

Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Mayen

2. Sitzung Arbeitskreis Einzelhandel
12. Mai 2015



Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Mayen

2. Arbeitskreissitzung 12.05.2015

Diese Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung nicht vollständig.

Bausteine des Konzepts



Gliederung

1. Rückblick AK 1

- Kaufkräfte
- Vergleich Mayen andere Mittelzentren

2. Zentrenkonzept

3. Nahversorgungskonzept

4. Konzept für Ergänzungsstandort

5. Sortimentsliste

6. Ansiedlungsleitsätze

7. Ausblick auf weitere Schritte

Rechtliche Rahmenbedingungen

LEP IV Rheinland-Pfalz (2008)

- **Ziel 57: Zentralitätsgebot**
 - Großflächiger Einzelhandel nur in zentralen Orten
 - Betriebe über 2.000 m² VKF nur in Mittel- und Oberzentren
- **Ziel 58: Integrationsgebot**
 - ZVB ist im EHK festzulegen in Abstimmung mit Regionalplanung
 - großflächiger Einzelhandel nur in ZVB
 - Sortimentsliste gemäß LEP IV - Abweichung begründet möglich
- **Ziel 59: Ergänzungsstandorte**
 - Ergänzungsstandorte aus EHK abzuleiten und mit Regionalplanung abzustimmen
 - Innenstadtrelevante Sortimente an Ergänzungsstandorten nur begrenzt möglich
- **Ziel 61: Agglomerationsverbot**
 - bestehende Agglomerationen außerhalb ZVB sind zu begrenzen

Sortimentspezifische Kennzahlen

| Warengruppen | VKF in m ² | Umsatz in Mio. € | Kaufkraft in Mio. € | Zentralität |
|--|--------------------------|---------------------|------------------------|--------------|
| Nahrungs- und Genussmittel | 15.350 | 78,8 | 41,6 | 189 % |
| Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken | 2.150 | 12,2 | 6,4 | 191 % |
| Blumen, zoologischer Bedarf | 1.300 | 2,7 | 2,0 | 136 % |
| PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher | 1.100 | 5,0 | 3,5 | 143 % |
| kurzfristiger Bedarfsbereich | 19.850 | 98,8 | 53,5 | 185 % |
| Bekleidung | 10.500 | 24,6 | 9,1 | 271 % |
| Schuhe/Lederwaren | 3.000 | 6,7 | 2,6 | 260 % |
| Pflanzen/Gartenbedarf | 6.250 | 5,1 | 1,6 | 318 % |
| Baumarktsortiment i.e.S.* | 11.350 | 16,9 | 8,8 | 193 % |
| GPK/ Hausrat/Einrichtungszubehör | 3.600 | 3,7 | 1,2 | 312 % |
| Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente | 1.100 | 3,1 | 2,2 | 138 % |
| Sportartikel/Fahrräder/Camping | 800 | 2,3 | 1,9 | 121 % |
| mittelfristiger Bedarfsbereich | 36.500 | 62,4 | 27,3 | 228 % |
| Medizinische und orthopädische Artikel/Optik | 850 | 5,2 | 1,5 | 337 % |
| Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz | 700 | 1,4 | 1,2 | 116 % |
| Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche | 1.950 | 3,2 | 1,1 | 294 % |
| Möbel | 9.300 | 12,2 | 5,7 | 215 % |
| Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte | 2.400 | 8,6 | 2,9 | 296 % |
| Neue Medien/Unterhaltungselektronik | 1.050 | 7,8 | 7,8 | 100 % |
| Uhren/ Schmuck | 350 | 2,3 | 1,3 | 169 % |
| Sonstiges | 750 | 1,0 | 0,7 | 152 % |
| langfristiger Bedarfsbereich | 17.350 | 41,7 | 22,2 | 187 % |
| Gesamt | 73.700 | 202,9 | 103,1 | 197 % |

Quelle: Berechnung Stadt + Handel 2015; Kaufkraftzahlen; IFH 2014; VKF-Angaben gerundet;
GPK = Glas/Porzellan/Keramik; PBS = Papier/Bürobedarf/Schreibwaren.

Einzelhandelsbestand nach Lagebereichen

| | Innenstadtzentrum Mayen (IZ) | Sonstige städtebaulich integrierte Lagen (siL) | Städtebaulich nicht integrierte Lagen (niL) |
|------------------------------------|---------------------------------|---|--|
| Anzahl Einzelhandels- betriebe* | 133 | 18 | 75 |
| Anteil gesamtstädtisch | 59 % | 8 % | 33 % |
| Verkaufsfläche in m ² * | 15.700 m ² | 4.000 m ² | 54.000 m ² |
| Anteil gesamtstädtisch | 21 % | 6 % | 73 % |

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 02/2015; VKF-Angaben gerundet;

*ohne Leerstand;

Daten erst nach Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches und weiterer Standorte in der Zielperspektive abschließend.

- **2010 (GMA): 246 Betriebe (rd. 80.400 m² GVKF)**
- **2015 (S+H): 226 Betriebe (rd. 73.700 m² GVKF)**

Sortimentspezifische Kennzahlen nach Lage (Innenstadt)

| Warengruppen | Mayen VKF in m ² | Mayen Umsatz i. Mio. € | IZ Mayen VKF in m ² | IZ Mayen Umsatz i. Mio. € | Anteil Umsatz IZ in % |
|---|-----------------------------|------------------------|--------------------------------|---------------------------|-----------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel | 15.350 | 78,8 | 1.700 | 9,1 | 12 % |
| Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken | 2.150 | 12,2 | 600 | 3,3 | 27 % |
| Blumen, zoologischer Bedarf | 1.300 | 2,7 | 80 | 0,2 | 6 % |
| PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher | 1.100 | 5,0 | 670 | 2,7 | 54 % |
| kurzfristiger Bedarfsbereich | 19.850 | 98,8 | 3.050 | 15,3 | 15 % |
| Bekleidung | 10.500 | 24,6 | 6.030 | 16,2 | 66 % |
| Schuhe/Lederwaren | 3.000 | 6,7 | 1.010 | 2,7 | 40 % |
| Pflanzen/Gartenbedarf | 6.250 | 5,1 | 170 | 0,2 | 4 % |
| Baumarktsortiment i.e.S.* | 11.350 | 16,9 | 190 | 0,5 | 3 % |
| GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör | 3.600 | 3,7 | 1.450 | 1,5 | 42 % |
| Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente | 1.100 | 3,1 | 400 | 1,0 | 34 % |
| Sportartikel/Fahrräder/Camping | 800 | 2,3 | 520 | 1,4 | 60 % |
| mittelfristiger Bedarfsbereich | 36.500 | 62,4 | 9.770 | 23,6 | 38 % |
| Medizinische und orthopädische Artikel/Optik | 850 | 5,2 | 500 | 0,7 | 14 % |
| Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- u. Sonnenschutz | 700 | 1,4 | 330 | 0,2 | 12 % |
| Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche | 1.950 | 3,2 | 90 | 0,5 | 16 % |
| Möbel | 9.300 | 12,2 | 750 | 1,2 | 10 % |
| Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte | 2.400 | 8,6 | 380 | 1,4 | 17 % |
| Neue Medien/Unterhaltungselektronik | 1.050 | 7,8 | 470 | 3,3 | 42 % |
| Uhren/Schmuck | 350 | 2,3 | 290 | 2,2 | 94 % |
| Sonstiges | 750 | 1,0 | 30 | 0,1 | 10 % |
| langfristiger Bedarfsbereich | 17.350 | 41,7 | 2.840 | 9,5 | 23 % |
| Gesamt | 73.700 | 202,9 | 15.650 | 48,4 | 24 % |

Quelle: Berechnung Stadt + Handel 2015; Kaufkraftzahlen; IFH 2014; VKF-Angaben gerundet;
GPK = Glas/Porzellan/Keramik; PBS = Papier/Bürobedarf/Schreibwaren.

Sortimentspezifische Kennzahlen nach Lage (niL)

| Warengruppen | Mayen VKF in m ² | Mayen Umsatz i. Mio. € | niL Mayen VKF in m ² | niL Mayen Umsatz i. Mio. € | Anteil Umsatz niL in % |
|---|-----------------------------|------------------------|---------------------------------|----------------------------|------------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel | 15.350 | 78,8 | 10.900 | 54,3 | 69 % |
| Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken | 2.150 | 12,2 | 1.300 | 8,3 | 68 % |
| Blumen, zoologischer Bedarf | 1.300 | 2,7 | 1.170 | 2,5 | 93 % |
| PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher | 1.100 | 5,0 | 310 | 2,3 | 46 % |
| kurzfristiger Bedarfsbereich | 19.850 | 98,8 | 13.680 | 67,4 | 68 % |
| Bekleidung | 10.500 | 24,6 | 4.450 | 8,1 | 33 % |
| Schuhe/Lederwaren | 3.000 | 6,7 | 1.970 | 4,0 | 60 % |
| Pflanzen/Gartenbedarf | 6.250 | 5,1 | 5.860 | 4,5 | 88 % |
| Baumarktsortiment i.e.S.* | 11.350 | 16,9 | 11.170 | 16,3 | 96 % |
| GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör | 3.600 | 3,7 | 1.830 | 1,9 | 51 % |
| Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente | 1.100 | 3,1 | 690 | 2,0 | 65 % |
| Sportartikel/Fahrräder/Camping | 800 | 2,3 | 270 | 0,8 | 35 % |
| mittelfristiger Bedarfsbereich | 36.500 | 62,4 | 26.230 | 37,6 | 60 % |
| Medizinische und orthopädische Artikel/Optik | 850 | 5,2 | 360 | 3,1 | 60 % |
| Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht-u.Sonnenschutz | 700 | 1,4 | 380 | 1,1 | 79 % |
| Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche | 1.950 | 3,2 | 1.840 | 2,9 | 91 % |
| Möbel | 9.300 | 12,2 | 8.540 | 11,2 | 92 % |
| Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte | 2.400 | 8,6 | 2.000 | 7,1 | 83 % |
| Neue Medien/Unterhaltungselektronik | 1.050 | 7,8 | 540 | 4,1 | 53 % |
| Uhren/Schmuck | 350 | 2,3 | 50 | 0,1 | 4 % |
| Sonstiges | 750 | 1,0 | 370 | 0,8 | 80 % |
| langfristiger Bedarfsbereich | 17.350 | 41,7 | 14.080 | 30,4 | 73 % |
| Gesamt | 73.700 | 202,9 | 54.000 | 135,4 | 67 % |

Quelle: Berechnung Stadt + Handel 2015; Kaufkraftzahlen; IFH 2014; VKF-Angaben gerundet;
GPK = Glas/Porzellan/Keramik; PBS = Papier/Bürobedarf/Schreibwaren.

Sortimentspezifische Kennzahlen im Mittelbereich

Quelle: Berechnung Stadt + Handel 2015; Kaufkraftzahlen; IFH 2014; VKF-Angaben gerundet;
GPK = Glas/Porzellan/Keramik; PBS = Papier/Bürobedarf/Schreibwaren.

| Warengruppen | Mayen U. in Mio. € | Mayen KK in Mio. € | Mayen Zentralität | Mittelbereich MY ohne Mayen KK in Mio. € | Mittelbereich MY ohne Mayen Zentralität |
|--|--------------------|--------------------|-------------------|--|---|
| Nahrungs- und Genussmittel | 78,8 | 41,6 | 189 % | 137,1 | 57 % |
| Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken | 12,2 | 6,4 | 191 % | 21,2 | 58 % |
| Blumen, zoologischer Bedarf | 2,7 | 2,0 | 136 % | 6,9 | 39 % |
| PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher | 5,0 | 3,5 | 143 % | 10,9 | 46 % |
| kurzfristiger Bedarfsbereich | 98,8 | 53,5 | 185 % | 176,1 | 56 % |
| Bekleidung | 24,6 | 9,1 | 271 % | 31,7 | 78 % |
| Schuhe/Lederwaren | 6,7 | 2,6 | 260 % | 8,5 | 79 % |
| Pflanzen/Gartenbedarf | 5,1 | 1,6 | 318 % | 5,1 | 100 % |
| Baumarktsortiment i.e.S.* | 16,9 | 8,8 | 193 % | 29,0 | 58 % |
| GPK/ Hausrat/Einrichtungszubehör | 3,7 | 1,2 | 312 % | 4,0 | 92 % |
| Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente | 3,1 | 2,2 | 138 % | 7,3 | 42 % |
| Sportartikel/Fahrräder/Camping | 2,3 | 1,9 | 121 % | 6,2 | 37 % |
| mittelfristiger Bedarfsbereich | 62,4 | 27,3 | 228 % | 91,7 | 68 % |
| Medizinische und orthopädische Artikel/ Optik | 5,2 | 1,5 | 337 % | 4,8 | 107 % |
| Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht-u. Sonnenschutz | 1,4 | 1,2 | 116 % | 3,7 | 38 % |
| Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche | 3,2 | 1,1 | 294 % | 3,6 | 88 % |
| Möbel | 12,2 | 5,7 | 215 % | 17,7 | 69 % |
| Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte | 8,6 | 2,9 | 296 % | 9,7 | 89 % |
| Neue Medien/Unterhaltungselektronik | 7,8 | 7,8 | 100 % | 24,5 | 32 % |
| Uhren/ Schmuck | 2,3 | 1,3 | 169 % | 4,4 | 52 % |
| Sonstiges | 1,0 | 0,7 | 152 % | 2,0 | 51 % |
| langfristiger Bedarfsbereich | 41,7 | 22,2 | 187 % | 70,5 | 59% |
| Gesamt | 202,9 | 103,1 | 197 % | 338,3 | 60 % |

Sortimentspezifische Kennzahlen im Mittelbereich

Quelle: Berechnung Stadt + Handel 2015; Kaufkraftzahlen; IFH 2014; VKF-Angaben gerundet;
GPK = Glas/Porzellan/Keramik; PBS = Papier/Bürobedarf/Schreibwaren.

| Warengruppen | Mayen U. in Mio. € | Mayen KK in Mio. € | Mayen Zentralität | Mittelbereich MY inkl. Mayen KK in Mio. € | Mittelbereich MY inkl. Mayen Zentralität |
|--|--------------------|--------------------|-------------------|---|--|
| Nahrungs- und Genussmittel | 78,8 | 41,6 | 189 % | 178,8 | 44 % |
| Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken | 12,2 | 6,4 | 191 % | 27,6 | 44 % |
| Blumen, zoologischer Bedarf | 2,7 | 2,0 | 136 % | 8,9 | 30 % |
| PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher | 5,0 | 3,5 | 143 % | 14,4 | 35 % |
| kurzfristiger Bedarfsbereich | 98,8 | 53,5 | 185 % | 229,7 | 43 % |
| Bekleidung | 24,6 | 9,1 | 271 % | 40,7 | 60 % |
| Schuhe/Lederwaren | 6,7 | 2,6 | 260 % | 11,1 | 60 % |
| Pflanzen/Gartenbedarf | 5,1 | 1,6 | 318 % | 6,7 | 76 % |
| Baumarktsortiment i.e.S.* | 16,9 | 8,8 | 193 % | 37,8 | 45 % |
| GPK/ Hausrat/Einrichtungszubehör | 3,7 | 1,2 | 312 % | 5,2 | 71 % |
| Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente | 3,1 | 2,2 | 138 % | 9,5 | 32 % |
| Sportartikel/Fahrräder/Camping | 2,3 | 1,9 | 121 % | 8,0 | 28 % |
| mittelfristiger Bedarfsbereich | 62,4 | 27,3 | 228 % | 119,0 | 52 % |
| Medizinische und orthopädische Artikel/ Optik | 5,2 | 1,5 | 337 % | 6,4 | 81 % |
| Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht-u. Sonnenschutz | 1,4 | 1,2 | 116 % | 4,9 | 28 % |
| Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche | 3,2 | 1,1 | 294 % | 4,7 | 69 % |
| Möbel | 12,2 | 5,7 | 215 % | 23,4 | 52 % |
| Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte | 8,6 | 2,9 | 296 % | 12,6 | 68 % |
| Neue Medien/Unterhaltungselektronik | 7,8 | 7,8 | 100 % | 32,3 | 24 % |
| Uhren/ Schmuck | 2,3 | 1,3 | 169 % | 5,7 | 40 % |
| Sonstiges | 1,0 | 0,7 | 152 % | 2,7 | 37 % |
| langfristiger Bedarfsbereich | 41,7 | 22,2 | 187 % | 92,7 | 45 % |
| Gesamt | 202,9 | 103,1 | 197 % | 338,3 | 60 % |

Sortimentspezifische VKF (in m²) vergleichbare Mittelzentren

| Warengruppen | Mayen | Neustadt | Betzdorf | Lahnstein |
|---|---------------|----------------|---------------|---------------|
| Nahrungs- und Genussmittel | 15.350 | 20.780 | 7.350 | 11.490 |
| Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken | 2.150 | 4.810 | 1.760 | 2.420 |
| Blumen, zoologischer Bedarf | 1.300 | 2.440 | 1.140 | 930 |
| PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher | 1.100 | 3.580 | 770 | 990 |
| kurzfristiger Bedarfsbereich | 19.850 | 31.610 | 11.020 | 15.830 |
| Bekleidung | 10.500 | 13.300 | 3.920 | 2.570 |
| Schuhe/Lederwaren | 3.000 | 2.600 | 630 | 790 |
| Pflanzen/Gartenbedarf | 6.250 | 23.180 | 5.140 | 3.220 |
| Baumarktsortiment i.e.S.* | 11.350 | 19.630 | 9.690 | 9.660 |
| GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör | 3.600 | 5.940 | 1.460 | 1.450 |
| Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente | 1.100 | 2.080 | 680 | 530 |
| Sportartikel/Fahrräder/Camping | 800 | 1.660 | 1.430 | 580 |
| mittelfristiger Bedarfsbereich | 36.500 | 68.390 | 22.950 | 18.800 |
| Medizinische und orthopädische Artikel/Optik | 850 | 1.370 | 180 | 390 |
| Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- u. Sonnenschutz | 700 | 1.480 | 250 | 180 |
| Bettwaren, Haus-/Bett-/ Tischwäsche | 1.950 | 1.840 | 1.140 | 560 |
| Möbel | 9.300 | 9.520 | 15.500 | 2.000 |
| Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte | 2.400 | 2.850 | 890 | 1.020 |
| Neue Medien/Unterhaltungselektronik | 1.050 | 3.480 | 750 | 590 |
| Uhren/Schmuck | 350 | 740 | 180 | 240 |
| Sonstiges | 750 | 1.150 | 490 | 410 |
| langfristiger Bedarfsbereich | 17.350 | 22.430 | 19.380 | 5.390 |
| Gesamt | 73.700 | 122.430 | 53.350 | 40.020 |
| VKF je Einwohner gesamt in m ² | 3,9 | 2,3 | 3,42 | 2,23 |
| VKF je Einwohner NuG in m ² | 0,82 | 0,39 | 0,47 | 0,64 |

Quelle: Berechnung Stadt + Handel 2015; Kaufkraftzahlen; IFH 2014; VKF-Angaben gerundet;
GPK = Glas/Porzellan/Keramik; PBS = Papier/Bürobedarf/Schreibwaren.

Sortimentspezifische Zentralität vergleichbare Mittelzentren

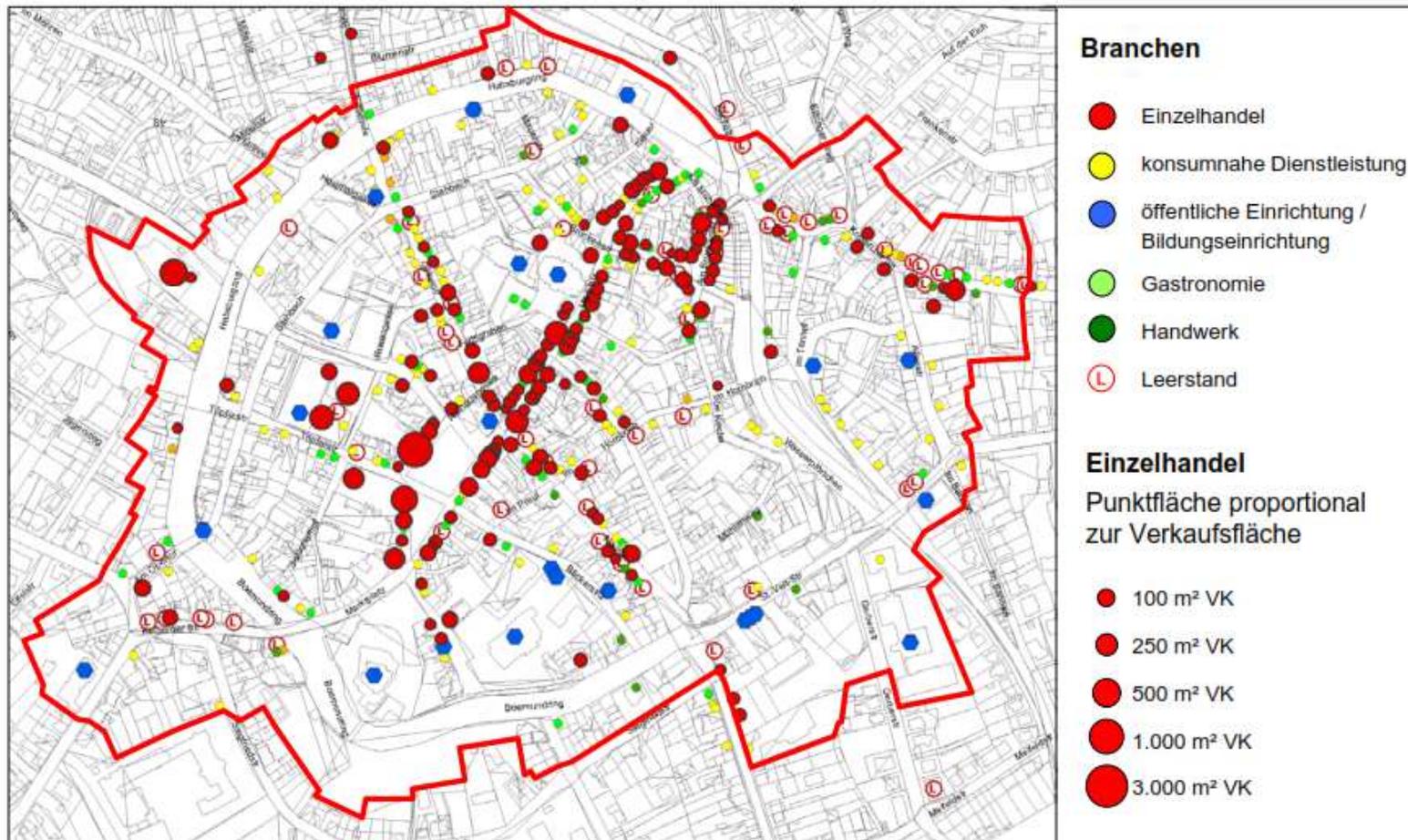
| Warengruppen | Mayen | Neustadt | Betzdorf | Lahnstein |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Nahrungs- und Genussmittel | 189 % | 116 % | 110 % | 180 % |
| Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken | 191 % | 138 % | 126 % | 172 % |
| Blumen, zoologischer Bedarf | 136 % | 135 % | 144 % | 138 % |
| PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher | 143 % | 131 % | 98 % | 108 % |
| kurzfristiger Bedarfsbereich | 185 % | 121 % | 112 % | 172 % |
| Bekleidung | 271 % | 134 % | 125 % | 91 % |
| Schuhe/Lederwaren | 260 % | 137 % | 108 % | 96 % |
| Pflanzen/Gartenbedarf | 318 % | 239 % | 188 % | 177 % |
| Baumarktsortiment i.e.S.* | 193 % | 184 % | 164 % | 173 % |
| GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör | 312 % | 226 % | 140 % | 167 % |
| Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente | 138 % | 119 % | 75 % | 115 % |
| Sportartikel/Fahrräder/Camping | 121 % | 106 % | 159 % | 123 % |
| mittelfristiger Bedarfsbereich | 228 % | 159 % | 140 % | 132 % |
| Medizinische und orthopädische Artikel/Optik | 337 % | 176 % | 100 % | 142 % |
| Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- u. Sonnenschutz | 116 % | 97 % | 56 % | 32 % |
| Bettwaren, Haus-/Bett-/ Tischwäsche | 294 % | 132 % | 141 % | 132 % |
| Möbel | 215 % | 60 % | 349 % | 41 % |
| Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte | 296 % | 137 % | 74 % | 147 % |
| Neue Medien/Unterhaltungselektronik | 100 % | 142 % | 69 % | 51 % |
| Uhren/Schmuck | 169 % | 160 % | 154 % | 144 % |
| Sonstiges | 152 % | 135 % | 113 % | 164 % |
| langfristiger Bedarfsbereich | 187 % | 119 % | 155 % | 78 % |
| Gesamt | 197 % | 131 % | 129 % | 141 % |

Quelle: Berechnung Stadt + Handel 2015; Kaufkraftzahlen; IFH 2014; VKF-Angaben gerundet;
GPK = Glas/Porzellan/Keramik; PBS = Papier/Bürobedarf/Schreibwaren.

Gliederung

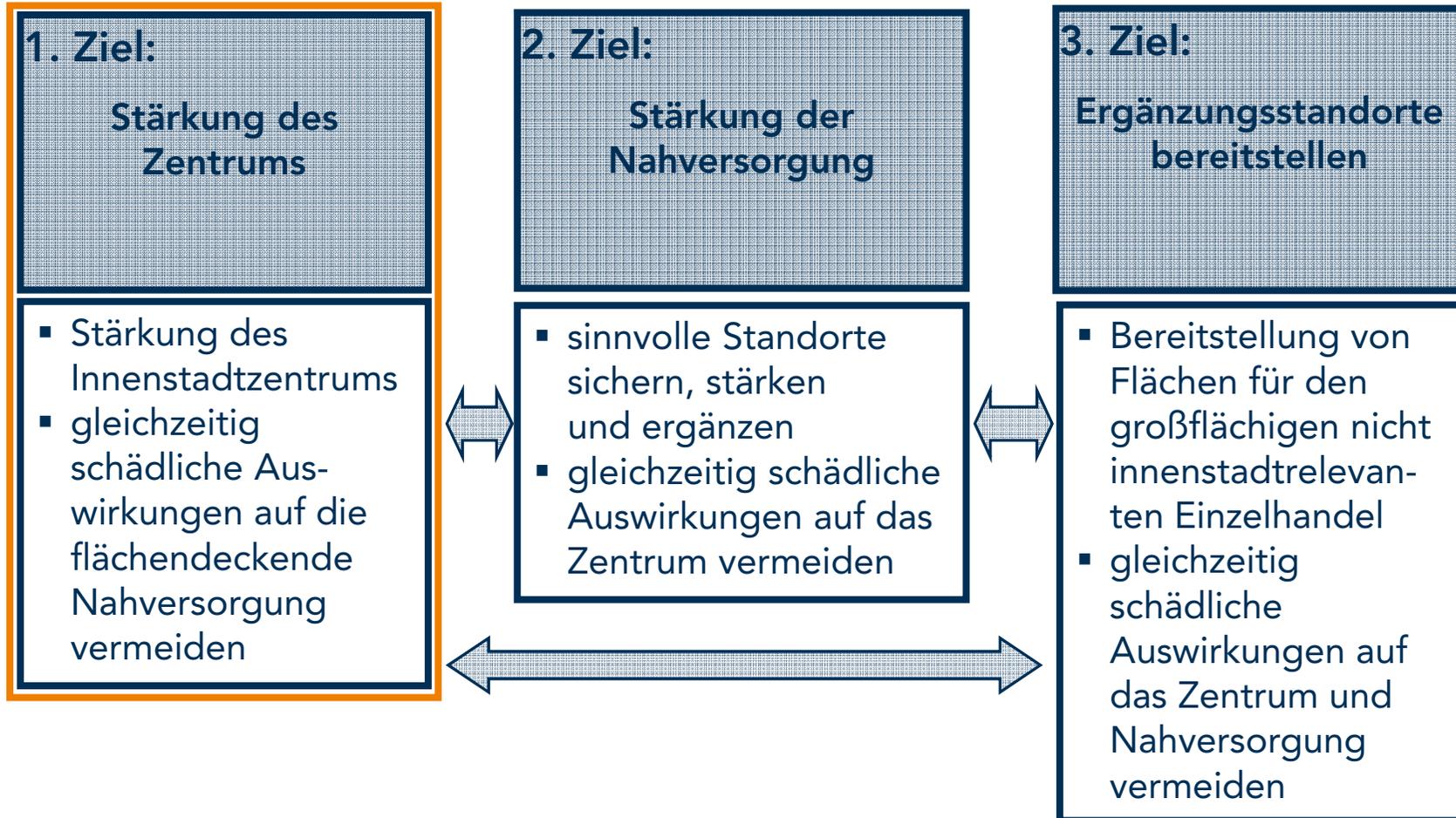
1. Rückblick AK 1
- 2. Zentrenkonzept**
3. Nahversorgungskonzept
4. Konzept für Ergänzungsstandort
5. Sortimentsliste
6. Ansiedlungsleitsätze
7. Ausblick auf weitere Schritte

ZVB Innenstadt Mayen nach EHK 2010



Kartengrundlage: Stadt Mayen; Darstellung: GMA 2010, ohne Maßstab.

Entwicklungsziele für Mayen



Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich

„Ein zentraler Versorgungsbereich wird als *räumlich abgrenzbarer Bereich* definiert, dem aufgrund vorhandener oder – im vorliegenden Zusammenhang des § 9 Abs. 2a BauGB – erst noch zu entwickelnder *Einzelhandelsnutzungen* – häufig ergänzt durch diverse *Dienstleistungsangebote und Gastronomiebetriebe* – eine *Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt oder zukommen soll.*“

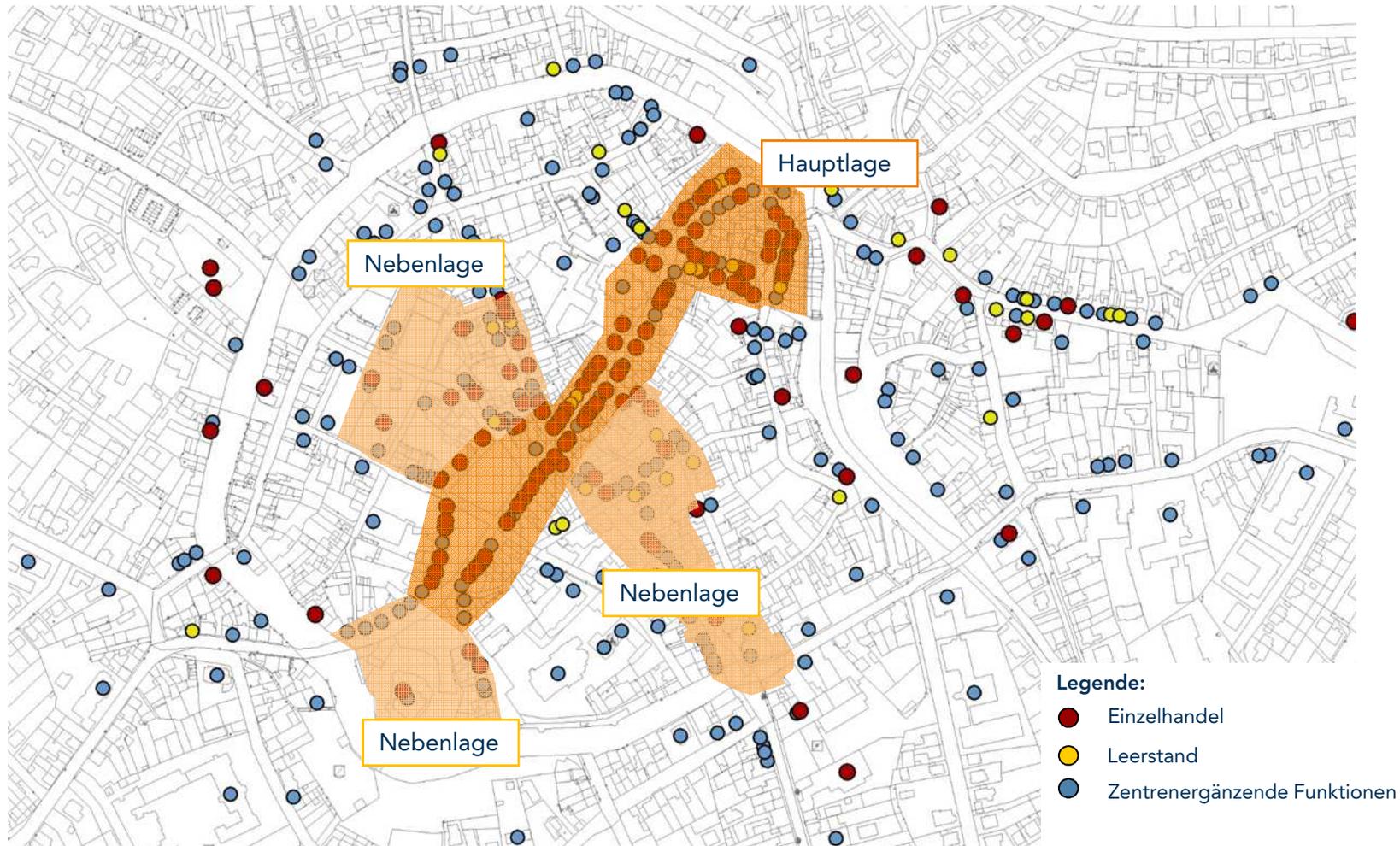
Quelle: BVerwG, Urteil vom 17.12.2009, 4C 2.08, OVG NRW, Urteil vom 17.11.2011, 10 A 787/09.

114 „Bei einem „Versorgungsbereich handelt es sich um einen räumlich abgrenzbaren Bereich im Gebiet einer Gemeinde, dem eine bestimmte Versorgungsfunktion zukommt. Ein Versorgungsbereich setzt mithin das Vorhandensein von Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner einer Gemeinde – oder eines Teiles des Gemeindegebietes – insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind. Neben Einzelhandelsbetrieben sollte der Versorgungsbereich in aller Regel auch *Dienstleistungsbetriebe verschiedener Art aufweisen. Letztere sind nicht nur unschädlich, sondern regelmäßig sogar erforderlich für das Vorliegen eines Versorgungsbereiches.*“

Quelle: Kuschnerus 2007, Rn. 144

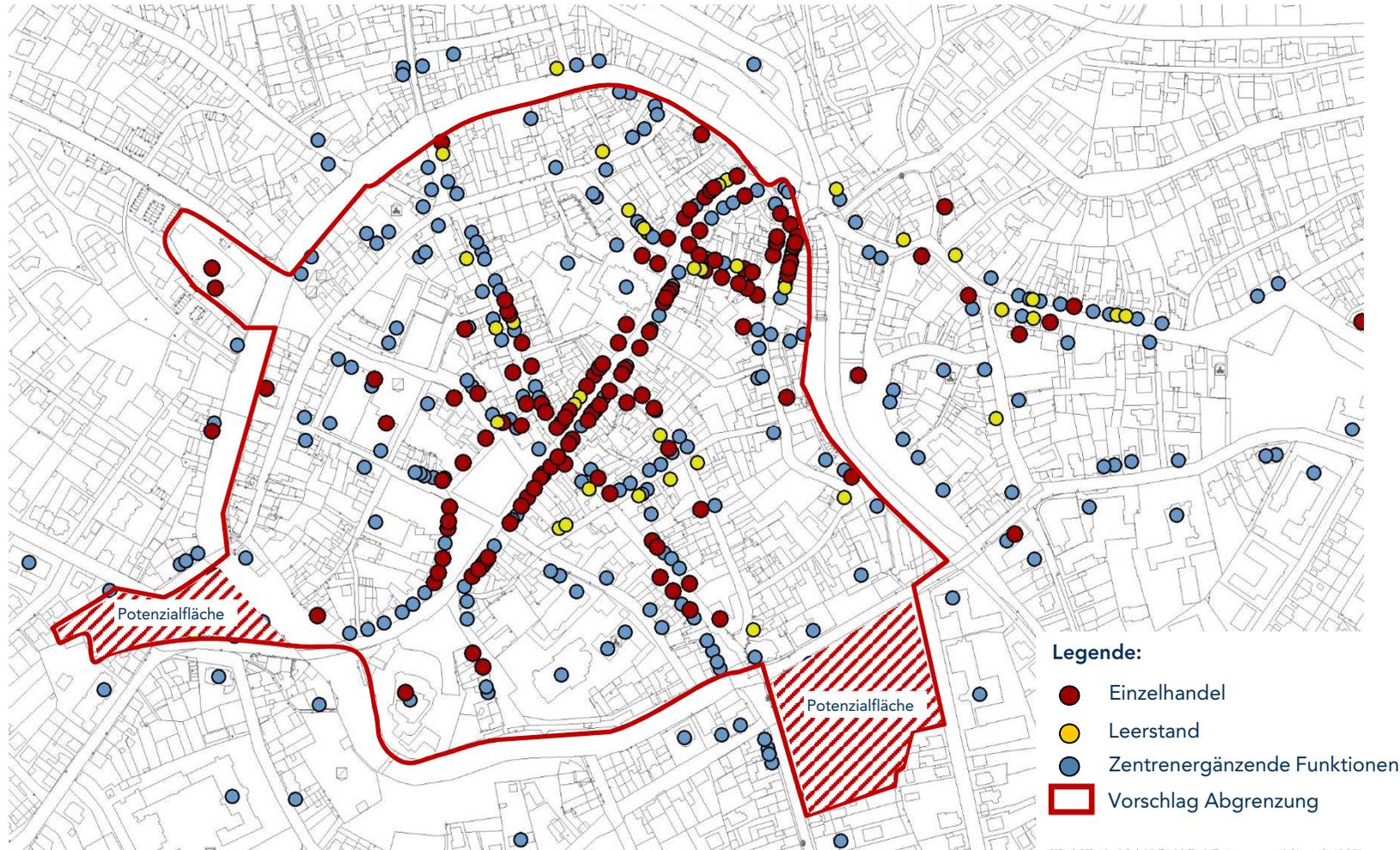
Haupt- und Nebenlagen Innenstadt Mayen

Quelle: Einzelhandelsbestandshebung Stadt + Handel 2/2015 ; Kartengrundlage: Stadt Mayen; Daten erst nach Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche und weiterer Standorte in der Zielperspektive abschließend.



Vorschlag Abgrenzung ZVB Innenstadt Mayen

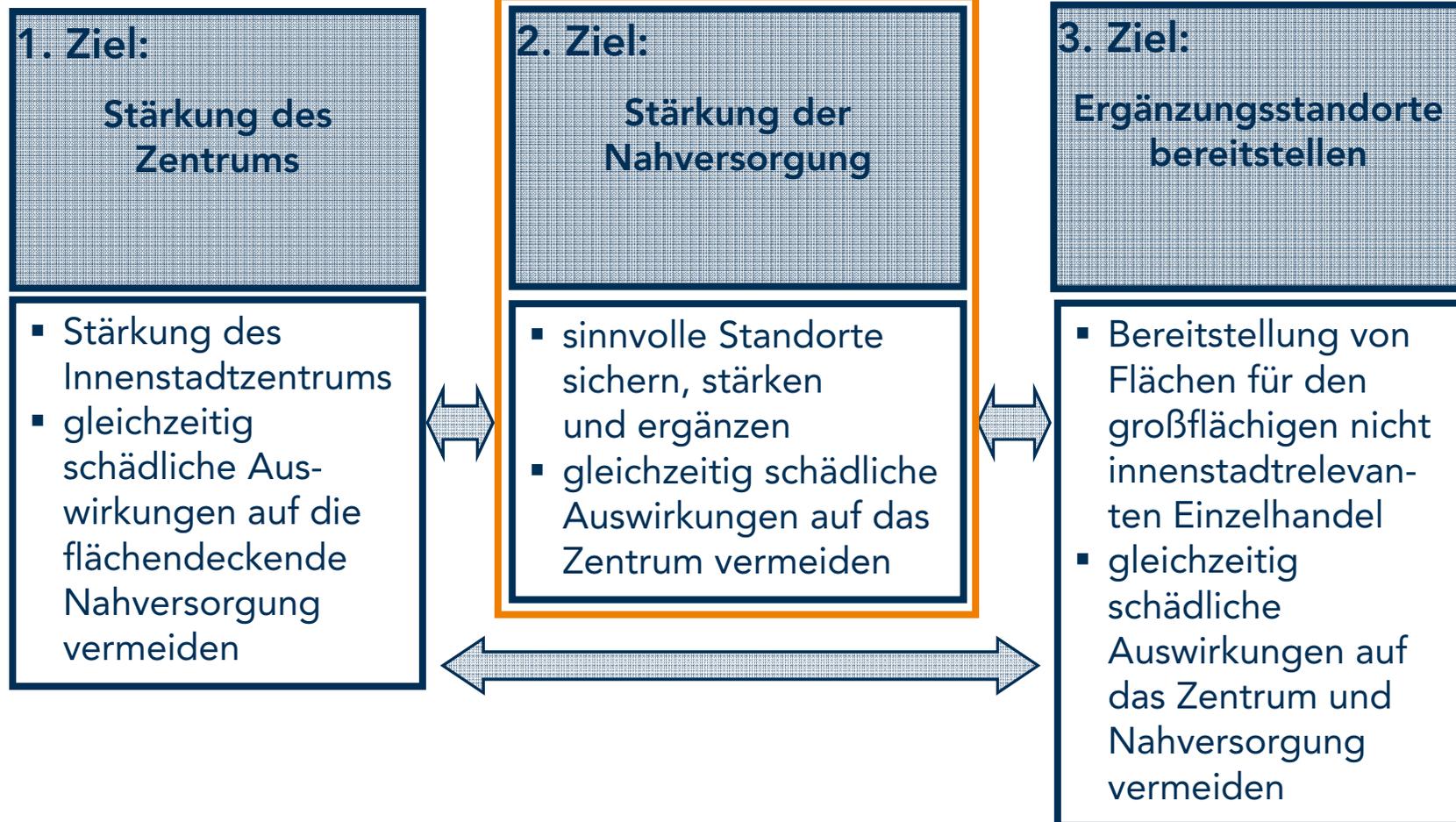
Quelle: Einzelhandelsbestandshebung Stadt + Handel 2/2015; Kartengrundlage: Stadt Mayen; Daten erst nach Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche und weiterer Standorte in der Zielperspektive abschließend.



Gliederung

1. Rückblick AK 1
2. Zentrenkonzept
- 3. Nahversorgungskonzept**
4. Konzept für Ergänzungsstandort
5. Sortimentsliste
6. Ansiedlungsleitsätze
7. Ausblick auf weitere Schritte

Entwicklungsziele für Mayen



Rechtliche Anforderungen

Nahversorgungszentren „im Lichte der aktuellen Rechtsprechung“

BVerwG; Urteil vom 11. Oktober 2007; BVerwG; Urteil vom 17. Dezember 2009; OVG NRW; Urteil vom 15.02.2012

„Mindestanforderungen“ an Nahversorgungszentren

- Vorhandensein mindestens eines größeren Nahversorgungsbetriebes
- Versorgungsfunktion, die über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wirkt
- und zudem von städtebaulichen Gewicht ist
- Häufig: Ergänzung des Einzelhandelsangebotes durch zentrenergänzende Funktionen
- (bei nicht gegebenen Voraussetzungen muss die Entwicklung eines zentralen Versorgungsbereiches in absehbarer Zeit realisierbar sein)

→ Detailprüfung erforderlich

Nahversorgung im Raum



Nahversorgung in Zahlen

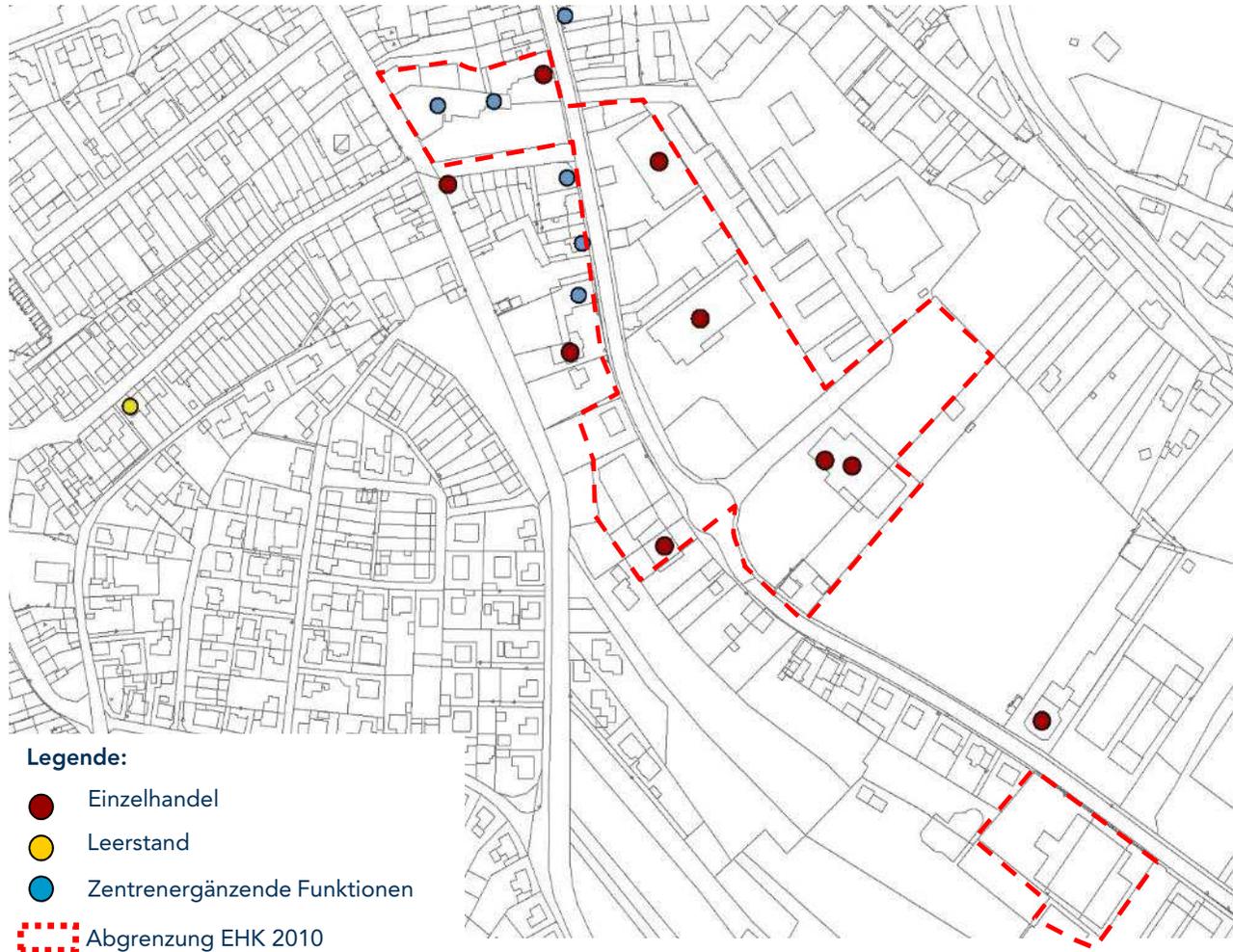
| | |
|----------------------------------|---|
| Verkausflächenausstattung | <ul style="list-style-type: none">0,82 m² VKF je EW (Bundesdurchschnitt: rd. 0,43 m² VKF/EW) |
| Verkausflächenanteil NuG | <ul style="list-style-type: none">Im Innenstadtzentrum: rd. 11 %In sonstigen städtebaulich integrierten Lagen: rd. 17 %In städtebaulich nicht integrierten Lagen: rd. 72 % |
| Betriebstypenmix | <ul style="list-style-type: none">5x Lebensmitteldiscounter (> ~400 m² VKF)2x Supermarkt (~400 - ~1.500 m² VKF)2x Verbrauchermarkt (> 2.500 m² VKF)3x Getränkemarktergänzt um 34 weitere Lebensmittel- Fachgeschäfte (inkl. Tankstellen, Kioske und Lebensmittel-Handwerk) |
| Zentralität | <ul style="list-style-type: none">189 % |

- **Sehr gutes quantitatives und qualitatives Ausstattungsniveau**
- **Räumlich unterversorgte Bereiche**

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 2/2015

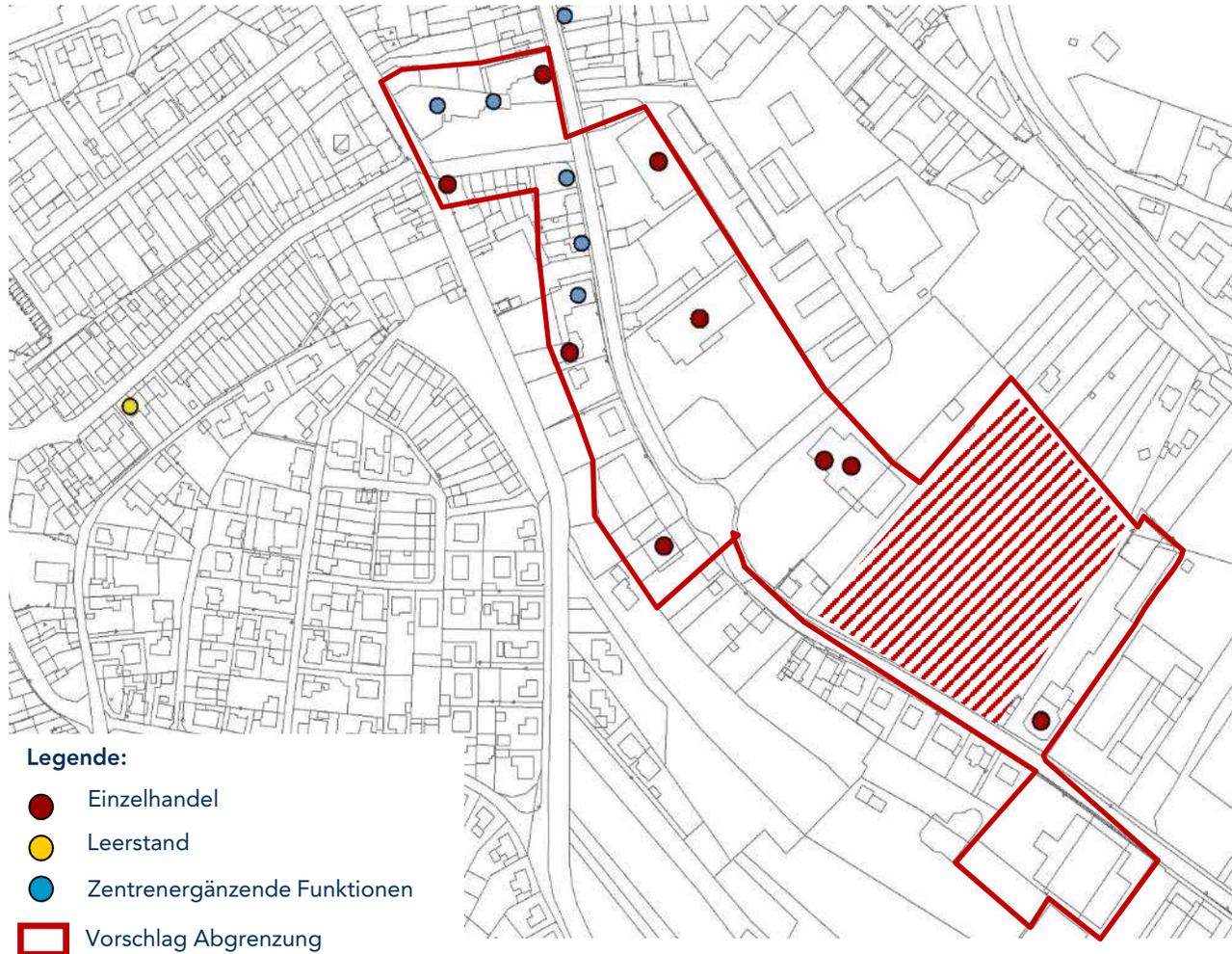
Nahversorgungszentrum Polcher Straße (nach EHK 2010)

Quelle: Einzelhandelsbestandshebung Stadt + Handel 2/2015 ; Kartengrundlage: Stadt Mayen; Daten erst nach Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche und weiterer Standorte in der Zielperspektive abschließend.



Vorschlag Abgrenzung Nahversorgungszentrum Polcher Straße

Quelle: Einzelhandelsbestandshebung Stadt + Handel 2/2015 ; Kartengrundlage: Stadt Mayen; Daten erst nach Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche und weiterer Standorte in der Zielperspektive abschließend.



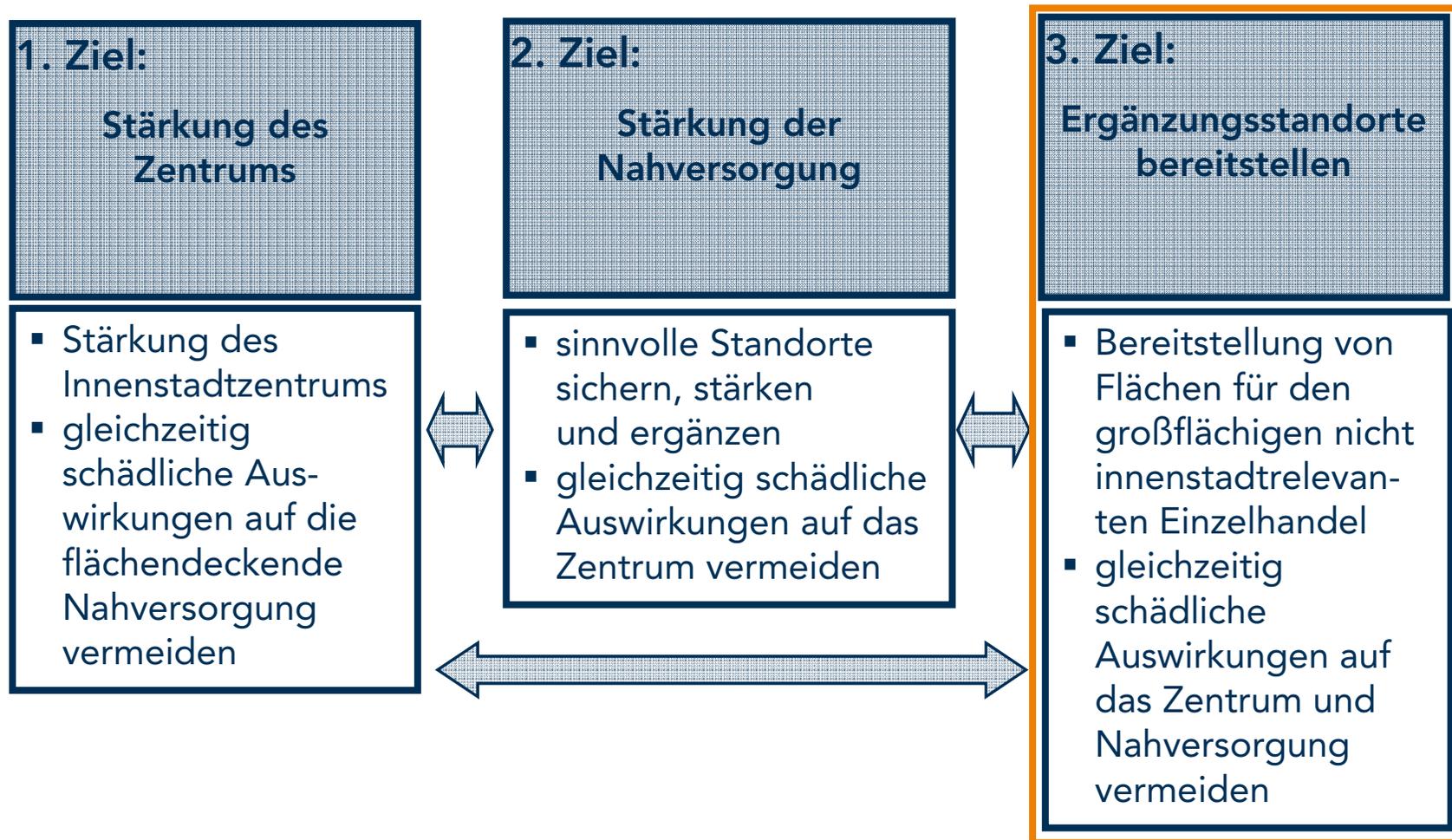
Empfehlungen zur Nahversorgung

- Fokus der Nahversorgung auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und das Nahversorgungszentrum Polcher Straße
 - Sicherung und Weiterentwicklung der Standorte in den zentralen Versorgungsbereichen (durch Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche resultieren könnten sowie der Verbesserung der Standortrahmenbedingungen vor allem bei aktuell nicht marktgerechten Standorten)
- Neuansiedlungen/Verlagerungen nur zur Versorgung des Gebietes, ohne negative Auswirkungen auf die Nahversorgung und die zentralen Versorgungsbereiche
 - Qualitative Weiterentwicklung der Nahversorgung (Betriebstypenmix, Andienung, Parkplätze, Service)
 - wenn nicht gegeben: konsequenter Ausschluss von nahversorgungsrelevantem Einzelhandel
- wenn nicht gegeben: konsequenter Ausschluss von nahversorgungsrelevantem Einzelhandel

Gliederung

1. Rückblick AK 1
2. Zentrenkonzept
3. Nahversorgungskonzept
- 4. Konzept für Ergänzungsstandort**
5. Sortimentsliste
6. Ansiedlungsleitsätze
7. Ausblick auf weitere Schritte

Entwicklungsziele für Mayen

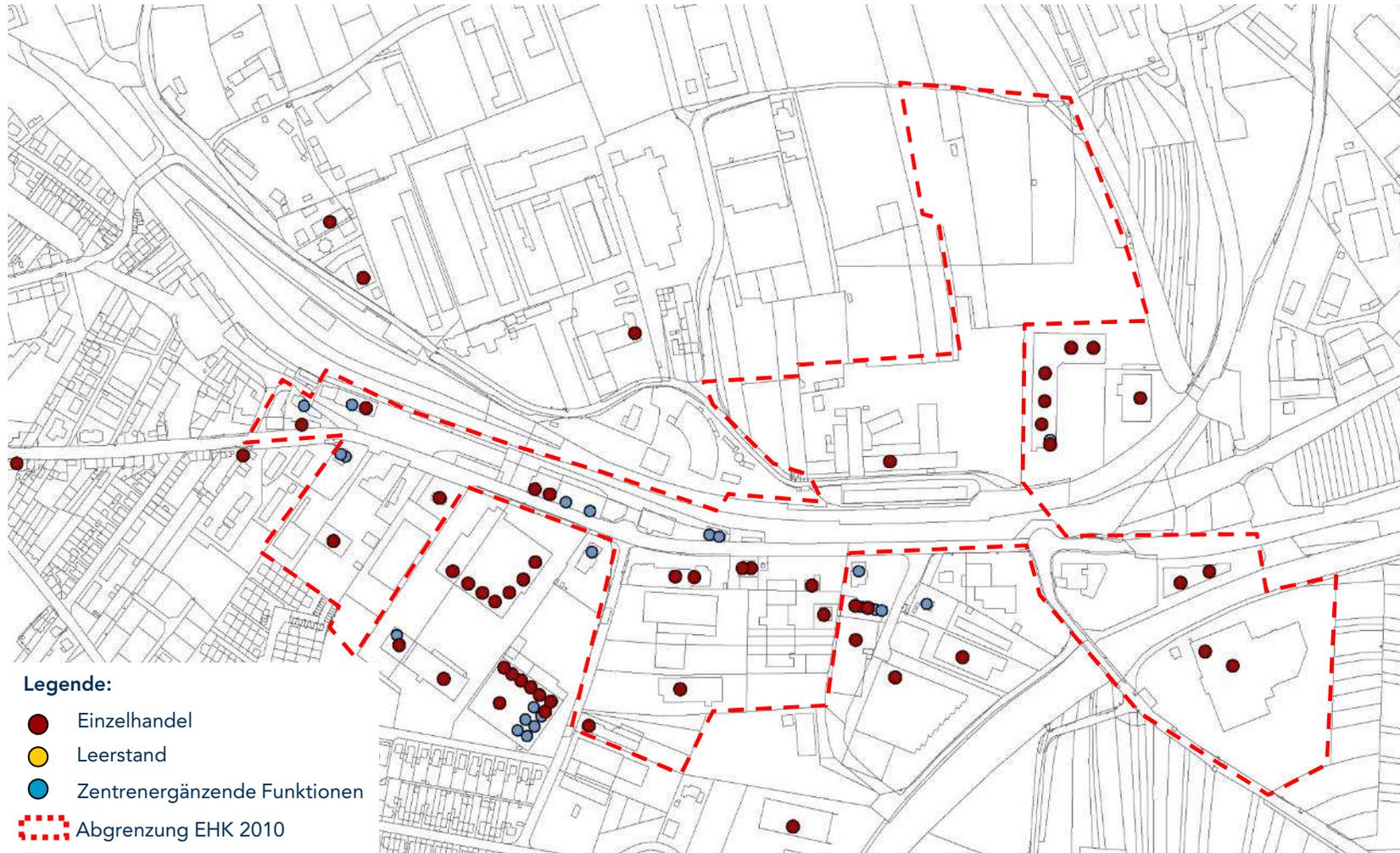


Rahmenbedingungen Ergänzungsstandort Koblenzer Straße

- 73% der Mayener VKF (54.000m²)
- Vorprägung überwiegend durch Fachmärkte mit teilweise
 - innenstadtrelevantem (VKF-Anteil: 20%)
 - nahversorgungsrelevantem (VKF-Anteil: 25%)
 - nicht innenstadtrelevantem Hauptsortiment (VKF-Anteil: 55%)
- Lage
 - autokundenorientiert
 - verkehrlich gut angebunden durch Koblenzer Straße (L98)

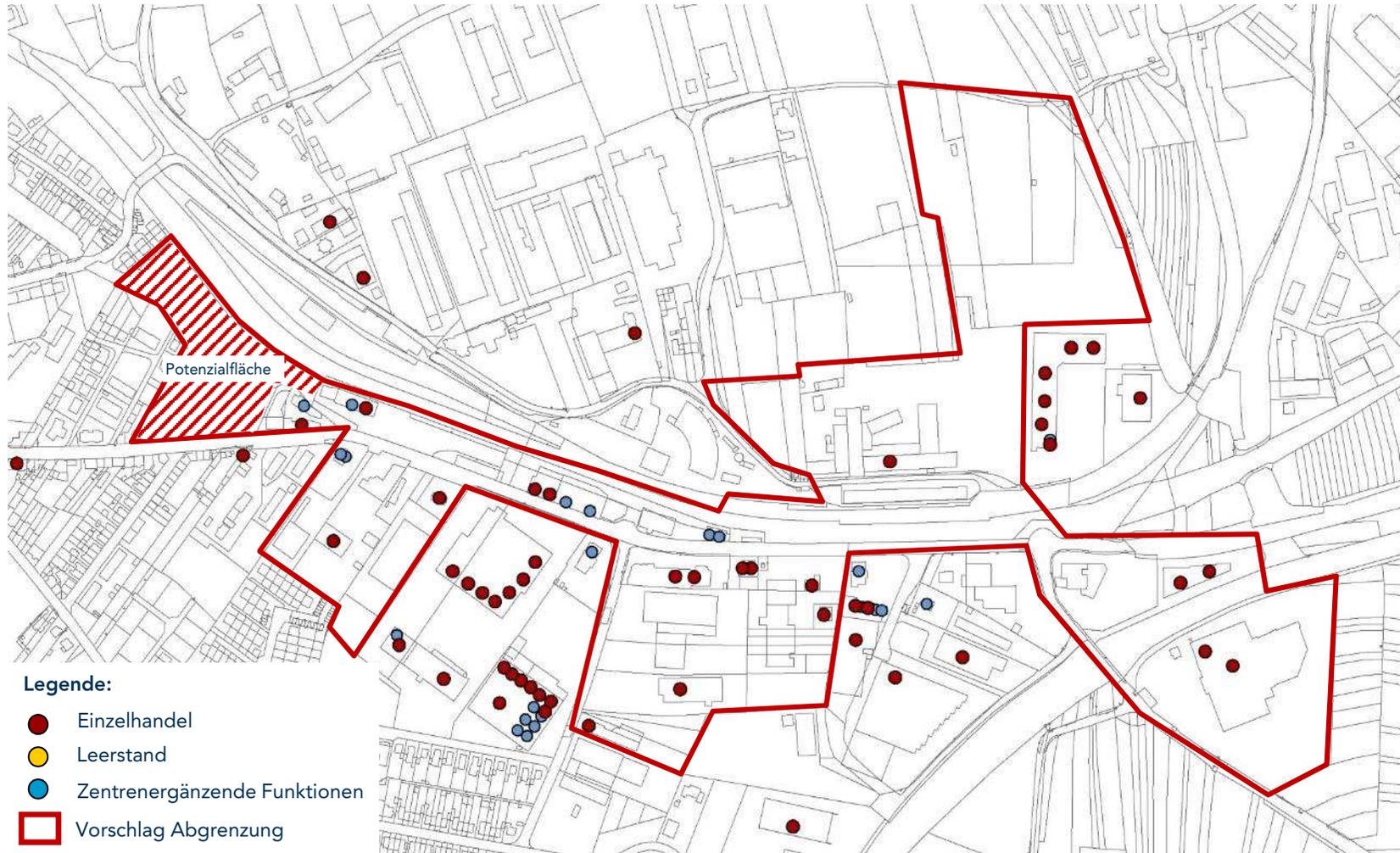
Ergänzungsstandort Koblenzer Straße (nach EHK 2010)

Quelle: Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 2/2015 ; Kartengrundlage: Stadt Mayen; Daten erst nach Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche und weiterer Standorte in der Zielperspektive abschließend.



Vorschlag Abgrenzung Ergänzungsstandort Koblenzer Straße

Quelle: Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 2/2015; Kartengrundlage: Stadt Mayen; Daten erst nach Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche und weiterer Standorte in der Zielperspektive abschließend.



Empfehlungen Ergänzungsstandort Koblenzer Straße

- **Positivraum für großflächige und kleinflächige Einzelhandelsvorhaben mit**
 - nicht-innenstadtrelevanten
 - nicht innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten
- **Restriktiver Umgang mit Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben mit innenstadt- sowie innenstadt- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment**
 - restriktiver Umgang mit weiteren Betriebsansiedlungen
 - geringe Entwicklungspriorität für Betriebe mit innenstadt- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment (allenfalls dynamischer Bestandsschutz unter Berücksichtigung des Nachweises der Verträglichkeit)
- **Restriktiver Umgang mit Randsortimenten innenstadtrelevanten sowie innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Randsortimenten**
 - ➔ **Räumliche Konzentration großflächiger Anbieter mit nicht innenstadt-relevantem und nicht nahversorgungsrelevantem Sortiment an leistungsstarkem Standort**

Gliederung

1. Rückblick AK 1
2. Zentrenkonzept
3. Nahversorgungskonzept
4. Konzept für Ergänzungsstandort
- 5. Sortimentsliste**
6. Ansiedlungsleitsätze
7. Ausblick auf weitere Schritte

Sortimentsliste als Instrument der Feinsteuerung

- Ortspezifische Sortimentslisten sind Feinsteuerungsinstrumente in der Bauleitplanung, welche durch die Rechtsprechung anerkannt sind
- Entwicklung auf Grundlage der tatsächlichen Gegebenheiten sowie perspektivischer Zielstellungen
- Unterscheidung von innenstadtrelevanten, innenstadt- und nahversorgungsrelevanten sowie nicht innenstadt- und nicht nahversorgungsrelevanten Sortimenten
- Sortimentsliste gibt Auskunft darüber, in welchen Bereichen des Stadtgebietes welche Sortimente zukünftig angeboten werden sollen (unter Beachtung des Bestandsschutzes)

Sortimentsliste als Instrument der Feinsteuerung

Methodik Stadt + Handel: vollständige Analogie zum Warengruppenverzeichnis des Statistischen Bundesamtes (WZ)

| Kurzbezeichnung Sortiment | Nr. nach WZ 2008 ¹ | Vollständige Sortimentsbezeichnung nach WZ 2008 |
|------------------------------------|-------------------------------|---|
| Zentrenrelevante Sortimente | | |
| Haus-/Bett-/Tischwäsche | Aus 47.51 | Einzelhandel mit Textilien (darunter NUR: Einzelhandel mit Haus- und Tischwäsche, z. B. Hand-, Bade- und Geschirrtücher, Tischdecken, Stoffservietten, Bettwäsche) |
| Hausrat | Aus 47.59.9 | Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen a. n. g. (NUR: Einzelhandel mit Hausrat aus Holz, Metall und Kunststoff, z. B. Besteck und Tafelgeräte, Koch- und Bratgeschirr, nicht elektrische Haushaltsgeräte, sowie Einzelhandel mit Haushaltsartikeln und Einrichtungsgegenständen a. n. g.) |
| Heimtextilien/ Gardinen | Aus 47.53 | Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbelägen und Tapeten (NUR: Einzelhandel mit Vorhängen und Gardinen) |
| | Aus 47.51 | Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Dekorations- und Möbelstoffen, dekorativen Decken und Kissen, Stuhl- und Sesselauflagen u. Ä.) |

→ Gewährleistung einer hinreichend konkreten Nahvollziehbarkeit für Zwecke der Bauleitplanung

→ In diesem Zusammenhang werden Modifizierungen der Benennungen und Gruppierungen vorgenommen

Quelle: eigene Darstellung

Sortimentsliste für die Stadt Mayen

Innenstadtrelevant sind Sortimente, die...

- prägend für die Innenstadt sind (**Einzelhandelsstruktur**)
- Besucher anziehen (**Besuchersfrequenz**)
- einen geringen Flächenanspruch haben (**Integrationsfähigkeit**)
- für einen attraktiven Branchenmix eines Zentrums notwendig sind/selbst auf Frequenzbringer angewiesen sind, um ein entsprechendes Absatzpotenzial zu erreichen (**Kopplungsaffinität**)
- vom Kunden überwiegend mitgenommen werden können (**Transportfähigkeit**)
- künftig stärker in zentraler Lage vertreten sein sollten (**besondere Zielperspektive**)

Sortimentsliste für die Stadt Mayen

Nahversorgungsrelevant sind Sortimente, die...

- der Deckung des täglichen Bedarfs dienen und periodisch nachgefragt werden (mehrmals wöchentlich)
 - die im verdichteten Raum möglichst fußläufig, im ländlichen Raum möglichst verbrauchernah angeboten werden sollen
 - Fußläufigkeit ist zumeist ab 500 – 700 m Entfernung gegeben
- Berücksichtigung eines zunehmenden Anteils an mobil eingeschränkten Personen infolge des Demographischen Wandels

Sortimentsliste für die Stadt Mayen

| Sortiment | Innenstadt-relevant | Innenstadt- u. nahver-sorgungs-relevant | Nicht innenstadt-relevant* |
|--|---------------------|---|----------------------------|
| Antiquitäten | ✓ | | |
| Augenoptik | ✓ | | |
| Bekleidung (ohne Sportbekleidung) | ✓ | | |
| Bücher | ✓ | | |
| Briefmarken/Münzen | ✓ | | |
| Computer (PC-Hardware und -Software) | ✓ | | |
| Elektrokleingeräte | ✓ | | |
| Foto- und optische Erzeugnisse und Zubehör | ✓ | | |
| Glas/Porzellan/Keramik | ✓ | | |
| Haus-/Bett-/Tischwäsche | ✓ | | |
| Hausrat/Haushaltswaren | ✓ | | |
| Heimtextilien/Gardinen | ✓ | | |
| Handarbeitsbedarf/ Kurzwaren/ Meterware | ✓ | | |
| Med. und orthopädische Geräte (einschl. Hörgeräte) | ✓ | | |
| Papier/Büroartikel/Schreibwaren, Bastelbedarf | ✓ | | |

*Kurzform für nicht innenstadtrelevant und nicht- innenstadt- und nahversorgungsrelevant

Sortimentsliste für die Stadt Mayen

| Sortiment | Innenstadt-relevant | Innenstadt- u. nahver-sorgungs-relevant | Nicht innenstadt-relevant* |
|--|---------------------|---|----------------------------|
| Schuhe/Lederwaren | ✓ | | |
| Spielwaren | ✓ | | |
| Sportartikel | ✓ | | |
| Telekommunikationsartikel | ✓ | | |
| Uhren/Schmuck | ✓ | | |
| Unterhaltungselektronik | ✓ | | |
| Waffen/Jagdbedarf/Angeln | ✓ | | |
| Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen | ✓ | | |
| Nahrungs- und Genussmittel | | ✓ | |
| Drogerie, Kosmetik/Parfümerie | | ✓ | |
| Pharmazeutische Artikel (Apotheke) | | ✓ | |
| (Schnitt-)Blumen | | ✓ | |
| Zeitungen/Zeitschriften | | ✓ | |

*Kurzform für nicht innenstadtrelevant und nicht- innenstadt- und nahversorgungsrelevant

Sortimentsliste für die Stadt Mayen

* Kurzform für nicht innenstadtrelevant und nicht-innenstadt- und nahversorgungsrelevant

| Sortiment | Innenstadt-relevant | Innenstadt-u. nahver-sorgungs-relevant | Nicht innenstadt-relevant* |
|--|---------------------|--|----------------------------|
| Baumarktsortiment i.e.S. | | | ✓ |
| Bettwaren (Matratzen) | | | ✓ |
| Camping | | | ✓ |
| Elektrogroßgeräte | | | ✓ |
| Fahrräder und Zubehör | | | ✓ |
| Gartenbedarf (ohne Gartenmöbel) | | | ✓ |
| Kfz-Zubehör | | | ✓ |
| Kinderwagen | | | ✓ |
| Lampen/Leuchten | | | ✓ |
| Möbel | | | ✓ |
| Musikinstrumente und Musikalien | | | ✓ |
| Pflanzen/Pflanzartikel | | | ✓ |
| Reitsportartikel | | | ✓ |
| Sportgroßgeräte | | | ✓ |
| Teppiche (Einzelware, ohne Teppichböden) | | | ✓ |
| Zoologischer Bedarf und lebende Tiere | | | ✓ |

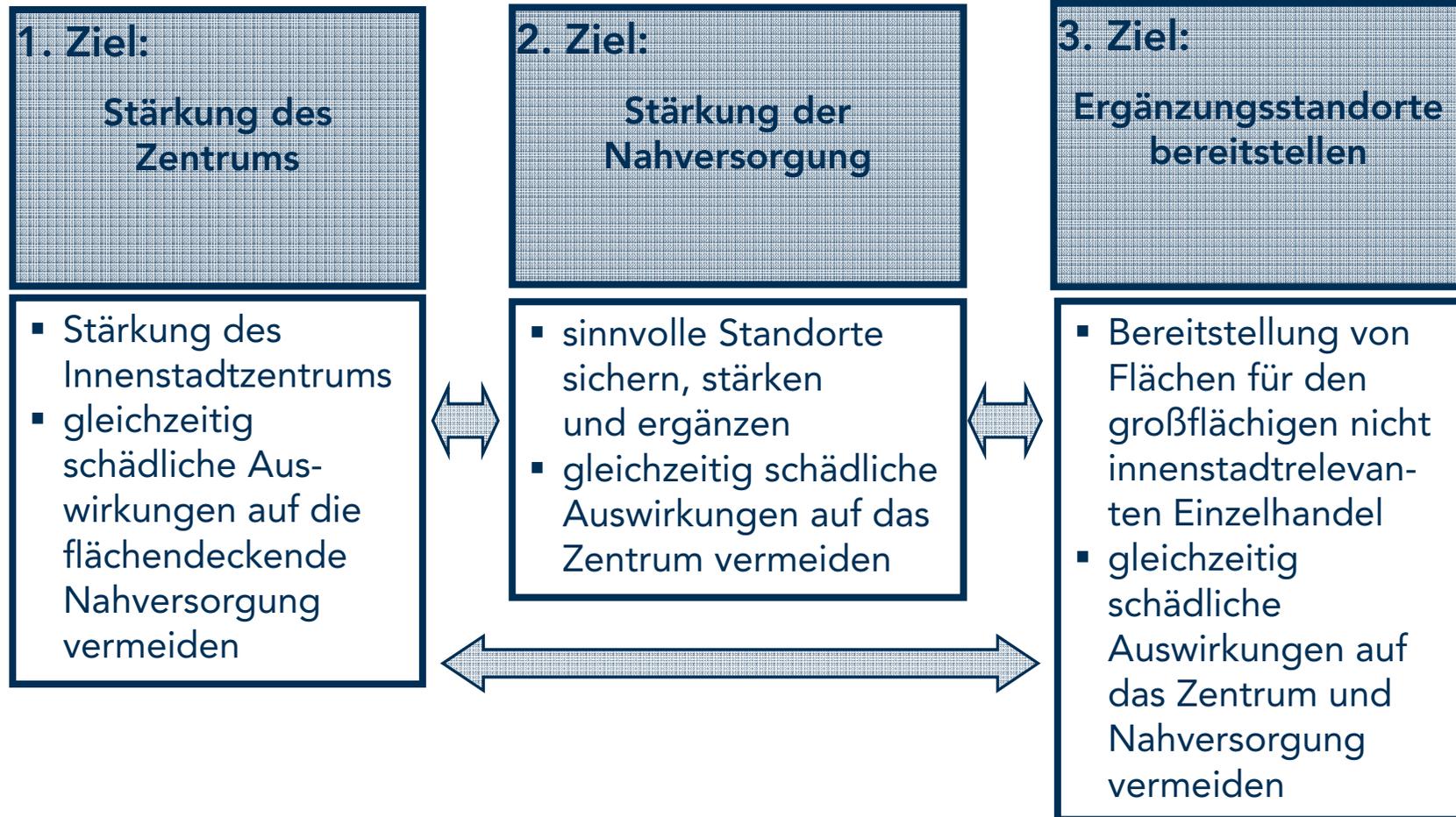
Gliederung

1. Rückblick AK 1
2. Zentrenkonzept
3. Nahversorgungskonzept
4. Konzept für Ergänzungsstandort
5. Sortimentsliste
- 6. Ansiedlungsleitsätze**
7. Ausblick auf weitere Schritte

Ziele EHK 2010

- **Ausbau des Einzelhandelsangebotes zur Sicherung der Attraktivität/Versorgungsbedeutung**
 - Abrundung Branchenmix v.a. durch Markenstores bei Textilien
 - Ergänzung durch höherwertige gastronomische Angebote (z.B. Bars, Cafés)
- **Bereitstellung geeigneter Flächen Standortmanagement**
 - Nachverdichtung und Zusammenlegung von Flächen
 - Prüfung möglicher Potenzialflächen
 - Aktives Leerstands- und Flächenmanagement, Förderung attraktiver Zwischennutzungen für leerstehende Ladenlokale
- **Einzelbetriebliche Maßnahmen/gemeinschaftliche Maßnahmen der Händler**
 - Abstimmung der Kernöffnungszeiten, keine Schließung zur Mittagszeit
 - Weitere Maßnahmen, z.B. durch Qualitätsverbesserungen im Service, Gestaltung der Schaufenster etc.
- **Städtebauliche Maßnahmen**

Entwicklungsziele für Mayen



Ansiedlungsleitsätze allgemein:

Die Ansiedlungsleitsätze sind für Neubau- wie auch Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels konzipiert. Der übliche genehmigungsrechtliche Bestandsschutz wird gewährleistet.

Ansiedlungsleitsatz I:

Innenstadtrelevanter Einzelhandel als Hauptsortiment...

... soll in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden.

- im ZVB Innenstadt Mayen unbegrenzt im Rahmen der mittelzentralen Versorgungsfunktion¹
- im Nahversorgungszentrum bis zur Schwelle der Großflächigkeit (800m²) zur Sicherung der Nahversorgung, sofern das geplante Angebot ausschließlich auf die Versorgung des zugeordneten Bereichs bezogen ist.

1) Sofern landesplanerische und städtebauliche Gründe (Schutz von ZVB in Nachbarkommunen) nicht entgegenstehen.

Ansiedlungsleitsatz II:

**Einzelhandel mit innenstadt- und nahversorgungsrelevantem
Hauptsortiment...**

... soll im ZVB Innenstadt unbegrenzt angesiedelt werden

- sofern keine negativen Auswirkungen auf wohnortnahe Nahversorgung sowie Bestand + Entwicklungsmöglichkeiten der ZVBs zu erwarten sind

**... soll im Nahversorgungszentrum zur Sicherung der Versorgung des
zugeordneten Bereichs angesiedelt werden**

- sofern keine negativen Auswirkungen auf wohnortnahe Nahversorgung sowie Bestand + Entwicklungsmöglichkeiten des ZVB zu erwarten sind

**... soll zur Gewährleistung der Nahversorgung auch an sonstigen
integrierten Standorten zur Versorgung des Gebietes angesiedelt
werden,**

- sofern keine negativen Auswirkungen auf wohnortnahe Nahversorgung sowie Bestand + Entwicklungsmöglichkeiten der ZVBs zu erwarten sind

Ansiedlungsleitsatz III:

Sondergebietspflichtiger, großflächiger Einzelhandel¹ mit nicht innenstadtrelevantem sowie nicht innenstadt- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment ...

... soll vorrangig am ausgewiesenen Ergänzungsstandort Koblenzer Straße oder in städtebaulich integrierter Lage angesiedelt werden.

Nicht großflächiger Einzelhandel mit nicht innenstadtrelevantem sowie nicht innenstadt- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment...

... soll vorrangig am ausgewiesenen Ergänzungsstandort Koblenzer Straße angesiedelt werden,

... kann prinzipiell aber auch an anderen geeigneten Standorten angesiedelt werden,

- sofern planungsrechtlich sowie landesplanerisch im Einzelfall zulässig
- sofern Konflikte gegenüber sonstigen standortsuchenden Gewerbe- und Handwerksbetrieben minimiert werden können

¹ im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO

Ansiedlungsleitsatz IV:

Innenstadtrevanter sowie innenstadt- und nahversorgungsrelevanter Einzelhandel als Randsortiment...

... soll außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs nur in einer Größenordnung von bis zu 10 % der GVKF, insgesamt höchstens 800 m² VKF, bezogen auf die Gesamtheit der innenstadtrelevanten Randsortimente angesiedelt werden.

- Die Obergrenzen für die jeweiligen innenstadtrelevanten sowie innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente sollten sich an der Struktur des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt orientieren
- Ggf. weitere Begrenzung der innenstadtrelevanten sowie innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente und Berücksichtigung möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen
- Deutliche Zuordnung der innenstadtrelevanten sowie innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente zum Hauptsortiment

Ansiedlungsleitsatz V:

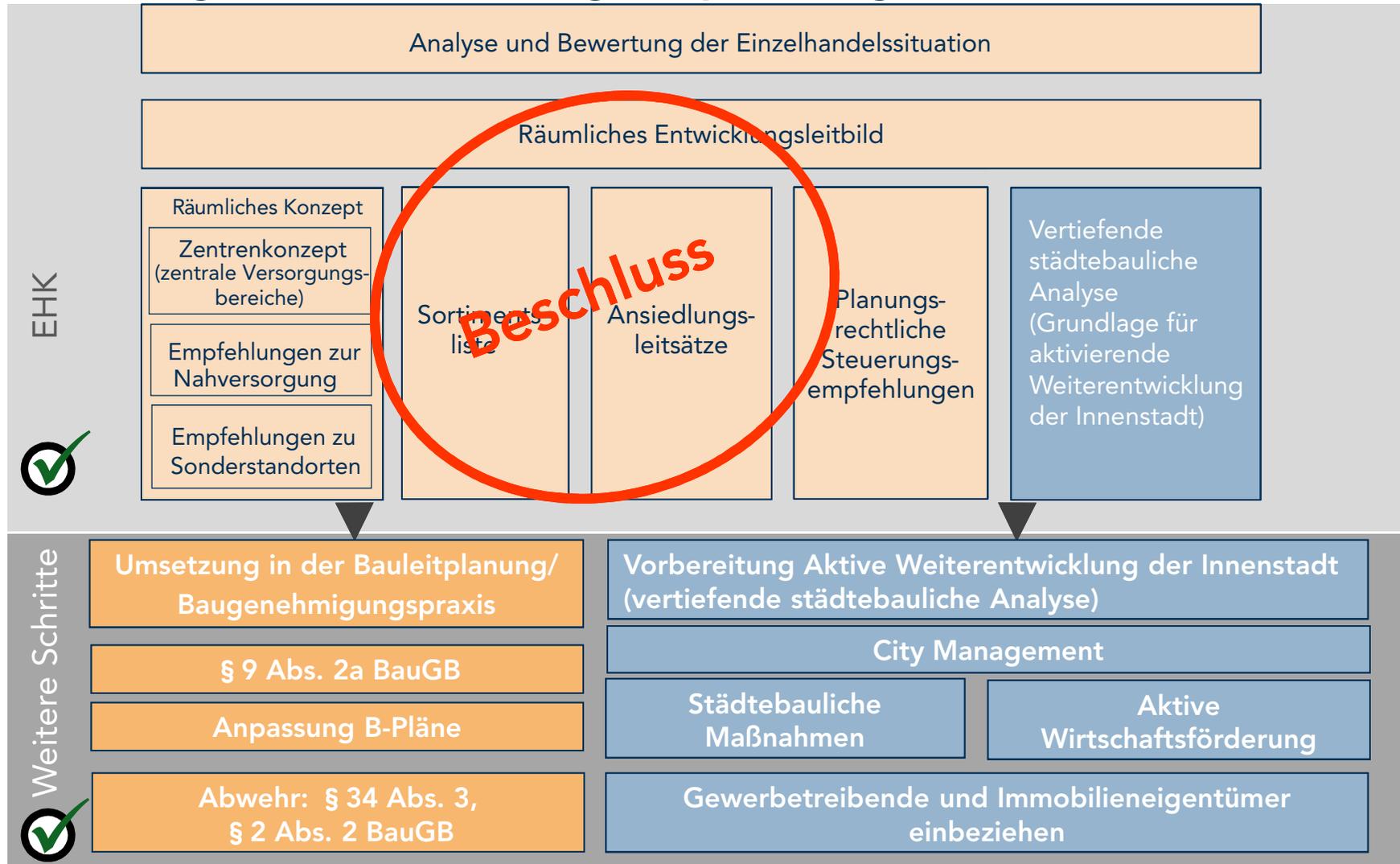
Ausnahmsweise zulässig: Verkaufsstellen von landwirtschaftlichen Betrieben, Handwerksbetrieben, produzierenden und weiterverarbeitenden Gewerbebetrieben („Handwerkerprivileg“)

- wenn räumliche Zuordnung zum Hauptbetrieb
- wenn Errichtung im betrieblichen Zusammenhang
- wenn deutliche flächen- und umsatzmäßige Unterordnung sowie eine sortimentsbezogene Zuordnung zum Hauptbetrieb gegeben ist
- wenn Verkaufsflächenobergrenze von max. 800 m² nicht überschritten wird.

Gliederung

1. Rückblick AK 1
2. Zentrenkonzept
3. Nahversorgungskonzept
4. Konzept für Ergänzungsstandort
5. Sortimentsliste
6. Ansiedlungsleitsätze
- 7. Ausblick auf weitere Schritte**

Handlungs- und Umsetzungsempfehlungen



Quelle: Eigene Darstellung.

Vielen Dank für Ihr Interesse!

Stadt + Handel

Dipl.-Ing.e Beckmann und Föhler GbR

Hörder Hafensstraße 11

44263 Dortmund

www.stadt-handel.de

Beiertheimer Allee 22

76137 Karlsruhe

Markt 9

04109 Leipzig

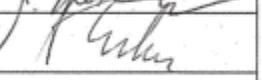


Teilnehmerliste

2. Arbeitskreissitzung Fortschreibung Einzelhandelskonzept

Termin: 12.05.2015, 19:00 Uhr
im Sitzungssaal, Rathaus

-1-

| NAME, VORNAME | Institution/Behörde | UNTERSCHRIFT |
|-------------------|-----------------------|---|
| Vogel, Frank | FDP-Fraktion |  |
| Vents, Daniela | Bündnis 90/DIE GRÜNEN |  |
| Sondmann, Helmut | SPD-Fraktion |  |
| Schnee, Wolfgang | ev. Mj - GEMEINSCHAFT |  |
| Ader, Alois | UV Meyer-Melker |  |
| TREIS, WOLFGANG | STADT MAYEN |  |
| SCHICH, GERT | - u - |  |
| Heilmayer, Jürgen | " |  |
| Thelen, Heiner | " |  |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |