum Waldfrieden anzusiedeln. Mit Blick auf die **zukünftige Entwicklung** des Nahversorgungszentrums sollte im Rahmen einer Einzelfallprüfung untersucht werden, ob eine zentrenverträgliche Ansiedlung an diesem Standort, der keine funktionale Einbindung in das Nahversorgungszentrum erlaubt, möglich ist. Ein angezeigter Ausbau der Nahversorgungsfunktion im Stadtbezirk sollte immer im Hinblick auf eine komplementäre Ausrichtung geprüft werden, um den langfristigen Erhalt des Zentrums als Nahversorgungsstandort nicht zu gefährden.

5.6.5 Zentraler Versorgungsbereich für das Nahversorgungszentrum Hermülheim

Neben dem Hauptzentrum Hürth befindet sich mit dem Nahversorgungszentrum Hermülheim (Luxemburger Straße) ein weiterer Zentraler Versorgungsbereich im Stadtbezirk Hermülheim, nur. rd. 1,5 km östlich des Hauptzentrums gelegen. Neben dem Nahversorgungszentrum Efferen liegt auch das Zentrum in Hermülheim an der B 265 / Luxemburger Straße, die derzeit noch eine erhebliche Frequenz aufweist, durch die Eröffnung der Umfahrung B 265 n jedoch absehbar deutlich entlastet wird. Die Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr erfolgt über Haltestellen an der Luxemburger Straße sowie den unmittelbar östlich gelegenen Bahnhaltepunkt Hürth-Hermülheim. Im Einzelhandelskonzept 2016 (sowie 2009) wurde das Zentrum bereits als Nahversorgungszentrum eingestuft, sodass die Funktion weiterhin gültig ist. Um die Abgrenzung auch mittel- bis langfristig halten zu können, sind jedoch deutliche Bestandssicherungs- und Aufwertungsmaßnahmen innerhalb des Zentrums notwendig, in dem bereits deutliche Trading Down-Tendenzen sichtbar werden.

Abb. 55: Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Hermülheim



Quelle: OpenStreetMap-Mitwirkende (2021); Bearbeitung: cima (2021)

Im Nahversorgungszentrum Hermülheim (Luxemburger Straße) befinden sich insgesamt 17 Betriebe, die auf einer Verkaufsfläche von 5.920 m² einen Umsatz von rd. 14,3 Mio. € pro Jahr erzielen (vgl. Kap. 4.4.5). Dominierender Anbieter ist dabei das Möbelhaus INNATURA im Kreuzungsbereich Hans-Böckler-Straße / Luxemburger Straße. Strukturprägender Anbieter in der Nahversorgung ist ein NAHKAUF Frischemarkt, der aufgrund seines Marktauftritts und seiner Verkaufsflächendimensionierung seine Versorgungsfunktion aber nur in eingeschränktem Umfang erfüllen kann. Insgesamt kann dem Zentrum vor allem im Kreuzungsbereich Hans-Böckler-Straße / Horbeller Straße / Luxemburger Straße sowie bis zur Einmündung der AOK-Straße ein durchgehender Besatz mit Einzelhandelsbetrieben sowie Dienstleistungs- und gastronomischen Angeboten bescheinigt werden. Im weiteren Verlauf der Luxemburger Straße nach Südwesten ist ein deutliches Ausdünnen des Besatzes zu konstatieren; hier überwiegt Wohnnutzung.

Als sehr positiv für die **zukünftige Entwicklung** des Nahversorgungszentrums ist die Eröffnung der B 265 n und eine damit einhergehende deutliche Entlastung im Zentrum Hermülheim zu bewerten. Für die daraus entstehenden Potenziale wurden im Rahmen des Integrierten Städtebaulichen Entwicklungskonzeptes Hermülheim[41] sowie in einem anschließenden städtebaulichen Wettbewerb unter dem Titel „Lebensader Lux" neue Entwicklungsmöglichkeiten erarbeitet. Neben einer Beruhigung und Begrünung des Straßenraums sowie der Einrichtung einer Tempo-30-Zone sehen die entwickelten Vorschläge u. a. die Einrichtung von Platzsituationen sowie die Bildung von themenspezifischen Stadträumen, wie einem Fitnessquartier oder den Hürther Gärten vor. Dezidierte Aussagen über neue Einzelhandelsnutzungen sind nicht zu entnehmen. Insgesamt ergibt die „Lebensader Lux" aber das Potenzial, den Zentralen Versorgungsbereich begründet in

[41] Integriertes Städtebauliches Entwicklungskonzept Hermülheim, SSR Schulten Stadt- und Raumentwicklung, Dortmund, Juni 2019

seiner bisherigen Ausdehnung zu belassen. Mittel- bis langfristig kommt ggf. eine Erweiterung nach Südwesten im Kreuzungsbereich Bonnstraße / Luxemburger Straße (Tankstelle sowie die derzeit durch einen Gebrauchtwagenhandel genutzten Flächen auf der gegenüberliegenden Straßenseite) in Betracht. Da die Zäsur durch die Bonnstraße eine gute Abstimmung auf die Entwicklung im nördlichen Abschnitt des Zentralen Versorgungsbereiches erfordert, sollte diese mögliche Erweiterung jedoch ausdrücklich erst avisiert werden, nachdem eine Stärkung des Versorgungsangebotes innerhalb des bestehenden Nahversorgungszentrums umgesetzt werden konnte. Folgende Prioritäten werden empfohlen:

- Bestandssicherung der Nahversorgungsfunktion durch Modernisierung des bestehenden REWE NAHKAUFs; hier kommt eine Verlagerung und Erweiterung auf eine Verkaufsfläche von rd. 1.500 m² auf das gegenüberliegende Entwicklungsgrundstück (AOK-Fläche) in Betracht.
- Alternativ kann der Entwicklungsstandort AOK auch als Ansiedlungs- / Verlagerungsstandort für einen Lebensmitteldiscountmarkt fungieren. Mit der Platzierung eines attraktiven Nahversorgermarktes ist ein bedeutender Impuls zur Stärkung des Nahversorgungszentrums zu erwarten, das aktuell spürbare Trading Down-Tendenzen aufweist.
- Als Alternativstandort für zusätzliche (großflächige), nahversorgungsrelevante Einzelhandelsnutzungen ist die Entwicklungsfläche „türkisches Generalkonsulat" zu bewerten.
- Etwas weiter südwestlich ist eine weitere Entwicklungsfläche vorhanden, die derzeit untergenutzt ist und als Arrondierungsfläche für nahversorgungsbezogene Einrichtungen fungieren sollte.

5.7 Nahversorgungskonzept

Die wohnortbezogene Nahversorgung im Stadtgebiet wird sowohl durch den nahversorgungsrelevanten Besatz in den fünf Zentren der Stadt Hürth als auch an den ausgewiesenen fünf nahversorgungsrelevanten Ergänzungsstandorten geprägt. Darüber hinaus übernimmt der dezentrale Ergänzungsstandort mit stadtteilübergreifender Versorgungsfunktion am Standort Eschweiler Straße wichtige Nahversorgungsfunktionen.

Auf Basis der dargestellten Zielvorstellungen sowie des Zentrenkonzeptes formuliert das Nahversorgungskonzept Leitlinien zur Sicherung der wohnungsnahen Nahversorgung sowie konzeptionelle Ansätze für die Weiterentwicklung. Mit Blick auf die städtebauliche Verträglichkeit wird eine Konzentration der Nahversorgungsangebote auf die fünf Zentralen Versorgungsbereiche, die nahversorgungsrelevanten Ergänzungsstandorte in städtebaulich integrierten Lagen sowie den bestehenden Ergänzungsstandort mit stadtteilübergreifender Versorgungsfunktion empfohlen. Dabei sind insbesondere folgende Zielsetzungen relevant:

- Bestandssicherung / -optimierung der Nahversorgungsangebote innerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche
- Erhalt und Stärkung der nahversorgungsrelevanten Ergänzungsstandorte in städtebaulich integrierten Lagen zur Sicherung der wohnungsnahen Versorgung
- Verzicht auf die Ausweisung zusätzlicher Nahversorgungszentren, um keine unerwünschte Konkurrenzsituation zur Versorgungsfunktion der fünf Zentren aufzubauen. Eine Ausnahme stellt das Zentrum in Berrenrath dar, welches bei entsprechenden Entwicklungsmöglichkeiten im Bereich des Wendelinusplatzes von einem Nahversorgungsstandort zu einem Nahversorgungszentrum ausgebaut werden könnte.

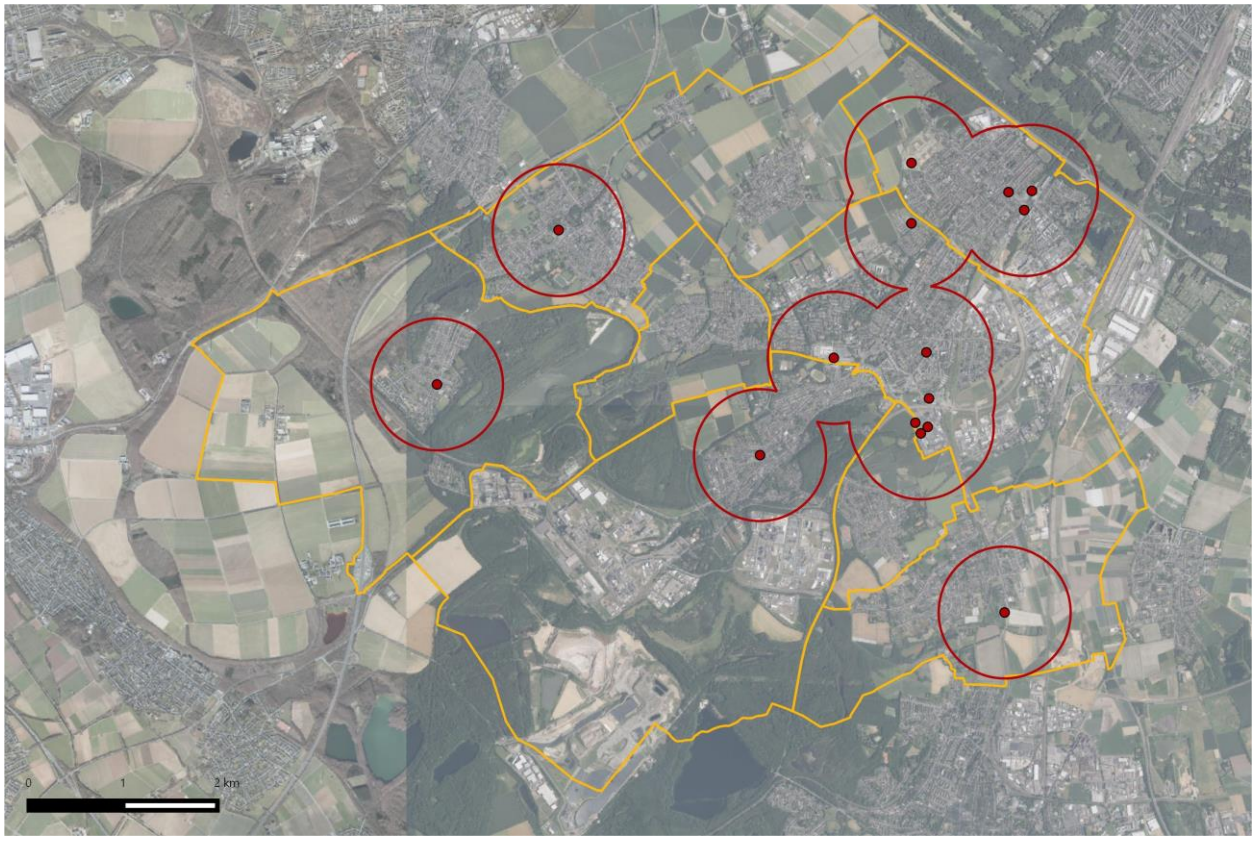
Nachfolgend wird zunächst ein Blick auf die derzeitige Nahversorgungssituation gerichtet. Anhand zentraler Indexwerte auf Ebene der Gesamtstadt und der Stadtbezirke werden die Versorgungsqualitäten der bestehenden Nahversorgung aufgezeigt.

5.7.1 Kenndaten der Nahversorgung auf Ebene der Stadt Hürth und der Stadtbezirke

Auf Basis der durchgeführten Bestandsanalyse und mit Blick auf die gesamtstädtische Situation ist derzeit ein Defizit in der Versorgung mit Gütern des periodischen Bedarfs zu konstatieren. Zwar erreichen weite Teile der Wohnbevölkerung, mit Ausnahme der Stadtbezirke Alstädten-Burbach bzw. Sielsdorf, Stotzheim in fußläufiger Entfernung ein entsprechendes Angebot (vgl. Abb. 56), allerdings sind diese in Bezug auf die vorgehaltene Verkaufsfläche z. T. nur bedingt als marktgerecht zu bezeichnen.

Als Folge davon sind aus dem Stadtgebiet Hürth merkbare Kaufkraftabflüsse an außerhalb gelegene Standorte festzustellen. Im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes 2016 wurde das vorhandene Angebot bereits als im unteren Bereich einer angepassten Nahversorgung bewertet. Zu diesem Zeitpunkt lag für das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel eine Zentralität von 86 sowie eine Verkaufsflächenausstattung von 0,38 m² / Einwohner vor. Beim Sortiment Drogerie- und Parfümeriewaren gab es mit einer Zentralität von 139 demgegenüber eine sehr gute Ausstattung.

Abb. 56: Nahversorgungsanbieter und 700 m-Entfernungsradien in der Stadt Hürth



Quelle: GeoBasis-DE/BKG (2021); Bearbeitung: cima (2021).

Abb. 57: Verkaufsflächendichte im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel in der Stadt Hürth

	Einwohner	VKF Nahrungs- und Genussmittel (in m²)	VKF Nahrungs- und Genussmittel/ Einwohner (in m² / Ew.)
Stadt Hürth	62.087	18.285	0,29

Quelle: cima (2021)

Auf Basis der aktuellen Bestandsanalyse 2020 sind folgende Aussagen zu treffen:

- Die sortimentsspezifische Zentralität nimmt bei Nahrungs- und Genussmitteln einen Wert von 76 ein; auch die Zentralität im Sortiment Drogerie- und Parfümeriewaren liegt nun mit 84 ebenso unter dem Wert von 100. Somit sind aktuell in beiden nahversorgungsrelevanten Sortimenten spürbare Kaufkraftabflüsse aus dem Stadtgebiet festzuhalten; erst Zentralitätswerte von 100 und mehr signalisieren Kaufkraftzuflüsse in einen Betrachtungsraum.
- Der Indexwert Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel pro Einwohner liegt mit 0,29 m² deutlich unter dem Schwellenwert von 0,35 -0,45 m², der ein ausgewogenes Nahversorgungsangebot in einer Kommune anzeigt.

Bei den betrachteten Werten wird gegenüber 2016 z. T. eine deutliche Verringerung sichtbar. Folgende Faktoren sind dabei von Bedeutung:

- In den beiden betrachteten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie- und Parfümeriewaren hat es in den Jahren zwischen 2016 und 2020 deutliche Veränderungen gegeben. Namentlich ist dabei vor allem die Schließung des REAL SB-Warenhauses zu nennen, die im Hinblick auf beide Sortimente eine erhebliche Auswirkung hatte; hinzu kommt die erfolgte Schließung des ROSSMANN Drogeriefachmarktes im Shopping Center Hürth-Park. Die genannten Schließungen sowie weitere Veränderungen im Stadtgebiet haben zu einer erheblichen Abnahme der Verkaufsflächen geführt; im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel von 22.485 m² auf 18.825 m² und im Sortiment Drogerie- und Parfümeriewaren von 5.805 m² auf 4.480 m². Dabei konnten die mittlerweile erfolgten Erweiterungen bzw. Neuansiedlungen die Verluste nicht ausgleichen.
- Die Stadt Hürth hat im Zeitraum 2016 – 2020 einen erheblichen Bevölkerungszuwachs zu verzeichnen; von 57.925 Einwohner im Jahr 2016 auf 62.087 im Jahr 2020[42]; mithin eine Zunahme um 7,2 %.

Seit Schließung des REAL SB-Warenhauses ist im Stadtgebiet kein Anbieter dieses Betriebstyps mehr etabliert. Die weiteren den Nahrungs- und Genussmittelbereich prägenden Betriebstypen sind jedoch im Stadtgebiet anzutreffen. Allerdings ist mit neun Lebensmitteldiscountmärkten und drei Filialen der Fa. REWE RICHRATH sowie drei NAHKAUF Frische- bzw. Supermärkten eine leichte Dominanz des Betriebstyps Discounter standortprägend.

Zwar verfügen weite Teile des Stadtgebietes über ein Nahversorgungsangebot in fußläufiger Entfernung, was auf den ersten Blick eine gute Nahversorgungssituation erwarten lässt, jedoch zeigt die differenziertere Betrachtung, dass einige Anbieter im Hinblick auf ihren Marktauftritt und / oder die Verkaufsflächendimensionierung nicht mehr zeitgemäß aufgestellt sind bzw. nur eine eingeschränkte Versorgungsfunktion übernehmen können. So weist bspw. der NAHKAUF im Zentrum Hermülheim im Hinblick auf die verkehrlichen

[42] Quelle: Stadt Hürth, Einwohner mit Hauptwohnsitz, Datenstand 30.06.2020

Rahmenbedingungen als auch die Verkaufsflächengröße Wettbewerbsnachteile gegenüber anderen Anbietern auf. Der Anbieter NAHKAUF in Berrenrath weist zwar einen modernen und attraktiven Marktauftritt auf, kann jedoch bedingt durch seine begrenzte Verkaufsflächengröße im Vergleich zu größeren Märkten nur ein eingeschränktes Angebot vorhalten. Die genannten Standortrahmenbedingungen wirken sich auf die Größe des Markt- bzw. Versorgungsgebietes aus. Versorgungslücken gibt es derzeit in den Stadtbezirken Alstädten-Burbach, Kendenich sowie Sielsdorf, Stotzheim. Die dortigen Einwohner sind daher auf eine Versorgung in den umliegenden Stadtbezirken angewiesen.

Die nachfolgende Abbildung zeigt die Verkaufsflächendichte im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel nach Stadtbezirken.

Abb. 58: Verkaufsflächendichte im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel im Stadtgebiet Hürth

Stadtbezirk	Einwohner	VKF Nahrungs- und Genussmittel (in m²)	VKF Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner (in m² / Ew.)	Hauptträger der Nahversorgung
Alstädten-Burbach	3.645	60	0,02	-
Alt-Hürth	7.294	1.470	0,20	REWE
Berrenrath	3.037	340	0,11	NAHKAUF
Efferen	13.263	4.895	0,37	ALDI, LIDL, NETTO, REWE
Fischenich	5.396	780	0,14	ALDI
Gleuel	6.395	1.430	0,22	REWE
Hermülheim, Kalscheuren	17.691	9.090	0,51	ALDI (2), LIDL, NAHKAUF, PENNY (2), REWE
Kendenich	2.998	130	0,04	-
Sielsdorf, Stotzheim	2.192	90	0,04	-

Quelle: cima (2021)

Für die einzelnen Stadtbezirke sind **die Ausstattungskennziffern wie folgt zu bewerten:**

Stadtbezirk Alstädten-Burbach

- Im gesamtstädtischen Bereich weist der Stadtbezirk Alstädten-Burbach den schwächsten Nahversorgungsbesatz auf, dokumentiert in einem Indexwert im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel von 0,02 m² / Einwohner. Dieser Indexwert liegt damit deutlich unterhalb des unteren Schwellenwerts einer guten Nahversorgung (0,35 m² / Einwohner) und weist ein deutliches Versorgungsdefizit auf.
- Der Besatz mit Nahversorgungsangeboten im Stadtbezirk beschränkt sich nahezu ausschließlich auf Bäckereien bzw. einen Hofladen.
- Die Versorgung der Wohnbevölkerung wird derzeit von den Angeboten im Zentrum Gleuel, im Hürth-Park sowie dem stadtteilübergreifenden Versorgungsbereich in der Eschweilerstraße übernommen.
- Mit einer Einwohnerzahl von rd. 3.600 weist der Stadtbezirk durchaus das nummerische Potenzial für die Ansiedlung eines kleineren Nahversorgungsangebotes auf.

Stadtbezirk Alt-Hürth, Knapsack

- Der Stadtbezirk Alt-Hürth, Knapsack verfügt über einen Indexwert im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel von 0,20 m² / Einwohner und liegt damit ebenfalls unterhalb der unteren Schwelle einer guten Nahversorgung.
- Versorgungsschwerpunkt ist das Zentrum Alt-Hürth, in dem sich neben einem NAHKAUF Supermarkt noch ein türkisches Lebensmittelgeschäft, ein Feinkostanbieter, ein Getränkemarkt sowie Anbieter des Ladenhandwerks (Bäckereien) befinden.
- Außerhalb des Zentrums erschöpft sich der nahversorgungsrelevante Besatz im Stadtbezirk in einem weiteren Kiosk.

Stadtbezirk Berrenrath

- Auch der Stadtbezirk Berrenrath weist derzeit ein Versorgungsdefizit in der Nahversorgung auf. Der hier ermittelte Indexwert Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel von 0,11 m² / Einwohner ist als deutlich unterdurchschnittlich zu bewerten.
- Hauptanbieter ist ein modernisierter NAHKAUF Frischemarkt im Zentrum von Berrenrath, der mit einer Verkaufsfläche von rd. 400 m² allerdings deutlich unterhalb einer marktüblichen Größe liegt. Er fungiert als wichtiger Nahversorger im Stadtteil, kann aber gleichzeitig nur eingeschränkte Versorgungsfunktionen übernehmen. Ergänzt wird das Angebot um einen Anbieter des Ladenhandwerks (Bäckerei).
- Die Einwohner des Stadtbezirks suchen für den Versorgungseinkauf überwiegend die Angebote im Zentrum von Gleuel sowie in den verkehrlich gut erreichbaren Standorten der Stadt Hürth bzw. der Nachbarkommunen auf.
- Da mit einer ansässigen Wohnbevölkerung von knapp über 3.000 Einwohner die üblicherweise notwendige Mantelbevölkerung für die Etablierung eines tragfähigen Nahversorgungsangebotes nur knapp gegeben ist, sollte ein hohes Augenmerk auf die Sicherung des bestehenden Marktes gelegt werden.

Stadtbezirk Efferen

- Für den Stadtbezirk Efferen signalisiert der Indexwert im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel von 0,37 m² / Einwohner eine vergleichsweise gute Nahversorgungssituation; sie liegt über dem unteren Schwellenwert von 0,35 m² / Einwohner.

- Der Schwerpunkt des Angebotes im nahversorgungsrelevanten Sortiment liegt im Zentrum Efferen mit den dortigen Anbietern LIDL, NETTO und REWE RICHRATH. Abgerundet wird das Angebot durch einen türkischen Lebensmittelanbieter sowie mehrere Anbieter des Ladenhandwerks (Bäckereien, Fischverkauf).
- Weitere Anbieter im Stadtbezirk (außerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches) sind der neu eingerichtete ALDI Lebensmitteldiscounter am Nettgesweg, der Anbieter FRISCHE PARADIES im Gewerbegebiet Kalscheuren – dieser kann jedoch aufgrund seiner Angebotsstruktur nur bedingt der klassischen Nahversorgung zugeordnet werden – sowie weitere kleinflächige Anbieter, wie Hofläden und Ladenhandwerksbetriebe.
- Im Zentrum von Efferen liegen Planungen vor, den bestehenden NETTO Lebensmitteldiscounter im Zusammenhang mit einem Eigentümerwechsel umzustrukturieren bzw. zu ersetzen. Bei Erhalt des Standortes ist zwar eine qualitative Aufwertung zu erwarten, aufgrund der nicht / kaum vorhandener Erweiterungsmöglichkeiten auf dem bestehenden Grundstück wird es jedoch nicht zu einem nennenswerten Ausbau der Nahversorgung kommen.

Stadtbezirk Fischenich

- Durch den im November 2020 in Ortsrandlage eröffneten ALDI Lebensmitteldiscounter hat sich die Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Fischenich nachhaltig verbessert. Der Stadtbezirk erreicht mit einem Indexwert im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel von nun 0,14 m² / Einwohner jedoch – unter quantitativen Aspekten – weiterhin nicht die Schwelle von 0,35 m²/ Einwohner.
- Das weitere Angebot im Stadtbezirk konzentriert sich in der Ortsmitte Fischenich, entlang der Gennerstraße, und besteht überwiegend aus Anbietern des Ladenhandwerks (Bäckerei, Metzgerei).
- Einem weiteren Ausbau der Nahversorgung im Stadtbezirk dürfte vor allem der Umstand entgegenstehen, dass der stadtteilübergreifende Versorgungsstandort Eschweilerstraße (sowie der nahe gelegene LIDL-Markt) über die durch den Stadtbezirk verlaufende L 183 / Bonnstraße sehr gut und schnell zu erreichen ist.

Stadtbezirk Gleuel

- Der Stadtbezirk Gleuel verfügt mit einem Indexwert im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel von 0,22 m² / Einwohner im stadtweiten Vergleich über eine angemessene Nahversorgung; jedoch zeigt sich auch hier ein rechnerisches Ausbaupotenzial.
- Angebotsschwerpunkt im Stadtbezirk ist der Zentrale Versorgungsbereich von Gleuel mit dem dort ansässigen REWE RICHRATH Verbrauchermarkt, der in seiner Funktion von einem REWE Getränkemarkt sowie mehreren Anbietern des Ladenhandwerks (Bäckereien, Metzgerei) ergänzt wird.
- Im weiteren Stadtbezirk übernehmen ein Hofladen sowie ein Kiosk ausschnittweise Nahversorgungsfunktionen.
- Derzeit bestehen Planungen, nordwestlich des Zentrums, im Zuge einer dort geplanten Wohnbauentwicklung, einen Lebensmitteldiscounter zu etablieren. Aufgrund der Distanz zum Zentrum von rd. 500 m ist jedoch keine funktionale Anbindung an das Nahversorgungszentrum möglich. Ob eine städtebaulich verträgliche Ansiedlung am Planstandort möglich ist, müsste im Rahmen einer Einzelfallprüfung untersucht werden.

Stadtbezirk Hermülheim, Kalscheuren

- Den höchsten Indexwert im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel erreicht der gleichzeitig einwohnerstärkste Stadtbezirk der Stadt Hürth Hermülheim, Kalscheuren. Der entsprechende Wert von 0,51 m² / Einwohner liegt als einziger aller neun Stadtbezirke oberhalb der oberen Schwelle einer guten Nahversorgung und signalisiert somit eine sehr gutes Versorgungsniveau, von dem auch die übrigen Stadtbezirke profitieren.
- Im Hinblick auf eine stadtweite Versorgungsfunktion sind insbesondere die Angebote im Hürth-Park sowie im stadtteilübergreifenden Versorgungsstandort Eschweilerstraße zu nennen. Dabei hat der Hürth-Park seit der Schließung des REAL SB-Warenhauses jedoch erheblich an Bedeutung als Nahversorgungsstandort verloren; die Nahversorgungsfunktion wird nunmehr nahezu ausschließlich durch den im Hürth-Park etablierten ALDI Lebensmitteldiscounter gewährleistet. Aufgrund der Kopplungseinkäufe innerhalb des Einkaufszentrums Hürth-Park ist allerdings davon auszugehen, dass das hier vorhandene Nahversorgungsangebot eine stadtweite Bedeutung einnimmt.
- Der stadtteilübergreifende Versorgungsstandort Eschweilerstraße verfügt mit einem REWE RICHRATH Verbrauchermarkt sowie den Lebensmitteldiscountern ALDI und PENNY über ein sehr ausgedehntes Angebot, dass aufgrund seiner verkehrsorientierten Lage im Stadtgebiet und der Agglomerationswirkungen eine hohe Anziehungskraft auf Kunden aus dem ganzen Stadtgebiet ausübt.
- Weitere größere Anbieter im Stadtbezirk sind ein PENNY Lebensmitteldiscounter (Standort Ingeborg-Bachmann-Straße) sowie ein LIDL Lebensmitteldiscounter (Standort Kölnstraße).[43]
- Wünschenswert im Sinne einer nachhaltigen Absicherung der Nahversorgung, auch in der stadtweiten Perspektive, wäre eine Neubesetzung des vormals durch das REAL SB Warenhaus genutzten Leerstandes.

Stadtbezirk Kendenich

- Der Stadtbezirk Kendenich verfügt über keine eigene Nahversorgung; die einwohnerbezogene Ausstattung im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel liegt mit einem Wert von 0,04 m² Verkaufsfläche / Einwohner auf einem entsprechend niedrigen Niveau.
- Das derzeitige Angebot umfasst insgesamt drei Anbieter im Zentrum von Kendenich sowie einen Hofladen.
- Mit einer Einwohnerzahl von knapp 3.000 liegt der Stadtbezirk knapp unterhalb der notwendigen Mantelbevölkerung zur Ansiedlung eines tragfähigen Nahversorgungsangebotes. Somit ist nicht davon auszugehen, dass hier ein entsprechendes Angebot etabliert werden kann. Hinzu kommt, dass die Angebote im angrenzenden Stadtbezirk Hermülheim, Kalscheuren – hier insbesondere der stadtteilübergreifende Versorgungsstandort Eschweilerstraße (ergänzend der nahe gelegene LIDL) – über die Bundesstraße 265 sehr gut für die lokale Wohnbevölkerung erreichbar sind. Auch der ALDI-Markt in Fischenich stellt eine Einkaufsalternative dar.

Stadtbezirk Sielsdorf, Stotzheim

- Vergleichbar zu den Stadtbezirken Alstädten-Burbach und Kendenich verfügt auch der Stadtbezirk Sielsdorf, Stotzheim über ein sehr eingeschränktes Nahversorgungsangebot; dies verdeutlicht ein sehr geringer Indexwert Nahrungs- und Genussmittel von 0,04 m² / Einwohner.

[43] Nach Informationen der Wirtschafsförderung der Stadt Hürth liegen Planungen vor, im Zuge der Entwicklung des ehemaligen Medienparks – jetzt EuroNova Campus – in Kalscheuren einen KI-basierten Supermarkt zu etablieren.

- Das Angebot im Stadtbezirk erschöpft sich in zwei kleinflächigen Anbietern im Stadtteil Stotzheim sowie dem Sielsdorfer Gänsehof.
- Die Versorgung der ansässigen Wohnbevölkerung erfolgt über die Angebote in Efferen, Gleuel und Hermülheim.
- Aufgrund der bestehenden Strukturen sowie der mit 2.200 Einwohnern geringen Wohnbevölkerung ist die Etablierung eines wirtschaftlich tragfähigen Nahversorgungsangebotes nicht zu erwarten.

5.7.2 Handlungsbedarf und Optionen zur Verbesserung der Nahversorgung

Aus den ermittelten Bestandsdaten lässt sich in Bezug auf die gesamtstädtische Nahversorgungssituation ein Versorgungsdefizit ableiten. Dabei ist zwischen den eher urban geprägten Stadtbezirken Efferen sowie Hermülheim, Kalscheuren und den eher dörflich-kleinstädtischen Stadtbezirken zu differenzieren. Vor allem die eher dörflich strukturierten Stadtbezirke bzw. Stadtteile verfügen nur über ein sehr eingeschränktes oder aber gar kein Nahversorgungsangebot.

Aufbauend auf der in Kap. 5.7.1 durchgeführten Analyse des aktuellen Nahversorgungsangebotes in den Hürther Stadtbezirken sowie der relevanten Planungen sind die Möglichkeiten zur Verbesserung der lokalen Versorgungssituation wie folgt zu bewerten:

- Die Nahversorgung in den Stadtbezirken **Efferen** und **Hermülheim, Kalscheuren** wird über die entsprechenden Angebote in den drei Zentralen Versorgungsbereichen sowie ein ergänzendes Netz aus solitär gelegenen Anbietern in städtebaulich integrierten Bereichen sichergestellt. Hinzu kommt der dezentrale Standortbereich Eschweilerstraße als Versorgungsstandort mit stadtteilübergreifender Funktion. Handlungsbedarf besteht hier im Hinblick auf
  - die Nachnutzung des derzeit in Frage stehenden NETTO Lebensmitteldiscounters im Nahversorgungszentrum Efferen (Standort Kaulardstraße). Hier ist ein Erhalt der Funktion anzustreben, um die Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums Efferen langfristig abzusichern
  - die Modernisierung / Verkaufsflächenerweiterung des Anbieters REWE RICHRATH im Nahversorgungszentrum Efferen
  - die Verlagerung und Erweiterung des Anbieters NAHKAUF innerhalb des Nahversorgungszentrums Hermülheim (möglicherweise in Standorteinheit mit dem Anbieter LIDL); dabei sollten die Entwicklungsflächen im nördlichen Abschnitt des Zentrums einer möglichen Erweiterung im südlichen Bereich vorgezogen werden, um Synergieeffekte zu Anbietern im Umfeld zu generieren. Die potenziellen Erweiterungsflächen jenseits der Bonnstraße bieten aufgrund der Zäsur der Hauptverbindungsstraße aus städtebaulicher Sicht deutlich schlechtere Rahmenbedingungen.
  - die mögliche Verlagerung des LIDL Lebensmitteldiscounters aus der Kölnstraße in das Nahversorgungszentrum Hermülheim. Mögliche Ansiedlungsbereiche wären die Potenzialflächen im nördlichen Zentrumsbereich sowie am Standort AOK-Gelände (ggf. Standortkombination mit NAHKAUF (REWE)); auch hier gilt die Einschränkung bezüglich der Flächen südlich der Bonnstraße.
- Die Stadtbezirke **Alt-Hürth** und **Gleuel** verfügen innerhalb ihrer Zentralen Versorgungsbereiche über die beiden dort ansässigen Anbieter über ein qualifiziertes Angebot in der Nahversorgung, die dargestellten Indexwerte haben aber verdeutlicht, dass hier grundsätzlich ein Ausbaupotenzial vorliegt. Handlungsbedarf besteht hier im Hinblick auf
  - den geplanten Ausbau des Angebotes im Stadtbezirk **Gleuel**. Hier bestehen Überlegungen, im Zuge einer Wohnbauentwicklung im Bereich Waldfrieden einen kleinflächigen Lebensmitteldiscounter zu etablieren. Es wird empfohlen, im Rahmen einer Einzelfallprüfung zu untersuchen, ob eine

zentrenverträgliche Ansiedlung an diesem Standort, der keine funktionale Einbindung in das Nahversorgungszentrum erlaubt, möglich ist.

  - den Ausbau der Nahversorgung im Zentrum von **Alt-Hürth**. Aufgrund der räumlich beengten Lage des Anbieters NAHKAUF erscheint eine Erweiterung am derzeitigen Standort nicht möglich. Zudem ist festzustellen, dass es aufgrund der kleinteiligen, dörflichen Struktur des Zentrums keine größeren Potenzialfläche im südwestlichen Bereich gibt. In Bezug auf die Standortlage sind das ehemalige Schwimmbad (bei Einhaltung möglicher Denkmalschutzauflagen) am Brabanter Platz sowie die Parkplatzfläche Schlangenpfad (bei Kompensation der dortigen öffentlichen Stellflächen) aus gutachterlicher Sicht als geeignete Entwicklungsflächen für ein entsprechendes Angebot zu bewerten. Ein moderner Lebensmittelmarkt innerhalb des Nahversorgungszentrums, das eine rückläufige Entwicklung sowie hohe Leerstandsquoten offenbart, würde deutliche Impulse zur Sicherung und Stärkung setzen.

- Durch einen ansässigen Lebensmittelmarkt, der als nahversorgungsrelevanter Ergänzungsstandort in das Zentrenkonzept aufgenommen wurde, verfügen die Stadtbezirke **Berrenrath** und **Fischenich** über ein qualifiziertes Angebot in der Nahversorgung. Jedoch kann der NAHKAUF in Berrenrath aufgrund seiner Verkaufsflächendimensionierung nur eingeschränkte Versorgungsfunktionen wahrnehmen. Ein weiterer Ausbau des Angebotes wäre wünschenswert, erscheint aber vor dem Hintergrund der Lage und der Struktur nicht realistisch. Sollten entsprechende Erweiterungsflächen im Bereich des Wendelinusplatzes vorliegen, ist ein Ausbau zu einem Nahversorgungszentrum zu empfehlen.
- Zwar gibt es in den Stadtbezirken **Alstädten-Burbach**, **Kendenich** und **Sielsdorf, Stotzheim** keine größeren Nahversorgungsangebote, jedoch sind die Versorgungsangebote in Efferen, Gleuel und Hermülheim verhältnismäßig gut erreichbar. Ein Ausbau ist daher nicht realistisch, zumal auf Basis der lokalen Einwohneranzahl die notwendige Mantelbevölkerung für die Ansiedlung eines wirtschaftlich tragfähigen Angebotes fehlt.

Abb. 59: Mögliche Erweiterungen im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel (NuG) in der Stadt Hürth

mögliche Planungen	zusätzliche VKF im Segment NuG
Wiederbelegung Verbrauchermarkt / SB-Warenhaus Hürth-Park	3.000
Erweiterung des REWE Nahkauf in Hermülheim (ZV)	900
Erweiterung LIDL in Hermülheim	200
Ansiedlung eines kleinflächigen Lebensmittelmarktes in Gleuel	650
Umstrukturierung und Erweiterung REWE RICHRATH im ZV Efferen	200
Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes im ZV Alt-Hürth	650
Summe der zusätzlichen Verkaufsfläche im Sortiment NuG	**5.600**
derzeitiger Besatz im Sortiment NuG	18.285
Summe zukünftiger Besatz im Sortiment NuG	**23.885**
einwohnerbezogener Index-Wert (VKF NuG / Ew)	**0,38**

Quelle: cima (2021)

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass bei einer aktiven Flächenplanung und Realisierung der erörterten Angebotserweiterungen bereits eine deutliche Verbesserung der Nahversorgungssituation in der Stadt Hürth umgesetzt werden kann, wie in der nachfolgenden Abbildung grob rechnerisch dargestellt.

Abb. 60: Entwicklung VKF Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner nach Umsetzung der möglichen Erweiterungen

Stadtbezirk	VKF Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner aktuell (in m² / Ew.)	VKF Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner nach Umsetzung mögl. Erweiterungen (in m² / Ew.)
Alstädten-Burbach	0,02	0,02
Alt-Hürth	0,20	0,29
Berrenrath	0,11	0,11
Efferen	0,37	0,38
Fischenich	0,14	0,14
Gleuel	0,22	0,33
Hermülheim, Kalscheuren	0,51	0,75
Kendenich	0,04	0,04
Sielsdorf, Stotzheim	0,04	0,04

Quelle: cima (2021)

5.8 Dreiecksgrundstück

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung ist das sog. Dreiecksgrundstück in Bezug auf seine Eignung als möglicher Standort für die Nahversorgung zu prüfen.

Das derzeit unbebaute Dreiecksgrundstück befindet sich am nördlichen Rand des Stadtbezirks Hermülheim / Kalscheuren, an der Luxemburger Straße, gegenüber dem bestehenden BAUHAUS Bau- und Heimwerkermarkt. Die wesentlichen Rahmenbedingungen und Handlungsempfehlungen werden in der nachfolgenden Übersicht zusammengefasst.

Abb. 61: Steckbrief Dreiecksgrundstück

Luftbild-darstellung



Quelle: Kartengrundlage: GeoBasis-DE/BKG (2021); Bearbeitung: cima (2021)

Fläche

ca. 9.000 m²

Fotodoku-mentation





Quelle: cima (2021)

Standort-rahmenbe-dingungen

- Das Standortumfeld wird durch gewerbliche Nutzungen, v. a. durch großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten (Baumarkt) und einen Pendlerparkplatz geprägt. Richtung Nordosten schließt sich das derzeit in Planung befindliche Quartier Headquarters Hürth an. Dieser Bereich wird als Standort für Verwaltungen, Dienstleistungen, Hotel, Forschung und Entwicklung sowie Gastronomie entwickelt.
- Über die benachbarte Haltestelle der KVB Kiebitzweg (Linie 18: Köln-Thielenbruch – Bonn, Hauptbahnhof) existiert eine gute Anbindung an den Öffentlichen Personennahverkehr.
- Wohnbebauung schließt sich Richtung Westen und Norden an; zwischen ihr und dem Dreiecksgrundstück verläuft die KVB-Bahnlinie. Eine direkte Anbindung des angrenzenden Wohngebietes an das Grundstück ist derzeit nur mittelbar gegeben. Über eine

beschrankte KVB-Haltestelle ist der nördlich des Dreiecksgrundstücks gelegene Pendlerparkplatz über eine Fuß- und Radwegverbindung vom Wohngebiet aus erreichbar; eine weitere ist südlich des Dreiecksgrundstücks gelegen. Eine unmittelbare Anbindung für den Pkw-Verkehr besteht aus dem Wohngebiet nicht.

- Im Nahbereich des Planstandortes (700 Meter Radius), welcher planungsrechtlich zur Einordung von Nahversorgungsmärkten zu berücksichtigen ist, leben ca. 4.195 Einwohner.[44] Legt man einen 10-Minuten-Gehzeitradius zugrunde, welcher die örtlichen Gegebenheiten einbezieht, sind 3.890 Einwohner zu berücksichtigen.
- Im Stadtbezirk Hermülheim / Kalscheuren liegt aktuell eine gute einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung mit Nahrungs- und Genussmitteln in Höhe von 0,51 vor, sodass gegenwärtig keine Unterversorgung zu konstatieren ist.
- Das Stadtteilzentrum Hermülheim, in dem mehrere Entwicklungsstandorte zur Ansiedlung von Lebensmittelbetrieben ausgewiesen wurden, liegt nur etwa 600 Meter entfernt. Zum Stadtteilzentrum Efferen beträgt die Entfernung etwa 750 Meter. Beide Bereiche liegen in ihren Endpunkten innerhalb des 10-Minuten-Gehzeitradius um das Dreiecksgrundstück.[45]

10 min-Gehzeit-entfernung und 700 m-Entfer-nungs-radius



Kartengrundlage: GeoBasis-DE/BKG (2021); Bearbeitung: cima (2021); 10 Minuten-Gehzeitzone auf Basis openrouteservice.org.

[44] Quelle: Einwohner NRW (Abruf 2021); Datengrundlage Mikrozensus 2011 (die Daten wurden bislang leider nicht aktualisiert)

[45] In diesem Zusammenhang ist das sog. „Dortmunder Urteil" (OVG NRW, Urteil vom 26. Februar 2020, Az. 7 D 49/16.NE) von Bedeutung. Demgemäß kann außerhalb zentraler Versorgungsbereiche kein großflächiger Lebensmitteleinzelhandel angesiedelt werden, wenn im zentralen Versorgungsbereich eine geeignete Fläche zur Ansiedlung zur Verfügung steht. Die Anwendung der Ausnahmeregel gemäß Ziel 6.5-2 LEP NRW ist somit in diesem Fall nicht möglich.

Planungsüberlegungen

- Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarktes

Handlungsempfehlungen

- Vor dem Hintergrund der beschriebenen Standortkriterien ist eine städtebauliche Integration des Dreiecksgrundstücks derzeit nicht gegeben; aufgrund der verkehrsgünstigen Lage an der Luxemburger Straße stellt sich der Standort aktuell als autokundenorientierter Standort dar. Aus gutachterlicher Sicht kann daher die Ansiedlung eines großflächigen Nahrungs- und Genussmittelmarktes nicht empfohlen werden.
- Um ggf. mittel- bis langfristig eine Anbindung an die angrenzenden Wohnbereiche zu erreichen, ist eine städtebauliche Planung erforderlich, die auf Basis einer Überplanung des gesamten Bereiches eine Einbindung des Dreiecksgrundstücks in die angrenzende Wohnbebauung gewährleisten kann. Dies setzt eine bessere Integration der KVB-Bahnlinie in das städtebauliche Umfeld voraus. Es ist zu prüfen, ob die trennende Wirkung im Zuge der angedachten Haltestellenverdichtung und der damit verbundenen Absenkung der Fahrgeschwindigkeiten über bauliche Maßnahmen gesenkt und eine bessere Anbindung des Dreiecksgrundstücks an die angrenzende Wohnbebauung gelingen kann.

5.9 Sortimentsliste für die Stadt Hürth

5.9.1 Vorbemerkung

Basis für die Herleitung einer Sortimentsliste für die Stadt Hürth sind die aktuellen landesplanerischen Vorgaben (u. a. Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen). Grundsätzlich gilt, dass ein pauschaler Hinweis auf die Auflistung der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente des LEP oder auch der Rückgriff auf andere Listen (z. B. sogenannte „Kölner Liste") im Rahmen der baurechtlichen Steuerung nicht ausreicht und rechtsfehlerhaft ist.

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, sondern 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 kommunalen Einzelhandelskonzepten bzw. städtebaulichen Entwicklungskonzepten beruhen, welche die lokalen Gegebenheiten entsprechend abbilden.[46]

[46] 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.

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

Die Liste der zentrenrelevanten Sortimente für die Stadt Hürth dient dem Schutz und der Entwicklung der Zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet. Die damit verbundene Einzelhandelssteuerung soll nicht den Wettbewerb behindern, sondern eine räumliche Zuordnung vornehmen, wo dieser Wettbewerb stattfinden soll.

5.9.2 Kriterien zur Bestimmung der Zentrenrelevanz einzelner Sortimente

Die Fortschreibung der Sortimentsliste für die Stadt Hürth soll transparent und nachvollziehbar sein. Dabei sind zum einen allgemeine Kriterien zu beachten und zum anderen ortsspezifische Entwicklungen bzw. Besonderheiten zu berücksichtigen. Die Einordnung der Sortimente hinsichtlich der Zentrenrelevanz kann auch vom Planungswillen der Stadt geprägt sein.

Für die Zentrenrelevanz sind folgende Faktoren mitentscheidend:

Rechtliche Rahmenbedingungen

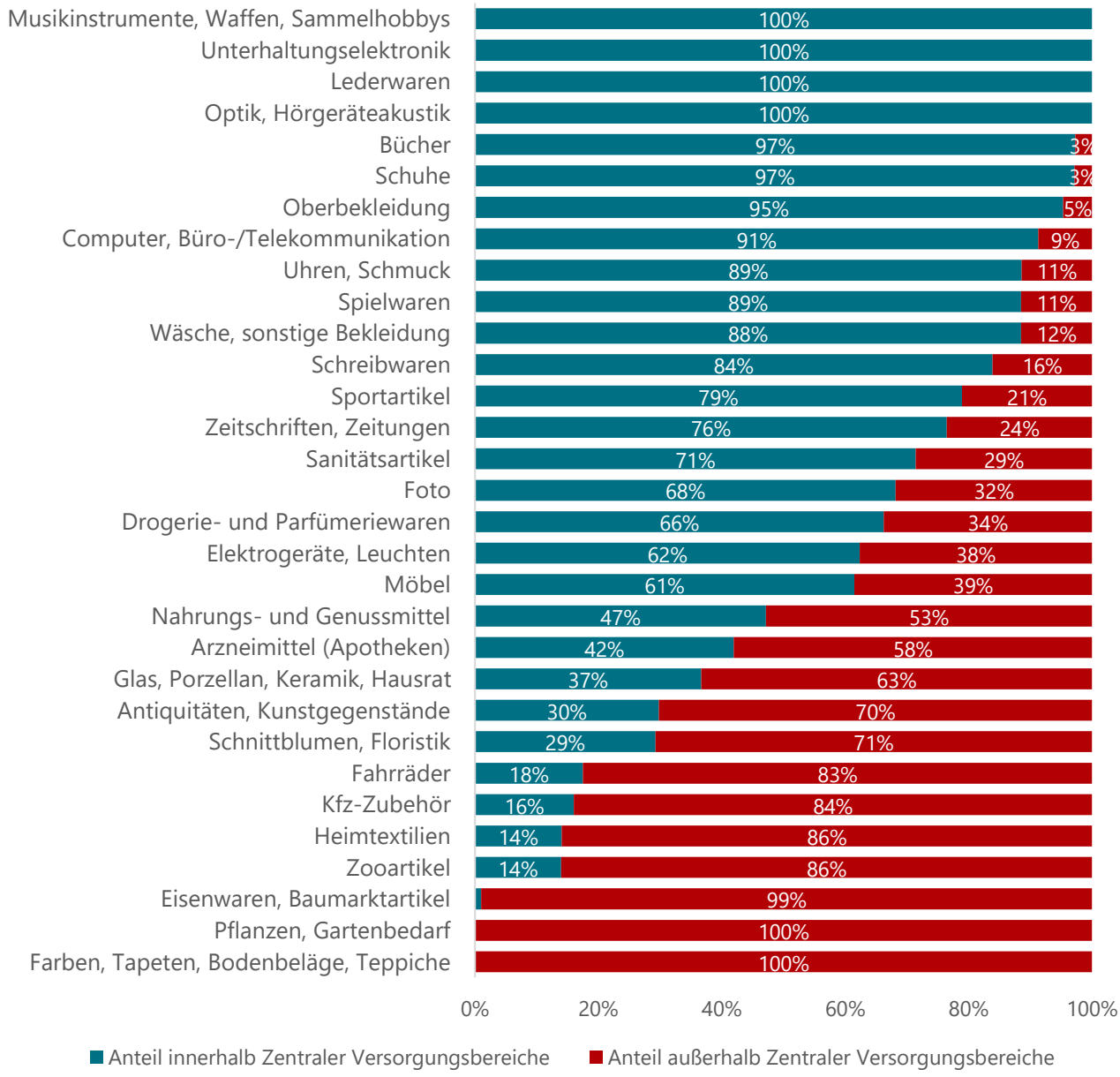
Der Verordnungsgeber hat im aktuellen Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen eine Sortimentsliste formuliert, welche einen verbindlichen Kern zentrenrelevanter Sortimente darstellt.[47] Diese Sortimente wurden im Rahmen der Aktualisierung des Landesentwicklungsplans auf Grundlage einer landesweiten Analyse der Verteilung der Sortimente nach Lagen innerhalb und außerhalb der nordrhein-westfälischen Innenstädte ermittelt und festgelegt.

Aktueller Bestand

Die Flächenverteilung des aktuellen Bestandes im Stadtgebiet dient als ein wichtiger ortsbezogener Anhaltspunkt für die Zentrenrelevanz von Sortimenten. Die aktuelle Standortverteilung (Verkaufsfläche in m²) stellt dabei eine Grundlage für die Bewertung der Zentrenrelevanz dar (vgl. Abb. 62). Es ist aber zu beachten, dass die Zuordnung der Sortimente darüber hinaus auch die weiteren genannten Faktoren berücksichtigt. Selbstverständlich können solche Warengruppen, die derzeit nicht in den Hürther Zentren vorhanden sind bzw. dort nicht den Verkaufsflächenschwerpunkt aufweisen, als zentrenrelevant klassifiziert werden, sofern sie maßgeblich zur Attraktivität z. B. eines innerstädtischen Einzelhandelsstandortes beitragen.

[47] Anlage 1 des LEP NRW

Abb. 62: Verkaufsflächenanteile der Zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Hürth auf Sortimentsebene



Quelle: cima (2021)

Nachfrage im Zusammenhang mit anderen Nutzungen

Kopplungsmöglichkeiten mit anderen Nutzungen, die zumeist in den Zentren angeboten werden, sind bei der Abwägung der Zentrenrelevanz ebenfalls zu berücksichtigen. Als Beispiele sind hierbei öffentliche Einrichtungen (Rathaus, Bürgerbüro etc.) oder auch konsumnahe Dienstleistungsbetriebe (u. a. Banken, Frisöre, Reisebüros, Gastronomiebetriebe) zu verstehen.

Darüber hinaus sollte der Branchenmix der Zentralen Versorgungsbereiche in Hürth attraktiv und möglichst komplett sein. Daher können auch Branchen, die aufgrund der entsprechenden Kundenfrequenz auf den

ersten Blick nicht zentrenrelevant erscheinen, ebenfalls den Zentren vorbehalten sein, um für den Kunden einen attraktiven, vollständigen Branchenmix zu gewährleisten.

Beratungsintensität

Die Angebotsformen der Zentren umfassen in erster Linie beratungsintensive Fachgeschäfte, die den Kunden einen Mehrwert beim Einkauferlebnis bieten können. Aus diesem Grunde sind solche Betriebsformen für einen Zentralen Versorgungsbereich besonders wichtig.

Frequenzbringer

Abhängig von Stadtgröße und Zentrentyp fungieren unterschiedliche Sortimente als Frequenzbringer. In Hauptzentren sorgen vornehmlich die etablierten Nahversorgungsbetriebe sowie größere Filialunternehmen für Kundenfrequenzen. In Stadtteil- bzw. Nahversorgungszentren haben vor allem Nahversorgungsbetriebe und weiterführende, kleinteilige Angebote eine frequenzbringende Wirkung. Die Frequenz in Nahversorgungszentren wird vor allem durch Anbieter von Gütern des täglichen Bedarfes erzeugt.

Einfacher Warentransport und geringer Flächenanspruch

Die Größe und Transportfähigkeit der Waren spielt eine weitere Rolle bei der Zentrenrelevanz von Sortimenten. Großformatige Waren, die einen gewissen Ausstellungsbedarf haben und meist per Auto transportiert werden müssen, sind möglicherweise für die zentralen Standorte weniger geeignet, da der Flächenbedarf und die Warenlogistik von Betrieben mit einem solchen Sortimentsschwerpunkt oftmals nicht in einer Innenstadtlage erfüllt werden können (z. B. Baumärkte). Im Gegensatz dazu stehen sogenannte „Handtaschensortimente“. Diese Waren sind kleinformatig und können leicht transportiert werden (z. B. Bekleidung, Schuhe).

Planungswille der Stadt

Die aktuelle Rechtsprechung in Deutschland verlangt bei einer planungsrechtlichen Steuerung die Entwicklung einer ortsspezifischen Sortimentsliste. Der Planungswille der Stadt kann dabei Auswirkungen auf die Zentrenrelevanz von Sortimenten haben. Der Kommune sind hierfür im Rahmen der Selbstverwaltung weitreichende Kompetenzen zugesagt. Die Planungshoheit wird insoweit bestärkt. Die Herleitung und Begründung einer ortsspezifischen Sortimentsliste muss allerdings mit Bezug auf die aufgeführten Abwägungsmerkmale erfolgen. Folglich können auch Sortimente zentrenrelevant sein, die bisher nur geringe Verkaufsflächenanteile in den Zentren aufweisen.

5.9.3 Zur Ableitung der Hürther Sortimentsliste

Die Stadt Hürth verfügt bereits über eine Sortimentsliste aus dem Jahr 2016, die aufgrund der sich veränderten Gegebenheiten im Einzelhandel sowie der aktualisierten Vorgaben auf landesplanerischer Ebene geprüft und ggfls. angepasst wird. Dabei werden im Unterschied zur Sortimentsliste des LEP NRW in der nachfolgenden Sortimentsliste auch die nicht zentrenrelevanten Sortimente aufgeführt. Die Liste der zentren- bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimente ist abschließend, während die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente lediglich darstellenden Charakter hat und nicht abschließend ist; dementsprechend kann sie um weitere Sortimente ergänzt werden. Für die textlichen Festsetzungen in Bebauungsplänen kann auf die Sortimentsliste in der vorliegenden Fassung zurückgegriffen werden.

Definition der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente

Nahversorgungsrelevant sind Sortimente, die periodisch und somit täglich oder wöchentlich nachgefragt werden (periodischer Bedarf). Ihre herausgehobene Bedeutung für die wohnortnahe Versorgung des

täglichen und wöchentlichen Bedarfs kann eine Ansiedlung ausnahmsweise auch außerhalb von Zentralen Versorgungsbereichen rechtfertigen, um in integrierten Lagen eine fußläufige Nahversorgung sicherstellen zu können. Alle nahversorgungsrelevanten Sortimente sind zugleich auch zentrenrelevant, da allen Zentren einen Nahversorgungsfunktion zugeschrieben wird.

Im Hinblick auf die bestehenden Strukturen im Hürther Einzelhandel sowie die allgemeinen Einkaufsgewohnheiten der Bevölkerung sind folgende Sortimente als nahversorgungsrelevant (und damit gleichzeitig zentrenrelevant) einzustufen:

- **Nahrungs- und Genussmittel**
- **Gesundheits- und Körperpflegeartikel**
- **Schnittblumen**
- **Zeitschriften, Zeitungen**

Der Einordnung der genannten Sortimente liegen folgende Aspekte zugrunde:

- Die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheits- und Körperpflegeartikel werden in der Anlage 1 des aktuellen LEP als nahversorgungs- und zentrenrelevant definiert.
- Die Einordnung weicht z. T. von der bisherigen Sortimentsliste ab. So wurden die Sortimente Zeitschriften, Zeitungen sowie Schnittblumen bislang als zentrenrelevant, nicht aber als nahversorgungsrelevant eingestuft. Jedoch werden die Sortimente häufig mit dem Lebensmitteleinkauf verbunden und stellen nur bedingt innenstadttypische Sortimente dar. So finden sich entsprechende Anbieter häufig in den Mall-/ Vorkassenzonen von größeren Lebensmittelanbietern oder werden als Teil des Sortiments von diesen direkt angeboten.
- Die genannten Sortimente definieren damit als Waren des täglichen Bedarfs die Versorgungsfunktion der Zentren in der Stadt Hürth. So liegt ihr Anteil innerhalb Zentraler Versorgungsbereiche bei 76 % (Zeitschriften, Zeitungen), 66 % (Drogerie- und Parfümeriewaren) bzw. 47 % (Nahrungs- und Genussmittel). Der begrenzte Wert im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel verdeutlicht dabei die Bedeutung der nahversorgungsrelevanten Ergänzungsstandorte außerhalb der Zentren, welche die bestehenden Versorgungsstrukturen in den Zentren entsprechend ergänzen. Auch das Sortiment Schnittblumen / Floristik ist aktuell überwiegend nicht den Zentralen Versorgungsbereichen zugeordnet (29 %).
- Nicht mehr als nahversorgungsrelevant, dafür als zentrenrelevant wird zukünftig das Sortiment Arzneimittel eingeordnet. Hier folgt die Einordnung gemäß den Vorgaben des LEP NRW, der medizinische, orthopädische und pharmazeutische Artikel als zentrenrelevante Sortimente klassifiziert. Damit wird der Bedeutung der Apotheken im Hinblick auf ihre Zentrenfunktion Rechnung getragen. Für die Stadt Hürth ist zu konstatieren, dass sich in allen abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereichen mindestens ein solches Angebot befindet; insgesamt liegt der Anteil der Verkaufsfläche in den Zentren der Stadt Hürth bei 42 %. Damit wird gleichzeitig deutlich, dass Apotheken auch außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche, z. B. in den kleineren Stadtteilen, als fußläufig zu erreichendes Angebot von Bedeutung sind.

Definition der zentrenrelevanten Sortimente

Zentrenrelevant sind Sortimente, die

- eine bestimmte, zentrenprägende Funktion am Standort erfüllen (z. B. als Frequenzbringer),
- vom Kunden ohne Probleme transportiert werden können,
- i. d. R. einer zentralen Lage bedürfen, da sie auf eine gewisse Kundenfrequenz angewiesen sind,

- Konkurrenz vor Ort benötigen, um positive Synergieeffekte entstehen zu lassen und
- vorwiegend in der Innenstadt oder in anderen Zentralen Versorgungsbereichen angeboten werden.

Die nachfolgenden Sortimente werden vom Gesetzgeber im Landesentwicklungsplan als zentrenrelevant eingestuft und sind daher als zentrenrelevante Sortimente in die Hürther Sortimentsliste zu übernehmen:

- Bekleidung / Wäsche
- Schuhe / Lederwaren [und Reisegepäck][48]
- Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren
- Bücher
- Papier / Bürobedarf / Schreibwaren
- medizinische, orthopädische / pharmazeutische Artikel
- Spielwaren
- Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte)
- Uhren, Schmuck
- Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto – ohne Elektrogroßgeräte, Leuchten)

Zusätzlich zu den vom Gesetzgeber vorgegebenen Sortimenten werden im Hinblick auf die Standort- und Zentrenstrukturen in der Stadt Hürth weitere Sortimente als zentrenrelevant eingestuft:

- Haus- und Heimtextilien (inkl. Gardinen, Haus- und Tischwäsche, Stoffe; ohne Matratzen)
- Bastelartikel / Künstlerbedarf
- optische und akustische Geräte
- Musikalien und Musikinstrumente
- Briefmarken, Münzen
- Handarbeitsartikel, Kurzwaren, Nähbedarf, Strickwaren
- Kunstgegenstände, Bilder, Bilderrahmen, sonstiges Einrichtungszubehör

Alle genannten Sortimente sind bereits in der Sortimentsliste 2016 als zentrenrelevant eingestuft worden, hinzu kommt das Sortiment Arzneimittel (medizinische, orthopädische und pharmazeutische Artikel), das bislang als nahversorgungsrelevant eingestuft wurde, aus den dargestellten Gründen aber nunmehr zentrenrelevant ist. Die aufgeführten zentrenrelevanten Sortimente haben in der Stadt Hürth eine zentrenprägende Wirkung und sind mit einem Verkaufsflächenanteil zwischen 70 – 100 % in den Zentren vertreten. Einzig die als zentrenrelevant definierten Sortimente Arzneimittel, Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren und Heimtextilien verfügen über geringere Verkaufsflächenanteile in den Zentren, sind aber auch vor dem Hintergrund möglicher Entwicklungspotenziale als zentrenrelevant einzustufen.

Dabei sind vor allem die Anbieter im Hürth-Park im Hinblick auf die Zentrenrelevanz als strukturprägend einzuordnen. Zu nennen sind:

[48] […] von der Anlage 1 des LEP NRW abweichende Ergänzung

- im Sortiment Bekleidung C & A, H & M, OLYMP & HADES, PEEK & CLOPPENBURG, TK MAXX sowie zahlreiche kleinflächige Anbieter, u. a. auch in Alt-Hürth und Efferen,
- im Sortiment Schuhe, Lederwaren DEICHMANN, GÖRTZ und RENO,
- im Sortiment Bücher, Schreibwaren MÜLLER, THALIA sowie kleinere Anbieter in Alt-Hürth, Efferen und Gleuel,
- und im Sortiment Elektroartikel, Unterhaltungselektronik SATURN.

Eine Veränderung ergibt sich in Bezug auf Sportartikel. Bislang wurde zwischen der zentrenrelevanten Warengruppe Sportartikel (inkl. Sportbekleidung, -schuhe, -geräte) und der nicht zentrenrelevanten Warengruppe Sportgroßgeräte, Campingartikel unterschieden. Mit dem LEP hat die Landesplanung nunmehr festgelegt, dass das Sortiment Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Teilsortimente Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte) als zentrenrelevant einzustufen ist. Damit müssen die aufgeführten Teilsortimente Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte nicht mehr zwingend als zentrenrelevant eingeordnet werden. Dementsprechend erfolgt eine Zuordnung der genannten Sortimente zu den nicht zentrenrelevanten Sortimenten.

Die Einstufung der zentrenrelevanten Sortimente lässt sich wie folgt erläutern:

- Die in der Anlage zum LEP NRW aufgeführten zentrenrelevanten Sortimente lassen sich durch die durchgeführten Einzelhandelserhebungen in der Stadt Hürth bestätigen. Es handelt sich bei vielen aufgeführten Sortimenten um Sortimente, die einen hohen Anteil der gesamtstädtischen Verkaufsfläche innerhalb der Zentren aufweisen (z. B. Bekleidung / Wäsche, Schuhe / Lederwaren, Uhren / Schmuck). Sie tragen damit zur Frequenz innerhalb der Zentren bei und können vielfach als strukturprägende Betriebe bezeichnet werden.
- Die zusätzlich in die Hürther Sortimentsliste als zentrenrelevant aufgenommenen Sortimenten weisen Synergieeffekte zu den übrigen zentrenrelevanten Sortimenten auf, sind auf eine gewisse Kundenfrequenz angewiesen, leicht transportierbar und benötigen i. d. R. eine höhere Beratungsintensität (z. B. optische und akustische Artikel).
- Zudem wird berücksichtigt, dass der Gesetzgeber bei bestimmten Sortimenten eine Unterteilung nach ihrer Angebotsstruktur vorgenommen hat. So wird beim Sortiment Elektrogeräte, Medien differenziert zwischen Elektrokleingeräten, Elektrogroßgeräten und Leuchten. Beim Sortiment Sportartikel, Sportbekleidung, Sportschuhe werden die Sportgroßgeräte explizit als nicht zentrenrelevantes Sortiment ausgeklammert; die entsprechende Aufteilung erfolgt nach Gesichtspunkten der Transportfähigkeit und des hohen Flächenbedarfes für die Warenpräsentation. Gleichermaßen werden Spezialsortimente wie Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel und Reitartikel als nicht zentrenrelevant eingestuft.

Definition der nicht-zentrenrelevanten Sortimente (nicht abschließend)

Nicht-zentrenrelevant sind vor allem Sortimente,

- die aufgrund ihres hohen Flächenbedarfes nicht für zentrale Standorte geeignet sind,
- die nur schwer direkt zu transportieren sind oder eines zusätzlichen Transportmittels bedürfen und
- daher überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten werden.

Zudem verfügen die Betriebe, die diese Sortimente anbieten, auf den entsprechenden Verkaufsflächen i. d. R. über im Vergleich zu nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Sortimenten geringe Flächenproduktivitäten.

Folgende Sortimente werden auf Basis der dargestellten Aspekte als nicht-zentrenrelevant eingeordnet:

- Fahrzeuge aller Art (auch Fahrräder und Kinderwagen)
- Sport- und Freizeitgroßgeräte, Angel-, Camping-, Jagd- und Reitartikel
- Lampen / Leuchten
- Kfz- / Motorradzubehör
- Tiernahrung, Zooartikel (inkl. lebende Tiere)
- Elektrogroßgeräte (sog. „weiße Ware" wie Herde, Kühlschränke, Waschmaschinen)
- Möbel (inkl. Büromöbel, Küchenmöbel)
- Matratzen
- Antiquitäten, Gebrauchtwaren
- Baumarktsortimente (u. a. Eisenwaren, Farben, Fliesen, Laminat, Sanitärartikel, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge (ohne handgefertigte Teppiche), Werkzeuge)
- Gartenmarktsortiment (u. a. Düngemittel, Erden, Pflanzgefäße)

Zur Einordnung der angeführten Sortimente werden folgende Hinweise gegeben:

- Viele der aufgeführten Sortimente sind aufgrund ihrer hohen Flächenansprüche nicht für die Zentren geeignet und sind zudem aufgrund der Größe der einzelnen Artikel auf ein Transportmittel angewiesen (v. a. Möbel, Gartenmarktsortiment, Elektro- und Sportgroßgeräte).
- Bei den Sortimenten, die auf Grundlage der angewandten Erhebungssystematik gesondert ausgewiesen werden können, lässt sich ein nur geringer Anteil innerhalb der Zentren der Stadt Hürth erkennen (z. B. Fahrräder und Zubehör, Zooartikel inkl. Tiernahrung als Randsortiment der Nahversorgungsanbieter).
- Die Anlage 1 des LEP NRW wurde bei der Zuordnung beachtet. Sie erlaubt ausdrücklich u. a. Fahrräder und Zubehör, Lampen / Leuchten, Elektrogroßgeräte und Sportgroßgeräte als nicht-zentrenrelevant einzustufen.

Zusammenfassend wird der Stadt Hürth für zukünftige einzelhandelsrelevante textliche Festsetzungen in den Bebauungsplänen die in Abb. 63 enthaltene Sortimentsliste als Grundlage empfohlen.

Abb. 63: Sortimentsliste für die Stadt Hürth

Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente (abschließende Liste)

- **Nahrungs- und Genussmittel** (inkl. Back- / Fleischwaren, Getränke, Reform- / Tabakwaren)
- **Gesundheits- und Körperpflegeartikel** (inkl. Drogerie- und Parfümeriewaren sowie Wasch, Putz- und Reinigungsmittel)
- Schnittblumen
- Zeitungen / Zeitschriften

Zentrenrelevante Sortimente (abschließende Liste)

- **Bekleidung / Wäsche**
- **Schuhe / Lederwaren** [und Reisegepäck][49]
- **Glas / Porzellan/ Keramik, Haushaltswaren**
- Haus- und Heimtextilien (inkl. Gardinen, Haus- und Tischwäsche, Stoffe; ohne Matratzen)
- **Bücher**
- **Papier / Bürobedarf / Schreibwaren**
- Bastelartikel / Künstlerbedarf
- **medizinische, orthopädische und pharmazeutische Artikel**
- optische und akustische Geräte
- **Spielwaren**
- **Sportartikel, Sportbekleidung, Sportschuhe (ohne Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte)**
- **Uhren, Schmuck**
- **Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto**
- **Elektrokleingeräte** (wie Bügeleisen, Fön, Mixer, Staubsauger)
- Kunstgegenstände, Bilder, Bilderrahmen, sonstiges Einrichtungszubehör
- Musikalien und Musikinstrumente
- Briefmarken, Münzen
- Handarbeitsartikel, Kurzwaren, Nähbedarf, Strickwaren

[49] […] von der Anlage 1 des LEP NRW abweichende Ergänzung.

Nicht zentrenrelevante Sortimente (nicht abschließende Liste)
▪ Fahrzeuge aller Art (auch Fahrräder und Kinderwagen)
▪ Lampen / Leuchten
▪ Kfz- / Motorradzubehör
▪ Tiernahrung, Zooartikel (inkl. lebende Tiere)
▪ Sport- und Freizeitgroßgeräte, Angel-, Camping-, Jagd- und Reitartikel
▪ Elektrogroßgeräte (sog. „weiße Ware“ wie Kühlschränke, Herde, Waschmaschinen)
▪ Möbel (inkl. Büromöbel, Küchenmöbel)
▪ Matratzen
▪ Antiquitäten, Bilder, Bilderrahmen, Kunstgegenstände
▪ Baumarktsortimente (u. a. Eisenwaren, Farben, Fliesen, Laminat, Sanitärartikel, Tapeten, Teppiche (ohne handgefertigte Teppiche), Bodenbeläge, Werkzeuge)
▪ Gartenmarktsortiment (u. a. Düngemittel, Erden, Pflanzgefäße)

* Hervorgehoben: Leitsortimente der stets zentrenrelevanten Sortimente gemäß Anlage 1 LEP NRW
Quelle: cima (2021)

6 Handlungskonzept

6.1 Weiterentwicklung der Zentren

Gerade im Zuge der aktuellen Entwicklungen im stationären Einzelhandel sind stärkende Maßnahmen besonders wichtig, die oftmals durch Verbesserungen in Bezug auf Kommunikation und Kooperation initiiert werden können. Daher werden nachfolgend Handlungsempfehlungen zur Stärkung und Weiterentwicklung der Hürther Zentren gegeben.

6.1.1 Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Hauptzentrums Hürth

Das Hürther Hauptzentrum, im Wesentlichen bestehend aus dem Einkaufszentrum Hürth-Park, bildet aufgrund der Konzentration und des Angebotsumfangs der dortigen Betriebe den wichtigsten Einkaufsbereich im Stadtgebiet. Im Gegensatz zu – in anderen Mittelzentren meist vorzufindenden – gewachsenen Hauptzentren, die sich entlang verschiedener Straßenzüge um den Ortskern konzentrieren und versorgungsbezogene mit wohnungsbezogenen Angeboten verknüpfen, kommt dem Hürther Zentrum eine „Sonderfunktion" zu.

Das 1977 eröffnete Einkaufszentrum wird durch ein zentrales Centermanagement (ECE Marketplaces GmbH & Co. KG, Center Management Hürth-Park) geführt. Es wird durch einen Wechsel von (teil-)überdachten und freien Passagen geprägt, sodass es sich von den klassischen geschlossenen Einkaufszentren unterscheidet. Aufgrund des ausgewogenen Branchenmix mit Einkaufsmagneten, ergänzenden Dienstleistungsangeboten und gastronomischen Einrichtungen, kombiniert mit dem großen Kino, kann eine gute Belebung bis in die Abendstunden erreicht werden. Einschränkend wirken sich hier aktuell die zum Erhebungszeitraum erfassten sechs Leerstände, insbesondere des REAL-SB-Warenhauses, aus.[50]

Das Centermanagement hat in den letzten gut 40 Jahren mehrere bauliche Umstrukturierungen vorgenommen, die jeweils auf ein zeitgemäßes und modernes Angebot mit einer entsprechenden Aufenthaltsqualität ausgerichtet waren. Auch aktuell werden bauliche Veränderungen zur Attraktivierung des Centers vorgenommen (vgl. Kap. 5.6.1). Darüber hinaus hängt die Weiterentwicklung des Hauptzentrums Hürth – nach Schließung des Impfzentrums und ggf. Optimierung der Eigentumsverhältnisse – stark von einer adäquaten Nachbesetzung der leerstehenden Fläche des ehemaligen REAL-SB-Warenhauses ab.

Neben der attraktiven Nutzungsdurchmischung und einer gestalterisch und aufenthaltsbezogenen Aufwertung zur Verbesserung der Verweilqualität innerhalb des Hürth-Parks (vgl. hierzu Kap. 5.6.1) wird empfohlen, ein hohes Augenmerk auf die städtebauliche Einbindung und Verknüpfung zu angrenzenden Bereichen zu legen. So sollten die Eingänge in das Einkaufszentrum und die fußläufigen Verbindungen zu umliegenden Nutzungen, z. B. zum benachbarten Rathaus der Stadt Hürth, gestalterisch aufgewertet werden. Eine – soweit unter den gegebenen Rahmenbedingungen umsetzbar – möglichst offene Gestaltung unter Berücksichtigung nachhaltiger, klimabezogener Gestaltungselemente kann dazu beitragen, den Hürth-Park stärker in die vorhandenen städtebaulichen Strukturen einzubinden.

Im Rahmen regelmäßiger Abstimmungen mit den lokalen Akteuren und der Stadt Hürth können verbindende Aktivitäten und Projekte geplant und umgesetzt werden, die auf eine Verknüpfung zwischen den Angeboten innerhalb des Hürth-Parks und solchen im Umfeld (z. B. freizeitbezogene Angebote im Grünbereich jenseits der Spijkenisser Straße) ausgerichtet sind.

[50] Nach vorliegenden Informationen stehen die Leerstände in kausalem Zusammenhang mit aktuellen Umbaumaßnahmen.

Das nachfolgende Beispiel zeigt, wie im Rahmen eines gezielten Standortmarketings bspw. temporäre Pflanzaktionen zur Attraktivierung und Standortaufwertung beitragen können. Dabei können auch saisonale oder regionale Themen besetzt werden.

Abb. 64: Beispiel für eine temporäre Begrünung (Aktion „Viersen blüht", Stadt Viersen)



Quelle: www.viersen.de (Foto: Gesa Kieselmann-Fricke)

6.1.2 Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Nahversorgungszentren

Die Entwicklung der Nahversorgungszentren ist stark abhängig von den städtebaulichen und nutzungsstrukturellen Rahmenbedingungen. Die Nutzungsstrukturen in Zentralen Versorgungsbereichen haben sich bundesweit zuletzt stark verändert. Der generelle Strukturwandel im Einzelhandel, ein zunehmend auf den Online-Handel ausgerichtetes Einkaufsverhalten sowie Nachfolgeprobleme inhabergeführter Betriebe führen vielerorts zu Schließungen von Einzelhandelsbetrieben. Bereits vor Beginn der Corona-Pandemie hat die cima in vielen Fortschreibungen von Einzelhandelskonzepten Rückgänge der Betriebsanzahl um bis zu 25 % innerhalb der letzten 5 bis 10 Jahre aufdecken müssen. Diese problematischen Entwicklungen werden nun durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie zusätzlich beschleunigt.

Der Vergleich von Nutzungsstrukturen über die letzten Jahre hinweg zeigt, dass bisherige Handelsflächen oftmals durch Dienstleistungen, gastronomische Betriebe oder auch Vergnügungsstätten (Spielhallen, Wettbüros) ersetzt werden oder aber leer stehen. Da Leerstände und Trading Down-Prozesse die Entwicklungsfähigkeit von Zentren nachhaltig beeinträchtigen können, ist es erforderlich, diesen Entwicklungen frühzeitig und kontinuierlich entgegenzuwirken. Ein hohes Augenmerk ist dabei auf die Stärkung und Weiterentwicklung vorhandener Magnetbetriebe bzw. die Ansiedlung weiterer Betriebe an den in den Zentralen Versorgungsbereichen markierten Entwicklungsflächen zu legen. Gut frequentierte Magnetbetriebe bilden die Grundlage für den Fortbestand eines Zentrums, da sie die Kundenfrequenzen auch für die kleineren Betriebe sichern. Brechen Magnetbetriebe weg, wird den kleineren Betrieben häufig die wirtschaftliche Grundlage entzogen und das Versorgungszentrum kann im Bestand nicht mehr gesichert werden.

Angesichts einer tendenziell abnehmenden Bedeutung des Einzelhandels innerhalb der Zentren wird es zukünftig notwendig sein, die Hürther Nahversorgungszentren noch stärker als Quartiere mit einer lebendigen Mischung aus Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, Kultur und Wohnen zu verstehen.

Im Rahmen der Stadtentwicklungsplanung bzw. eines Orts- oder Quartiersmanagements sind nachfolgende Maßnahmen zur Sicherung der Zentren zu empfehlen:

- **Die (intensivere) Vernetzung von lokalen Gewerbetreibenden, Immobilienbesitzern, Werbegemeinschaften und ggf. weiteren lokalen Akteuren und der Stadtverwaltung:** Über dieses Netzwerk kann ein regelmäßiger Austausch über relevante Entwicklungen, geplante Aktivitäten etc. erfolgen; laufende Kontakte zu Hauseigentümern / Mietern ermöglichen die fortlaufende Aufnahme von

Veränderungen (Bereitschaft zur Vermietung / Umbaumaßnahmen / Nachfolgeproblematik / Möglichkeiten innerörtlicher Umzüge) und die Information und Sensibilisierung in Bezug auf relevante Themen wie Digitalisierung, Leerstandsvermeidung, Wirkungen von Leerständen und Mindernutzungen auf das direkte Standortumfeld (z.B. fehlende Investitionen in den Bestand, in den öffentlichen Raum, Veränderungen der Mietstrukturen), Standortanforderungen von Unternehmen und Expansionisten etc.

- **Die Einrichtung eines Leerstands- / Flächenmanagement:** Die Grundlage hierzu bildet die Schaffung einer Datenbank mit zentralen Informationen über Nutzungen und Leerstände innerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche inkl. eines Leerstandskatasters, welches Informationen über die Objekte inkl. einer Bewertung der Standortkriterien (z. B. Verkaufsflächengröße, barrierefreier Zugang, bauliche Attraktivität, Umfeldnutzungen) und neue Vermietungsoptionen enthält und auch Aussagen dazu trifft, welche Ladenlokale nicht vermietbar sind und daher umgebaut oder aber zurückgebaut und dauerhaft umfunktioniert werden sollten.
- **Die Akquisition neuer, ggf. auch temporärer Nutzungen:** Da sich Leerstände negativ auf die Aufenthaltsqualität auswirken, sind große Anstrengungen zur Wiederbelegung erforderlich, durch aktive Werbung und Suche nach zusätzlichen Anbietern aus dem Handel oder anderen frequenzwirksamen Einrichtungen (Gastronomie, Dienstleistungen, Coworking-Lösungen, freiberufliche Angebote, Handwerk, soziale Treffpunkte). Auch Zwischennutzungen (z. B. Pop-Up-Stores, Kunstausstellungen) in leerstehenden Objekten, beleben einen Standort.
- **Die Förderung von (zielgruppenspezifischen) Aktivitäten und Festen im Sinne der Gemeinschaftsstärkung:** Mit dem Ziel, verschiedene Akteursgruppen einzubinden sowie Engagement und Investitionsbereitschaft der lokalen Akteure zu stärken, können imagefördernde Aktionen und Veranstaltungen, wie z. B. Mitmachaktionen (z. B. Urban Gardening, essbare Stadt) oder Service-Offensiven zur Verbesserung der Servicequalität lokaler Gewerbetreibender, durchgeführt werden. Es kommen auch kleinere Veranstaltungen in Kooperation mit örtlichen Vereinen und Einrichtungen in Frage, z. B. eine Musik-Mitmachveranstaltung in Kooperation mit der Musikschule, kulinarische Angebote der verschiedenen, in Hürth beheimateten Nationalitäten oder ein auf Jugendliche ausgerichtetes Angebot in Zusammenarbeit mit der VHS. Die Aktivitäten können helfen, Image und Identifikation zu steigern.
- **Die mit anderen Festen, Märkten oder Veranstaltungen gekoppelte Durchführung verkaufsoffener Sonntage:** Verkaufsoffene Sonntage leisten einen wichtigen Beitrag zur Belebung Zentraler Versorgungsbereiche und zur Festigung und Weiterentwicklung des dort platzierten Einzelhandelsangebotes, indem sie bestehende Kundinnen und Kunden durch die Verknüpfung attraktiver Angebote und Aktivitäten binden bzw. neue Kundinnen und Kunden auf sich aufmerksam machen. Verkaufsoffene Sonntage sollten sich in den Gesamtprozess zur Stärkung des jeweiligen Stadtteils einfügen. Sie können jedoch nur ausnahmsweise bei entsprechender Begründung – Genehmigung auf der Basis von fünf Sachgründen, durch die ein öffentliches Interesse für verkaufsoffene Sonntage vorliegt – freigegeben werden (vgl. § 6 Ladenöffnungsgesetz LÖG NRW).
- **Online Präsenz der Stadt und der Unternehmer:** Um weiterhin wettbewerbsfähig zu bleiben, ist es notwendig, dass der Einzelhandel nicht nur offline, sondern auch online präsent ist. Kunden informieren sich heute online über ein Produkt und kaufen es dann häufig vor Ort im Fachgeschäft ein. Nicht jeder Einzelhändler benötigt einen Online-Shop, aber jedes Geschäft sollte online sichtbar sein. Zudem ist eine zeitgemäß gestaltete, laufend gepflegte und informative Online-Plattform, auf der alle Einzelhändler gebündelt dargestellt werden und auch über weitere Innenstadtthemen informiert wird, angeraten. Dies kann auch über die Internetseite der Stadt Hürth geschehen. Darüber hinaus ist ein Newsletter für interessierte Bürger / Kunden mit kurzen Informationen über relevante Entwicklungen im Stadtgebiet zeitgemäß.

- **Die Beratung von Einzelhändlern in Bezug auf Schaufenstergestaltung, Warenpräsentation und digitale Sichtbarkeit / Online-Darstellung:** Beratungen können in Form von Einzelberatungen oder aber projektspezifischen Workshops, Seminaren und Beteiligungsveranstaltungen umgesetzt werden (z. B. google-my-business-Seminare, Eigentümerfrühstück etc.)
- **Örtliche Förderprojekte:** Zur Unterstützung des Gewerbes bieten sich individuelle Förderprojekte an, z. B. ein Gründerprogramm / Pop Up-Programm für leerstehende Ladenlokale in den Hürther Zentren. Dieses Programm ist darauf gerichtet, jungen Unternehmern mit Gründerwillen oder bestehenden Unternehmern mit neuen Plänen günstige Rahmenbedingungen (ein sog. „Start-Paket") für neue Geschäftsideen zu geben, z. B. (Kurzzeit-)Vermietungen für einen reduzierten Mietpreis zum Test der Gründungsidee und Übernahme von Beratungs-/ Medienpaketen. Das Programm ist unter Beteiligung von lokalen Partnern, bspw. Banken, Medien, Versicherung, Steuerberater, Rechtsanwalt, Werbeagentur etc., aufzulegen und durchzuführen.
- **Die Einrichtung einer Nachfolgebörse:** Zur Unterstützung von Einzelhändlern mit unsicherer Nachfolge kann eine Nachfolgebörse eingerichtet werden.
- **Eine zielgerichtete Öffentlichkeitsarbeit** über Printmedien, die Internetseite der Stadt Hürth sowie social media-Kanäle

Neben den übergeordneten, stärker kommunikativ / kooperativ zu organisierenden Maßnahmen sind in den Nahversorgungszentren folgende Ziele mit räumlichem Bezug von Bedeutung:

- **Stärkere Ausbildung ortsbezogener Rundläufe** der Besucher und Kunden und Einbindung der verschiedenen Geschäfte in diese Rundläufe (z. B. durch gestalterische Maßnahmen, Berücksichtigung besonderer Sehenswürdigkeiten oder ortsspezifischer Angebote)
- **Aktive Überplanung und gezielte Aktivierung vorhandener Flächenpotenziale innerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche:** In allen Zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Hürth wurden Entwicklungsflächen zur Neuansiedlung von Einzelhandelsflächen oder zur Arrondierung der bestehenden Angebote markiert. Mit Blick auf notwendige Entwicklungsimpulse zur Stärkung der Zentren und im Sinne der Investitionssicherheit sollten diese Flächen aktiv überplant werden, um die notwendigen Rahmenbedingungen für Ansiedlungen zu schaffen. Vor allem in den Zentren Hermülheim und Alt-Hürth sind handelsbezogene Entwicklungen dringend erforderlich, um weiteren Leerstandsentwicklungen bzw. Trading Down Prozessen entgegenzuwirken
- **Schaffung von Identität mit dem Quartier:** Neugestaltungs- und Verkehrsberuhigungsmaßnahmen in den Zentralen Versorgungsbereichen tragen dazu bei, die Aufenthaltsqualität zu steigern und damit die Verweilqualität zu erhöhen; Stadtteilveranstaltungen unterhalb der großen Stadtfeste, kleinere zielgruppenbezogene Mitmach-Aktionen und Aktivitäten (s. o.) helfen, um Treffpunkte auszubilden und die Identität mit dem Stadtteil weiter zu fördern.
- **Erarbeitung von Entwicklungskonzepten als Grundlage für zielgerichtetes Handeln und Voraussetzung zur Beantragung weiterer Städtebaufördermittel zur Attraktivierung der Stadtteilzentren:** In Hermülheim wurden mit Hilfe des Integrierten Städtebaulichen Entwicklungskonzeptes Hermülheim die Grundlagen für neue Entwicklungen in der Ortsmitte und die Inanspruchnahme von Städtebaufördermitteln gelegt. Perspektivisch sollten städtebauliche Entwicklungskonzepte auch für die anderen Nahversorgungszentren geplant werden, um dort mit Beteiligung interessierter Bürger und lokaler Akteure individuelle Handlungsleitlinien, Ziele und Maßnahmen auszuloten und auf den Weg zu bringen. Bspw. seien die Etablierung eines Stadtteilmanagements, das Hof- und Fassadenprogramm sowie ein örtlicher Verfügungsfonds genannt, um gezielte Attraktivierungsmaßnahmen umzusetzen und Anreize für private Investitionen zu schaffen. Darüber hinaus bieten weitere Förderprogramme von Bund und

NRW, wie das Sofortprogramm zur Stärkung der Innenstädte und Zentren in Nordrhein-Westfalen[51], Unterstützungsmöglichkeiten für Kommunen bei der Bewältigung struktureller Probleme ihrer Stadt-(teil-)zentren.

6.2 Empfehlungen zur Bauleitplanung und Genehmigungspraxis

Zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes in der Praxis der Bauleitplanung und der Baugenehmigungen empfiehlt die cima die Anwendung folgender grundsätzlicher Prinzipien:

- **Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten sind nur innerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche anzusiedeln**. Ausnahmen sind nur für die nahversorgungsrelevanten Ergänzungsstandorte möglich, wenn entsprechend der Vorgaben des Ziels 6.5-2 des LEP NRW der Nachweis erbracht wird, dass keine negativen siedlungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind, die Bauleitplanung der Gewährleistung der wohnortnahen Versorgung dient und innerhalb der als Alternative in Frage kommenden Zentralen Versorgungsbereiche keine entsprechenden Entwicklungsflächen verfügbar sind.
- **Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind nur in Zentralen Versorgungsbereichen zulässig**.
- **In GE- und GI-Gebieten ist der Handel mit nahversorgungs-/ zentrenrelevanten Kernsortimenten auszuschließen**. Die Ansiedlung bzw. Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben in Verbindung mit Gewerbebetrieben ist in GE-Gebieten („Handwerkerprivileg") ausnahmsweise zulässig, wenn
  - die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet
  - und in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
  - die angebotenen Waren aus eigener Herstellung auf dem Betriebsgrundstück stammen oder im Zusammenhang mit den hier hergestellten Waren oder mit den angebotenen Handwerksleistungen stehen,
  - die Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und
  - die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO nicht überschritten wird.
- **In MI-Gebieten sind Einzelhandelsnutzungen bis 800 m² Verkaufsfläche im Allgemeinen zulässig**. **Nur in begründeten Einzelfällen sind Einzelhandelsnutzungen in Mischgebieten generell auszuschließen**. Als Beispiel für derartige Sonderregelungen sei das Umfeld von frequenzstarken Einzelhandelsbetrieben außerhalb der Ortskerne genannt. 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 hier unabhängig vom Sortiment zulässig. Um der Entwicklung einer Einzelhandelsagglomeration mit zentrenrelevanten Fachmärkten außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche vorzubeugen, kann ein Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen in diesen Fällen geboten sein.
- **Bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ohne zentren- oder nahversorgungsrelevante Kernsortimente ist der Umfang der zentren- und nahversorgungsrelevanten**

[51] Die verlängerte Bewerbungsfrist endete im April 2021.

Randsortimente auf max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche zu beschränken. Es wird empfohlen, die Dimensionierung einzelner Randsortimente im Rahmen einer Einzelfallprüfung zu analysieren und zu bewerten. Damit wird sichergestellt, dass die maximal zulässigen Randsortimentsflächen nicht durch ein einzelnes Sortiment belegt werden können.

- **Maximale Verkaufsflächenfestsetzungen in den Bebauungsplänen sind bei der Begründung des Bebauungsplans durch Verweise auf die entsprechende Verträglichkeitsuntersuchung sachlich zu belegen**. Die unbegründete Verwendung von maximalen Verkaufsflächenfestsetzungen ist zu vermeiden. Nur die 800 m² Verkaufsgrenze ist in der Rechtsprechung zur Bestimmung von großflächigen Einzelhandelsbetriebe allgemein anerkannt.
- **Die Stadt Hürth ist aufgefordert, gezielt die vorhandenen Bebauungspläne in Hinblick auf die Übereinstimmung mit den Zielen des Einzelhandelskonzeptes und ihre Rechtssicherheit hin zu überprüfen**; ggf. ist auch für ausgewählte Standorte im unbeplanten Innenbereich ein Bauleitplanverfahren einzuleiten, um Fehlentwicklungen im Sinne einer möglichen Schädigung der Zentralen Versorgungsbereiche planungsrechtlich abwehren zu können.

Abb. 65: Steuerungsschema zur Genehmigung von Einzelhandelsnutzungen

Einzelhandelsbetrieb		Standort				
Kern-sortiment	Verkaufs-fläche	Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Hürth	Zentrale Versorgungsbereiche Nahversorgungszentren (NVZ) Alt-Hürth, Efferen, Gleuel, Hermülheim	Sonderstandorte	Sonstige GE-Gebiete	Sonstige Standorte außerhalb Zentraler Versorgungsbereiche
nahversorgungsrelevant	bis 800 m²	+	+	-	- (Ausnahmen: ggf. Zulässigkeit von Kiosken etc.; Handwerkerprivileg)	O
	> 800 m²	+	+	-	-	- (Ausnahme: nahversorgungsrelevante Ergänzungsstandorte (Einzelfallprüfung)
zentrenrelevant	bis 800 m²	+	+	-	- (Ausnahme: Handwerkerprivileg)	O
	> 800 m²	+	-	-	-	-
nicht-zentrenrelevant	bis 800 m²	+	+	+	- (Ausnahme: Handwerkerprivileg)	O
	> 800 m²	+	+	+	-	O

+ bzw. -: zulässig bzw. nicht zulässig im Sinne der Ziele des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Hürth
O: Zulässigkeit am jeweiligen Standort ergibt sich aus der Gebietstypisierung nach der BauNVO
Quelle: cima (2021)

7 Erforderliches Beteiligungsverfahren und förmliche Beschlüsse

Abschließend sei an dieser Stelle darauf verwiesen, dass das vorliegende Einzelhandelskonzept vom Rat der Stadt Hürth förmlich beschlossen werden muss, damit es als Grundlage für zukünftige Bauleitverfahren und Ansiedlungsentscheidungen dienen kann.

Im Einzelnen sind folgende Schritte zu empfehlen:

- Durchführung eines geeigneten Beteiligungsverfahrens der Nachbarkommunen, der relevanten Träger öffentlicher Belange und der Öffentlichkeit
- förmlicher Beschluss des Einzelhandelskonzeptes durch den Rat der Stadt Hürth als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1, Abs. 6, Nr. 11 BauGB
- förmlicher Beschluss der Zentralen Versorgungsbereiche in der vorgeschlagenen räumlichen Abgrenzung durch den Rat der Stadt Hürth
- förmlicher Beschluss der Hürther Sortimentsliste in der vorgeschlagenen Fassung durch den Rat der Stadt Hürth

Unabhängig von diesen Empfehlungen zur Umsetzung des planungsrechtlichen Teils des Einzelhandelskonzeptes sind die Vorschläge zur Weiterentwicklung der Zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Hürth durch aktives Handeln von Politik, Verwaltung und Unternehmen aufzugreifen.