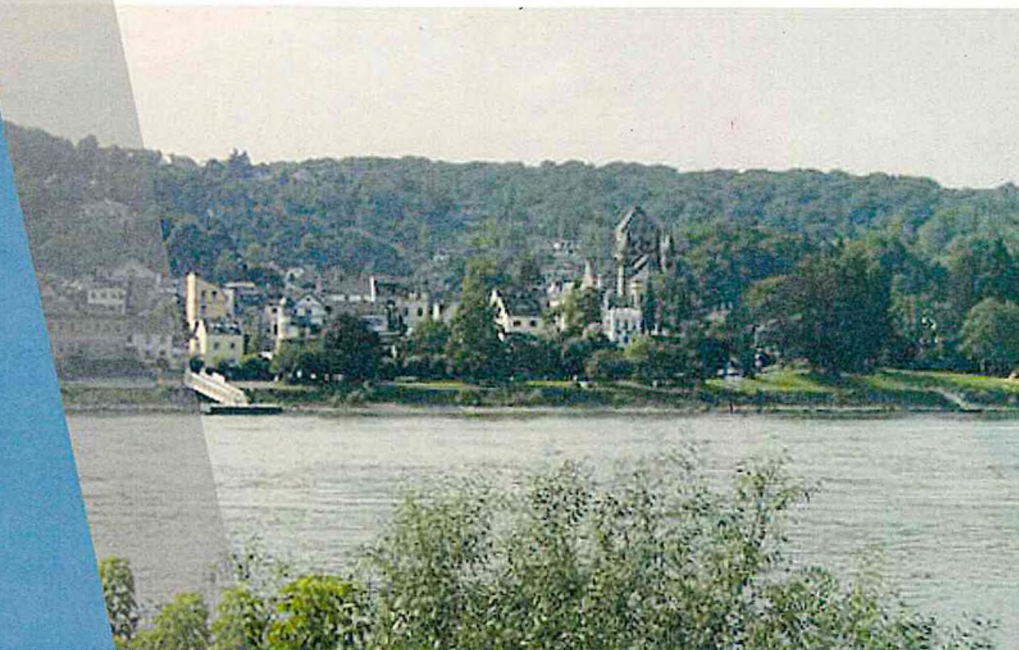


# STADT REMAGEN

Kaufkraftströme und Versorgungsqualität sowie Risiken  
in Hinblick auf geplante Entwicklungen in der Stadt Sinzig

23. März 2018



Quelle: [http://www.stadt-remagen.de/Rathaus\\_Buergerservice/](http://www.stadt-remagen.de/Rathaus_Buergerservice/)

Stand 23.03.18

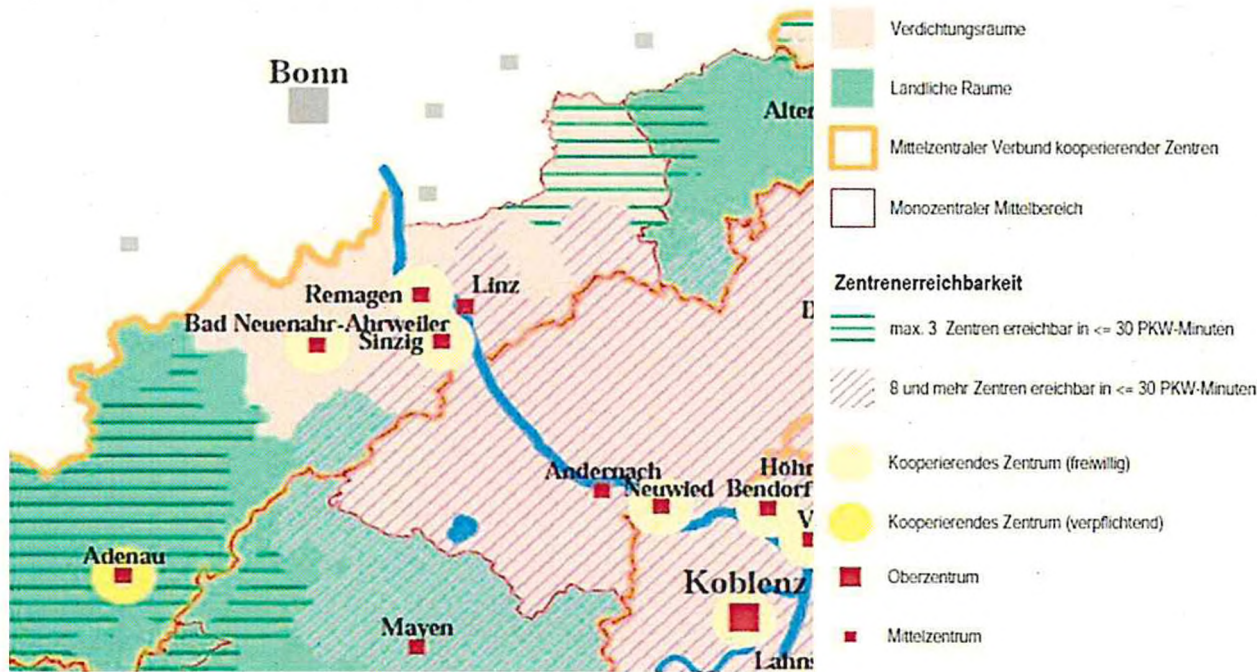


Inhalt	Chart
Einzugsgebiet und Potenziale	3
Verkaufsflächen, Umsatz, Zentralität, Marktanteile	11
Kaufkraftströme	15
Bedarfsberechnung	22
Analyse und Ergebnisse	25
Prüfung der Verträglichkeit des geplanten Projektes in Sinzig	30

# EINZUGSGEBIET & POTENZIALE



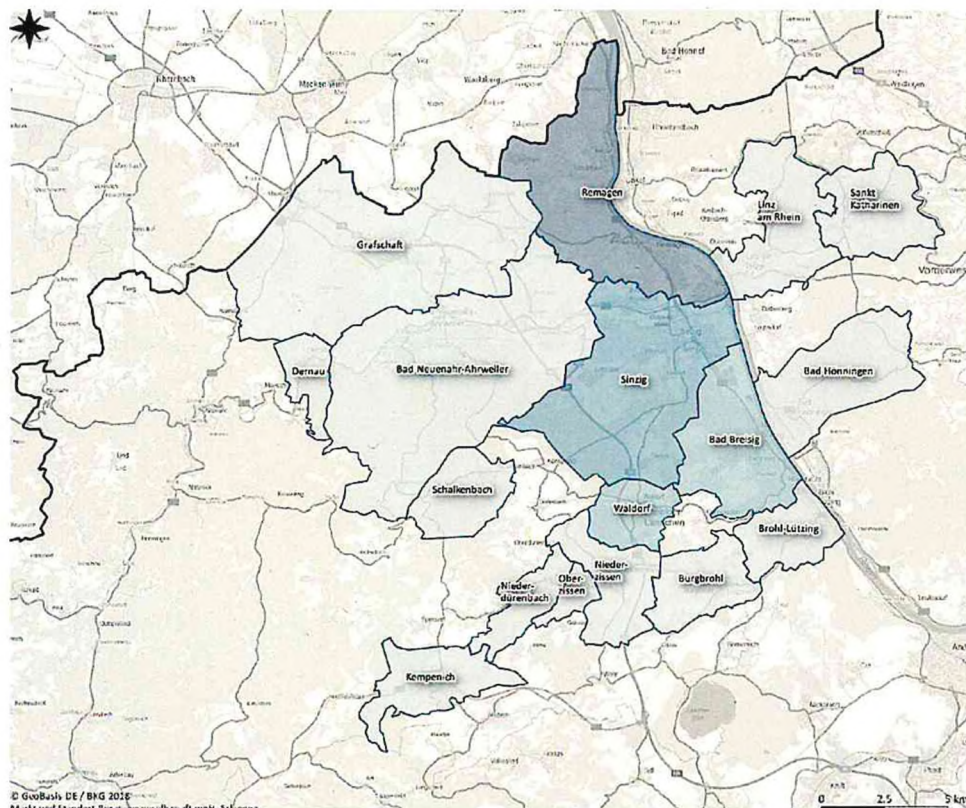
# Raumordnerische Einordnung



Das Oberzentrum Bonn sowie die umliegenden Kommunen im Zentrenverbund Adenau, Bad Neuenahr-Ahrweiler, Remagen und Sinzig werden dem Raumstrukturtyp Verdichtungsraum zugeordnet. Entsprechend der Raumstrukturgliederung wird die Stadt Remagen als verdichteter Bereich ausgewiesen, mit einer hohen Zentrenreichbarkeit und -auswahl. Danach sind ‚8 und mehr Zentren‘ innerhalb von 30 PKW-Minuten erreichbar. Die Städte Remagen, Sinzig, Bad Neuenahr-Ahrweiler und Adenau sind als (kooperierendes) Mittelzentrum ausgewiesen, d.h. mehrere Zentrale Orte der mittel- und oberzentralen Stufe leisten einen Beitrag zur mittelzentralen Versorgung. In solchen Räumen sollen diejenigen kooperierenden Zentren, die über kein umfassendes Angebot an mittelzentralen Einrichtungen verfügen, ein breit gefächertes Angebot ergänzender Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen vorhalten (G 41).



## Pendlerverflechtungen (Einpendler 2017)



**Einpendler: Anteil  
 sozialversicherungspflichtig  
 Beschäftigte in %**

- > 1 <= 5
- > 5 <= 10
- > 10 <= 15
- > 15
- Landesgrenze



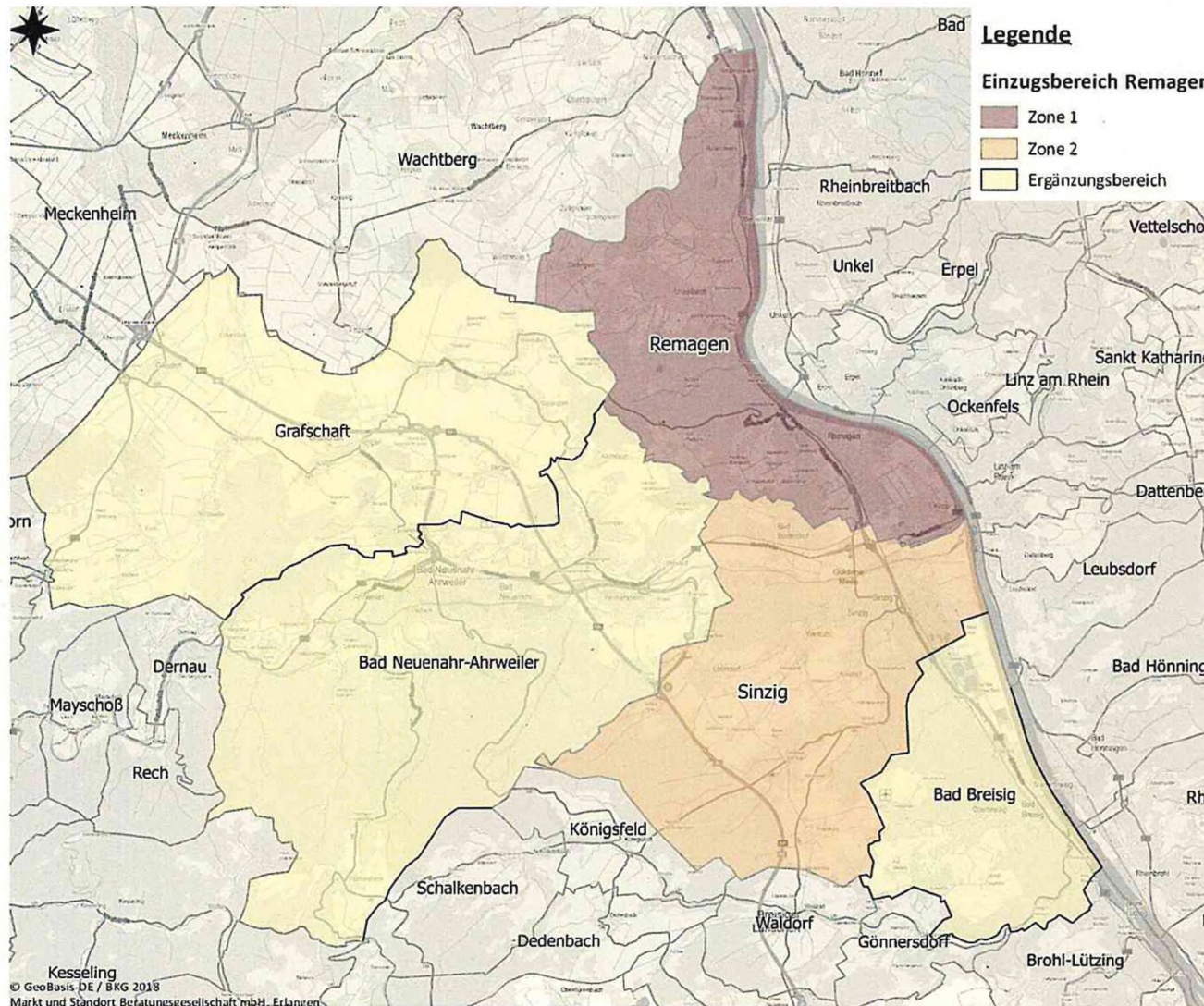
Die in der Abbildung (Pendlerverflechtungen) dargestellten Einpendler verdeutlichen den hohen Stellenwert der ansässigen Wirtschaftsstruktur in den kooperierenden Mittelzentren, vor allem Remagen und Sinzig. Dieser wirtschaftsräumliche Verflechtungsbereich lässt auch erste Rückschlüsse über den Einzugsbereich des städtischen Einzelhandels zu.

Quelle: Agentur für Arbeit, 2017

Stand 23.03.18



# Einzugsgebiet



Das Einzugsgebiet (also das Gebiet, aus dem regelmäßig Verbraucher in die Stadt Remagen zum Einkauf kommen) orientiert sich am Mittelbereich und beinhaltet die Gemeinden Bad Neuenahr-Ahrweiler, Grafschaft und Bad Breisig, zusammen mit Remagen und Sinzig. Der umrissene Einzugsbereich verdeutlicht nochmals die wirtschaftsräumlichen Verflechtungen aufgrund der Einpendler.

Quelle: eigene Bewertung auf Grundlage der raumordnerischen Vorgaben

Stand 23.03.18



## Kaufkraftindizes in der Region



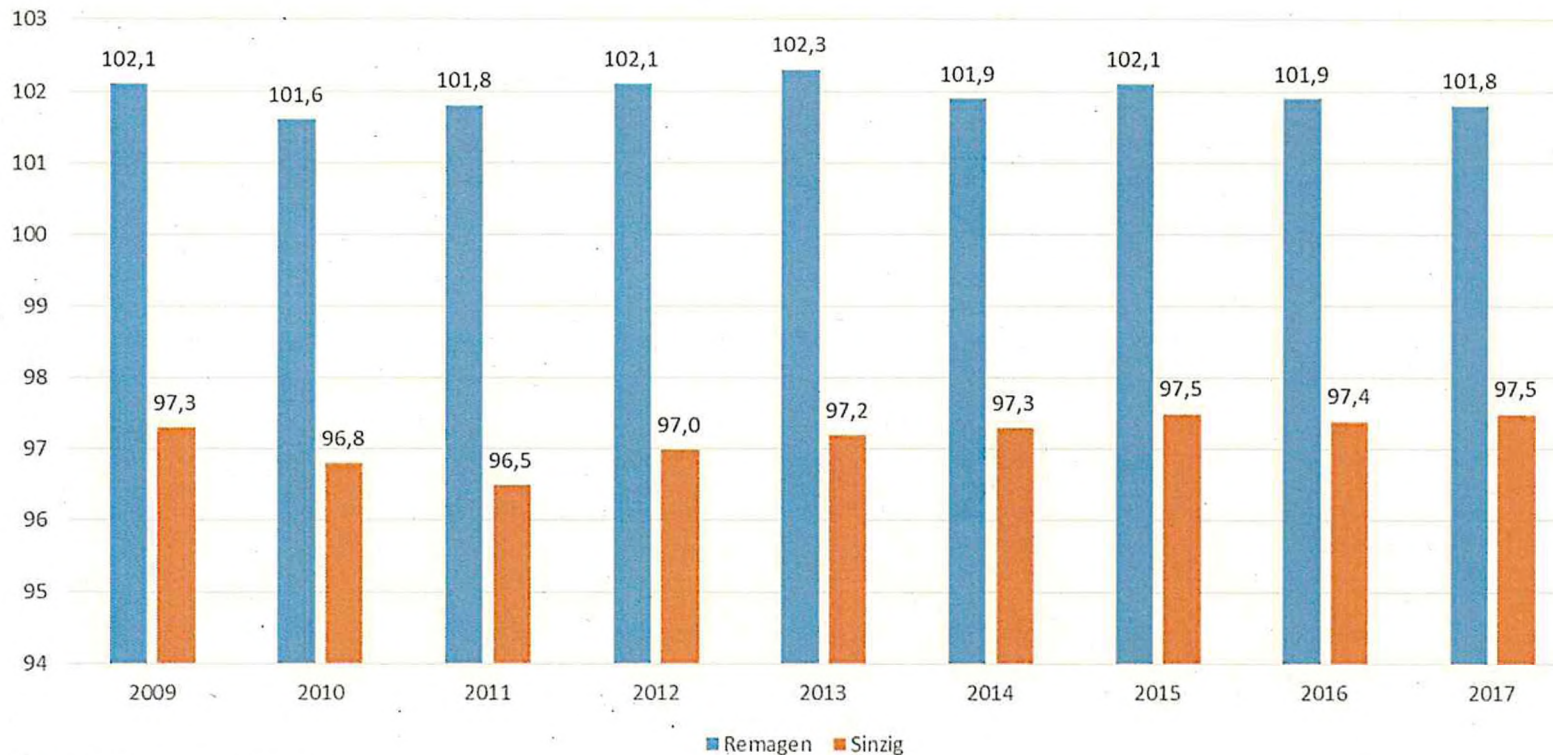
Die Kaufkraftverhältnisse innerhalb einer Region lassen sich am ehesten durch die Kaufkraftkennziffern darstellen. Die Kaufkraftkennziffern geben Auskunft über die regionale Verteilung der einkommensbedingten, potenziellen Endverbrauchernachfrage. In Verbindung mit den aktuellen Zahlen zur (ortsansässigen) Bevölkerung, erlauben sie quantitative Angaben zur Einschätzung der lokalen Nachfrage nach Waren und Gütern, die über Handels- und Dienstleistungsunternehmen distribuiert werden.

Quelle: MB-Research, 2017

Kaufkraftkennziffern sind jährlich berechnete Vergleichswerte! Die Analyse von Zeitreihen dieser Einzelhandelszentralitätskennziffern stellt besonders hohe Anforderungen an die Interpretationskunst, denn durch die zusätzliche Dimension des Zeitverlaufs wird die Berücksichtigung vielfältiger Relationen erforderlich. Hier sind die Veränderungen der Relation zwischen verschiedenen Gemeinden, der Relation zwischen Bundesdurchschnitt und Gemeindeverten, im Falle von Pro-Kopf-Werten auch noch die Relation der Bevölkerungsentwicklung zwischen Bundesrepublik und Gemeinde, und die Relationen zwischen Kaufkraft- und Umsatzentwicklung bundesweit und in der Gemeinde jeweils zu berücksichtigen. Zeitvergleiche der Zentralitätskennziffern sind grundsätzlich komplex und mit der bloßen Aneinanderreihung der jährlich veröffentlichten Werte methodisch fragwürdig. Ein leicht nachvollziehbares Problem für den Zeitvergleich ist der steuerliche Aspekt. Da die Umsatzkennziffern eine Bruttoumsatzbetrachtung darstellen ist die Umsatzsteuer in den Zentralitätskennziffern enthalten. Veränderungen der Umsatzsteuerquote oder auch Verschiebungen in den Umsatzsteuersätzen der Sortimente über die Jahre nehmen Einfluss auf die Bruttoumsatzdaten und führen zu Verwerfungen im Zeitvergleich. Letztlich verbietet sich aufgrund der Vielzahl möglicher methodischer Brüche deshalb ein zeitlicher Vergleich der jährlich erscheinenden Zentralitätskennziffern. Dabei wird der mögliche Fehler umso größer je länger der Vergleichszeitraum ist. Möchte man auf den Zeitvergleich nicht verzichten, so wäre die Rückrechnung der Zentralitätskennziffer vom aktuellen Jahr auf der Basis des aktuellen Datenkenntnisstandes, der aktuellen Umsatzsteuersätze, den aktuellen kommunalen Gebietszuschnitten in die Vergangenheit die Methode der Wahl.



## Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex Remagen und Sinzig, Entwicklung



Quelle: MB-Research, 2018

Methodik: Erstellung einer Vergleichbarkeit durch Rückrechnung aller Werte auf das Basisjahr 2009 in Abhängigkeit vom aktuellen Bestandsjahr (hier 2017). Nur dadurch ist der Vergleich der Werte in einer Zeitreihe möglich.

Kaufkraftkennziffern sind jährlich berechnete Vergleichswerte! Die Analyse von Zeitreihen dieser Einzelhandelszentralitätskennziffern stellt besonders hohe Anforderungen an die Interpretationskunst, denn durch die zusätzliche Dimension des Zeitverlaufs wird die Berücksichtigung vielfältiger Relationen erforderlich. Hier sind die Veränderungen der Relation zwischen verschiedenen Gemeinden, der Relation zwischen Bundesdurchschnitt und Gemeindeverten, im Falle von Pro-Kopf-Werten auch noch die Relation der Bevölkerungsentwicklung zwischen Bundesrepublik und Gemeinde, und die Relationen zwischen Kaufkraft- und Umsatzentwicklung bundesweit und in der Gemeinde jeweils zu berücksichtigen. Zeitvergleiche der Zentralitätskennziffern sind grundsätzlich komplex und mit der bloßen Aneinanderreihung der jährlich veröffentlichten Werte methodisch fragwürdig. Ein leicht nachvollziehbares Problem für den Zeitvergleich ist der steuerliche Aspekt. Da die Umsatzkennziffern eine Bruttoumsatzbetrachtung darstellen ist die Umsatzsteuer in den Zentralitätskennziffern enthalten. Veränderungen der Umsatzsteuerquote oder auch Verschiebungen in den Umsatzsteuersätzen der Sortimente über die Jahre nehmen Einfluss auf die Bruttoumsatzdaten und führen zu Verwerfungen im Zeitvergleich. Letztlich verbietet sich aufgrund der Vielzahl möglicher methodischer Brüche deshalb ein zeitlicher Vergleich der jährlich erscheinenden Zentralitätskennziffern. Dabei wird der mögliche Fehler umso größer je länger der Vergleichszeitraum ist. Möchte man auf den Zeitvergleich nicht verzichten, so wäre die Rückrechnung der Zentralitätskennziffer vom aktuellen Jahr auf der Basis des aktuellen Datenkenntnisstandes, der aktuellen Umsatzsteuersätze, den aktuellen kommunalen Gebietsauschnitten in die Vergangenheit die Methode der Wahl.



## Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale, Einwohner und Kaufkraftindex

Nahrungs- und Genussmittel einschl. Getränke	Gesundheits- und Körperpflegeartikel sowie Drogeriewaren	Textilien, Bekleidung, Lederwaren	Schuhe	Uhren, Schmuck, Optik	Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik (GPK)
2.402	523	673	157	106	108
Elektrowaren	Bücher, Zeitschriften, Schreibwaren	Möbel und Einrichtungsbedarf	Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf	Hobby-, Sport und Freizeitartikel	Gesamt
546	198	602	557	370	6.242

Quelle: eigene Berechnung 2017

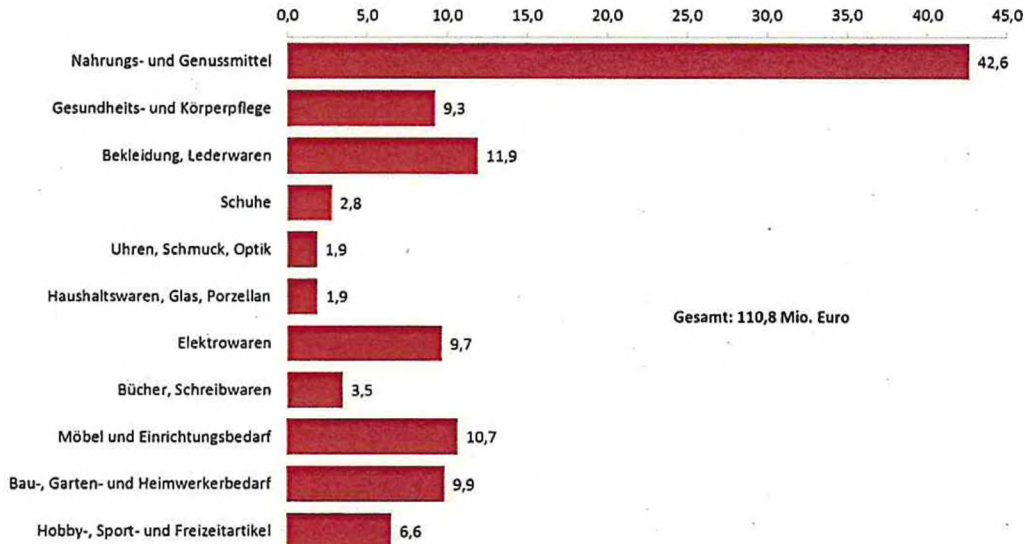
	Einwohner 31.12.2017	einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex	einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial
Remagen	17.434	101,8	110,8 Mio.€
Sinzig	17.833	97,5	108,5 Mio. €

Anmerkung: Rechenweg ist Einwohner \* Pro-Kopf-Ausgaben bereinigt um den Kaufkraftindex.

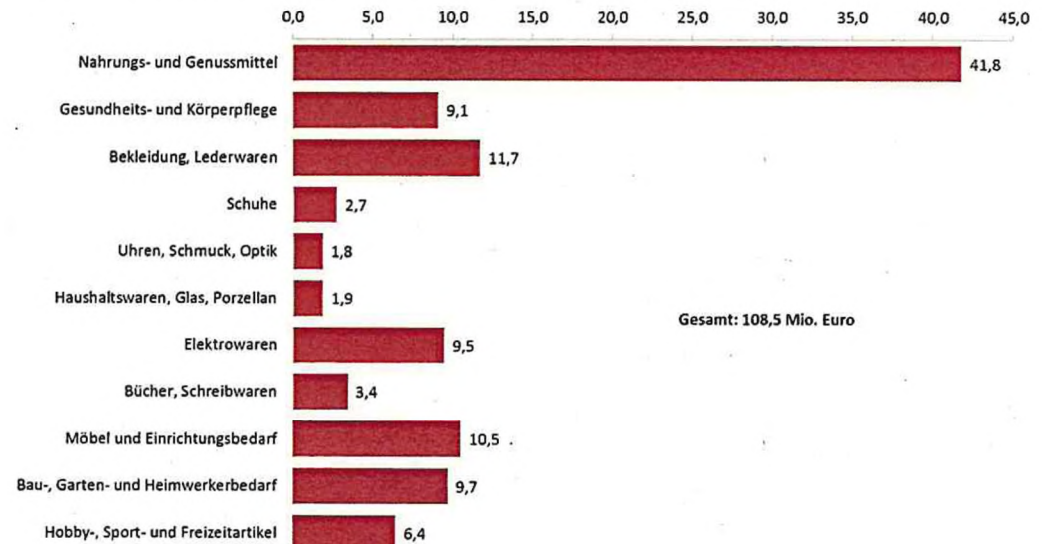


# Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale

Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt Remagen (in Mio. Euro)



Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt Sinzig (in Mio. Euro)



Quelle: eigene Berechnungen

Anmerkung: Rechenweg ist Einwohner \* Pro-Kopf-Ausgaben bereinigt um den Kaufkraftindex.

Stand 23.03.18

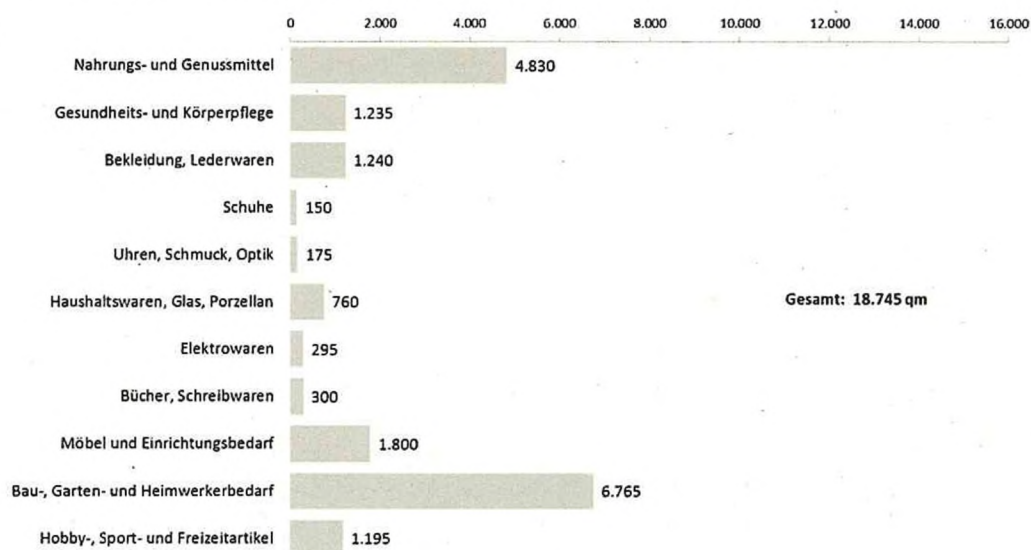


VERKAUFSFLÄCHEN,  
UMSÄTZE, ZENTRALITÄT  
&  
MARKTANTEILE

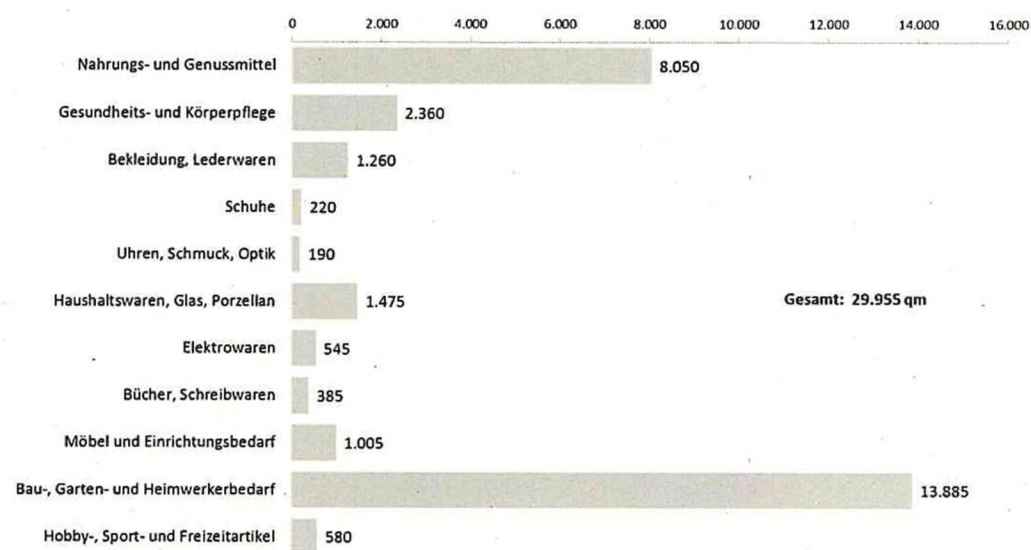


# Verkaufsflächen, gesamt, nach Sortimenten

Verkaufsflächen in der Stadt Remagen, gesamt (in qm)



Verkaufsflächen in der Stadt Sinzig, gesamt (in qm)



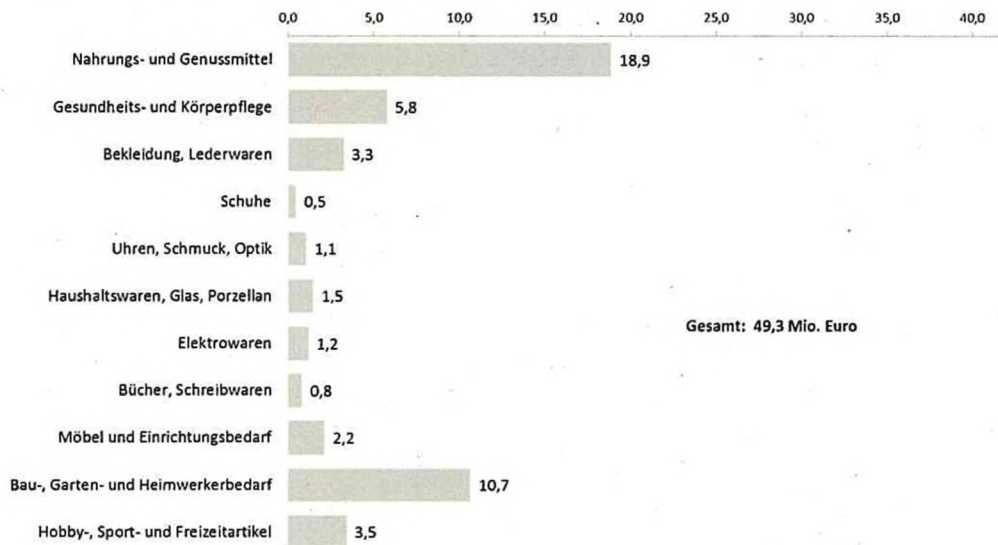
Quelle: eigene Erhebung, 03/18

Stand 23.03.18

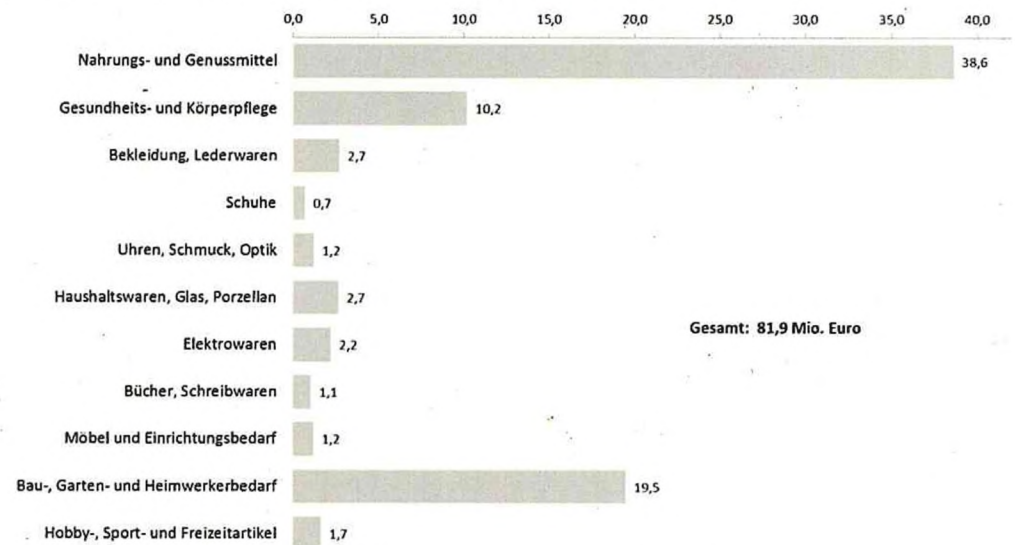


# Umsätze, gesamt nach Sortimenten

Einzelhandelsumsätze in der Stadt Remagen, gesamt (in Mio. Euro)



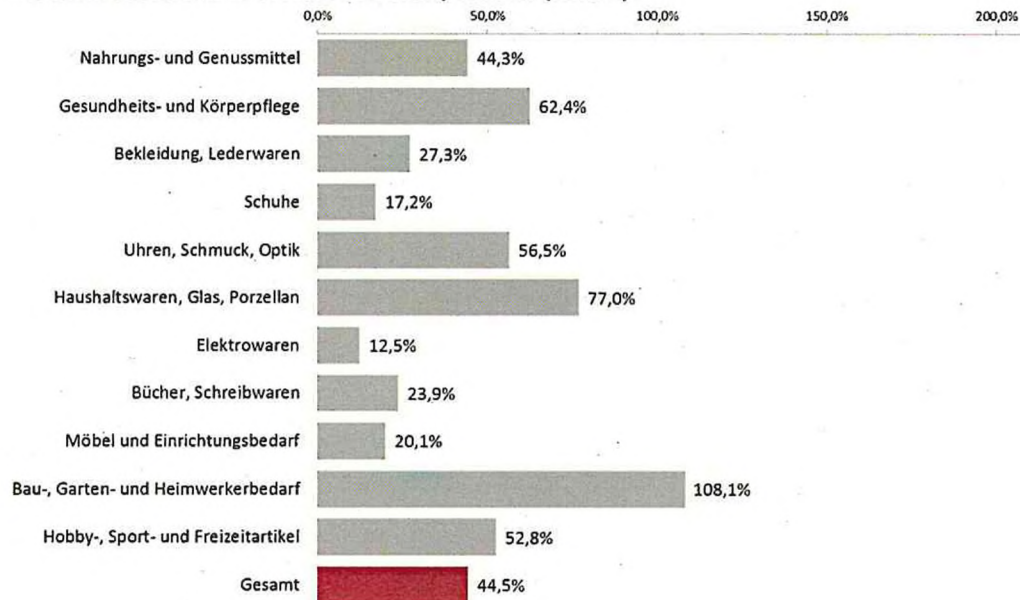
Einzelhandelsumsätze in der Stadt Sinzig, gesamt (in Mio. Euro)



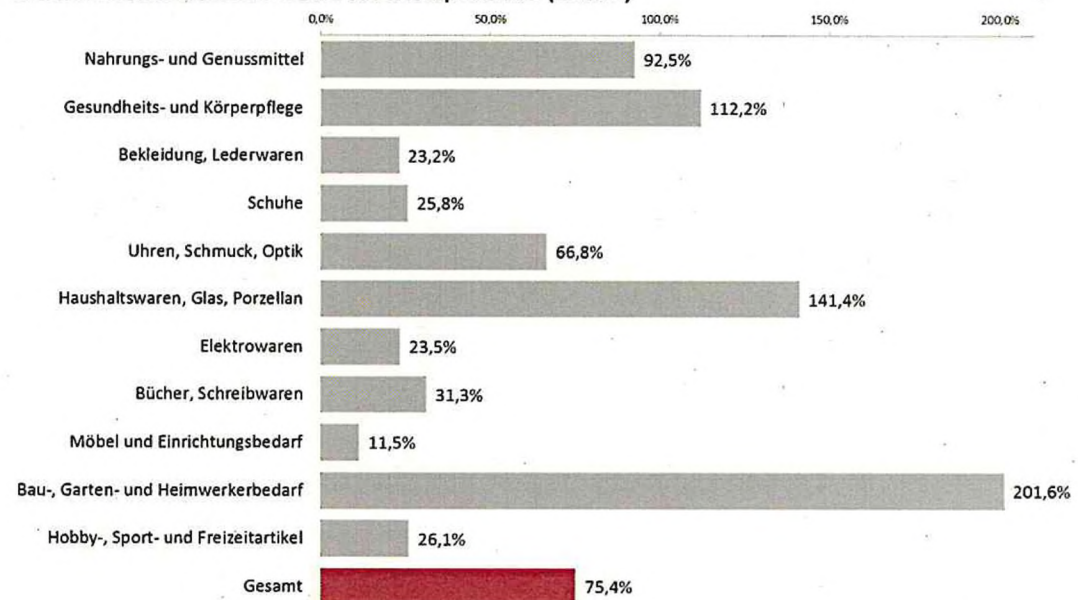
Quelle: eigene Berechnungen

# Zentralitäten nach Sortimenten

**Zentralität nach Bedarfsgruppen in der Stadt Remagen**  
Einzelhandelsumsatz in Prozent von Stadtpotenzial (Zone 1)



**Zentralität nach Bedarfsgruppen in der Stadt Sinzig**  
Einzelhandelsumsatz in Prozent von Stadtpotenzial (Zone 1)



Betrachtet man die beiden Städte ohne Verflechtungszusammenhang, so zeigt sich eine deutlich höhere Zentralität in Sinzig. Dies liegt nicht zuletzt an der „Übersversorgung“ (Werte über 100%) in den Sortimentsbereichen Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf, Hausrat, Glas und Porzellan sowie Gesundheits- und Körperpflege. Gemessen am regionalen Wettbewerb und dem daraus resultierenden Verflechtungsgrad der Kommunen erzielt die Stadt Sinzig bereits heute einen sehr hohen Versorgungsgrad (vor allem im Bereich Nahrungs- und Genussmittel). Im Gegensatz dazu sind die Zentralitätsanteile (vor allem im Bereich Nahversorgung) in der Stadt Remagen deutlich zu niedrig.



# KAUFKRAFTSTRÖME

## Grundzüge der Methodik

Grundlegend für das Markt und Standort Modell ist die Simulation von einzelnen Einkaufsbeziehungen zwischen Angebots- (Einzelhandelseinrichtungen) und Nachfragestandorten (Wohnorte der Verbraucher), die in ihrer Gesamtheit letztlich Kaufkraftströme darstellen. Die Abbildung der räumlichen Interaktion ist dabei neben der mathematischen Umsetzung von Attraktivitäten (am Angebots- und Nachfrageort) bestimmt durch Distanzwiderstände, die den Aufwand der Raumüberwindung in Abhängigkeit von Interaktionszwecken darstellen. In der Grundform handelt es sich also um ein Simulationsmodell aus der Familie der Gravitationsansätze, für die Namen wie Reilly (1929), Converse (1949) und Huff (1964) stehen. Die Weiterentwicklung dieser Modellansätze für die praktische Anwendung bei der Markt und Standort Beratungsgesellschaft führte zu Differenzierungen in allen Modellparametern. Neben der vertiefenden sortimentsgruppenspezifischen Analyse der Einkaufsbeziehungen in Bezug auf die Attraktivität der Nachfrage- und Angebotsorte werden auch entsprechend differenzierte warengruppenabhängige Distanzwiderstandsfunktionen verwendet. Die empirisch abgesicherte Kalibrierung erfolgt auf der Grundlage einer Vielzahl durchgeführter Verbraucherbefragungen und regelmäßiger Auswertungen von Verbraucherpanels (F&I, Nürnberg). Die differenzierten sortimentspezifischen Modellberechnungen erfolgen dann nicht mehr auf der Basis des „Huff-Modells“ sondern werden, ähnlich wie bei der Input-Output-Analyse in sortimentspezifischer Modellumgebung vorgenommen. Die Kalibrierung erfolgt standort-, projekt- und sortimentspezifisch mit Hilfe der jeweils vorliegenden empirischen Daten. Hier spielen insbesondere die umfangreichen Bestandsanalysen, deren Umsatzschätzungen das Modell im 0-Fall simulieren muss, eine wesentliche Rolle. Eventuell vorliegende oder durchgeführte Verbraucherbefragungen helfen ebenfalls bei der Kalibrierung. Iterativ werden die Modellparameter solange eingestellt bis der gewünschte 0-Fall im Modell dargestellt werden kann.

## Verwendete Modellparameter

Das Ziel des Markt und Standort Simulationsmodell besteht darin, in der Variante 0 zunächst die Realität so gut wie möglich abzubilden. Um die Komplexität des Modells in Grenzen zu halten, ist die Zahl der Modellparameter beschränkt. Somit kann die Realität auch nur begrenzt abgebildet werden. Folgende Parameter werden im Modell verwendet:

**Nachfrage:** projektrelevante Kaufkraft der Einwohner an ihrem Wohnort

Differenzierung nach Bedarfsgruppen

Berücksichtigung des Einkommensniveaus

Räumliche Differenzierung abhängig von der Fragestellung

**Angebot:** Einzelhandelsstandorte mit Verkaufsflächen und Umsätzen

Differenzierung nach Absatz-(Betriebs-)formen

Differenzierung nach Sortimentsgruppen

Differenzierung nach Standortqualität und Erreichbarkeit

Differenzierung nach Angebotsattraktivität

**Distanzen:** Distanzmatrix zwischen allen Wohnorten und Einzelhandelsstandorten im Untersuchungsgebiet

Distanzen mit Routensuchroutine berechnet und mit Hilfe von Testfahrten vor Ort kalibriert (Stauinflüsse, etc.).



# Grundlagen



## **Grundlegende Annahmen für die Kalibrierung im vorliegenden Fall**

Ein maßgeblicher Arbeitsschritt zur Simulationsberechnung und Kalibrierung des Modells ist die vorherige Definition von Modellannahmen, die das Modellumfeld im vorliegenden Fall definieren und den 0-Fall des Modells bestimmen. Das Ziel der Kalibrierung ist die Einstellung aller Modellparameter zur Darstellung der getroffenen Annahmen im Modell, also zur modellhaften Abbildung der Realität im Untersuchungsbereich.

## **Annahmen zum Einzugsgebiet**

Die Standortlage des Projektes ist aufgrund der guten Erreichbarkeit, der unmittelbaren Nähe zu bestehenden Wohnstandortlagen als günstig zu bewerten.

Bezogen auf die Wirkungen in die umgebenden Zentrenstrukturen des Einzugsgebietes in der Region, kann die Reichweite als gering angenommen werden; dies liegt vor allem an der Ausrichtung der Fachmärkte (Stichwort Nahversorgung) sowie der Konzentration der Einwohner der Städte Remagen und Sinzig.

## **Annahmen zur Wettbewerbswirkung**

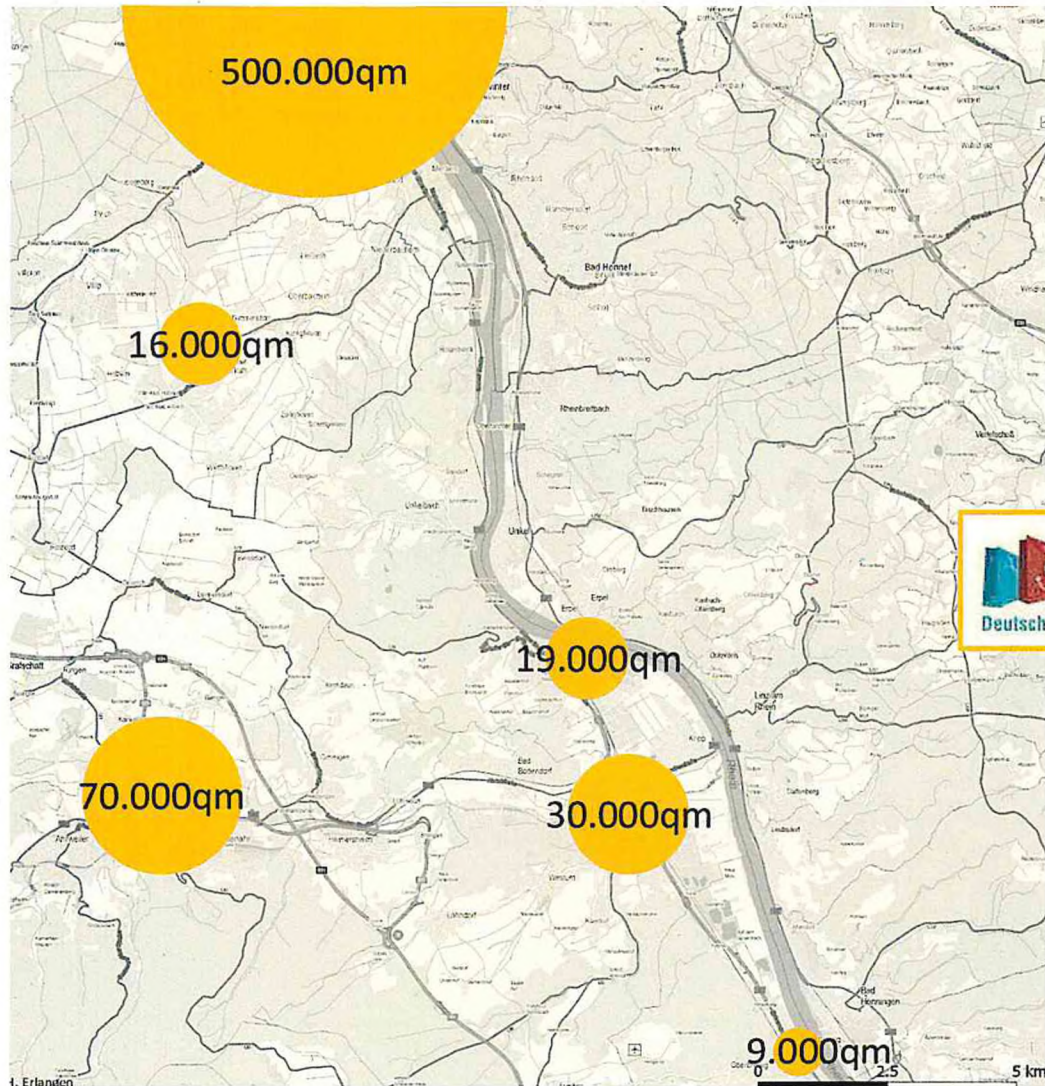
Die Wettbewerbswirkungen des Projektes werden bestimmt durch das Ausmaß der Sortimentsüberschneidungen einerseits und durch die Betriebsform andererseits. Es wird davon ausgegangen, dass Betriebe gleicher oder ähnlicher Betriebsform stark miteinander konkurrieren. Bei „systemgleichen“ Wettbewerbern wird von einem Höchstmaß an Sortimentsüberschneidungen und Substituierbarkeit ausgegangen. Systemgleiche Wettbewerber verlieren demnach die höchsten Umsatzanteile im Vergleich zu anderen Wettbewerbern. Maßgeblich für die Stärke der Wettbewerbswirkung sind das Ausmaß der Sortimentsüberschneidungen und die Ähnlichkeit des Konzeptes.

## **Annahmen zur Distanzsensibilität**

Der Aufwand für die Distanzüberwindung wird zum einen je nach Versorgungsstufe unterschiedlich wahrgenommen. Für die Nahversorgung sind größere Distanzen mit höherem Gewicht zu belegen, als für den aperiodischen Bedarf.

Zum anderen wird für die untersuchte Region eine Kalibrierung der Distanzsensitivität vorgenommen. Im vorliegenden Fall ist von einer insgesamt höheren Distanzsensitivität der Verbraucher auszugehen, da im Umland die Wettbewerbsdichte relativ hoch ist und deshalb die Überwindung größerer Distanzen nur bei sehr starken „Magnetwirkungen“ bestimmter Anbieter erfolgt, was allerdings, wie bereits beschrieben, keine größeren Effekte für die untersuchten Projekte bringt.

## Wettbewerb (Gesamtverkaufsfläche)



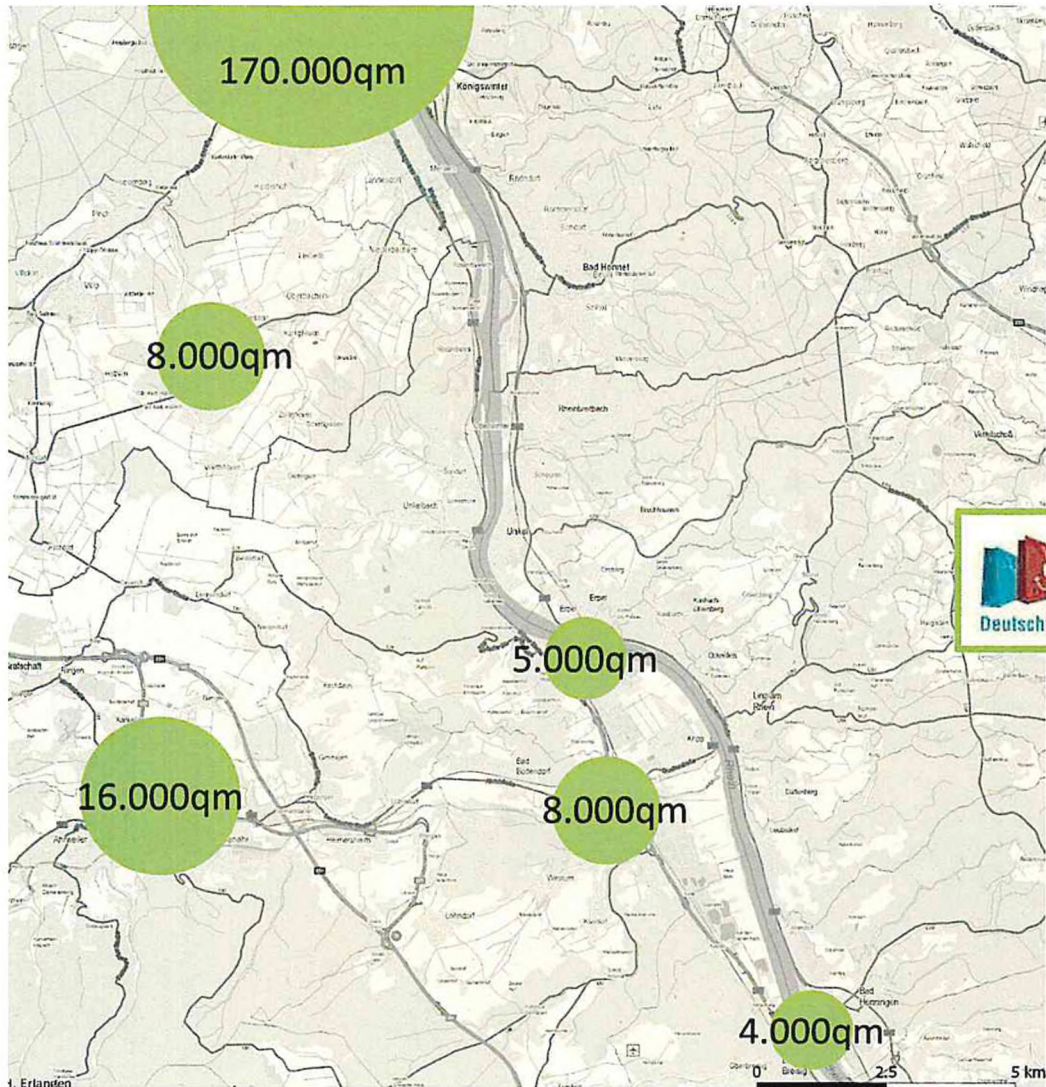
„Als wichtige Magneten (bezogen auf Verkaufsflächen-ausstattung und Angebotsvielfalt) für die Stadt Remagen sind neben dem Oberzentrum Bonn vor allem die großflächigen und nicht integrierten Angebote in Wachtberg und im Gewerbe-park Mühlheim-Kärlich zu werten.“



120.000qm



## Wettbewerb (Nahrungs- und Genussmittel)



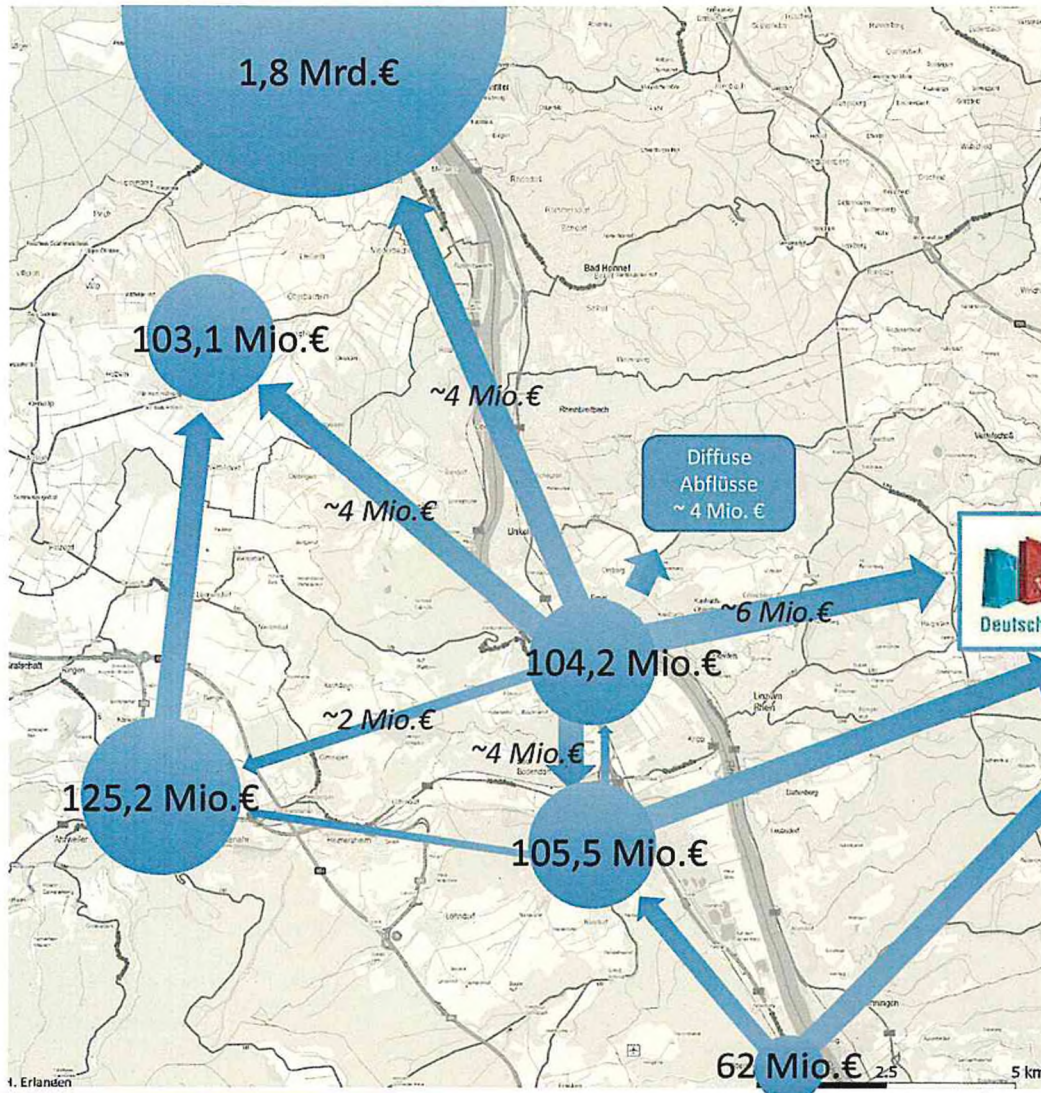
Auch im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel spielen Angebote in Bonn (z.B. real) aber auch die nicht-integrierte Agglomeration in Wachtberg sowie das Kaufland in Sinzig und die durch den Gesamtstandort ausgelösten Magneteffekte im Gewerbepark Mülheim-Kärlich entscheidende Rollen.



20.000qm



# Kaufkraftströme, gesamt (räumliche Verteilung)



- verfügbare Kaufkraft
- ➔ Kaufkraftabflüsse

**GEWERBEPARK MÜLHEIM-KÄRLICH**  
Deutschlands größtes Fachmarktzentrum

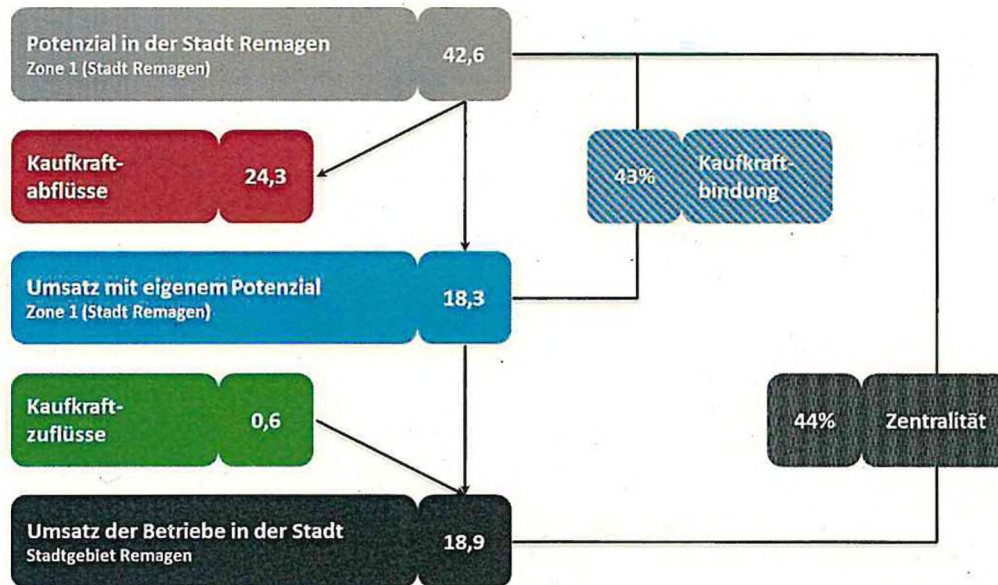
Die schematisierte Darstellung zeigt die Kaufkraftabflüsse der einzelnen Standorte. Es zeigt sich, dass es vor allem die Gemeinde Wachtberg sowie der Gewerbepark Mülheim-Kärlich mit ihren jeweiligen Angeboten sind, die regelmäßig Kaufkraft abziehen. Die Versorgungsfunktion des Oberzentrums Bonn ist dabei fast nebensächlich.



# Kaufkraftströme (Nahrungs- und Genussmittel)

## Kaufkraftströme, Status Quo

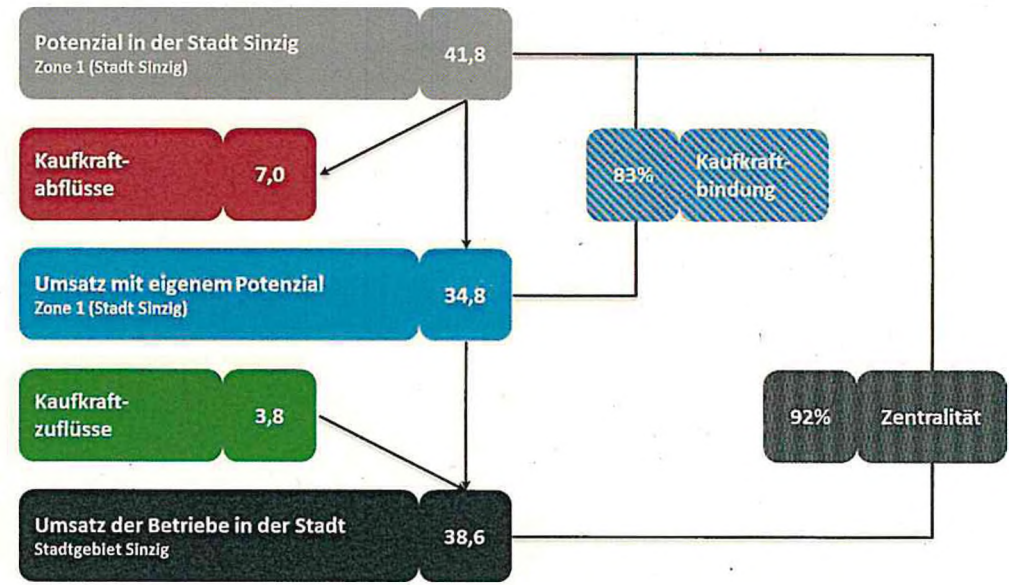
Nahrungs- und Genussmittel, gesamt



Angaben in Mio. Euro

## Kaufkraftströme, Status Quo

Nahrungs- und Genussmittel, gesamt



Angaben in Mio. Euro

Durch den Einsatz des Markt und Standort Modells können die aktuellen Einkaufsbeziehungen im Einzugsbereich ermittelt werden. Mit Fokus auf den jeweiligen Standort werden die Kaufkraftströme aus der Perspektive des dort ansässigen Einzelhandels und Verbrauchers dargestellt. Bei der Ermittlung der Kaufkraftströme werden, im Gegensatz zur Darstellung der Zentralität, keine bilanzierten Berechnungen vorgenommen, sondern auf Basis der einzelnen Einkaufsbeziehungen zwischen Wohnorten und Einzelhandelsstandorten die Ströme (Zuflüsse und Abflüsse der Kaufkraft) simuliert. Die Kaufkraftstromberechnung für die Städte Remagen und Sinzig zeigt, dass die Stadt Sinzig (aufgrund der bereits heute deutlich höheren Dichte an Lebensmittelbetrieben) eine gute Versorgung bietet. Dies zeigt sich vor allem bei der sehr guten Kaufkraftbindung. Die Stadt Remagen ist hier deutlich schwächer zu bewerten. Insgesamt gelingt es hier nicht eine für Mittelzentren „normale“ Bindungsquote zu generieren. Dies liegt allerdings auch an der Verteilung der Siedlungsstruktur und der Nähe zum Oberzentrum Bonn sowie dem Fachmarktzentrum Wachtberg.

Stand 23.03.18



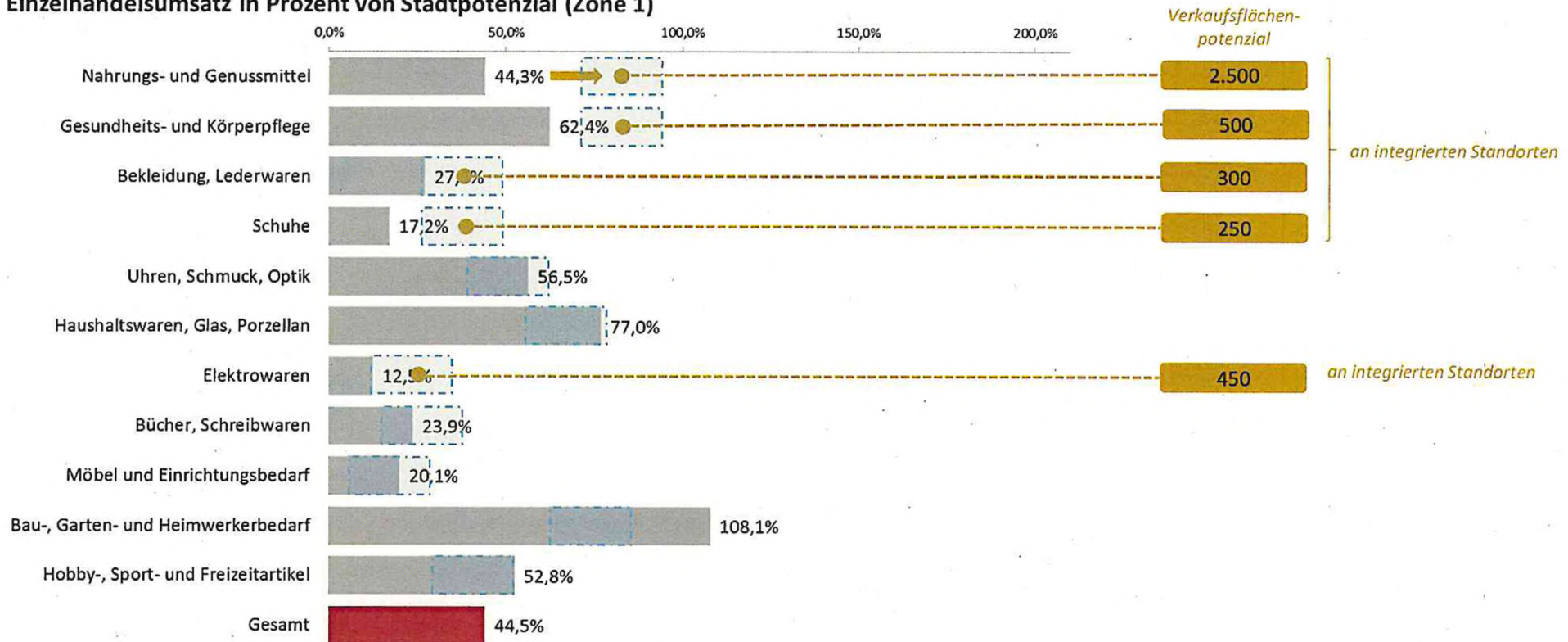
# BEDARFS- BERECHNUNG



# Potenzieller Entwicklungsbedarf für Verkaufsflächen (Remagen)

Basierend auf dem Markt und Standort Simulationsmodell, den aktuellen vor-Ort Erhebungen und den daraus ermittelten Kaufkraftströmen und -verflechtungen lassen sich Verkaufsflächenbedarfe nach Sortimentsgruppen ermitteln (Auswirkungen gemäß LEP IV Beeinträchtigungsverbot noch nicht eingerechnet):

## Zentralität nach Bedarfsgruppen in der Stadt Remagen Einzelhandelsumsatz in Prozent von Stadtpotenzial (Zone 1)

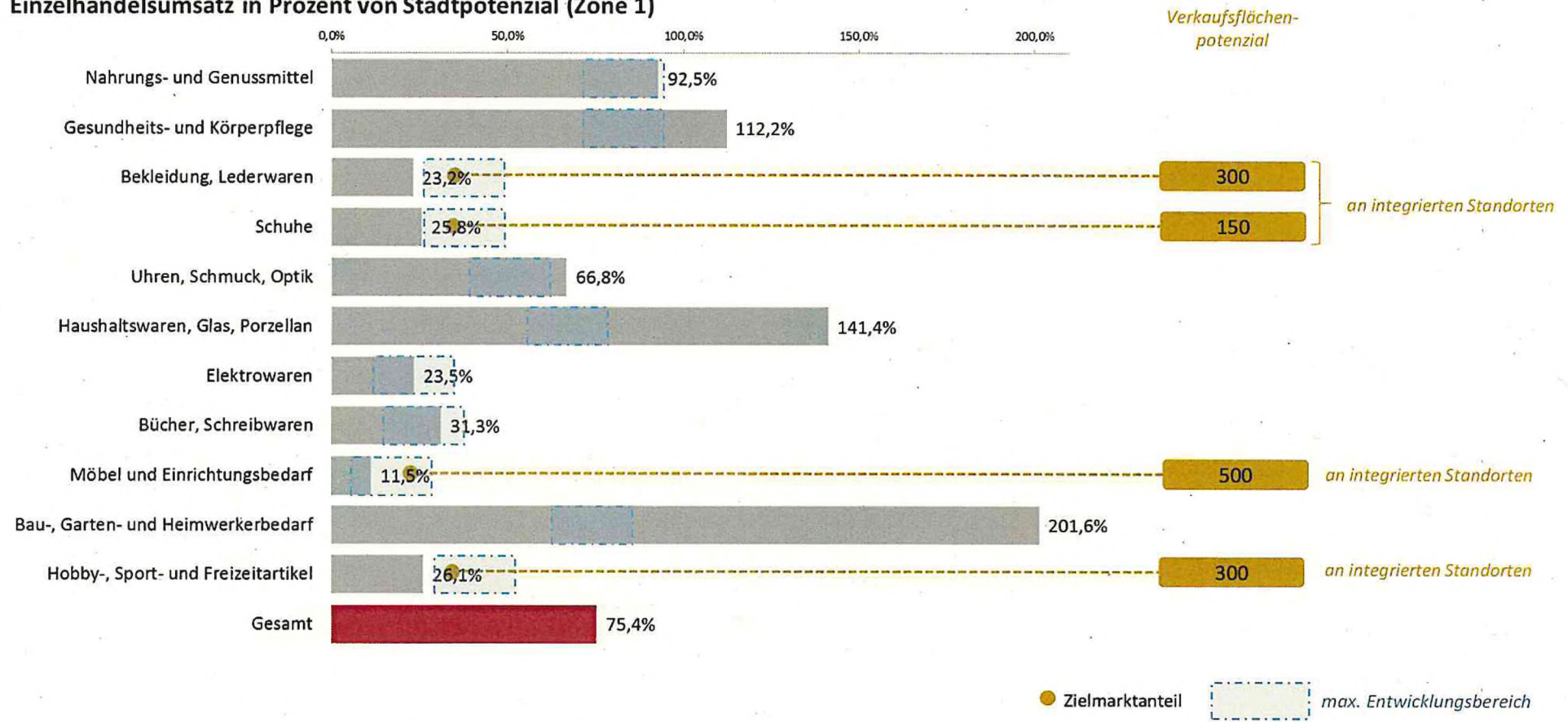


● Zielmarktanteil    [ ] max. Entwicklungsbereich

# Potenzieller Entwicklungsbedarf für Verkaufsflächen (Sinzig)

Basierend auf dem Markt und Standort Simulationsmodell, den aktuellen vor-Ort Erhebungen und den daraus ermittelten Kaufkraftströmen und -verflechtungen lassen sich Verkaufsflächenbedarfe nach Sortimentsgruppen ermitteln (Auswirkungen gemäß LEP IV Beeinträchtigungsverbot noch nicht eingerechnet):

## Zentralität nach Bedarfsgruppen in der Stadt Sinzig Einzelhandelsumsatz in Prozent von Stadtpotenzial (Zone 1)





# ANALYSE & ERGEBNISSE



# Plausibilitätsprüfung: Gutachten der Stadt Sinzig

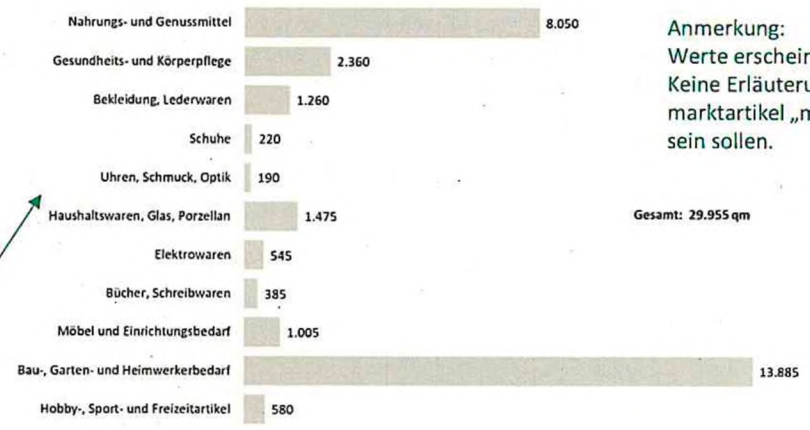
Tabelle 4 Kaufkraft und Zentralitätswerte

Warengruppe	VKF in qm	Kaufkraft (Mio. €)	Brutto-Jahresumsatz (Mio. €)	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	8.251	36,1	38,2	106%
Drogerie/Kosmetik, Apotheke	2.397	12,4	12,4	97%
Parfümerie	-	0,4	-	-
Blumen, zoologischer Bedarf	718	1,7	1,6	94%
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	479	3,2	2,2	71%
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>11.845</b>	<b>53,8</b>	<b>54,4</b>	<b>101%</b>
Bekleidung	1.681	8,1	5,1	63%
Schuhe/Lederwaren	130	2,2	0,4	16%
Pflanzen/Gartenbedarf	3.413	1,4	2,9	214%
Baumarktsortiment i. e. S.	9.743	7,9	19,2	243%
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	1.113	1,1	2,5	232%
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	328	1,9	1,0	50%
Sportartikel/Fahrräder/Camping	187	1,6	0,5	30%
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>16.595</b>	<b>24,2</b>	<b>31,6</b>	<b>130%</b>
Medizinische und orthopädische Artikel, Optik	193	2,9	1,3	44%
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	55	1,1	0,2	14%
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche	-	1,0	-	-
Möbel	730	5,0	1,1	21%
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	503	2,5	2,0	81%
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	266	5,8	1,9	33%
Uhren/Schmuck	109	1,0	0,5	52%
Sonstiges**	-	-	-	-
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>1.856</b>	<b>19,3</b>	<b>6,8</b>	<b>38%</b>
<b>Gesamt</b>	<b>30.296</b>	<b>97,3*</b>	<b>92,9</b>	<b>96%</b>

Quelle: Eigene Darstellung; Einzelhandelserhebung bds Kommunalberatung Frühjahr/Sommer 2015  
 \* Wert aktualisiert nach GfK 2014 (Anpassung an aktuelle Einwohnerzahlen; Stand 01.04.2015)  
 \*\* beinhaltet: Erotikartikel, Aktionswaren, etc.  
 nicht mit aufgenommen: Autohäuser/-bedarf, Kfz-/Motorrad-Zubehör

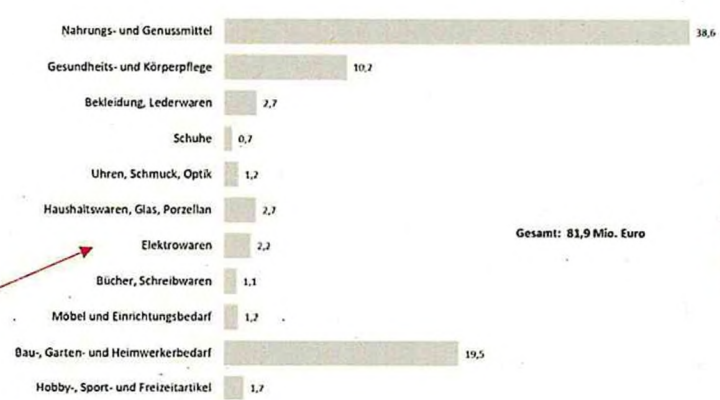
Quellenangabe und Erhebungsmethodik fehlt!  
 (Bestandserhebung Markt und Standort 03/2018: 29.955qm)

Verkaufsflächen in der Stadt Sinzig, gesamt (in qm)



Anmerkung:  
 Werte erscheinen plausibel.  
 Keine Erläuterung warum Bau-  
 marktartikel „mittelfristiger Bedarf“  
 sein sollen.

Einzelhandelsumsätze in der Stadt Sinzig, gesamt (in Mio. Euro)



Anmerkung:  
 Teilweise Überbewertung  
 der lokalen Umsätze!  
 Bewertungs- und Berechnungs-  
 Methodik wird nicht dargestellt!

In blau: Anmerkungen von MuS



## Plausibilitätsprüfung: Gutachten der Stadt Sinzig

**Tabelle 6** Verkaufsflächen nach Sortimenten in Sinzig 2010/2015 (in m<sup>2</sup> VF)(Kategorien entsprechen Markt+Standort 2010)

	2010	2015	Veränderungen (in %)
Nahrungs- und Genussmittel	6.285	8.251	+ 31,3
Gesundheits- und Körperpflege	1.640	2.397	+ 46,2
Bekleidung, Lederwaren	1.655	1.681	+ 1,6
Schuhe	115	130	+ 13,0
Uhren, Schmuck, Optik	195	302	+ 54,9
Haushaltswaren, Glas, Porzellan	490	1.113	+ 127,1
Elektrowaren	565	769	+ 36,1
Bücher, Schreibwaren	355	479	+ 34,9
Möbel und Einrichtungsbedarf	1.215	785	- 35,4
Bau-, Garten, Heimwerkerbedarf	11.325	13.874	+ 22,5
Hobby- und Freizeitartikel	455	515	+ 13,2
<b>Σ</b>	<b>24.295</b>	<b>30.296</b>	<b>+ 24,7</b>

Quelle: Eigene Darstellung; verändert nach Markt+Standort 2010

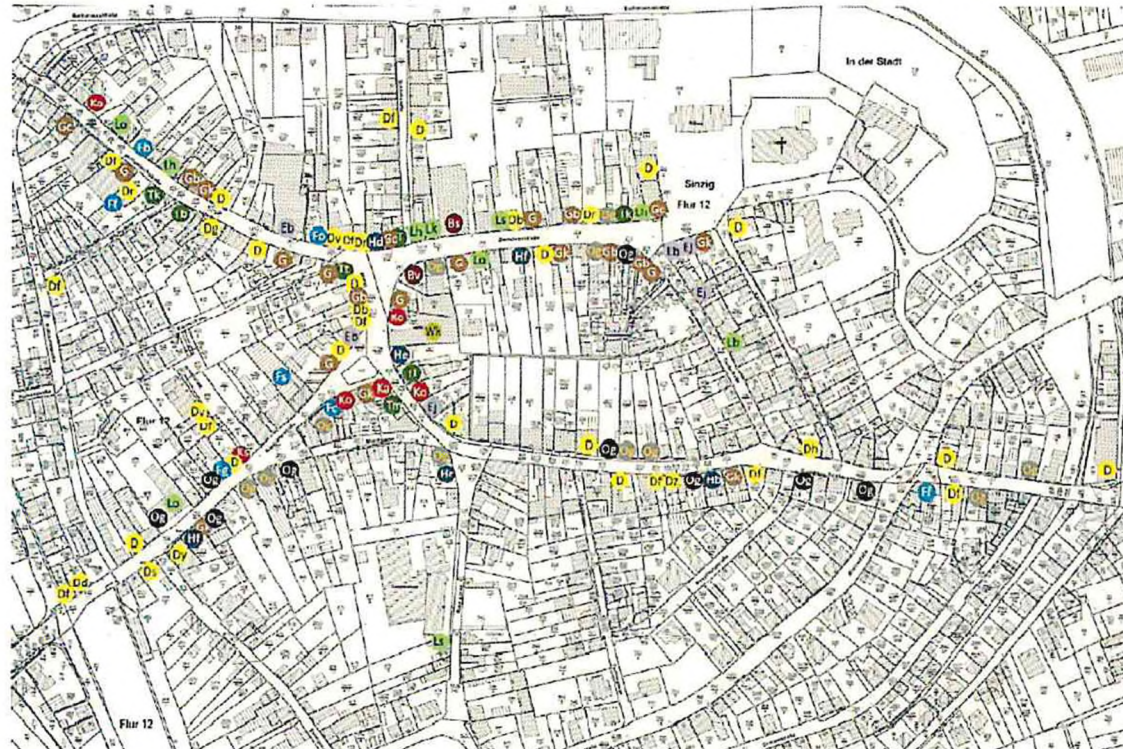
### Anmerkung:

Dieser Vergleich ist einfach nur falsch. Es wurde bei der Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH keine Anfrage von bds gestellt, um die Daten verifizierbar auszutauschen. Unterstellt man eine mögliche Erhebungsliste des bds (S.51), so wird schon beim ersten Überblick klar, dass diese Daten so NICHT vergleichbar sind. Die unterschiedlichen Sortimentsabgrenzungen erfordern eine gutachterliche Absprache. Was mit diesem fachlich falschen Vergleich erreicht werden soll bleibt fraglich.



# Plausibilitätsprüfung: Gutachten der Stadt Sinzig

Abbildung 39 Einzelhandelsausstattung, Gastronomie, Dienstleistungen und Leerstand im Kernbereich Sinzig



Quelle: Eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Sinzig; Legende siehe Anhang

Tabelle 7 Kartierschlüssel/Farblegende (nur Erdgeschoss) Einzelhandel - Dienstleister - Gastronomie

<b>D</b>	Bank	<b>H</b>	Haushaltsbedarf
<b>Bg</b>	Finale Geschäftsbank	<b>Hh</b>	Raumartikel/Interieur (Hauswerker, Werkzeuge)
<b>Ds</b>	Finale Sparkassen	<b>Ld</b>	Dekoration (Büroartikel, Tischkultur)
<b>Hv</b>	Finale Volks-Genossenschaftsbank	<b>He</b>	Elektronik (d. d. Haushalt (neue Ware))
<b>D</b>	<u>Einzelhandels</u>	<b>Hf</b>	Radio, Fernseher, Handyshop
<b>Dc</b>	Arbeitsagentur (Caritas etc.)	<b>Hg</b>	Geschäftstafel
<b>Dc</b>	Kopiercenter, Druckerei	<b>Hh</b>	Haushaltswaren
<b>Dd</b>	Fahrradshop	<b>Hk</b>	Kleinfachwaren
<b>De</b>	Seam, Kassenstraße	<b>Hl</b>	Lampen, Leuchten, Beleuchtung
<b>Df</b>	Arzt	<b>Hm</b>	Kindel, Spielzeug
<b>Dg</b>	Schneiderei, Schneiderei	<b>Hn</b>	Raumausstatter-Bedarf (Tischplatte/Garten/Dekoration/Sofa- & Sonnenstühle)
<b>Dh</b>	Unternehmensbedarf	<b>Ho</b>	Schönheits-/Kosmetikbedarf
<b>Di</b>	Reisebüro	<b>Hp</b>	Bücher/Kultur, Tonen, Farbe/Lacke
<b>Dj</b>	Serviceleistungen (Dienstleistungen (Arzt, Praxis, Zahnarzt, etc.))	<b>Hq</b>	Malwaren
<b>Dk</b>	Postamt	<b>K</b>	<u>Körperpflege</u>
<b>Dl</b>	Postfiliale	<b>Ka</b>	Apothek
<b>Dm</b>	Kommunale Dienste (Post, Zink, Herrens, etc.)	<b>Kb</b>	Prospektmarkt
<b>Dn</b>	Reisebüro	<b>Kc</b>	Gutwer, Homöopathie
<b>Do</b>	Reisebüro	<b>Kd</b>	Parfümerie
<b>Dp</b>	Reisebüro	<b>Ke</b>	Reisemaus
<b>Dq</b>	Reisebüro	<b>Kf</b>	Sonstigerbedarf
<b>Dr</b>	Reisebüro	<b>L</b>	<u>Lebens- und Genussmittel</u>
<b>Ds</b>	Reisebüro	<b>Lb</b>	Biological
<b>Dt</b>	Reisebüro	<b>Ld</b>	Discounter (Aldi, Lidl, Penny, etc.)
<b>Du</b>	Reisebüro	<b>Lh</b>	Märkte (Bäcker, Fleischer)
<b>Dv</b>	Reisebüro	<b>Lk</b>	Nuss, Tabak
<b>Dw</b>	Reisebüro	<b>Ll</b>	einmalig / Standardprodukte
<b>Dx</b>	Reisebüro	<b>Lo</b>	Obst, Gemüse
<b>Dy</b>	Reisebüro	<b>Ls</b>	Spezialmarkt (= hochwertig)
<b>Dz</b>	Reisebüro	<b>Lt</b>	Geschäftsmarkt
<b>E</b>	Bildung, Kunst	<b>Lv</b>	Weine und Spirituosen regional
<b>Ea</b>	Arbeitsagentur (Arzt)	<b>La</b>	Weine und Spirituosen nicht regional
<b>Eb</b>	Buchhandel, Antiquariat	<b>O</b>	<u>Leerstand</u>
<b>Ec</b>	Zweifel, Schmelz	<b>Os</b>	Leerstand Geschäft marktfähig Bronze nicht marktfähig Schwarz
<b>Ed</b>	Kunstzeitschrift, Gitarre	<b>Ov</b>	Leerstand Wohnen
<b>Ee</b>	Marktkiosk	<b>T</b>	<u>Textil / Bekleidung</u>
<b>Er</b>	Bilder, Rahmen	<b>Tb</b>	Bekleidung einfach (H&M)
<b>Es</b>	Schneiderei, Zerkleinerer, Bürobedarf	<b>Tc</b>	Stoffe / Garne, Kurzwaren
<b>Et</b>	Uhrmacher	<b>Td</b>	Holgerwaren (H&M, Handtücher, Bettwäsche, etc.)
<b>F</b>	Farmacia, Bäder / Poster	<b>Te</b>	Kinderbekleidung, Babybedarf
<b>Fa</b>	Sonstiger Einzelhandel	<b>Tf</b>	Lederwaren, Schuhe
<b>Fb</b>	Arbeitsbedarf, Arbeitsbedarf	<b>Tg</b>	Modeschmuck
<b>Fc</b>	Blumen, Gartenbedarf	<b>Th</b>	Pelzwaren
<b>Fd</b>	Computer, LDV	<b>Ti</b>	Sportbekleidung, Sportbedarf, Outdoor
<b>Fe</b>	Essenstischbedarf	<b>Tj</b>	Bekleidung Lederwaren
<b>Ff</b>	Labor- / Zangenhändler	<b>Tk</b>	Dessous, Unterwäsche
<b>Fg</b>	Gerätemarkt, Spielzeugbedarf	<b>W</b>	<u>Wareneinsatz</u>
<b>Fh</b>	Jagd- und Angelbedarf	<b>Wa</b>	Waren
<b>Fi</b>	Landhandel (Agrar, Raiffeisen etc.)	<b>Wb</b>	Waren
<b>Fj</b>	Kleinfachwaren	<b>Wc</b>	Waren
<b>Fk</b>	Fotobedarf	<b>Xd</b>	keine Nutzung (auch nicht Wohnen, Gewerbe)
<b>Fl</b>	Sportzubehör (Tischtennis, Golf, Tennis, Karo, etc.)		
<b>Fm</b>	Reparaturen (Thomas, Philips etc.)		
<b>Fn</b>	Schwarzwaren		
<b>Fo</b>	Textilhersteller (CP, Schafelattun), etc.		
<b>Fp</b>	Versand		
<b>Fq</b>	Seifen, Erotik		
<b>Fr</b>	Zoohandel, Tierbedarf		
<b>Fs</b>			
<b>Ft</b>			
<b>Fv</b>			
<b>Fw</b>			
<b>Fx</b>			
<b>Fy</b>			
<b>Fz</b>			
<b>G</b>	<u>Gastronomie / Beherbergung</u>		
<b>Gb</b>	Gastronomie billig (max. > 12 €)		
<b>Gc</b>	Café Konditorei		
<b>Gd</b>	Bier- und Kneipen		
<b>Ge</b>	Gastronomie teuer (max. > 25 €)		
<b>Gf</b>	Take away (ohne Sitzgelegenheit)		

Unterstrichen = in der Stadt Sinzig vorhanden

## Anmerkung:

Die Methode der Erhebung ist nicht dargelegt. Es ist die Rede von Standort- und Wettbewerbsbegehungen. Art und Umfang der Erfassung von bestimmten Merkmalen ist nicht erläutert. Auch die Methode der Erfassung oder die Zuordnung der erfassten Betriebe zu Branchen (Betriebsschwerpunkt oder Teilsortimentserfassung?) wird nicht erläutert. Es wird noch nicht einmal erläutert ob jeder Betrieb erhoben wurde. Einzelwerte oder zielführende Aggregationen sind nur einmal auf Seite 43 zu finden. Es ist anzunehmen, dass Einzelbetriebe erfasst wurden. Eine ausreichende Nachvollziehbarkeit der Bestandsdatenbasis ist nicht gegeben. Die Verortung der Betriebe erscheint plausibel.



# Plausibilitätsprüfung: Gutachten der Stadt Sinzig

## Flächenpotentiale

Bei der vom Büro bdS Kommunalberatung 2004 im Auftrag der Stadt Sinzig durchgeführten Großen Haushaltsbefragung in Sinzig wurde sehr differenziert die örtliche sortimentspezifische Kaufkraftbindung erfasst. Durch Abgleich mit Befragungen in anderen Grund- und Mittelzentren konnte im Nachhinein unabhängig vom Prozentwert der Kaufkraftbindung ein seinerzeitiges Stärken-Schwächen-Profil entwickelt werden.

Vollkommen veraltetes Datenmaterial!

Die „vergleichbaren“ Grund- und Mittelzentren werden nicht genannt. Vermutlich existiert eine derartige Befragung gar nicht!

### Stark überdurchschnittliche Kaufkraftbindungen:

- Baumarktsortimente
- Reformhaus, Öko-, Bioprodukte
- Optik, Hörgeräte
- Uhren, Schmuck
- Schulbedarf, Schreibwaren
- Bücher
- Spielwaren
- Blumen-, Gartenbedarf
- Kosmetik
- Elektrogeräte für den Haushalt

### Überdurchschnittliche Kaufkraftbindungen:

- Radio, TV
- Baby-, Kleinkinderbedarf
- Getränke
- Zeitschriften, Tabak, Lotto
- Haushaltswaren, Dekor
- höherwertige Lebensmittel
- Auto, Autozubehör
- Medikamente
- Textilien junge Erwachsene (22-35 Jahre)
- kleine Textilien

Mit einem Zentralitätswert von 141% (also Bedarfsüberdeckung) ist diese Einschätzung vollkommen falsch!

Bei der Dichte an Apotheken muss diese Einschätzung hinterfragt werden!

### Durchschnittliche Kaufkraftbindungen:

- Haltbare Lebensmittel
- Drogerieartikel
- Textilien Jugendliche (13-21 Jahre)
- Sportartikel
- Computer, EDV

Mit einem Zentralitätswert von 92,5% ist diese Einschätzung vollkommen falsch!

Mit einem Zentralitätswert von 112% (also Bedarfsüberdeckung) ist diese Einschätzung vollkommen falsch!

### Unterdurchschnittliche Kaufkraftbindungen:

- Frische Lebensmittel
- Textilien Erwachsene (35+)
- Textilien Kinder (2-12 Jahre)
- Möbel

### Stark unterdurchschnittliche Kaufkraftbindungen:

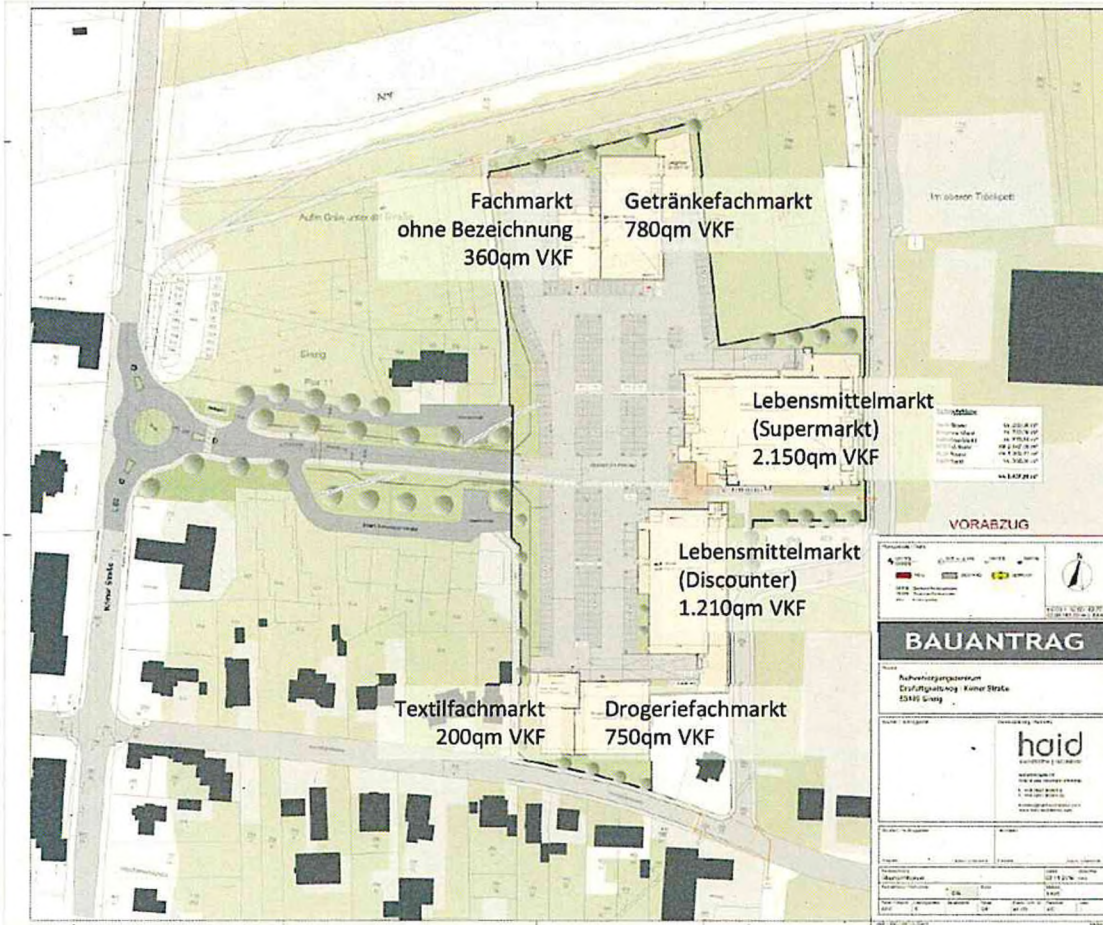
- Fahrrad
- Schuhe, Lederwaren

PRÜFUNG DER  
VERTRÄGLICHKEIT  
DES GEPLANTEN  
PROJEKTES IN SINZIG



# Geplantes Projekt in Sinzig

Abbildung 63 Modifizierte Planung Nahversorgungszentrum Sinzig Nordwest (Stand: November 2016)



Quelle: Architekten Ingenieure Haid

Quelle: Einzelhandelskonzept Stadt Sinzig

Berechnungen durch MuS:

### Geplante Verkaufsflächen und Sortimente

Nahrungs- und Genussmittel	4.140 qm
Drogeriewaren	750 qm
Textilien	200 qm
nicht benannt	360 qm
<b>Summe</b>	<b>5.450 qm</b>

### Zu erwartende Umsätze (worst-case)

Nahrungs- und Genussmittel	17,6 Mio. €
Drogeriewaren	4,5 Mio. €
Textilien	0,3 Mio. €
nicht benannt (Annahme Schuhe)	0,9 Mio. €
<b>Summe</b>	<b>23,3 Mio. €</b>

### Prämissen

- Umsiedlung von Märkten innerhalb Sinzigs
- Keine Rücknahme von bestehendem Baurecht an den Altstandorten
- Unbenannter Fachmarkt (schädlich für die Bauleitplanung, da keine Rechtsicherheit)



# Plausibilitätsprüfung: geplante Verlagerungen und genehmigte Verkaufsfläche an Altstandorten

Quelle: Eigene Darstellung

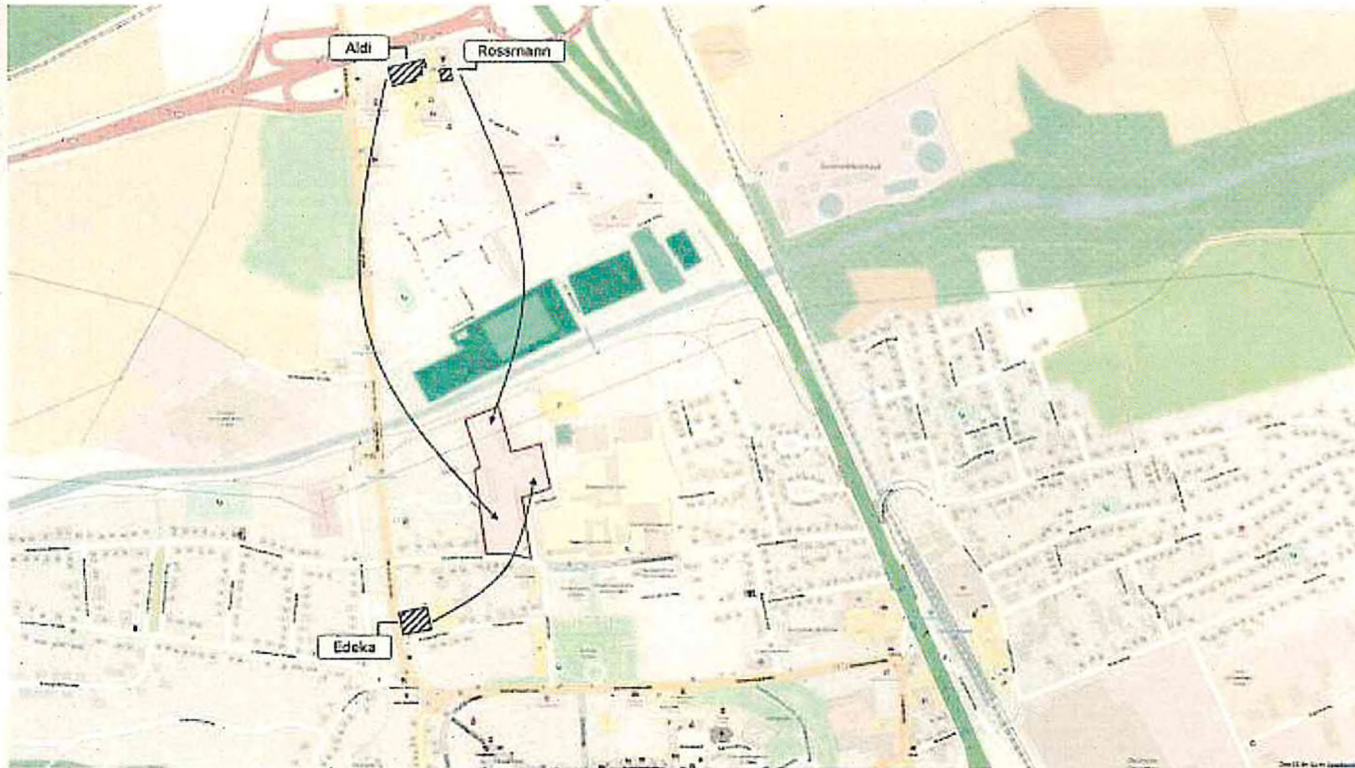


Abbildung 65 Verlagerungsabsichten und -distanzen

Quelle: Einzelhandelskonzept Stadt Sinzig

## Anmerkung:

Der Gutachter der Stadt Sinzig geht mit keinem einzigen Wort auf die Problematik, der bei der Verlagerung der umsiedlungswilligen Betriebe weiterhin bestehenden und genehmigten Verkaufsflächen in den Altobjekten ein. Ferner wird die Problematik der entstehenden Leerstände in keiner Weise untersucht oder Lösungsansätze erstellt. Die so entstehende „Übersversorgung“ der Stadt Sinzig mit Verkaufsflächen der Nahversorgung (Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren) bei einem bereits heute bestehenden sehr hohen Versorgungsgrad (NuG 92,5% Zentralität und Drogeriewaren 112% Zentralität) hat erhebliche Auswirkungen sowohl auf das städtische Versorgungsgefüge, als auch auf das interkommunale (hier Remagen und Bad Breisig) (Nah-)Versorgungsgefüge (Verstoß gegen das Beeinträchtungsverbot). Betrachtet man zudem die sehr hohen Kaufkraftabflüsse nach Bonn, Wachtberg und in das Fachmarkttagglomerat Mühlheim-Kärlich, so gibt es faktisch keinerlei Entwicklungsspielraum. Anders, als der Gutachter der Stadt Sinzig dies gefällig ausdrückt.

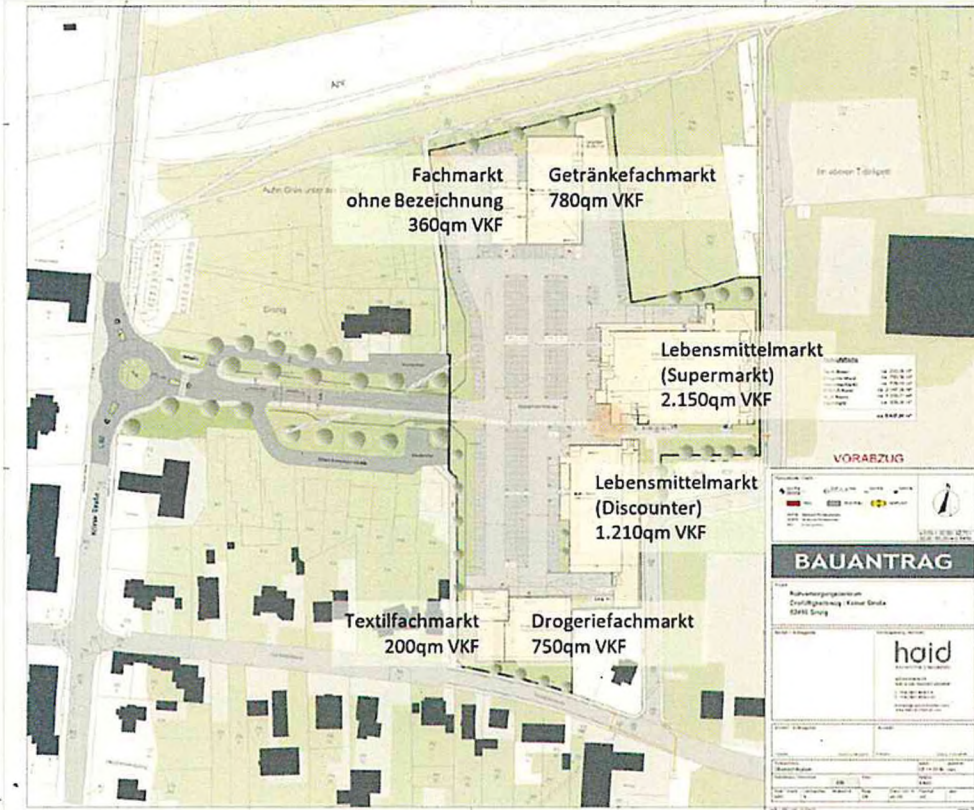
In blau: Anmerkungen von MuS

Stand 23.03.18



# Kaufkraftströme und Umsatzumlenkungen

Abbildung 63 Modifizierte Planung Nahversorgungszentrum Sinzig Nordwest (Stand: November 2016)



Quelle: Architekten Ingenieure Haid

Quelle: Einzelhandelskonzept Stadt Sinzig

## Zu erwartende Umsätze (worst-case)

<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>	<b>17,6 Mio. €</b>
Drogeriewaren	4,5 Mio. €
Textilien	0,3 Mio. €
nicht benannt (Annahme Schuhe)	0,9 Mio. €
<b>Summe</b>	<b>23,3 Mio. €</b>

## Bewertung:

Betrachtet man die aktuellen Kaufkraftströme und die aktuellen Abflüsse an Standorte außerhalb von Sinzig, so zeigt sich, dass die „abfließende Kaufkraft“ deutlich niedriger ist, als der geplante Projektumsatz. Dies bedeutet, dass zusätzliche Kaufkraft von außerhalb der Stadt Sinzig (alleine schon bezogen auf die Nahversorgung) in Höhe von rund 7 Mio. Euro zufließen muss. Dass dies gegen das Beeinträchtungsverbot (Z60 LEP IV) verstoßen muss ist selbsterklärend. Ein sogenannter Umsatz- bzw. Verkaufsflächenmitnahmeeffekt kann hier nicht zur Anwendung kommen, da bestehende Verkaufsflächen an den Altstandorten NICHT umgewidmet werden, es so auch NICHT zu einem baurechtlichen Ausschluss von Folgenutzungen mit Einzelhandel kommt. Auch der G41 der Regionalplanes wird nicht eingehalten!

**Es sind Zielverstöße ablesbar, auch ohne tiefere Berechnungen zu Umsatzumlenkungen.**

In blau: Anmerkungen von MuS

Stand 23.03.18



## Integrationsgebot (Z58 LEP IV)



### Bewertung:

Betrachtet man die tatsächliche Bestandssituation und die Ausprägung des zentralen Versorgungsbereiches in Sinzig, sowie die maßgeblichen notwendigen Planungsvorgaben durch die aktuelle Rechtsprechung, dann erscheint die fehlende Begründung des ZVB im Einzelhandelskonzept der Stadt Sinzig logisch!

Weder die Größe, noch die Funktionsbeschreibung kann gutachterlich hergeleitet werden. Die willkürliche Erweiterung nach Norden in Richtung Projektstandort ist daher lediglich als „Gefälligkeit“ zu werten.






Weder strukturelle noch wirtschaftliche oder gar städtebauliche Aspekte können den ZVB als Gesamtheit oder den „Nordfinger“ beschreiben oder erläutern.

Damit handelt es sich bei dem geplanten Standort auch **nicht um einen integrierten Standort** gemäß Baurecht, Rechtsprechung oder städtebaulichen Maßstäben.

Da es sich zudem bei dem Projekt lediglich um Einzelhandel handelt, ohne ergänzende Betriebe wie Dienstleister oder Gastronomie muss von einem Fachmarktzentrum gesprochen werden. Diese Agglomeration ist daher im Detail auf ihre städtebauliche Verträglichkeit zu prüfen. **Dazu gehört auch die Prüfung der Integration gemäß Z58 des LEP IV.**



## Nichtbeeinträchtigungsgebot (Z60 LEP IV)

Standortlage	projektrelevanter Bestandsumsatz in Mio. €	umlenkungsrelevanter Projektumsatz in Mio. €	Umlenkungsquote in v.H.
ZVB Innenstadt Sinzig	29,8	7,1	23,8% 
SIN Bestandsstandort Nord (Kripper Straße)	8,9	2,1	23,6% 
ZVB Remagen	2,1	0,3	13,8%
REM (Zeppelinstraße)	4,9	0,7	13,5% 
REM (Goethestraße)	8,9	1,2	13,8% 
REM (Sonstige)	2,9	0,3	10,7%
Bad Breisig	14,1	1,8	12,8% 
<b>Summe</b>		<b>13,5</b>	
diffuser Bereich (Kaufkraftrückflüsse, etc.)		4,1	
<b>Gesamt</b>		<b>17,6</b>	

eigene Berechnungen; Werte unter 100.000 Euro werden nicht ausgewiesen

### Bewertung:

Durch die geplanten Verkaufsflächen in Sinzig sind **erhebliche** städtebauliche Auswirkungen auf die Standorte in Sinzig sowie die umliegenden Kommunen (Bad Breisig und Remagen) zu erwarten. Damit handelt es sich beim geplanten Projekt (unter den gegebenen Umständen – Beibehalt des Baurechtes auf den Altstandorten) um eine städtebauliche Fehlentwicklung! Es sind negative, städtebauliche Auswirkungen auf den Zentralen Versorgungsbereich und bestehende Nahversorgungsstandorte bei der geplanten Entwicklung des Standortes und der damit verbundenen Verkaufsfläche zu erwarten.

Anm.: Die Umlenkungsquoten für Drogeriewaren sind noch höher, da hier bereits eine Zentralität von 112% erreicht ist.

### Allgemeine Anmerkungen:

Da die aktuelle Rechtsprechung keine anbieterbezogene Analyse zulässt, wird mit der durchschnittlich erzielbaren Raumleistung von Lebensmitteldiscountern gearbeitet. So wird zudem sichergestellt, dass eine worst-case Betrachtung im Sinne des BauGB sowie der aktuellen Rechtsprechung vollzogen wird. Damit kann ausgeschlossen werden, dass bei einer investorenseitigen Betreiberumplanung) eine erneute Begutachtung notwendig wird. Zudem können so auch die standortbezogenen Vorteile des Projektstandortes (perfekte Sichtbarkeit, optimale Verkehrsanbindung, etc.) dargestellt werden.

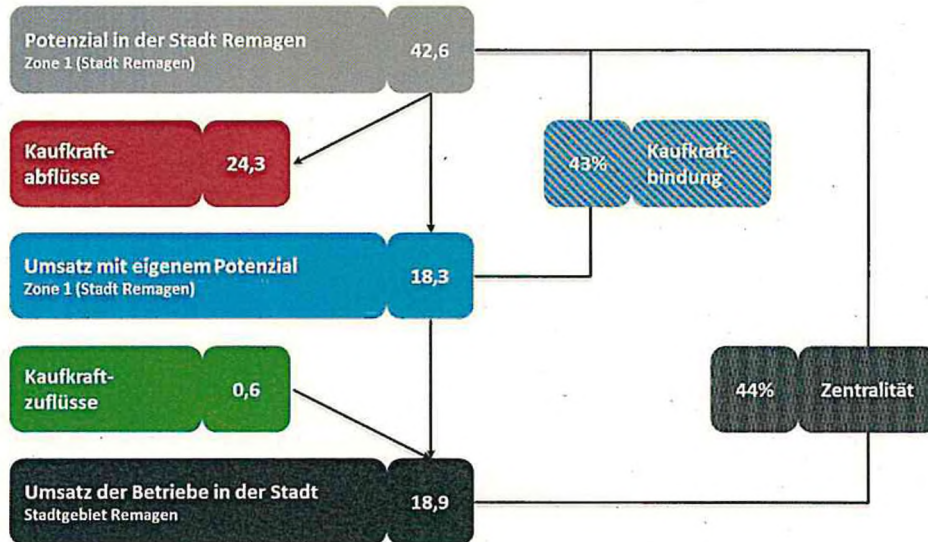
Eine **wesentliche Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns bzw. der städtebaulich-funktionalen Zentren** wird regelmäßig vermutet, wenn aufgrund des durch den Betrieb des Einzelhandelsprojekts verursachten Kaufkraftabflusses Geschäftsaufgaben drohen. Dies wird regelmäßig vermutet, wenn bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust von 10% und bei nicht zentrenrelevanten und nicht nahversorgungsrelevanten Sortimenten von 20% zu erwarten ist. Allerdings handelt es sich hier nicht um fixe Grenzwerte, die in jedem Falle heranzuziehen sind. Für jeden Einzelfall sind die **Verträglichkeitsgrenzen gutachterlich neu zu bewerten.**



# Kaufkraftströme und Umsatzumlenkungen in Remagen (ausgelöst durch das Projekt)

## Kaufkraftströme, Status Quo

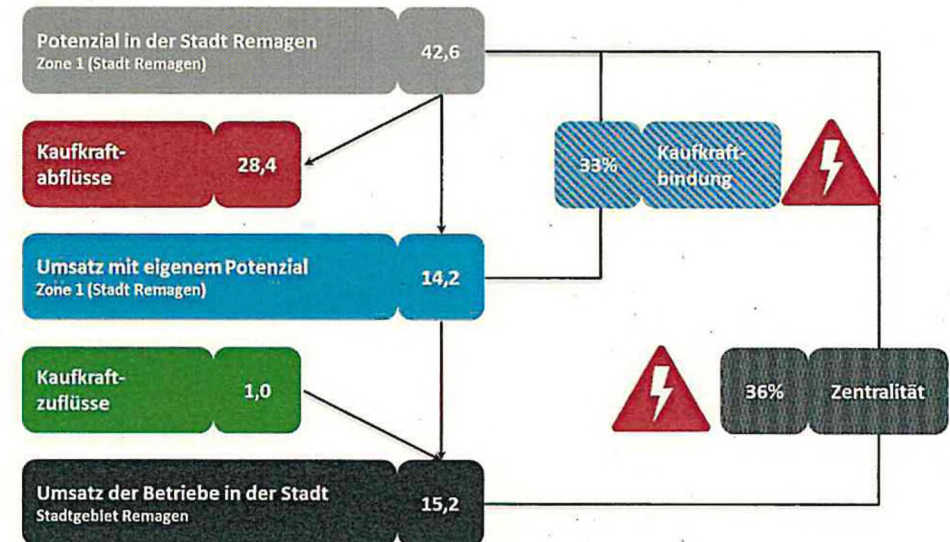
Nahrungs- und Genussmittel, gesamt



Angaben in Mio. Euro

## Kaufkraftströme, mit Projekt

Nahrungs- und Genussmittel, gesamt



Angaben in Mio. Euro



Ziel 60 (Z60) im LEP IV regelt die oben geführte Betrachtung unter dem Gesichtspunkt der schädlichen Beeinträchtigung. Durch die Ansiedlung/ Verlagerung der Verkaufsflächen in Sinzig (ohne konkrete Rücknahme der genehmigten Verkaufsflächen auf den Altstandorten) kommt es zu städtebauliche schädlichen Auswirkungen in den Nahversorgungsstandorten in Remagen, sowie zu städtebaulich schädlichen Abflüssen aus dem Zentralen Versorgungsbereich. **Damit handelt es sich einen maßgeblichen Zielverstoß!**

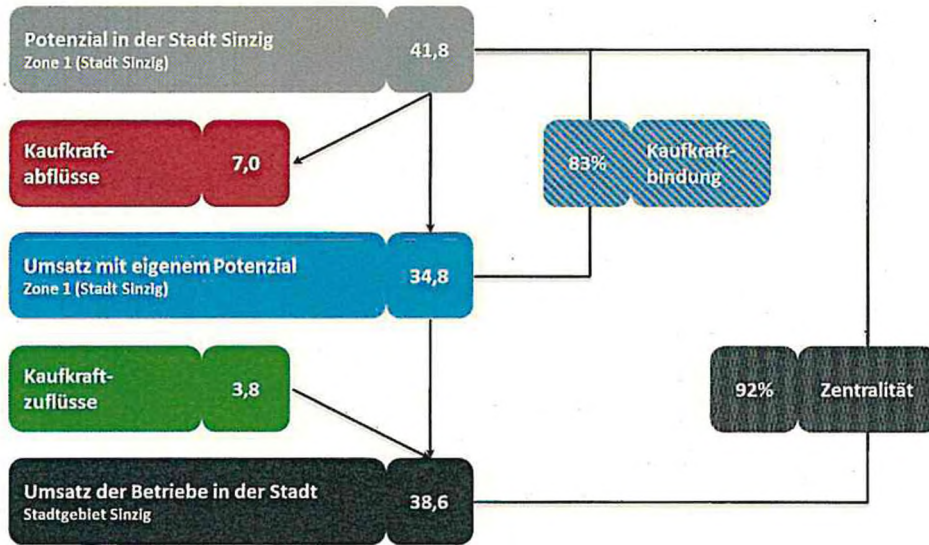
Stand 23.03.18

In blau: Anmerkungen von MuS



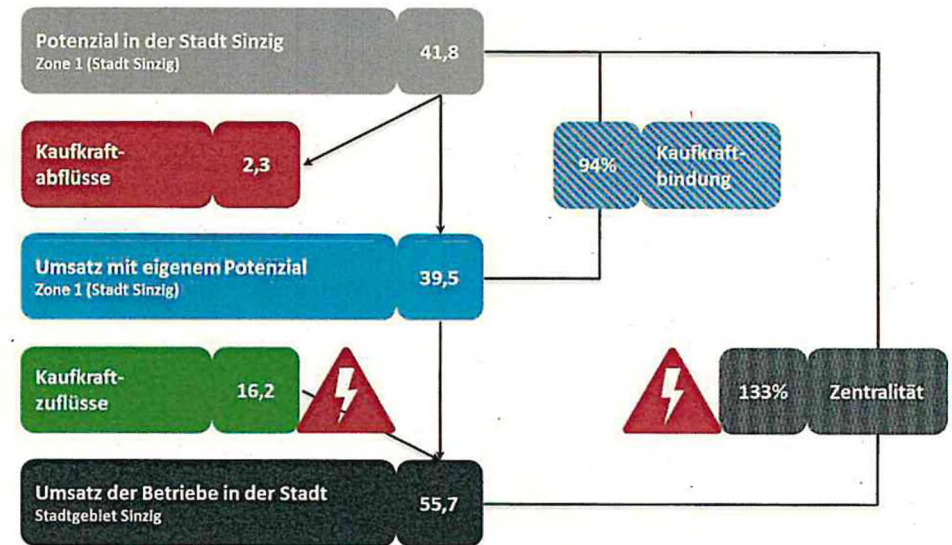
# Kaufkraftströme und Umsatzumlenkungen in Sinzig (ausgelöst durch das Projekt)

## Kaufkraftströme, Status Quo Nahrungs- und Genussmittel, gesamt



Angaben in Mio. Euro

## Kaufkraftströme, mit Projekt Nahrungs- und Genussmittel, gesamt



Angaben in Mio. Euro



G41 im RROP regelt die oben geführte Betrachtung unter dem Gesichtspunkt der Kongruenz. Durch die Ansiedlung/ Verlagerung der Verkaufsfächen in Sinzig (ohne konkrete Rücknahme der genehmigten Verkaufsfächen auf den Altstandorten) kommt es zu städtebaulich schädlichen Auswirkungen im zentralörtlichen System. Die zu erwartende Zentralität sowie die deutlich steigenden Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Gemeindegebietes sind dabei die entscheidenden Indikatoren.

**Damit handelt es sich um einen maßgeblichen Grundsatzverstoß!**



## Erläuterungen zu möglichen Zielverstößen

Ziel 58 (Z58 LEP IV) regelt dies unter dem Gesichtspunkt der städtebaulichen Integration:

„Die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigem Einzelhandel mit innenstadtrelevanten Sortimenten ist nur in städtebaulich integrierten Bereichen, das heißt in Innenstädten und Stadt- und Stadtteilzentren, zulässig (städtebauliches Integrationsgebot). Die städtebaulich integrierten Bereiche ‚Zentrale Versorgungsbereiche‘ im Sinne des BauGB sind von den zentralen Orten in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen. Diese Regelungen müssen auch eine Liste innenstadtrelevanter und nicht innenstadtrelevanter Sortimente beinhalten.“

*Betrachtet man die tatsächliche Bestandssituation und die Ausprägung des zentralen Versorgungsbereiches in Sinzig, sowie die maßgeblichen notwendigen Planungsvorgaben durch die aktuelle Rechtsprechung, dann erscheint die fehlende Begründung des ZVB im Einzelhandelskonzept der Stadt Sinzig logisch! Zielführend für eine nachhaltige und zukunftsgerichtete Abgrenzung eines ZVB ist die funktionale und städtebauliche Ableitung von Abgrenzungskriterien. Dies ist in keinsten Weise erfolgt. Auch eine kritische Auseinandersetzung mit den Vorgaben des BauGB, der BauNVO der Landes- und Regionalplanung ist nicht erfolgt. Vielmehr wurden auf den Seiten 70 bis 74 des Einzelhandelskonzeptes allgemeine Satzbausteine und einige Themenkarten (aus anderen Gutachten entnommen) in heiterer Reihenfolge vermischt, um dann ohne tatsächliche Begründung (hier hilft auch der sogenannte Methodikteil auf S.78f nicht weiter), festgelegt. Wichtige Kriterien wie Einzelhandelsbesatz, -dichte und -konzentration aber auch Ergänzungsfunktionen (Gastronomie, Dienstleistungen) werden weder beschrieben noch dokumentiert. Der geplante Standort liegt nördlich der Sinziger Innenstadt und ist als nicht-integrierter Standort zu bewerten. Eine verkehrstechnisch leistungsfähige Anbindung ist nicht zu erkennen. Auch ist eine Anbindung an die Innenstadt nur auf dem Papier konstruierbar. Es handelt sich um einen typischen „Grüne Wiese“ Standort. Diese Planung zeigt die typischen Merkmale eines in sich geschlossenen Fachmarktzentrum ohne Außennutzen oder Synergieeffekte für die Gesamt- und Innenstadt (vgl. Karten im Anhang des Einzelhandelskonzeptes des Stadt Sinzig). Weder die Größe, noch die Funktionsbeschreibung kann gutachterlich hergeleitet werden. Die willkürliche Erweiterung nach Norden in Richtung Projektstandort ist daher lediglich als „Gefälligkeit“ zu werten. Weder strukturelle noch wirtschaftliche oder gar städtebauliche Aspekte können den ZVB als Gesamtheit oder den „Nordfinger“ beschreiben oder erläutern.*

Damit handelt es sich bei dem geplanten Standort auch nicht um einen integrierten Standort gemäß Baurecht, aktueller Rechtsprechung oder städtebaulichen Maßstäben.

*Da es sich zudem bei dem Projekt lediglich um Einzelhandelsansiedlungen handelt, ohne ergänzende Betriebe wie Dienstleister oder Gastronomie, muss von einem Fachmarktzentrum gesprochen werden. Diese Agglomeration ist städtebaulich unverträglich und es handelt sich um einen klaren Zielverstoß.*



## Erläuterungen zu möglichen Zielverstößen

Ziel 60 (Z60 LEP IV) regelt dies unter dem Gesichtspunkt der schädlichen Beeinträchtigung:

„Durch die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben dürfen weder die Versorgungsfunktion der städtebaulich integrierten Bereiche der Standortgemeinde noch die der Versorgungsbereiche (Nah- und Mittelbereiche) benachbarter zentraler Orte wesentlich beeinträchtigt werden (Nichtbeeinträchtigungsgebot). Dabei sind auch die Auswirkungen auf Stadtteile von Ober- und Mittelzentren zu beachten.“

*Durch die geplanten Verkaufsflächen in Sinzig sind erhebliche städtebauliche Auswirkungen auf die Standorte in Sinzig sowie die umliegenden Kommunen (Bad Breisig und Remagen) zu erwarten. Damit handelt es sich beim geplanten Projekt (unter den gegebenen Umständen – Beibehalt des Baurechtes auf den Altstandorten) um eine städtebauliche Fehlentwicklung!*

*Die Umsatzumlenkungen liegen in Sinzig selbst bei über 20%. In Remagen sind rund 13% Umsatzumlenkung zu erwarten. Diese maßgebliche Überschreitung des Abwägungsschwellenwertes aus der aktuellen und laufenden Rechtsprechung (10%-Grenze) wird zu einem strukturschädlichen Wettbewerb führen, an dessen Ende Geschäftsschließungen und damit einhergehend eine deutliche Verschlechterung der wohnungsnahen Nahversorgung, stehen werden.*

*Es sind negative, städtebauliche Auswirkungen auf die Zentralen Versorgungsbereiche und bestehende Nahversorgungsstandorte bei der geplanten Entwicklung des Standortes und der damit verbundenen Verkaufsfläche zu erwarten.*

*Die deutlich städtebaulich schädlichen Umsatzumlenkungen im Bereich Nahversorgung, lassen sich auch auf die Remager Innenstadt (die sich die letzten Jahre durch eine positive Entwicklung im Bereich der Qualität und Quantität hinsichtlich Einzelhandelsentwicklung im Haupteinkaufsbereich auszeichnet) übertragen. Durch die geplanten „ergänzenden Fachmärkte“ und die damit verbundene Agglomerationswirkung, sind daher auch schädliche Entwicklungen in den innerstädtischen Leitsortimenten Bekleidung und Schuhe im ZVB der Stadt Remagen zu erwarten. Dadurch würden die Bemühungen der nachhaltigen Stadtentwicklung und Wirtschaftsförderung für den Remager ZVB konterkariert werden.*

*Damit liegt ein schwerwiegender Zielverstoß vor, da durch das nicht-integrierte Projekt bestehende zentrale Versorgungsbereiche und wohnungsnaher Nahversorgungsbetriebe nachhaltig geschädigt und in ihrer Funktion beeinträchtigt werden.*

## Erläuterungen zu möglichen Zielverstößen



Ziel 61 (**Z61 LEP IV**) regelt dies unter dem Gesichtspunkt des Agglomerationsverbotes:

„Die Bildung von Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten außerhalb städtebaulich integrierter Bereiche ist durch Verkaufsflächenbegrenzung in der Bauleitplanung entgegenzuwirken.“

*Es gelten die Aussagen zu Z60 in Chart 38.*

*Auch bei diesem landesplanerischen Ziel ist von einem Verstoß auszugehen. Da der Standort als nicht-integriert nach allen geltenden rechtlichen und städtebaulichen Maßstäben bewertet werden muss, kann auch Z61 nicht eingehalten werden.*



## Erläuterungen zu möglichen Zielverstößen

### **G41 (RROP)** regelt die **Kongruenz**:

„Großflächige Einzelhandelsbetriebe sollen so bemessen werden, dass ihr Einzugsbereich nicht wesentlich über den Versorgungsbereich der Standortgemeinde hinausgeht.

*Die notwendigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenziale für Nahrungs- und Genussmittel (dem Hauptsortiment am geplanten nicht-integrierten Standort) können aufgrund der bereits heute sehr hohen Zentralität von Sinzig (Nahrungs- und Genussmittel 92,5%) nicht aus der Stadt selbst kommen. Dies bedeutet, dass etwa 2/3 des zu erwartenden Umsatzes (~11 Mio. Euro) von außerhalb der Stadt kommen müssen. Dies ist vor allem bei Nahversorgungspotenzialen ein nicht tolerierbarer Wert. Durch diesen maßgeblichen Eingriff in die Nahversorgungspotenziale der umliegenden Gemeinden (hier vor allem Remagen und Bad Breisig) steht eine deutliche Wettbewerbsverschärfung durch die abgezogenen Kaufkraftpotenziale im Raum. Ferner ist eine deutliche Vormachtstellung des Lebensmitteleinzelhandels in der Stadt Sinzig zu erwarten, was die zentralörtliche Ordnung im Raum deutlich verändern wird.*

*Damit liegt ein klarer Grundsatzverstoß vor. Es besteht die Gefahr, dass die zentralörtliche Ordnung nachhaltig geschädigt wird.*

## Zusammenfassung



Die Problematik lässt sich kurz auf einen Nenner zusammenfassen: Durch das vorliegenden „Einzelhandelskonzept“ der Stadt Sinzig wurden nicht vorhandene Potenziale suggeriert, die auf gutachterlich fragwürdigen und nicht tragfähigen Gebiets- und Potenzialerörterungen beruhen. Derart projektgeleitete Gefälligkeitsgutachten führen dann in der Regel (wie auch in Sinzig) zu städtebaulich, ökonomisch und strukturell falschen Projektideen, die darüber hinaus auch die zentralörtliche Funktion von benachbarten Gemeinden sowie die Nahversorgungssituation und -funktion nachhaltig schädigen.

Die Überprüfung der Auswirkungen anhand der Remager Strukturen zeigt eindeutig, dass es sich bei dem Projekt um eine planerische Fehlentwicklung handelt, die maßgebliche NEGATIVE Auswirkungen auf den Gesamttraum haben wird.

Es konnten Zielverstöße in den Bereichen

- Agglomerationsverbot
- Integrationsgebot
- Kongruenzgebot
- Nichtbeeinträchtigungsgesetz

nachgewiesen werden. Ferner muss der Hinweis erfolgen, dass die Bauleitplanung durch erhebliche Mängel in vorliegenden Konzepten und durch die willkürliche Bewertung von Fakten erheblich in Gefahr ist, durch „Unbestimmtheit“ rechtsungültig zu sein.

**Insgesamt ist festzuhalten, dass das geplante Projekt, für alle benachbarten Kommunen (hier vor allem aber auf Remagen) sowie für die Stadt Sinzig selbst, mit erheblichen negativen Auswirkungen belegt ist. Es sind erhebliche Beeinträchtigungen durch das Projekt für die Stadt Remagen zu erwarten. Die zahlreichen Verstöße gegen die landes- und regionalplanerischen Ziele verdeutlichen dies.**

**Das Projekt ist in seiner jetzigen Planung und Ausprägung als städtebaulich unverträglich für die Region einzustufen.**



GRACIAS  
ARIGATO  
SHUKURIA  
JUSPAXAR  
DANKSCHEEN  
TASHAKKUR ATU  
SUKSAMA  
EKKHMET  
GOZAIMASHITA  
EFCHARISTO  
KOMAPSUNNIDA  
E MAARKE  
GRAZIE  
MEHRBANI  
PALDIES  
YAQHANYELAY  
MAREZJA MATTEKA  
SUKSAMA  
EKKHMET  
SHUKURIA  
TINGKI  
BIYAN  
SHUKRIA  
THANK  
YOU  
BOLZIN  
MERCII

Dipl.-Geogr. Markus Epple  
Geschäftsführer

Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH  
Hugenottenplatz 1  
91054 Erlangen

Tel. 09131 973 769 20  
Fax 09131 973 760 70

Markus.Epple@marktundstandort.de