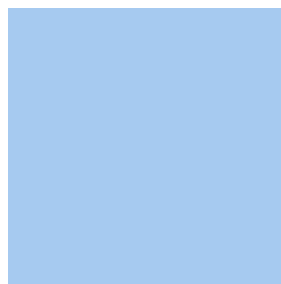
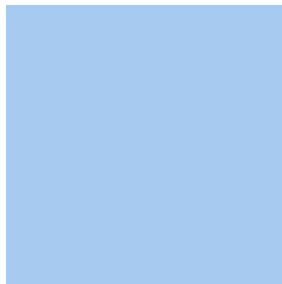




# **Gutachten zur Vorbereitung und Beschlussfassung für ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Dormagen**





# **Gutachten zur Vorbereitung und Beschlussfassung für ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Dormagen**

Angelina Sobotta, Dipl. Volksw.

Timo Grebe, Dipl. Geogr.

Geschäftsführende Gesellschafter:

Dipl.-Geogr. Ursula Mölders  
Stadt- und Regionalplanerin SRL

Dipl.-Ing. Dominik Geyer  
Stadtplaner AK NW, Bauassessor  
Stadt- und Regionalplaner SRL  
HRB Köln 62236

Gesellschafter/Seniorpartner:

Dr. Paul G. Jansen

Neumarkt 49  
50667 Köln

Fon 02 21.940 72-0  
Fax 02 21.940 72-18

[info@stadtplanung-dr-jansen.de](mailto:info@stadtplanung-dr-jansen.de)  
[www.stadtplanung-dr-jansen.de](http://www.stadtplanung-dr-jansen.de)



1	EINLEITUNG	8
1.1	Ausgangssituation und Ziele	8
1.2	Methodische Vorgehensweise	10
1.3	Beteiligung und Abstimmung	12
1.4	Allgemeine Entwicklungstendenzen im Einzelhandel	13
1.4.1	Bedeutung des Einzelhandels für die Stadtentwicklung	13
1.4.2	Entwicklungen auf der Angebotsseite	13
1.4.3	Entwicklungen auf der Nachfrageseite	16
1.4.4	Auswirkungen auf die Stadtentwicklung	17
2	RAHMENBEDINGUNGEN	20
2.1	Lage im Raum und regionalplanerische Einstufung	20
2.2	Bevölkerungs- und Siedlungsentwicklung	22
2.3	Wirtschaftsstruktur und Arbeitsplätze	27
3	ECKDATEN DES EINZELHANDELS IN DER STADT DORMAGEN	32
3.1	Einzelhandelsaustattung nach Sortimenten	32
3.1.1	Einzelhandelsaustattung und Leistungsfähigkeit im Überblick	33
3.2	Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots	37
3.3	Bereinigte Einzelhandelsaustattung der Stadt Dormagen	38
3.4	Struktur und Verteilung großflächiger Einzelhandelsbetriebe	39
4	EINZUGSBEREICH, KAUFKRAFT UND ZENTRALITÄT	41
4.1	Einzugsbereich des Dormagener Einzelhandels	41
4.2	Kaufkraftpotenzial	42
4.3	Zentralität des Dormagener Einzelhandels	43
4.4	Kaufkraftbewegungen in der Stadt Dormagen	45
4.4.1	Entwicklung des Dormagener Einzelhandels seit 2007	49
4.4.2	Einzugsgebiet und Kaufkraftbewegungen	51
5	PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENBEDARFS BIS 2025	52
5.1	Übergeordnete Entwicklungen	52
5.2	Umsatzprognose bis zum Jahr 2025	53
5.3	Verkaufsflächenzusatzbedarf bis zum Jahr 2025	56
5.3.1	Vergleich mit den Kaufkraftprognose 2006 und 2009	59
5.4	Aktuelle Einzelhandelsplanungen in der Stadt Dormagen	60
6	ZENTRENKONZEPT FÜR DIE STADT DORMAGEN	61
6.1	Grundsätzliche Anmerkungen	61
6.1.1	Zentrenkonzept als räumliches Steuerungsinstrument	61
6.1.2	Rahmenbedingungen für lebendige Zentren	63
6.2	Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche	64
6.3	Hauptzentrum Dormagen Innenstadt	65
6.3.1	Standortmerkmale und Angebotssituation	65
6.3.2	Handelsschwerpunkte des Hauptzentrums	71
6.3.3	Potenzialflächen im Hauptzentrum Dormagen Innenstadt	72
6.3.4	Räumliche Abgrenzung	80



6.3.5	Funktionale Zuordnung gem. der rechtlichen Anforderungen an ein Hauptzentrum	83
6.3.6	Stärken-Schwächen-Profil	83
6.3.7	Handlungsempfehlungen	84
6.4	Nahversorgungszentrum Hackenbroich	85
6.4.1	Standortmerkmale und Angebotssituation	85
6.4.2	Handelsschwerpunkt des Nahversorgungszentrums Hackenbroich	89
6.4.3	Potenzialflächen im Nahversorgungszentrum Hackenbroich	89
6.4.4	Räumliche Abgrenzung	90
6.4.5	Funktionale Zuordnung gem. der rechtlichen Anforderungen an ein Nahversorgungszentrum	91
6.4.6	Stärken- Schwächen-Profil	92
6.4.7	Handlungsempfehlungen	93
6.5	Nahversorgungszentrum Horrem	94
6.5.1	Standortmerkmale und Angebotssituation	94
6.5.2	Handelsschwerpunkt des Nahversorgungszentrums Horrem	98
6.5.3	Potenzialflächen im Nahversorgungszentrum Horrem	98
6.5.4	Räumliche Abgrenzung	99
6.5.5	Funktionale Zuordnung gem. der rechtlichen Anforderungen an ein Nahversorgungszentrum	100
6.5.6	Stärken- Schwächen-Profil	101
6.5.7	Handlungsempfehlungen	102
6.6	Nahversorgungszentrum Ückerath	103
6.6.1	Standortmerkmale und Angebotssituation	103
6.6.2	Handelsschwerpunkt des Nahversorgungszentrums Ückerath	106
6.6.3	Potenzialflächen im Nahversorgungszentrum Ückerath	107
6.6.4	Räumliche Abgrenzung	107
6.6.5	Funktionale Zuordnung gem. der rechtlichen Anforderungen an ein Nahversorgungszentrum	108
6.6.6	Stärken- Schwächen-Profil	109
6.6.7	Handlungsempfehlungen	109
6.7	Nahversorgungszentrum Stürzelberg	110
6.7.1	Standortmerkmale und Angebotssituation	110
6.7.2	Handelsschwerpunkt des Nahversorgungszentrums Stürzelberg	113
6.7.3	Potenzialflächen im Nahversorgungszentrum Stürzelberg	114
6.7.4	Räumliche Abgrenzung	114
6.7.5	Funktionale Zuordnung gem. der rechtlichen Anforderungen an ein Nahversorgungszentrum	115
6.7.6	Stärken- Schwächen-Profil	116
6.7.7	Handlungsempfehlungen	117
6.8	Versorgungslage Ortskern Nievenheim	117
6.8.1	Standortmerkmale und Angebotssituation	117
6.8.2	Handelsschwerpunkt der Versorgungslage	121
6.8.3	Potenzialstandorte	121
6.8.4	Funktionale Zuordnung gem. der rechtlichen Anforderungen an ein Nahversorgungszentrum	123
6.8.5	Stärken- Schwächen-Profil	125
6.9	Handlungsempfehlungen	125
6.10	Zentrenhierarchie	125



6.11	Ziele der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Dormagen	127
6.12	„Dormagener Liste“	128
7	ERGÄNZENDE NAHVERSORGUNG	132
7.1	Nahversorgungsstandorte in der Stadt Dormagen	132
7.2	Exkurs: Standortentscheidungen und Tragfähigkeit von frequenzstarken Nahversorgungsbetrieben	138
8	AGGLOMERATIONSSTANDORTE DES GROßFLÄCHIGEN EINZELHANDELS	140
9	ALLGEMEINE EMPFEHLUNGEN ZUR EINZELHANDELSSTEUERUNG IN DORMAGEN	143
10	ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE	145
11	ANHANG	148
11.1	„Dormagener Liste“	148
11.2	Nutzungskartierung des Hauptzentrums Dormagen Innenstadt	154
11.3	Räumliche Darstellung des Hauptzentrums Dormagen Innenstadt	155
11.4	Glossar	156

**Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1	Bausteine des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts	9
Abbildung 2	Verkaufsflächenentwicklung im Einzelhandel 1980 - 2011 (in Mio. qm)	14
Abbildung 3	Umsatzanteile des Lebensmitteleinzelhandels nach Betriebstypen von 1991 bis 2007 (in %)	15
Abbildung 4	Lage der Stadt Dormagen im Raum und zentralörtliche Gliederung	20
Abbildung 5	Bevölkerungsentwicklung seit 2000	24
Abbildung 6	Altersstruktur der Dormagener Bevölkerung im Vergleich	25
Abbildung 7	Beschäftigtenstruktur im Vergleich	28
Abbildung 8	Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten*	29
Abbildung 9	Pendlerverflechtungen im Jahr 2010 (ausgewählte Städte und Gemeinden; in absoluten Zahlen)	30
Abbildung 10	Einzelhandelsausstattung der Stadt Dormagen nach Angebotsschwerpunkt (in %)	35
Abbildung 11	Kerneinzugsgebiet des Dormagener Einzelhandels	42
Abbildung 12	Kaufkraftbewegungen in der Stadt Dormagen	46
Abbildung 13	Kaufkraftbewegungen nach Branchen (in Mio. EUR)	47
Abbildung 14	Veränderung der relativen Einzelhandelsausstattung der Stadt Dormagen pro 1.000 Einwohner seit 2007/2008*	50
Abbildung 15	Nutzungskartierung Dormagen Innenstadt	66
Abbildung 16	Skizze einer möglichen Ausrichtung der Ansiedlung auf dem ehemaligen Pfeifer & Langen-Areal	77
Abbildung 17	Flächenbedarf durch die projektierten Ansiedlungen	79
Abbildung 18	Nutzungskartierung Hackenbroich	86
Abbildung 19	Räumliche Darstellung des Nahversorgungszentrums Hackenbroich	91
Abbildung 20	Nutzungskartierung Horrem	96
Abbildung 21	Räumliche Darstellung des Nahversorgungszentrums Horrem	100
Abbildung 22	Nutzungskartierung Ückerath	104
Abbildung 23	Räumliche Darstellung des Nahversorgungszentrums Ückerath	107



Abbildung 24	Nutzungskartierung Stürzelberg	111
Abbildung 25	Räumliche Darstellung des Nahversorgungszentrums Stürzelberg	115
Abbildung 26	Nutzungskartierung Nievenheim	118

### Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	TOP Ten des Textileinzelhandels im Jahr 2011	16
Tabelle 2	Einwohner der Stadt Dormagen nach statistischen Bezirken im Jahr 2009	22
Tabelle 3	Einwohnerentwicklung Stadt Dormagen 2000 – 2010	23
Tabelle 4	Bevölkerungsprognose bis 2025 für die Stadt Dormagen	26
Tabelle 5	Einzelhandelsausstattung in der Stadt Dormagen nach Sortimenten (nach Angebotsschwerpunkt)	32
Tabelle 6	Einzelhandelsausstattung der Stadt Dormagen nach Angebotsschwerpunkt	34
Tabelle 7	Räumliche Verteilung des Einzelhandels in der Stadt Dormagen	38
Tabelle 8	Bereinigte Einzelhandelsausstattung der Stadt Dormagen	39
Tabelle 9	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Branchen in Zone 2 des Dormagener Einzelhandels im Jahr 2011	43
Tabelle 10	Zentralitätskennziffern nach Branchen in Dormagen im Jahr 2011	44
Tabelle 11	Kaufkraftbewegungen nach Branchen	48
Tabelle 12	Szenarien für die Umsatzprognose in der Stadt Dormagen	54
Tabelle 13	Umsatzprognose für die Stadt Dormagen bis 2025 für das Prognoseszenario D	55
Tabelle 14	Orientierungswerte für die Verkaufsflächenentwicklung in der Stadt Dormagen für das Prognoseszenario D	57
Tabelle 15	Einzelhandelsausstattung des Hauptzentrums Dormagen Innenstadt	67
Tabelle 16	Einzelhandelssituation im Hauptzentrum Dormagen Innenstadt	69
Tabelle 17	Komplementärnutzungen im Hauptzentrum Dormagen Innenstadt	70
Tabelle 18	Nutzungsstruktur im Hauptzentrum Dormagen Innenstadt	70



Tabelle 19	Empfohlene Einzelhandelsergänzungen am Standort „Europastraße“	76
Tabelle 20	Räumliche Darstellung des Hauptzentrums Innenstadt	82
Tabelle 21	Einstufung der Dormagener Innenstadt als Hauptzentrum	83
Tabelle 22	Einzelhandelsausstattung des Nahversorgungszentrums Hackenbroich	87
Tabelle 23	Einzelhandelsausstattung nach Bedarfsbereichen im Nahversorgungszentrum Hackenbroich	87
Tabelle 24	Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Hackenbroich	88
Tabelle 25	Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Hackenbroich	88
Tabelle 26	Zentreneinstufung Hackenbroichs	92
Tabelle 27	Einzelhandelsausstattung des Nahversorgungszentrums Horrem	95
Tabelle 28	Einzelhandelsausstattung nach Bedarfsbereichen des Nahversorgungszentrums Horrem	95
Tabelle 29	Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Horrem	97
Tabelle 30	Nutzungsstruktur des Nahversorgungszentrums Horrem	98
Tabelle 31	Zentreneinstufung Horrem	101
Tabelle 32	Einzelhandelsausstattung des Nahversorgungszentrums Ückerath	105
Tabelle 33	Einzelhandelsausstattung nach Bedarfsbereichen im Nahversorgungszentrum Ückerath	105
Tabelle 34	Komplementärnutzungen des Nahversorgungszentrums Ückerath	106
Tabelle 35	Nutzungsstruktur des Nahversorgungszentrums Ückerath	106
Tabelle 36	Zentreneinstufung Ückeraths	108
Tabelle 37	Einzelhandelsausstattung des Nahversorgungszentrums Stürzelberg	112
Tabelle 38	Einzelhandelsausstattung im Nahversorgungszentrum Stürzelberg	112
Tabelle 39	Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Stürzelberg	113
Tabelle 40	Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Stürzelberg	113
Tabelle 41	Zentreneinstufung Stürzelberg	116





Tabelle 42	Einzelhandelsausstattung der Versorgungslage Ortskern Nievenheim	119
Tabelle 43	Einzelhandelsausstattung nach Bedarfsbereichen der Versorgungslage Ortskern Nievenheim	119
Tabelle 44	Komplementärnutzungen in der Versorgungslage Nievenheim	120
Tabelle 45	Nutzungsstruktur der Versorgungslage Nievenheim	120
Tabelle 46	Zentreneinstufung Nievenheims	124
Tabelle 47	Lage und Nahversorgungsrelevanz der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in Dormagen	134
Tabelle 48	Wohnungsnahе Lebensmittelversorgung in Dormagen	137
Tabelle 49	Einzelhandelsausstattung des dezentralen Agglomerationsstandorts Gewerbegebiet TOP-West	140
Tabelle 50	Einzelhandelsausstattung nach Bedarfsbereichen im Gewerbegebiet TOP-West	141

In dem nachfolgenden Text verwenden wir eine geschlechtsneutrale Sprache. Bei der konkreten Ansprache von Personen werden sowohl die weiblichen als auch die männlichen Personen genannt, z. B. „Bewohnerinnen und Bewohner“. Sollte aus Versehen oder aus Gründen der besseren Lesbarkeit an einigen Stellen nur die männliche Form, z. B. „Akteure“ gewählt sein, meinen wir aber immer auch die weiblichen Personen, nämlich die Akteurinnen. Selbstverständlich sind für uns immer Männer und Frauen gleichzeitig, gleichgestellt und chancengleich angesprochen.

Dieses Gutachten unterliegt dem Urheberrecht. Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung des Gutachtens in Teilen oder als Ganzes sind nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt, soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart ist.

## 1 Einleitung

### 1.1 Ausgangssituation und Ziele

Die Stadt Dormagen befindet sich im Südosten des Rhein-Kreis Neuss im Bundesland Nordrhein-Westfalen. Sie grenzt kreisintern an die Stadt Neuss (im Norden), die Stadt Grevenbroich (im Westen) und die Gemeinde Rommerskirchen an. Zudem besitzt sie im Norden gemeinsame Grenzen mit der Stadt Düsseldorf, im Südosten mit der Stadt Köln sowie im Süden mit der dem Rhein-Erft-Kreis zugehörigen Stadt Pulheim. Die rund 63.000 Einwohner zählende Stadt wird landesplanerisch als Mittelzentrum eingestuft und ist als Einzelhandelsstandort im Ballungsraum zwischen Düsseldorf und Köln einer ausgeprägten Wettbewerbssituation ausgesetzt.

*Lage und Wettbewerbssituation der Stadt Dormagen*

Seit dem Jahr 2006 sind insgesamt vier gutachterliche Ausarbeitungen mit Empfehlungen für die Einzelhandelsentwicklung der Stadt Dormagen verfasst worden, die in ihren Aussagen und Empfehlungen teilweise differieren:

- Einzelhandelsuntersuchung Dormagen – Zur Erarbeitung einer „Dormagener Liste“, Futura Consult Dr. Kummer, August 2006
- Stellungnahme zur Innenstadtkonzeption von Dormagen, GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, August 2007
- Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Fachmarktzentrums in Dormagen, GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, August 2007
- Gutachten zum kommunalen Einzelhandelskonzept für die Stadt Dormagen, GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Juni 2009

Auf Grundlage des im Jahr 2009 erstellten Konzepts der GMA hat der Rat der Stadt Dormagen am 25. September 2009 die „Grundsatzziele“ zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Form einer Zentrenhierarchie, die „Dormagener Liste“, zur Differenzierung von nahversorgungs-, zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten sowie eine Verkaufsflächenbegrenzung für zentrenrelevante Randsortimente außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche beschlossen.

Parallel zur Erarbeitung des Einzelhandelsgutachtens wurde im engen inhaltlichen Kontext die Neuaufstellung des Bebauungsplans Nr. 451A „Südlich der Europastraße“ zur Vorbereitung der Realisierung eines Fachmarktzentrums mit einer Gesamtverkaufsfläche von 25.200 qm beschlossen. Die handelswirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen wurden im Rahmen der Untersuchung der GMA aus dem Jahr 2009 untersucht. Die Ergebnisse fanden Eingang in das später erstellte Einzelhandelskonzept.

Nachdem eine juristische Stellungnahme zur Unwirksamkeit des v.g. Bebauungsplans verfasst wurde, die eine unzulässige „Gebietsbezogenheit“ feststellen konnte, sieht der Planungs- und Umwelt-

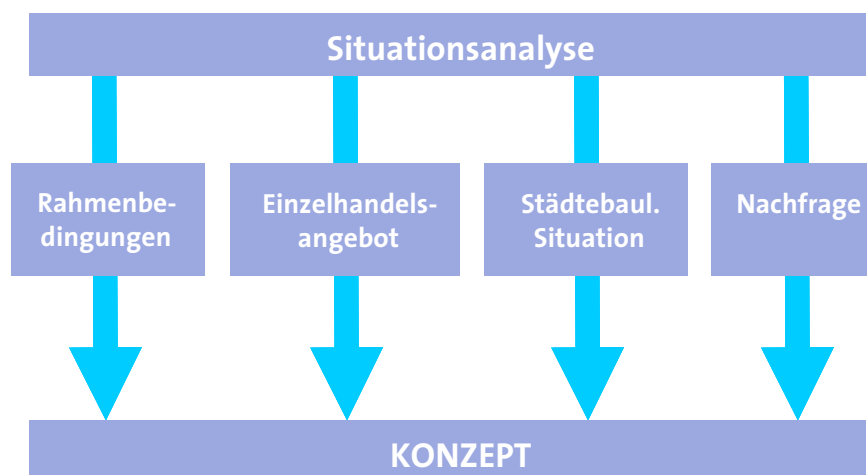
ausschuss der Stadt Dormagen die Notwendigkeit, die Grundlagen der kommunalen Einzelhandelssteuerung umfassend zu überprüfen.

Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH wurde zunächst beauftragt, die genannten vorliegenden - nach Ansicht des Planungs- und Umweltausschusses in ihren Aussagen teilweise widersprüchlichen - Einzelhandelsgutachten auf Plausibilität und Kompatibilität zu überprüfen und anschließend eine Aktualisierung des Einzelhandelskonzepts vorzunehmen.

Im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Dormagen sollen Daten und Empfehlungen zusammengestellt werden, die - aufbauend auf einer Betrachtung der aktuellen Situation - eine Umsetzungsstrategie aufzeigen, die genutzt werden kann, um alle zukünftig erforderlichen handelsbezogenen und bauleitplanerischen Entscheidungen treffen zu können. Dabei sind Aussagen über das künftig zu erwartende Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten, die anzustrebende Ausstattung mit Einzelhandelsflächen und sinnvolle Veränderungen bzw. Ergänzungen der Sortimente sowie der Standorte zu treffen. In diesem Kontext ist insbesondere den aktuellen Vorgaben im Baugesetzbuch, im nordrhein-westfälischen Landesentwicklungsprogramm und im Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen Rechnung zu tragen. Im Hinblick auf die Aussagekraft des Konzepts ist darauf zu verweisen, dass es sich um ein informelles Planungsinstrument handelt, dessen zentrale Zielvorgaben von der Stadt als Selbstbindung beschlossen werden sollten. Sowohl der Verwaltung der Stadt Dormagen als auch Investoren und Betreibern kann das Konzept damit abgestimmte Handlungsempfehlungen für eine städtebaulich ausgerichtete Standortpolitik liefern.

*Grundlage für zielgerichtete Entscheidungen*

Abbildung 1 Bausteine des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts



Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

Der Verfassungsgerichtshof für das Land Nordrhein-Westfalen hat § 24 a Abs. 1 Satz 4 LEPro schon mit Urteil vom 26. August 2009

*Auslaufen des LEPro NRW am 31.12.2011*

VerfGH 18/o8 für verfassungswidrig erklärt und nach dem Auslaufen des LEPro gem. seines § 38 am 31.12.2011 existieren momentan keine verbindlichen Vorgaben des Landes für die Verortung von Sondergebieten für großflächigen Einzelhandel. Allerdings verfolgt das Land Nordrhein-Westfalen weiterhin das Ziel, eine gesetzliche Regelung zu schaffen, die es verhindern soll, dass großflächige Einzelhandelsentwicklungen weder die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche in der Stadt oder in benachbarten Gemeinden und Städten noch die wohnungsnahe Versorgung der Bevölkerung beeinträchtigen.<sup>1</sup>

Auf Grundlage der Erhebung und Bewertung der aktuellen einzelhandelsrelevanten Angebots- und Nachfragesituation wurden alle für die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung notwendigen planungsrechtlichen Voraussetzungen erarbeitet. Dabei finden die zukünftigen ökonomischen Rahmenbedingungen der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung ebenso Berücksichtigung wie die städtebauliche Situation in Dormagen und die übergeordneten rechtlichen Vorgaben.

## 1.2 Methodische Vorgehensweise

Im Januar 2012 wurde der gesamte Ladeneinzelhandel der Stadt Dormagen durch Vor-Ort-Begehungen des Büros Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH erfasst, da die aktuelle Bestandsstruktur eine wesentliche Entscheidungsgrundlage für die Konzeption der Zentrenstruktur und die Zentrenabgrenzung darstellt<sup>2</sup>.

*Einzelhandelsbestandserhebung*

Von allen Einzelhandelsbetrieben wurden Name, Adresse, Standort und Verkaufsfläche erhoben.

Bei der Erfassung der Verkaufsfläche wurde das Urteil des BVerwG vom 24.11.2005, 4 C 10.04 zugrunde gelegt. Grundsätzlich wird die dem Kunden zugängliche Fläche als Verkaufsfläche bewertet. Dazu zählen Schaufenster, Gänge, Treppen (einschließlich Rolltreppen und Personenfahrstühle), Kassenzonen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände und Freiverkaufszonen, soweit sie nicht nur vorübergehend zum Verkauf genutzt werden. Dem Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht zugänglich, jedoch trotzdem zur Verkaufsfläche zu rechnen sind die Bereiche, in denen die Ware für den Kunden sichtbar ausliegt und in dem das Personal die Ware zerkleinert, abwiegt, abpackt (Käse-, Fleisch-, Wursttheke etc.).

---

<sup>1</sup> Zum Zeitpunkt der Berichtslegung ist auf den Entwurf der Staatskanzlei Nordrhein-Westfalen vom 17. April 2012 zum Sachlichen Teilplan Großflächiger Einzelhandel für den Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen zu verweisen. In den Zielen 2 und 3 wird dabei u.a. der Schutz zentraler Versorgungsbereiche und der wohnortnahen Versorgung gefordert.

<sup>2</sup> Erfolgte Veränderungen in der Bestandssituation werden – soweit bekannt – textlich (durch Fußnoten) erläutert.

Bezüglich der strittigen Fälle der Pfandräume und der Abstellflächen für Einkaufswagen hat sich das OVG NRW im Februar 2009 geäußert. Danach sind die dem Kunden zugänglichen Flächen für die Pfandrücknahme und die sich innerhalb der Gebäude befindlichen Abstellflächen für Einkaufswagen der Verkaufsfläche zuzurechnen. Dagegen zählen außerhalb des Gebäudes gelegene Abstellflächen für Einkaufswagen nicht zur Verkaufsfläche.<sup>3</sup>

Die erfasste Verkaufsfläche wurde nach neun Branchen und 37 Sortimentsgruppen differenziert. Eine fortschreibungsfähige Datei des Einzelhandelsbestands wird der Stadt Dormagen übergeben.

Unter zusätzlicher Verwendung sekundärstatistischer Materialien, z. B. Flächenproduktivitäten nach Branchen, erfolgte im Anschluss unter Berücksichtigung der betriebs- und standortbezogenen Attraktivität sowie der Befragungsergebnisse die Berechnung der Umsätze für das Jahr 2011.

*Berechnung der Umsätze für das Jahr 2011*

Bei der textlichen, tabellarischen und kartografischen Darstellung des Einzelhandelsbestands werden im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts die einzelnen Sortimente in neun Gruppen zusammengefasst oder differenziert betrachtet. Insbesondere bei der Berechnung und Auswertung von handelswirtschaftlichen Leistungskennziffern wird die zusammengefasste Betrachtungsweise bevorzugt, da sich diese auf Schätzwerte beziehen. Dabei werden folgende Branchen zusammengefasst:

*Gruppierung der Sortimente*

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, Zoobedarf
- Bücher, Schreibwaren, Büro
- Bekleidung, Schuhe, Schmuck
- Sport, Freizeit, Spiel
- Elektrowaren
- Möbel, Einrichtung
- Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör

Die exakte Zuordnung zu den Branchen ist der Abbildung 11 zu entnehmen. Gegliedert nach der später vorzunehmenden Einstufung als zentren- oder nicht zentrenrelevantes Sortiment befindet sich im Anhang zudem eine Zuordnung der Sortimente gemäß der Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes aus dem Jahr 2008.

Da neben den Betrieben des Einzelhandels und Ladenhandwerks auch publikumsorientierte Dienstleistungen, kulturelle Einrichtungen und eine Reihe weiterer Nutzungen die Attraktivität eines Standorts sowie dessen Zentralität wesentlich mitbestimmen und bei der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche von Bedeutung

*Komplementärnutzungen*

---

<sup>3</sup> vgl. OVG NRW AZ 7 B 1767 / 08, 6.2.2009

sind, wurden auch diese im Rahmen der Bestandsaufnahme innerhalb der wesentlichen siedlungsstrukturell integrierten Einzelhandelslagen aufgenommen, jedoch nicht weitergehend analysiert und damit ausschließlich im Hinblick auf die Erfüllung ihrer Komplementärfunktionen zum Einzelhandel bewertet.

Publikumsorientierte Dienstleistungen zeichnen sich dadurch aus, dass ihre Existenz von einer hohen Besucherfrequenz einer breiten Zielgruppe abhängig ist. Sie belegen häufig Standorte in Zentren, um von der durch die umliegenden Nutzungen erzeugten Passantenfrequenz zu profitieren, ermöglichen aber auch den umgebenden Nutzungen, an der durch sie erzeugten Frequenz zu partizipieren. Damit kommt den publikumsorientierten Dienstleistungen eine zentrenprägende Funktion zu. Insbesondere gastronomische und öffentliche Einrichtungen verstärken die Belebung eines Zentrums und tragen dazu bei, sogenannte Synergieeffekte auszulösen.

*publikumsorientierte Dienstleistungen*

Neben den auf die Frequenz eines Geschäftsquartiers eher kontraproduktiv wirkenden Leerständen wurden daher folgende Nutzungen (ohne Flächenangaben) in den Stadtteilen Mitte, Hackenbroich, Horrem, Nievenheim, Ückerath und Stürzelberg erhoben:

- Restaurants, Cafés, Eisdielen, Gaststätten etc.
- Arzt- und Anwaltspraxen sowie Notare
- Bank- bzw. Sparkassenfilialen
- Massagepraxen und Physiotherapeuten
- Friseure
- Lotto/Toto, Copy-Shops
- CD-/Video-Verleih
- Reisebüros
- Saunas und Bräunungsstudios
- Schuh- und Schlüsselservices
- Versicherungs- und Maklerbüros
- Kinos, Theater, Galerien und sonstige kulturelle Einrichtungen
- Spielotheken, Billardcenter
- Internetcafés
- Postdienstleistungen

Für diese Komplementärnutzungen wurden Name, Adresse und Standort ermittelt, wobei eine Zuordnung zu folgenden vier Obergruppen erfolgte:

*Obergruppen der Komplementärnutzungen*

- Gastronomie und Hotellerie
- Dienstleistungen
- Kultur und Freizeit
- Bildung und Gesundheit

### 1.3 Beteiligung und Abstimmung

Das vorliegende Konzept wird dem Planungsausschuss der Stadt Dormagen am 28. Juni 2012 als Entwurf vorgestellt, der daraufhin

einen Beschluss für die Öffentlichkeits- und Behördenbeteiligung fassen soll. Nach Einarbeitung der Stellungnahmen und Anregungen soll in der nächsten Sitzung des Planungsausschusses am 13. September 2012 die Empfehlung an den Rat der Stadt Dormagen ausgesprochen werden, das Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Dormagen in der Ratssitzung am 30. Oktober 2012 zu beschließen.

#### 1.4 Allgemeine Entwicklungstendenzen im Einzelhandel

##### 1.4.1 Bedeutung des Einzelhandels für die Stadtentwicklung

Die Entwicklung des Einzelhandels und der Stadtstrukturen beeinflussen einander. Einzelhandel bewirkt in integrierten Lagen oftmals Baudichte, Passantenfrequenz sowie Nutzungsmischung und ist eine wichtige Voraussetzung für Urbanität und eine „vitale Stadt“. Umgekehrt verbessern attraktive städtebauliche Rahmenbedingungen die Anziehungskraft von Einzelhandelslagen. Mit der zunehmenden Ansiedlung von Einzelhandel an peripheren Standorten hat sich diese „stadtbildende“ Funktion des Einzelhandels in der Vergangenheit deutlich reduziert. Daher bedarf es heute der gezielten Steuerung des Einzelhandels im Rahmen einer nachhaltigen Stadtentwicklungspolitik, um die stadtbildende Funktion des Einzelhandels aufrecht zu erhalten. Die Zentren sind dabei auf Einzelhandelsnutzungen angewiesen, um Frequenzen zu sichern.

*stadtbildende Funktion des Einzelhandels*

Beeinflusst wird die Entwicklung des Einzelhandels von Veränderungen in Angebot und Nachfrage. Es ist davon auszugehen, dass sich einige der nachfolgend skizzierten Entwicklungstendenzen unabhängig von öffentlichen Eingriffen fortsetzen, andere jedoch sind durch gezielte Stadtentwicklungspolitik beeinflussbar.

*Angebot und Nachfrage*

##### 1.4.2 Entwicklungen auf der Angebotsseite

Eine Reihe handelsendogener Faktoren wird auch in Zukunft die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Dormagen beeinflussen:

Seit 1970 hat sich in Deutschland die Verkaufsfläche des Ladenhandels auf aktuell ca. 122 Mio. qm mehr als verdreifacht.<sup>4</sup> Allerdings ist in den letzten Jahren eine nachlassende Dynamik zu erkennen.

*Verkaufsflächenwachstum und steigende Betriebsgrößen*

Das starke Verkaufsflächenwachstum führt bei einem begrenzten Marktvolumen zu einem Rückgang der Verkaufsflächenproduktivität. Die Folgen sind steigender Wettbewerb um Marktanteile, aber auch die Tendenz zur stärkeren Reduzierung der Betriebskosten (Lieferantenkonditionen, Personalkosten). Hieraus resultieren oftmals Reduzierungen von Serviceleistungen sowie die weitere Ver-

*Verkaufsflächenproduktivität*

---

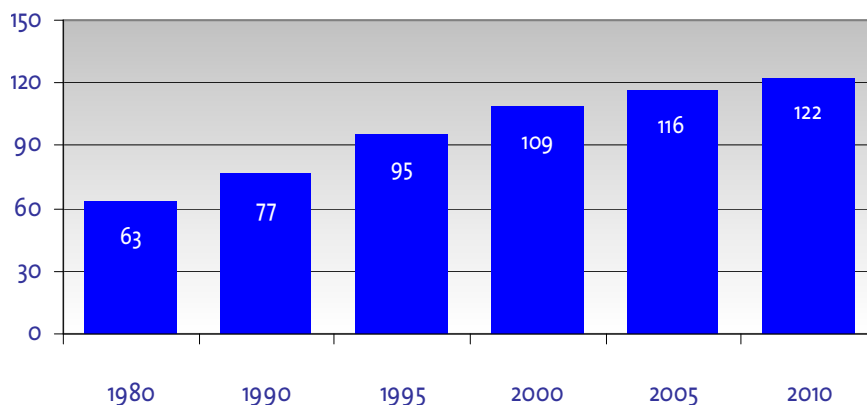
<sup>4</sup> vgl. EHI Handel aktuell 2009/2011 S.174

drängung von kleineren Betriebseinheiten, die aufgrund ungünstiger Einkaufskonditionen im Preiskampf nicht mehr mithalten können.

Ein Wandel der Betriebsformen und -konzepte führt zu steigendem Wettbewerbsdruck v. a. bei inhabergeführten Geschäften. Diese Umformung verläuft häufig in Verbindung mit einer zunehmenden Großflächigkeit und Discountisierung. Beispielhaft ist der Lebensmitteleinzelhandel aufzuführen, dessen Preiskampf im europäischen Vergleich der in Deutschland mit am größten ist. Eine steigende Dominanz des Discountbereichs wird anhand der Entwicklung des Umsatzanteils am gesamten Lebensmitteleinzelhandel deutlich: Seit 1990 hat sich der Umsatzanteil der Lebensmitteldiscounter von ca. 24 % auf ca. 42 % im Jahre 2007 fast verdoppelt – mit einer weiter steigenden Tendenz.<sup>5</sup> Wesentliche Einbußen mussten neben den traditionellen kleineren SB-Lebensmittelgeschäften lange Zeit auch die Supermärkte hinnehmen.

*Discountorientierung*

**Abbildung 2** Verkaufsflächenentwicklung im Einzelhandel 1980 - 2011  
(in Mio. qm)



Quelle: Daten EHI Handel aktuell 2009/2011, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012

Auch in anderen Branchen, z. B. Drogerie, Textilien, Schuhe oder Sportartikel, verläuft diese Entwicklung zugunsten von Fachmärkten und zulasten kleiner und mittelständischer Fachgeschäfte. Auf dem deutschen Elektronikmarkt werben die Filialketten Media-Markt, Saturn und Pro-Markt massiv mit Niedrigpreisen und erwirtschaften mittlerweile einen Umsatzanteil von fast 40 % am Gesamtmarkt.<sup>6</sup>

In dem angespannten Wettbewerb um Umsatzanteile haben Preisdumping und Unternehmensübernahmen zu immer stärkeren Konzentrationsprozessen und höherem Filialisierungsgrad im Einzelhandel geführt.

*Konzentration und Filialisierung*

<sup>5</sup> EHI Handel aktuell 2009/2011, S. 192

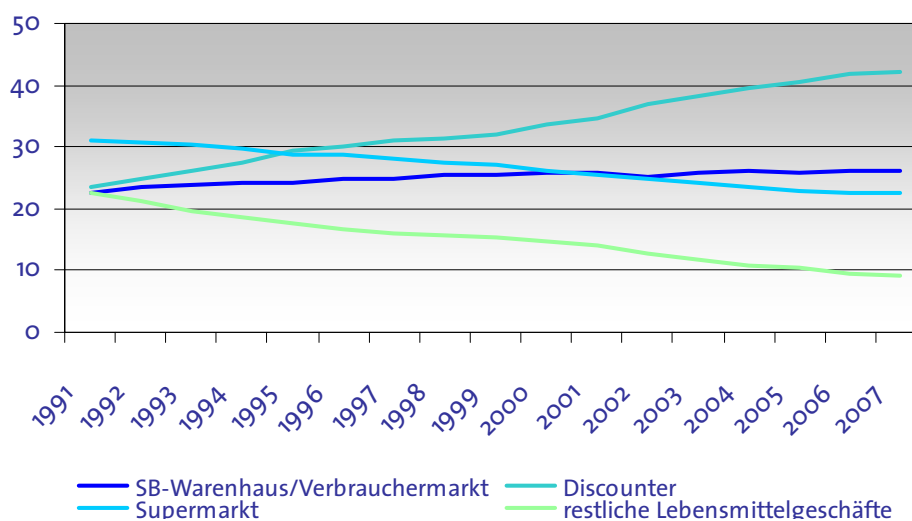
<sup>6</sup> EHI Handel aktuell 2009/2011, S. 236



Die Vertriebsstrukturen im Einzelhandel verändern sich mit deutlichen Auswirkungen auf die bestehende Einzelhandelslandschaft und deren Entwicklung. Neue Standorte (u.a. Tankstellen, Bahnhöfe, Flughäfen) verschärfen den Wettbewerb des stationären Einzelhandels. Hersteller versuchen, die Bedeutung der Händler zu mindern und realisieren Shops in Eigenregie. Mit E-Commerce erobern virtuelle Einkaufsplätze die Gunst der Kunden. So stieg der Umsatz des Online-Handels von ca. 1,0 Mrd. EUR im Jahre 2000 auf ca. 18,3 Mrd. EUR im Jahre 2011. Dies entspricht bereits über 7 % des Gesamtumsatzes im Einzelhandel. Für das Jahr 2011 wurde ein weiterer Anstieg des Umsatzes auf bis zu 10 % des Gesamtumsatzes prognostiziert.<sup>7</sup> Anfänglich waren es hauptsächlich Bücher und Produkte der Unterhaltungselektronik/IT, die über E-Commerce nachgefragt wurden. Mittlerweile ist der Onlinehandel in fast allen Branchen spürbar. Auch der Bereich Teleshopping weist kontinuierliche Umsatzzuwächse von jährlich ca. 20 % auf. Damit verliert der stationäre Einzelhandel zunehmend Marktanteile.

*Veränderungen der Vertriebsstrukturen*

**Abbildung 3** Umsatzanteile des Lebensmitteleinzelhandels nach Betriebstypen von 1991 bis 2007 (in %)



Quelle: Datengrundlage EHI Handel aktuell 2009/2011 und frühere Ausgaben; Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

Anm.: Aufgrund neuer Betriebstypenentwicklungen im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels wurden die statistischen Kategorien der Betriebstypen durch das EHI Retail Institute mittlerweile novelliert, sodass eine Vergleichbarkeit der Darstellung mit den Jahren 2008 bis 2011 nicht gewährleistet wäre.

Zudem kommt es zu einer Art „Aufweichung“ der bisherigen Betriebstypenstrukturen. Die Firma Tchibo hat sich lange Zeit als Mehrbranchenanbieter positioniert, der Kaffee-Verkauf degradierte zur Nebeneinnahme. Die Lebensmitteldiscounter Aldi und Lidl errei-

<sup>7</sup> EHI Handel aktuell 2009/2011, S. 232

chen hohe Umsatzanteile und Marktbedeutung mit Aktionsware; beispielhaft dafür ist die Betrachtung der umsatzbezogenen TOP Ten im Textileinzelhandel.

Aufgrund des fortwährenden Kampfes um Marktanteile nimmt die Vertikalisierung im Einzelhandel zu, sie steht für die Ausklammerung von Zwischenstufen (z. B. Großhandel) des Handels durch Realisierung eigener Shops oder enger Zusammenarbeit mit anderen Handelspartnern (z. B. Esprit, H & M, Ikea, Aldi), um sich hierdurch vor allem gegenüber anderen Filialisten, dem Fachhandel und dem Versandhandel behaupten zu können.

Tabelle 1 TOP Ten des Textileinzelhandels im Jahr 2011

Unternehmen	Textilumsatz in Mio. EUR brutto
Otto Group, Hamburg	4.158*
H&M, Hamburg	3.211
C&A, Düsseldorf	3.011
Metro Group, Düsseldorf	2.418*
Karstadt, Essen	1.973*
Peek & Cloppenburg, Düsseldorf	1.334
Tengelmann, Mülheim Ruhr	1.195*
Lidl, Neckarsulm	1.049*
Aldi Gruppe	1.034*
Tchibo, Hamburg	945*

\* Schätzwerte

Quelle: Datengrundlage Textil Wirtschaft Oktober 2011 (www.lebensmittelzeitung.net), Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2011

### 1.4.3 Entwicklungen auf der Nachfrageseite

Verantwortlich für die Entwicklungstendenzen im Einzelhandel sind auch die Verbraucher. So hat sich auf der Nachfrageseite in den letzten Jahrzehnten ein demografischer und gesellschaftlicher Wandel vollzogen, der sich in einer Veränderung der Altersstrukturen und der Tendenz zu kleineren Haushalten sowie in einer gestiegenen Mobilität niederschlägt. Zudem ist zu berücksichtigen, dass die Bevölkerungszahl - mit erheblichen regionalen Unterschieden - in den kommenden Jahren in der Tendenz weiterhin sinken wird.

Die immer stärkere Preis- und Pkw-Orientierung der Kunden hat die Entwicklung der heutigen Strukturen im Einzelhandel unterstützt.

*Preis- und Pkw-Orientierung der Kunden*

Das sogenannte Smartshopping<sup>8</sup> hat die traditionelle Kundenbindung an ein Unternehmen abgelöst - mit der Folge, dass Preis- sowie Rabattierungsaktionen weiter zunehmen.

In Verbindung mit wachsenden Ausgaben in anderen Bereichen (z. B. Energie) und zunehmender Preisorientierung der Verbraucher sinkt der Ausgabenanteil der Kunden für den Einzelhandel seit Jahren. Lag der Anteil des Einzelhandels an den privaten Konsumausgaben im Jahr 1995 noch bei über 35 %, wurde im Jahr 2011 nur noch ein Anteil von ca. 28 % erreicht.<sup>9</sup> Insgesamt wird die Einzelhandelskaufkraft in den nächsten Jahren voraussichtlich nur in geringem Maße ansteigen.

*Anteil des Einzelhandelsumsatzes an privaten Konsumausgaben*

Die Kunden verlangen aber trotz Umsatzrückgängen eine möglichst große Vielfalt. Dazu fordern die Tendenz zu mehr Ein- und Zweipersonenhaushalten sowie der demografische Wandel eine größere Diversifizierung im Hinblick auf Sortiments- und Angebotsstrukturen. Alle Waren eines Bedarfsbereichs sollen zudem nach Möglichkeit an einem Einkaufsstandort verfügbar sein (One-Stop-Shopping), damit möglichst wenig Zeit für die Versorgung bzw. möglichst viel Zeit für die Freizeitgestaltung verwendet werden kann. Eine größere Entfernung zum Einkaufsort wird von dem mobilen Teil der Bevölkerung in Kauf genommen. „Erlebniseinkauf“ und „Versorgungseinkauf“ werden immer stärker getrennt.

*Einkaufsverhalten*

Insgesamt geht mit der Steigerung der Mobilität und einer immer bedeutsamer werdenden Erlebniskomponente des Einkaufens eine sinkende Standort- und Betriebstreue der Verbraucher einher. Hierdurch hat sich der Wettbewerb um den Kunden intensiviert. Auch hat das veränderte Kundenverhalten zu einer Neubewertung von Standortfaktoren und Standortqualitäten sowie der Entwicklung neuer Betriebstypen und Vertriebssysteme durch die Einzelhandelsunternehmen geführt.

#### 1.4.4 Auswirkungen auf die Stadtentwicklung

Aus der Vernetzung der Entwicklungen von Angebots- und Nachfrageseite resultieren zum Teil erhebliche Auswirkungen auf die Stadtentwicklung.

Durch die Konzentration auf periphere, autoorientierte Einkaufsorte haben die gewachsenen Zentren v. a. in der Vergangenheit an Bedeutung verloren. Die erfolgte Ausweitung von zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten an nicht integrierten Standor-

*Funktionsverluste in den Stadtzentren*

---

<sup>8</sup> Smart Shopper: Die Kaufentscheidung orientiert sich ausschließlich an Preisgünstigkeit und Preiswürdigkeit; die Folgen im Kundenverhalten sind eine intensive Informationssuche vor dem Kauf, Vorratskäufe bei Angeboten, Internetshopping, Nutzung von Coupons und Kundenkarten.

<sup>9</sup> Quelle: Statistisches Bundesamt, HDE-Berechnungen 2011 (Einzelhandel ohne Kfz-Handel, Kraft- und Brennstoffe sowie Apotheken)

ten hat wichtige Magnetbetriebe sowie Kaufkraft aus den Zentren abgezogen. In den Innenstädten haben die Warenhäuser und der Fachhandel als Leitbetriebe an Bedeutung eingebüßt. Allerdings ist hinsichtlich der Shopping-Center festzuhalten, dass hier in den letzten Jahren eine Trendwende eingesetzt hat:

Während Einkaufszentren seit den 60er-Jahren vorzugsweise außerhalb bestehender Versorgungsstrukturen auf der „Grünen Wiese“ angesiedelt wurden, werden in den letzten Jahren neue Einkaufszentren zum überwiegenden Teil innerhalb von Innenstädten bzw. Stadtteilzentren in Ober- und Mittelzentren realisiert.

Der Forderung von Handelsunternehmen nach größeren Ladeneinheiten ist in vielen Zentren schwer nachzukommen. Vielfach fehlen notwendige Entwicklungsflächen für neue Handelsimmobilien oder Erweiterungen bestehender Betriebe; Zuschnitte bestehender Ladeneinheiten entsprechen vielerorts nicht mehr aktuellen Ansprüchen. Die eigentümerübergreifende Vergrößerung von bestehenden Ladeneinheiten stellt eine besondere Herausforderung dar, die u. a. in Immobilien- und Standortgemeinschaften gelöst werden können.

*Flächenansprüche*

Leistungsfähige Lebensmittelanbieter fragen heute Standorte mit mindestens 800 qm Verkaufsfläche nach. Es muss daher davon ausgegangen werden, dass Lebensmittelbetriebe ohne Erweiterungsmöglichkeiten in vielen Fällen aufgeben werden. Bei fehlenden Entwicklungsflächen in den kleineren Zentren kann dann die Funktionsfähigkeit des gesamten Zentrums gefährdet sein. Beim Verlust des Lebensmittelmagnetbetriebs entsteht i. d. R. ein Trading-Down-Prozess, und weitere Geschäfte müssen aufgrund fehlender Laufkundschaft schließen. Auch andere Infrastruktureinrichtungen (z. B. Poststellen, Bankfilialen) ziehen sich aus den (ehemaligen) Versorgungsschwerpunkten zurück. Diese Entwicklungen verlaufen entgegen einem stadtpolitischen Ziel der „kurzen Wege“. In der Dormagener Bevölkerung sind insbesondere immobile Bevölkerungsteile betroffen, die auf eine wohnungsnahe Grundversorgung angewiesen sind. Mit dem demografischen Wandel steigt dieser betroffene Bevölkerungsteil weiter an.

*Nahversorgung*

Das Verkaufsflächenwachstum an nicht integrierten Standorten führt zu erhöhten Aufwendungen im Hinblick auf die Bereitstellung der dort monofunktional genutzten Infrastruktur. Zudem verursacht das Ausbleiben von Einzelhandelsinvestitionen in den Zentren öffentliche Revitalisierungs- und Entwicklungsmaßnahmen. Der Flächenverbrauch für großflächige, oft eingeschossige Verkaufsräume an peripheren Standorten mit großzügigen Stellplatzanlagen belastet die Umwelt.

*Infrastrukturkosten*

Die durch die steigenden Betriebsgrößen hervorgerufenen größeren Einzugsbereiche der Betriebe fördern den Anstieg des Individualverkehrs. Die Realisierung einer städtischen Funktionsmischung von Wohnen und Versorgung - und damit die Möglichkeit zur Reduzie-

*Individualverkehr*

lung von Verkehr - wird immer schwieriger. Die schwindende Attraktivität von Zentren kann darüber hinaus zur Vernachlässigung von Investitionen in den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) führen.

In Gewerbe- und Industriegebieten stellen Entwicklungsflächen entlang von Hauptverkehrsstraßen aufgrund ihrer guten Pkw-Erreichbarkeit für viele Einzelhandelsunternehmen attraktive Alternativstandorte zu den Stadtzentren dar. Einzelhandelsunternehmen sind im Vergleich zu anderem Gewerbe zur Zahlung höherer Bodenrenten fähig, was zur Verdrängung des vorhandenen Gewerbes führen kann.

*Gewerbe- und Industriegebiete*

Diese übergeordneten Entwicklungen nehmen auch auf das Zentrengefüge der Stadt Dormagen Einfluss, wodurch Versorgungsschwerpunkte in ihrer Qualität und Existenz beeinträchtigt werden können. Eine gesamtgemeindliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung ist notwendig, um die dadurch verursachten städtebaulichen, wirtschaftlichen und ökologischen Folgewirkungen verträglich zu halten und dem Bedeutungsverlust gewachsener Zentren entgegenzuwirken.

## 2 Rahmenbedingungen

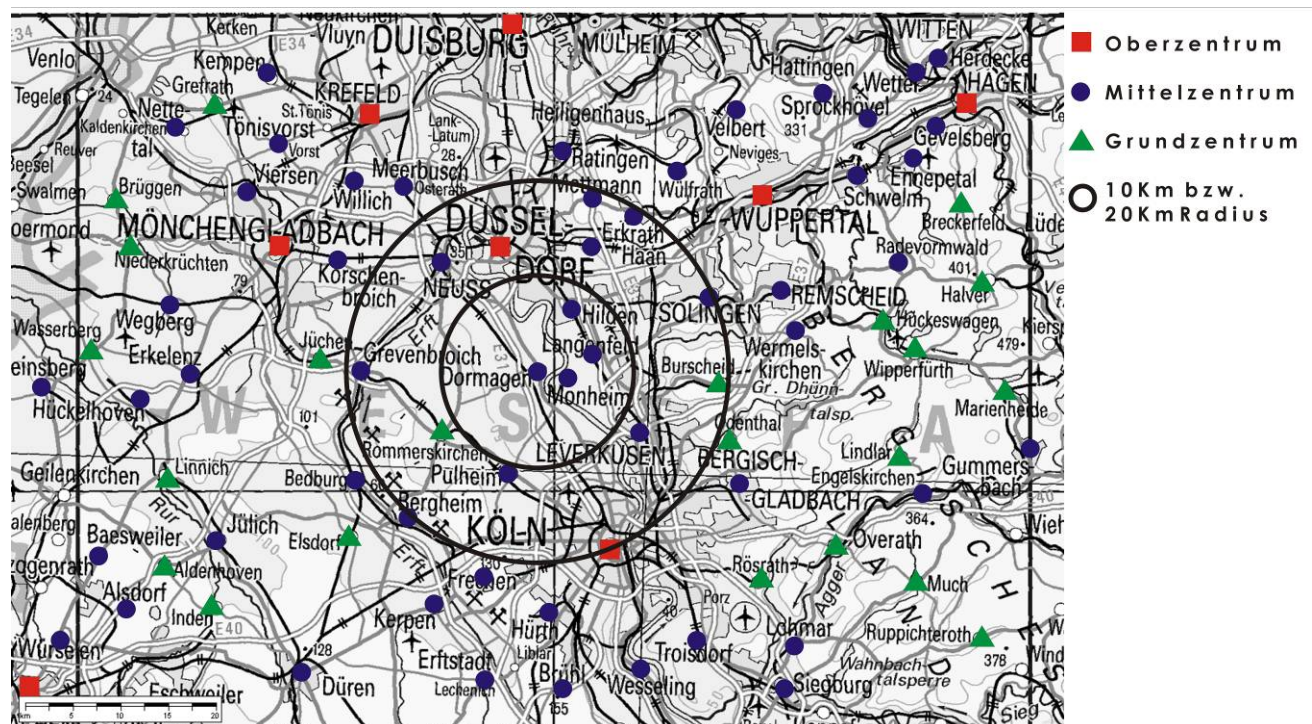
### 2.1 Lage im Raum und regionalplanerische Einstufung

Die Stadt Dormagen liegt im Südosten des Rhein-Kreis Neuss, westseitig des Rheins zwischen der Stadt Neuss und der Stadt Köln. Die Stadt Dormagen ist dem Regierungsbezirk Düsseldorf zugeordnet und wird in der landesplanerischen Hierarchie als Mittelzentrum eingestuft. Aufgrund der Lage im Ballungsraum zwischen Köln und Düsseldorf im Grenzraum vieler Mittelzentren konzentriert sich die Versorgungsfunktion auf das eigene Stadtgebiet. Der Einkaufsstandort Dormagen steht dabei in ausgeprägtem Wettbewerb zu den nahegelegenen Mittelzentren Neuss, Grevenbroich, Pulheim, Leverkusen, Monheim, Langenfeld und Hilden sowie besonders zu den Oberzentren Köln und Düsseldorf.

*Lage und Wettbewerbssituation*

Neben der Wettbewerbssituation wird die Entwicklung des Dormagener Einzelhandels u. a. durch die Verkehrsanbindung und die topografische Situation beeinflusst.

Abbildung 4 Lage der Stadt Dormagen im Raum und zentralörtliche Gliederung



Quelle: Kartengrundlage: Geobasisdaten Landesvermessungsamt Nordrhein-Westfalen, Bonn, ST/8/2004; Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2011

Aufgrund dieser Situation ergeben sich spezifische Konsequenzen für die Einzugsbereiche, die Kaufkraftbindung, die Nahversorgungssituation, etc. des Dormagener Einzelhandels, die im Rahmen dieses Konzeptes ihre Berücksichtigung finden.

Im Ballungsraum zwischen Köln und Düsseldorf gelegen, verfügt Dormagen über eine sehr gute verkehrliche Anbindung. Nur wenige Kilometer vom Stadtzentrum Dormagens entfernt besteht durch die gleichnamige Anschlussstelle Nr. 25 eine direkte Anbindung zur Autobahn A 57 zwischen Köln und Düsseldorf. Parallel dazu verläuft auf der östlichen Seite der Innenstadt zudem die Bundesstraße B 9. Weitere überregionale Verkehrsverbindungen können am Kreuz Neuss-Süd (A 46, folgend A 3) und am Kreuz Köln-Nord (A 1, folgend A 3, A 4) in fünf bis zehn Fahrminuten erreicht werden.

*verkehrliche Anbindung*

Während die erwähnten A 57 und B 9 beiderseitig der Innenstadt nord-südlich verlaufen, queren die Kreisstraße K 12, die Landstraße L 280 und die Kreisstraße K 18 das Dormagener Stadtgebiet von Osten nach Westen und sorgen für eine innerstädtische Erreichbarkeit der einzelnen Ortslagen.

Auch die Anbindung über den Schienenpersonenverkehr wird in Dormagen durch die Bahnhöfe Dormagen, Nievenheim und Dormagen Bayerwerk gewährleistet. Dabei ist die Sondersituation zu berücksichtigen, dass sich Dormagen im Grenzbereich der beiden Nahverkehrsverbünde Rhein-Ruhr (VRR) und Rhein-Sieg (VRS) befindet und somit für das Bevölkerungsaufkommen beider Regionen mittels der VRR- bzw. der VRS-Tickets erreichbar ist. Die Linie RE 7 der Deutschen Bahn zwischen Rheine, Münster, Hamm, Hagen, Wuppertal, Köln und Krefeld sieht Dormagen ebenso als Zwischenstation vor wie die über Düsseldorf, Köln und Bergisch Gladbach verlaufende Stadtbahnlinie S 11 der Stadt Köln.

*Schienenpersonennahverkehr*

Der Betreiber des öffentlichen Personennahverkehrs in Dormagen, die StadtBus Dormagen GmbH bietet tagsüber sieben innerstädtische Buslinien an:

*Öffentlicher Personennahverkehr*

- Linie 881: Hackenbroich – Marktplatz – Dormagen Bf.
- Linie 882: Hackenbroich – Gewerbegebiet TOP-West - Dormagen Bf.
- Linie 883: Broich – Gohr – Ückerath – Nievenheim – Straberg – Knechtsteden – Delhoven – Dormagen Bf. - Marktplatz
- Linie 884: Nievenheim Bf. – Ückerath – Horrem – Dormagen Bf. - Marktplatz
- Linie 885: Nievenheim Bf. – Ückerath – Straberg - Knechtsteden – Delhoven – Hackenbroich – Köln Worringen Bf. – INEOS/ Chempark - Marktplatz
- Linie 886/887: Nievenheim Bf – Delrath – St.Peter - Stürzelberg – Zons – Dormagen Bf – Marktplatz – Rheinfeld

Zusätzlich verkehren die Regionalbuslinien

- Linie 871: Marktplatz – Dormagen Bf. – Delhoven – Knechtsteden – Rommerskirchen – Grevenbroich
- Linie 875: Dormagen Bf. – Zons – Stürzelberg - Neuss

Weiterhin bietet der StadtBus Dormagen Nachtbus- und Anrufli-nien-Taxis (ALT) an. Es wird deutlich, dass alle Orts- und Wohnlagen durch die regelmäßig betriebenen Buslinien angefahren werden und somit auch für den nicht über einen Pkw verfügenden Teil der Bevölkerung die Mobilität gesichert ist.

## 2.2 Bevölkerungs- und Siedlungsentwicklung

Für die aktuelle Einzelhandelssituation und die Entwicklungspotenziale des Dormagener Einzelhandels sind auch die Bevölkerungsverteilung und -struktur wichtig.

Die Stadt Dormagen wies zum 31.12.2010 eine Einwohnerzahl von 63.023 auf, die sich auf 16 Stadtteile verteilte. Die Stadtteile Mitte, Horrem und Rheinfeld bilden dabei den Hauptsiedlungskörper. Hier lebt etwa ein Drittel der Dormagener Bevölkerung. Im Norden des Stadtgebiets wird durch die Stadtteile Ückerath und Nievenheim ein weiterer im Zusammenhang stehender Siedlungsschwerpunkt (rund. 12.000 Einwohner) gebildet. Die übrigen Stadtteile befinden sich teilweise in mehreren Kilometern Entfernung zueinander verteilt in der Gemarkung, sodass übergreifend von einer dispersen Siedlungsentwicklung gesprochen werden kann.

*Einwohnerzahl und Stadtgliederung*

**Tabelle 2** Einwohner der Stadt Dormagen nach statistischen Bezirken im Jahr 2009

Stat. Bezirk	Einwohner
Dormagen-Mitte	10.206
Broich	136
Delhoven	3.959
Delrath	2.957
Gohr	2.092
Hackenbroich	7.970
Hackhausen	443
Horrem	8.001
Knechtsteden	35
Nievenheim	6.575
Rheinfeld	5.328
Stadt Zons	5.378
St. Peter	419
Straberg	2.707
Stürzelberg	4.142
Ückerath	2.603
<b>Gesamt</b>	<b>62.951</b>

Quelle: Daten der Stadt Dormagen; Stand: 31.12.2009, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012



Zwischen den Jahren 2000 und 2006 war in Dormagen ein leichter Bevölkerungszuwachs zu erkennen, der daraus resultierte, dass Wanderungsgewinne die Zahlen der negativen natürlichen Bevölkerungsentwicklung regelmäßig überstiegen. Seit 2006 jedoch ist auch in Dormagen ein Bevölkerungsrückgang zu verzeichnen. Innerhalb von vier Jahren sank die Bevölkerungszahl um rund 600 Einwohner. Da die Gewinne zu Beginn des Jahrzehnts höher ausfielen als die folgenden Verluste, ist für den Betrachtungszeitraum insgesamt eine Zunahme der Bevölkerungszahl um ca. 0,7 % zu konstatieren.

Als entscheidender Faktor der Wanderungsgewinne kann die Wohnfunktion Dormagens angeführt werden, die sich aus der geographischen Lage zwischen Städten mit hoher Arbeitsplatzzentralität und gehobenem Mietpreinsniveau ergibt.

**Tabelle 3** Einwohnerentwicklung Stadt Dormagen 2000 – 2010

Jahr	Einwohner	
	absolut	Jahr 2000 = 100 %
2000	62.571	100,00
2001	62.992	100,67
2002	63.347	101,24
2003	63.464	101,43
2004	63.501	101,49
2005	63.596	101,64
2006	63.629	101,69
2007	63.592	101,63
2008	63.204	101,01
2009	62.944	100,60
2010	63.023	100,72

*Einwohnerentwicklung seit 2000*

Quelle: Daten der Stadt Dormagen, Berechnung und Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012

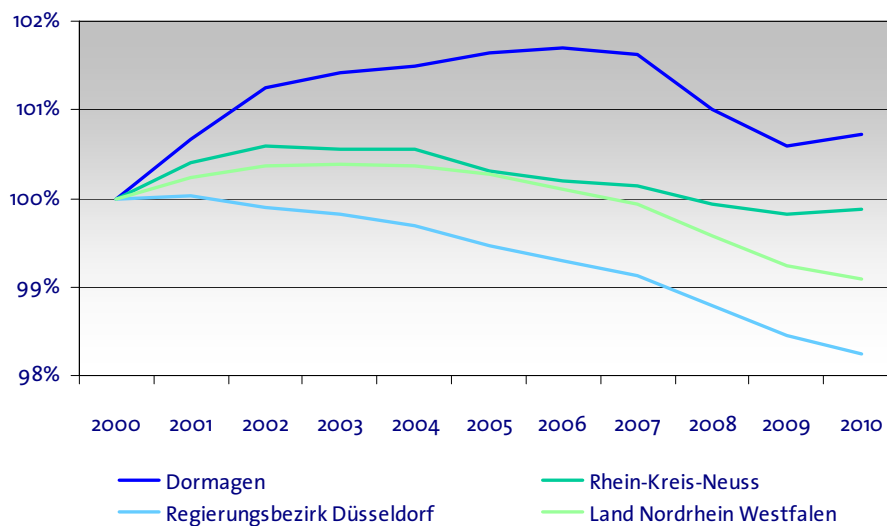
Im Vergleich zum Rhein-Kreis Neuss, zum Regierungsbezirk Köln und zum Land Nordrhein-Westfalen ist die Stadt Dormagen so auch der einzige Bezugsraum, in dem seit 2000 eine positive Bevölkerungsentwicklung nachvollzogen werden kann. Das erwähnte Wachstum um rund 1 % steht Verlusten bis zu ca. 2 % im Regierungsbezirk und rund 1 % im Land Nordrhein-Westfalen gegenüber. Im Rhein-Kreis-Neuss ist die Bevölkerungszahl im Vergleichszeitraum nahezu stagniert.

Bei der Betrachtung der Bevölkerung nach Altersgruppen zeigt sich, dass die Stadt Dormagen bei den unter 20-Jährigen und den über 59-Jährigen etwa im Durchschnitt der Vergleichsräume liegt. Bei der

*Bevölkerung nach Altersgruppen*

Altersgruppe 20 bis 39 Jahre wird dagegen (ebenso wie beim Kreis) ein leicht unterdurchschnittlicher Bevölkerungsanteil, bei Gruppe der 40- bis 59-Jährigen ein leicht überdurchschnittlicher Anteil erreicht.

Abbildung 5 Bevölkerungsentwicklung seit 2000

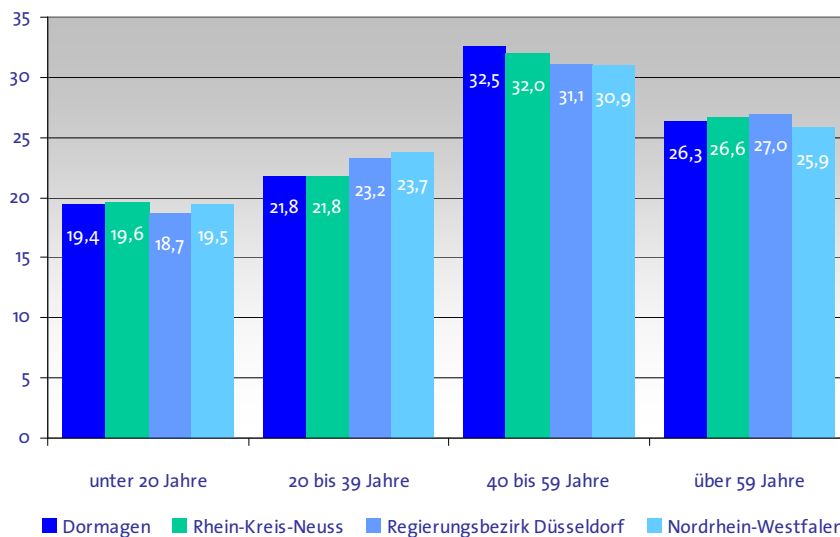


Quelle: Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012

Um Aussagen zu der künftigen Bevölkerungsentwicklung der Stadt Dormagen treffen zu können, kann auf die Bevölkerungsprognose der Stadtverwaltung zurückgegriffen werden.<sup>10</sup> Diese basiert auf Berechnungen der Bertelsmann Stiftung und dient der Dormagener Kommunalpolitik als „worst-case-Betrachtung“.

<sup>10</sup> Die Prognose basiert auf leicht abweichenden Einwohnerzahlen gegenüber der Einwohnerzahl nach Stadtteilen.

Abbildung 6 Altersstruktur der Dormagener Bevölkerung im Vergleich



Quelle: Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen, Stichtag 31.12.2010 (Angaben in %); Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012

Sie ist Grundlage kommunalpolitischer Planungen und Entscheidungen und wird deshalb im Rahmen dieses Gutachtens auch bei der Beurteilung zukünftiger Kaufkraft- und Verkaufsflächenpotenziale herangezogen. Ziel der Stadt Dormagen ist jedoch, die Bevölkerungszahl auch zukünftig auf dem aktuellen Niveau zu stabilisieren und eine negative Entwicklung zu verhindern.

Die Bertelsmann-Stiftung prognostiziert für die Stadt Dormagen eine Bevölkerungszahl von 59.998 im Jahr 2025. Gegenüber der aktuellen Bevölkerungszahl von 63.023 beschreibt dies einen Rückgang von 4,8 %.

Verantwortlich für den Bevölkerungsrückgang ist nach Angaben der Bertelsmann Stiftung ein zunehmender Sterbeüberschuss, der die prognostizierten Wanderungsgewinne um rund 5 % übersteigen wird.

*Bevölkerungsprognosen bis zum Jahr 2025*

Tabelle 4 Bevölkerungsprognose bis 2025 für die Stadt Dormagen

Jahr	Einwohner	
	absolut	Jahr 2000 = 100 %
2010	63.023	100,00
2011	62.900	99,80
2012	62.836	99,70
2013	62.743	99,56
2014	62.623	99,37
2015	62.479	99,14
2016	62.311	98,87
2017	62.124	98,57
2018	61.914	98,24
2019	61.686	97,88
2020	61.446	97,50
2021	61.189	97,09
2022	60.912	96,65
2023	60.623	96,19
2024	60.316	95,70
2025	59.998	95,20

Quelle: Stadt Dormagen 2010, auf Grundlage der Bevölkerungsprognose der Bertelsmann Stiftung

In Abstimmung mit der Stadt Dormagen werden die prognostizierte Bevölkerungszahl von rund 60.000 Einwohnern sowie der Zielwert einer Bevölkerungszahl von ca. 63.000 Einwohnern (Stagnation) als Prognosekorridor für die weiteren Berechnungen im Rahmen dieses Konzepts angenommen.

*Prognosekorridor von ca. 60.000 bis ca. 63.000 Einwohner im Jahr 2025 als Grundlage für weitere Berechnungen*

Neben einer Veränderung der Einwohnerzahl wird sich auch in der Stadt Dormagen der demografische Wandel deutlich widerspiegeln. Hinsichtlich der weiteren Entwicklung ist davon auszugehen, dass sich in der Stadt Dormagen der Bevölkerungsanteil von Kindern und Jugendlichen der bundesweiten demografischen Entwicklung folgend zukünftig verringern und der Anteil der älteren Menschen ansteigen wird. Insgesamt lässt sich im Hinblick auf die Bevölkerungsprognose festhalten, dass für den Einzelhandelsstandort Dormagen keine deutlichen Impulse durch die Bevölkerungsentwicklung zu erwarten sind.

*allgemeiner Alterungsprozess*

Einhergehend mit einem Alterungsprozess und einem geringeren Anteil an Familien mit Kindern wird es zu Veränderungen in der Bedarfsstruktur kommen. Dies betrifft insbesondere die Anforderungen an eine wohnungsnah Grundversorgung, eine autounabhän-

*Veränderungen in der Bedarfsstruktur*

gige Versorgung sowie die Anpassung des Einzelhandels an die Bedarfsstruktur kleinerer Haushaltsgrößen bzw. Singlehaushalte.

### 2.3 Wirtschaftsstruktur und Arbeitsplätze

Die mittelzentralen Versorgungsfunktionen der Stadt Dormagen resultieren aus dem Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz der Stadt sowie in besonderem Maße aus dem Arbeitsplatzangebot im gewerblichen Sektor. Derzeit hält die Stadt acht Gewerbegebiete sowie den CHEMPARK Dormagen mit insgesamt rund 510 ha Gewerbefläche vor. Dem 360 ha großen CHEMPARK Dormagen mit seinen 27 Partnern kommt eine übergeordnete Bedeutung für die Wirtschaftsstruktur Dormagens zu. Im Rhein-Kreis Neuss zählt dieser mit ca. 9.400 Beschäftigten zu den größten Arbeitgebern und Ausbildern. Der Produktionsschwerpunkt liegt auf der Entwicklung und Herstellung von Pflanzenschutzmitteln, Polymeren, Kunststoffen und Kautschuken. Des Weiteren befinden sich im Gewerbegebiet TOP-West Unternehmen aus den Bereichen Verfahrens- und Prozessleittechnik, Kälte- und Klimatechnik sowie Elektrotechnik. Ein weiterer Schwerpunkt liegt im Bereich der Logistik. Hier sind u. a. folgende Betriebe zu erwähnen:

- OFFERGELD LOGISTIK GmbH & Co. KG ELMER Dienstleistungs GmbH & Co. KG
- Logistikzentrum der Aldi GmbH & Co KG

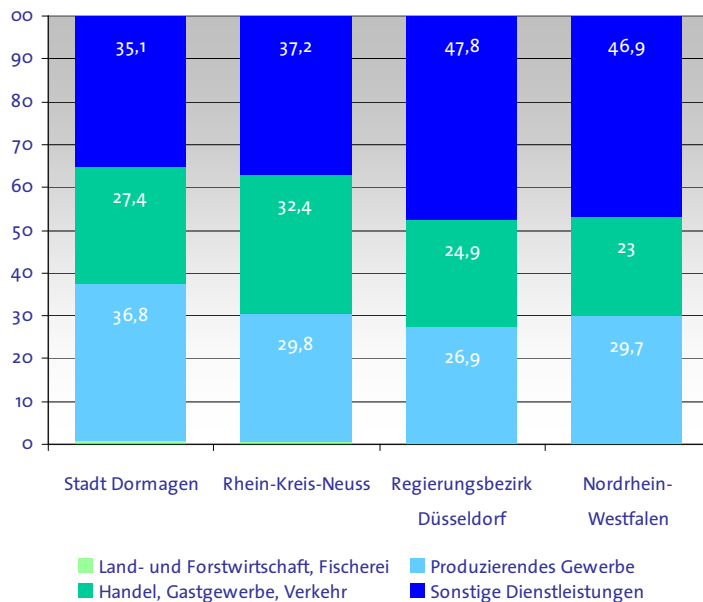
Als größere Arbeitgeber der Stadt Dormagen sind weiterhin folgende Betriebe zu nennen:

- Stadtkonzern Dormagen
- Kreiskrankenhaus Dormagen
- Veolia Umweltservice GmbH

Insgesamt war im Jahr 2011 ein Anteil von 36,8 % der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Bereich des produzierenden Gewerbes tätig. Damit liegt die Stadt Dormagen deutlich über den Vergleichswerten für Kreis, Regierungsbezirk und Land. Abzuleiten ist dieser Wert von den oben genannten acht zu Verfügung stehenden Gewerbegebieten bzw. insbesondere des CHEMPARK Dormagen und den dort ansässigen Unternehmen.

*Bedeutung von Gewerbe und Industrie*

Abbildung 7 Beschäftigtenstruktur im Vergleich



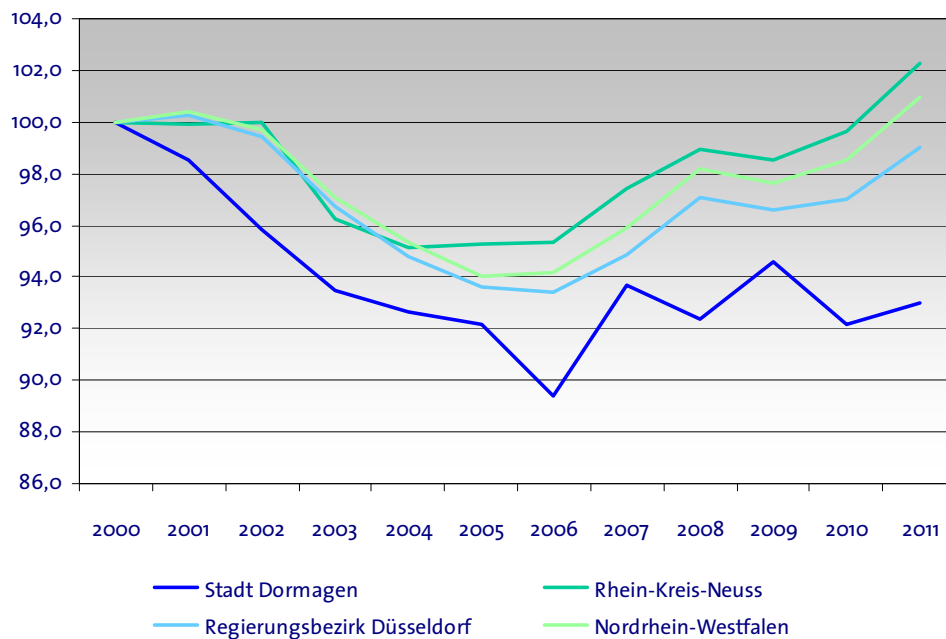
Quelle: Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen: Kommunalprofil der Stadt Dormagen Juni 2011; Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012

Die Land- und Forstwirtschaft hält in der Stadt Dormagen, ähnlich wie im Kreis, Regierungsbezirk und im gesamten Bundesland Nordrhein-Westfalen, nur noch einen marginalen Anteil an der Gesamtbeschäftigung (ca. 0,7 %).

Mit einem Anteil von 27,4 % der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Bereich Handel, Gastgewerbe und Verkehr nimmt die Stadt Dormagen eine Stellung zwischen dem Kreis auf der einen Seite, der fünf Prozentpunkte darüber liegt (32,4 %) sowie dem Regierungsbezirk und dem Bundesland auf der anderen Seite ein, die mit ihren Durchschnittswerten darunter liegen (25 % bzw. 23 %).

Im Bereich der sonstigen Dienstleistungen erreicht Dormagen einen Anteil von rund 35 %, noch unter dem kreisbezogenen Durchschnittswert von 37 %, der damit deutlich unter den Werten der beiden übergeordneten Vergleichsräume bleibt (ca. 48 % bzw. ca. 47 %). Das bestätigt die Stärke der Stadt Dormagen im produzierenden Wirtschaftssektor.

Abbildung 8 Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten\*



\* am Arbeitsort im Vergleich von 2000 bis 2011 (2000 = 100%)

Quelle: Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen, Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012

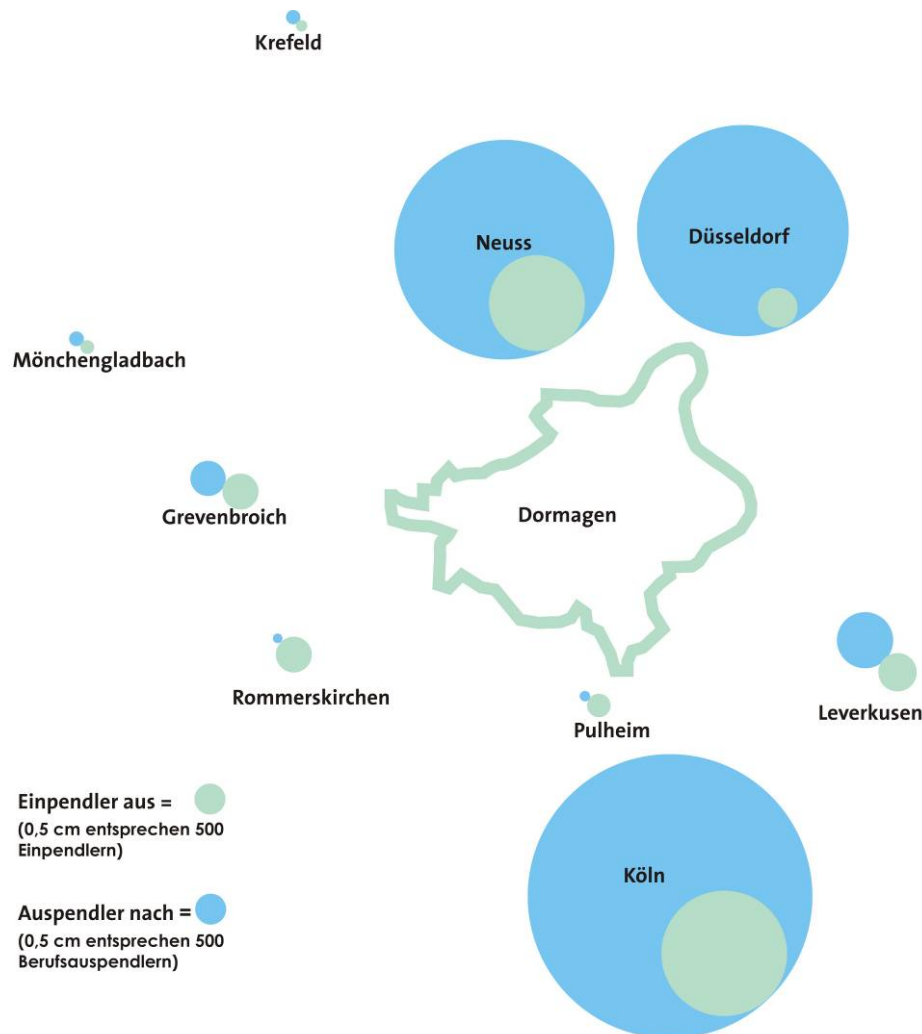
Bei der Betrachtung der Beschäftigungsentwicklung in Dormagen ergibt sich gegenüber den Vergleichsregionen ein deutlich stärkerer Rückgang. Seit dem Jahr 2000 sank die Anzahl der Beschäftigten von etwa 18.710 auf rund 17.400 Beschäftigte im Jahr 2011. Dies entspricht einem prozentualen Rückgang von 7 %. Demgegenüber konnten der Kreis, der Regierungsbezirk und das Land nach zwischenzeitlichen Verlusten ihre Daten zu den Sozialversicherungspflichtigen wieder auf den Ausgangswerten aus dem Jahr 2000 stabilisieren bzw. sogar übertreffen. Nach einem Tiefpunkt im Jahr 2006 zeigt jedoch die Tendenz in der Stadt Dormagen auch wieder nach oben.

Die Beschäftigungssituation in der Stadt Dormagen spiegelt sich auch durch ein negatives Pendlersaldo im Jahr 2010 wider: 11.328 Berufseinpendler standen 17.553 Berufsauspendlern gegenüber (-6.225 Beschäftigte). Die Entwicklung des Pendlersaldos seit 2008 wird dabei durch eine Abnahme beider Variablen, der Ein- und der Auspendler, beschrieben. Die Zahl der Einpendler ist um etwa 9 %, die der Auspendler um etwa 12 % zurückgegangen.<sup>11</sup>

*Negatives Pendlersaldo*

<sup>11</sup> Quelle: Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen 2008 und 2012: Pendlerrechnung am 30.6.2008 und am 30.06.2010

Abbildung 9 Pendlerverflechtungen im Jahr 2010 (ausgewählte Städte und Gemeinden; in absoluten Zahlen)



Quelle: Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen 2008, Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2011

Die Darstellung der räumlichen Pendlerströme zeigt die dominanten wirtschaftlichen Verflechtungen der Stadt Dormagen. Es ist erkennbar, dass der Großteil der Pendlerbewegungen im Nahbereich erfolgt. Rund 80 % der Dormagener Berufsauspendler sind in den Kommunen Düsseldorf, Krefeld, Mönchengladbach, Grevenbroich, Neuss, Rommerskirchen, Köln, Leverkusen, und Pulheim beschäftigt. Aus den gleichen Kommunen stammen insgesamt ca. 65 % der Dormagener Berufseinpendler.

Positive Salden werden dabei nur bei den Pendlerbewegungen mit den Nachbarkommunen Rommerskirchen (+431), Pulheim (+214) und Grevenbroich (+13) erreicht. Im Saldo deutlich negative Pendlerbeziehungen bestehen zu den Städten Düsseldorf (-2.817), Köln (-2.143) und Neuss (-2.035). Dabei wird deutlich, dass im Vergleich dieser drei Städte aus Düsseldorf die geringste Zahl an Einpendlern stammt. Auch im Zusammenhang mit der dargestellten Bevölkerungsent-



wicklung kristallisiert sich bei der Gesamtbetrachtung der Pendlerbewegungen die Rolle Dormagens als Wohnstandort heraus.

Pendlerbewegungen sind für den Einzelhandelsstandort Dormagen deshalb von hohem Interesse, weil viele Beschäftigte ihren Einkauf (auch) am Arbeitsort tätigen oder die Fahrten zum Arbeitsort mit dem Einkauf verknüpfen.

### 3 Eckdaten des Einzelhandels in der Stadt Dormagen

#### 3.1 Einzelhandelsaustattung nach Sortimenten

Im Januar 2012 wurden im Dormagener Stadtgebiet 318 Betriebe des Ladeneinzelhandels und des Ladenhandwerks mit insgesamt 99.710 qm Verkaufsfläche ermittelt. In der folgenden Abbildung werden die für die einzelnen Sortimente erhobenen Verkaufsflächen dargestellt. Dabei wird auf den Angebotsschwerpunkt abgestellt, eine Differenzierung nach Randsortimenten und der sog. bereinigten Verkaufsfläche erfolgt zu einem späteren Zeitpunkt.

*Einzelhandelsaustattung nach Angebotsschwerpunkt*

Tabelle 5 Einzelhandelsaustattung in der Stadt Dormagen nach Sortimenten (nach Angebotsschwerpunkt)

Sortiment	Branche	Anzahl Betriebe	VK-Fläche in qm
Lebensmittel	Nahrungs- und Genussmittel	29	20.245
Getränke, Spirituosen, Tabak	Nahrungs- und Genussmittel	28	3.355
Backwaren	Nahrungs- und Genussmittel	35	625
Fleisch, Fleischwaren	Nahrungs- und Genussmittel	6	245
Lebensmittelspezialanbieter, Reformwaren	Nahrungs- und Genussmittel	6	240
Drogerie, Kosmetik	Gesundheit, Körperpflege	10	2.975
Pharmazeutische Artikel	Gesundheit, Körperpflege	15	530
Sanitätswaren, Orthopädie	Gesundheit, Körperpflege	4	330
Optik, Hörgeräteakustik	Gesundheit, Körperpflege	9	530
Blumen	Blumen, Zoobedarf	13	555
Zoobedarf, Tiernahrung	Blumen, Zoobedarf	5	1.020
Bücher, Zeitschriften, Zeitungen	Bücher, Schreibwaren, Büro	13	1.460
Papier-, Büro-, Schreibwaren, Büroartikel	Bücher, Schreibwaren, Büro	6	505
Damenbekleidung	Bekleidung, Schuhe, Schmuck	30	11.025
Herrenbekleidung	Bekleidung, Schuhe, Schmuck	5	1.020
Kinderbekleidung	Bekleidung, Schuhe, Schmuck	2	225
Schuhe, Lederwaren, Taschen, Koffer	Bekleidung, Schuhe, Schmuck	10	2.350
Sportbekleidung, Sportschuhe	Bekleidung, Schuhe, Schmuck	1	335
Uhren, Schmuck	Bekleidung, Schuhe, Schmuck	5	160
Sonstiges*	Bekleidung, Schuhe, Schmuck	1	160
Sport, Camping/Outdoor, Fahrräder	Sport, Freizeit, Spiel	9	2.130

Freizeit, Spielwaren	Sport, Freizeit, Spiel	3	1.855
Elektrogroß-/ -kleingeräte	Elektrowaren	5	870
Leuchten	Elektrowaren	1	380
Unterhaltungselektronik, Musik, Video	Elektrowaren	3	2.110
Computer und Zubehör, Büromaschinen	Elektrowaren	0	0
Telefone	Elektrowaren	9	245
Foto	Elektrowaren	3	140
Hausrat, Geschenkartikel	Möbel, Einrichtung	15	4.615
Haus-, Heimtextilien, Teppiche	Möbel, Einrichtung	7	4.045
Möbel (ohne Küchen)	Möbel, Einrichtung	12	15.730
Küchen	Möbel, Einrichtung	0	0
Kunst, Antiquitäten, Bilder (-rahmen)	Möbel, Einrichtung	1	35
Bau- und Heimwerkerbedarf	Bau-/ Gartenbedarf, Autozubehör	7	13.005
Tapeten, Bodenbeläge, Teppichboden	Bau-/ Gartenbedarf, Autozubehör	2	2.445
Gartenbedarf	Bau-/ Gartenbedarf, Autozubehör	5	3.820
Autozubehör	Bau-/ Gartenbedarf, Autozubehör	3	395
<b>Summe</b>		<b>318</b>	<b>99.710</b>

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Januar 2012 und Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

\* inkl. Kurzwaren, Schneidereibedarf, Meterware, Kürschnerware, Gebrauchtwaren

Anm.: Verkaufsflächen auf 5 qm gerundet

### 3.1.1 Einzelhandelsausstattung und Leistungsfähigkeit im Überblick

Auf einer Verkaufsfläche von 99.710 qm konnte im Jahr 2011 ein Bruttoumsatz von ca. 297,9 Mio. EUR erwirtschaftet werden.

*Einzelhandelsbestand der Stadt Dormagen*

In der Abbildung und in der Tabelle zur Einzelhandelsausstattung in der Stadt Dormagen wird die Ausstattung nach dem Umsatzschwerpunkt der Betriebe dargestellt. Somit werden hier die Betriebe, die unterschiedliche Sortimente führen (z. B. Vollsortimenter), ihrem Umsatzschwerpunkt zugeordnet. Dabei zeigt sich die Branchenstruktur der Stadt, die auch mit Daten anderer Kommunen ähnlicher Einwohnerzahl abgeglichen werden kann.

*Einzelhandelsausstattung der Stadt Dormagen nach Angebotsschwerpunkt*

Die Umsatzleistung der Einzelhandelsbetriebe wurde gutachterlicherseits unter Berücksichtigung der ortsspezifischen handelswirtschaftlichen Rahmenbedingungen auf Basis durchschnittlicher Be-

*Umsatzeinschätzung*

triebskennziffern (z. B. Flächenproduktivität) eingeschätzt. Dabei wurden unternehmenseigene Erfahrungswerte aus zahlreichen Befragungen des Einzelhandels zugrunde gelegt sowie Veröffentlichungen zur durchschnittlichen Verkaufsflächenproduktivität des EHI Retail Institute herangezogen.

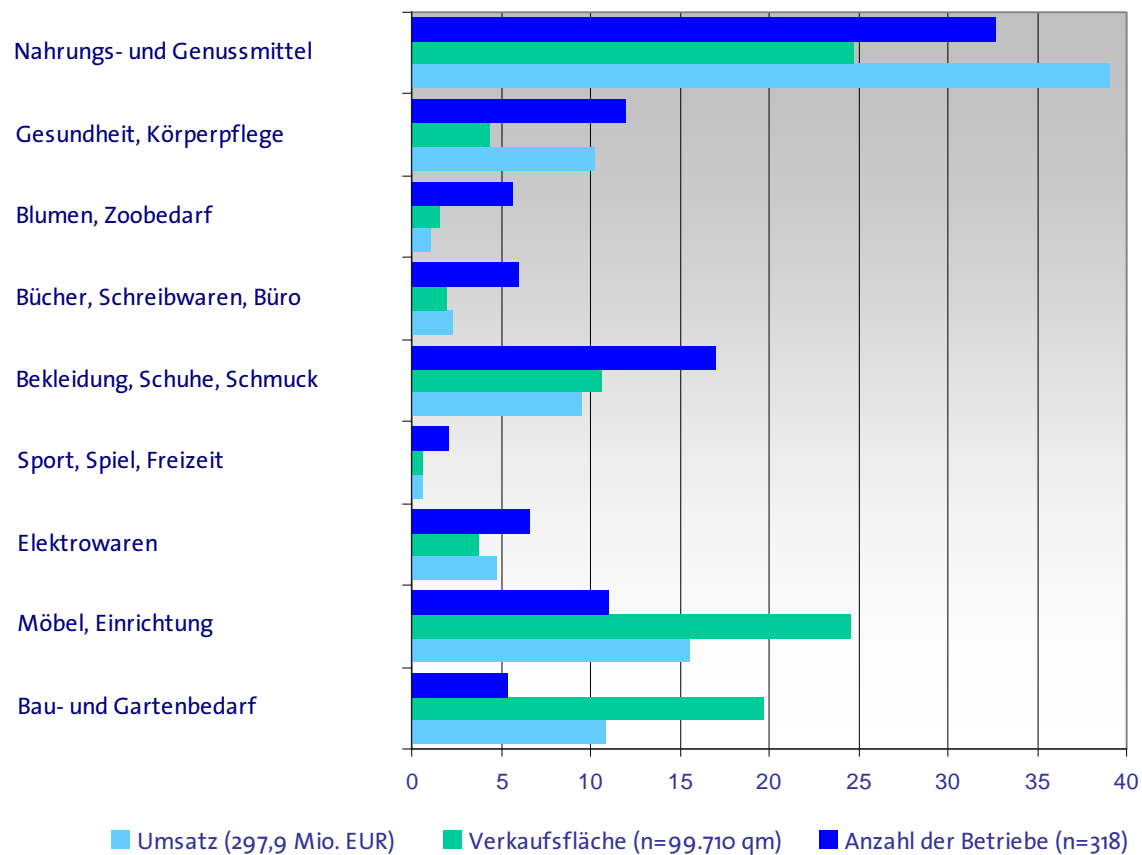
**Tabelle 6 Einzelhandelsausstattung der Stadt Dormagen nach Angebotsschwerpunkt**

Branche	Anzahl der Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
	abs.	in %	in qm	in %	in Mio EUR	in %
Nahrungs- und Genussmittel	104	32,7	24.710	24,8	116,4	39,1
Gesundheit, Körperpflege	38	11,9	4.365	4,4	30,5	10,2
Blumen, Zoobedarf	18	5,7	1.575	1,6	3,1	1,1
Bücher, Schreibwaren, Büro	19	6,0	1.965	2,0	6,7	2,2
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	54	17,0	15.275	15,3	39,7	13,3
Sport , Spiel, Freizeit	12	3,8	3.985	4,0	8,6	2,9
Elektrowaren	21	6,6	3.745	3,7	14,1	4,7
Möbel, Einrichtung	35	11,0	24.425	24,5	46,4	15,6
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	17	5,3	19.665	19,7	32,4	10,9
<b>Summe</b>	<b>318</b>	<b>100,0</b>	<b>99.710</b>	<b>100,0</b>	<b>297,9</b>	<b>100,0</b>

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Januar 2012; Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

Anm.: Verkaufsflächen auf 5 qm gerundet

Abbildung 10 Einzelhandelsausstattung der Stadt Dormagen nach Angebotsschwerpunkt (in %)



Quelle: Anzahl der Betriebe, Stand Januar 2012, Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Für die Einzelhandelsausstattung nach Branchen sind folgende Ergebnisse festzuhalten:

*Einzelhandelsausstattung nach Branchen*

#### *Überwiegend kurzfristiger Bedarfsbereich*

- Im Nahrungs- und Genussmittelbereich wird von 104 Betrieben (ca. 33 % der ansässigen Betriebe) auf etwa einem Viertel der Verkaufsfläche (ca. 25 %) rund 40 % des Einzelhandelsumsatzes der Stadt Dormagen generiert<sup>12</sup>. Die Betriebsstruktur weist eine Mischung aus einem SB-Warenhaus, sieben Supermärkten (fünf davon großflächig), acht Lebensmitteldiscountern (sechs großflächig), einer Reihe von Hofläden sowie kleinstrukturierter Betriebe (v. a. Getränkemärkte, Fachgeschäfte und Lebensmittelhandwerksbetriebe) auf. Der Branche Nahrungs- und Genussmittel kommt die mit Abstand größte Einzelhandelsbedeutung innerhalb des Stadtgebiets zu. Die durchschnittliche Verkaufsflächenproduktivität ist die zweithöchste im Vergleich der Branchen. Mit

*Nahrungs- und Genussmittel*

<sup>12</sup> Zur Erläuterung des umsatzstarken Einzelhandels im Lebensmittelsektor siehe Kapitel 8.3.

einer durchschnittlichen Verkaufsfläche je Betrieb von ca. 240 qm kann im Vergleich zu Gemeinden ähnlicher Einwohnerzahl eine überdurchschnittliche Betriebsgröße festgestellt werden.<sup>13</sup>

- 38 Dormagener Einzelhandelsbetriebe (ca. 12 %) sind der Branche Gesundheit und Körperpflege zuzuordnen. Aufgrund der im Branchenvergleich höchsten Flächenproduktivität wird durch die Betriebe auf etwa 4 % der Verkaufsfläche ein Umsatzanteil von ca. 10 % generiert. Eine große Umsatzwirkung geht dabei von den Apotheken und den Sanitätswarengeschäften aus.
- Die Branche Blumen und Zoobedarf wird im Dormagener Einzelhandel von ca. 6 % der Betriebe repräsentiert, die auf einer anteiligen Verkaufsfläche von ca. 2 % einen Umsatzanteil von ca. 1 % generieren. Im Vergleich der Branchen wird somit eine vornehmlich kleinstrukturierte Betriebsstruktur und eine geringe Flächenproduktivität deutlich.

*Gesundheit und Körperpflege*

*Blumen, Zoobedarf*

#### *Überwiegend mittelfristiger Bedarfsbereich*

- Etwa 6 % der Dormagener Einzelhandelsbetriebe sind der Branche Bücher, Schreibwaren, Büro zuzuordnen. Sowohl der Verkaufsflächen- als auch der Umsatzanteil beträgt rund 2 %. Die Flächenproduktivität ist im Vergleich der Branchen als leicht überdurchschnittlich zu bewerten.
- Ebenfalls dem mittelfristigen Bedarfsbereich zugeordnet wird die Branche Bekleidung, Schuhe, Schmuck. Diese nimmt für den gesamten Dormagener Einzelhandel eine bedeutende Rolle ein. In 54 Betrieben (ca. 17 %) wird auf einer Verkaufsfläche von ca. 15.000 qm (ca. 15 %) ein Umsatz von rund 40 Mio. EUR generiert (ca. 13 %). Die Flächenproduktivität kann als durchschnittlich bewertet werden. Die Betriebsstruktur wird von zwei großflächigen Textil-Betrieben in der Dormagener Innenstadt dominiert. Daneben sind einige Textil- und Schuhdiscounter sowie größere Fachgeschäfte mit Verkaufsflächen zwischen 200 und 600 qm zu erwähnen. Die Betriebe, die Uhren/ Schmuck als Hauptsortiment verkaufen, betreiben branchenüblich geringe Verkaufsflächen, auf denen aufgrund der hohen Flächenproduktivität jedoch ein relativ größerer Umsatz generiert wird.
- In der Branche Sport/Spiel/Freizeit, die durch 12 Betriebe (ca. 4 %) vertreten wird, kann auf einem Flächenanteil von rund 4 % ein Umsatzanteil von etwa 3 % erwirtschaftet werden. Knapp 80 % der branchenbezogenen Verkaufsfläche wird durch zwei Fahrradfachmärkte sowie einem Fachmarkt für Spielwaren, Freizeit und Camping bereitgestellt.

*Bücher, Schreibwaren, Büro*

<sup>13</sup> Für die Vergleichsstädte zwischen 50.001 und 100.000 Einwohner wurde eine durchschnittliche Betriebsgröße in der Branche Nahrungs- und Genussmittel von 206 qm festgestellt (Kennziffern des Einzelhandels in Deutschland und Österreich 2007; GMA, Ludwigsburg 2007).

### *Überwiegend langfristiger Bedarfsbereich*

- Die dem langfristigen Angebot zugehörige Branche Elektrowaren weist eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 3.750 qm auf, die sich auf 21 Betriebe verteilt. Neben einem großflächigen Elektronikfachmarkt und drei Betrieben mit einer Verkaufsfläche zwischen 300 und 400 qm wird die Branche von einer Reihe kleinstrukturierter Betriebe (insbesondere Telefonanbieter) dominiert. Der Umsatzanteil von rund 5 % beschreibt eine überdurchschnittliche Flächenproduktivität im Vergleich der Branchen des Dormagener Einzelhandels. Im Verhältnis zur branchenüblichen Flächenproduktivität wird hier aufgrund des Betriebsbesatzes jedoch eine eingeschränkte Leistungsfähigkeit deutlich.
- Die Branche Möbel/Einrichtung wird durch 35 Betriebe (ca. 11%) in der Stadt Dormagen vertreten. Für diese wurde eine Verkaufsfläche von etwa 24.430 qm ermittelt, was einem Anteil von etwa einem Viertel der Gesamtverkaufsfläche in Dormagen entspricht. In der Branche wird ein Umsatz von etwa 46 Mio. EUR generiert (ca. 16 %). Hierbei sind die Flächenproduktivitäten in der Branche Möbel/ Einrichtung branchenüblich als vergleichsweise gering zu bezeichnen. Die Betriebsstruktur wird durch mehrere großflächige Anbieter im Gewerbegebiet TOP-West dominiert.
- Auf die ebenfalls dem langfristigen Bedarf zugeordnete Branche Bau-, Gartenbedarf und Autozubehör entfallen nur rund 5 % der Betriebe, die jedoch einen Verkaufsflächenanteil von fast 20 % belegen. Die Umsatzleistung von rund 32 Mio. EUR (ca. 11 %) beschreibt eine branchenübliche geringe Flächenproduktivität. Auch in dieser Branche bestehen in Dormagen großflächige Anbieter im Gewerbegebiet TOP-West sowie in weiteren nicht integrierten (Solitär-)Lagen.

*Elektrowaren*

*Möbel, Einrichtung*

*Bau-, Gartenbedarf und  
Autozubehör*

### **3.2 Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots**

Die räumliche Verteilung der Einzelhandelsangebote in der Stadt Dormagen weist mit den Standorten Innenstadt sowie dem Gewerbegebiet TOP-West zwei Lagen auf, in denen eine besondere Masierung von Betrieben und Verkaufsfläche festgestellt werden kann. Zudem befinden sich in den Stadtteilen Horrem, Nievenheim und Hackenbroich gewachsene Einkaufsstandorte. In Ückerath und in Stürzelberg haben sich dagegen einige Versorgungseinrichtungen um einen strukturprägenden Einzelhandelsbetrieb angeordnet. In Zons ist aufgrund der historischen Prägung durch die Feste Zons eine Sondersituation entstanden; dort konzentrieren sich einige touristisch geprägte Versorgungseinrichtungen. In den weiteren Stadtteilen ist kein verfestigter, im Zusammenhang stehender Einzelhandelsbestand vorhanden.

Tabelle 7 Räumliche Verteilung des Einzelhandels in der Stadt Dormagen

Stadtteil	Anz. Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
	abs.	In %	in qm	in %	in Mio. EUR	in %
Broich	-	-	-	-	-	-
Delhoven	11	3,5	2.620	2,6	8,4	2,8
Delrath	9	2,8	2.190	2,2	5,8	2,0
Gohr	2	0,6	25	0,0	0,1	0,0
Hackenbroich	26	8,2	5.300	5,3	20,2	6,8
Horrem	53	16,7	48.460	48,6	118,7	39,9
Hackhausen	-	-	-	-	-	-
Knechtsteden	-	-	-	-	-	-
Mitte	149	46,9	29.395	29,5	95,0	31,9
Nievenheim	23	7,2	2.205	2,2	12,6	4,2
Rheinfeld	4	1,3	895	0,9	5,1	1,7
Stadt Zons	13	4,1	3.045	3,1	9,1	3,1
St. Peter	3	0,9	475	0,5	1,9	0,6
Straberg	2	0,6	40	0,0	0,2	0,1
Stürzelberg	13	4,1	2.825	2,8	12,3	4,1
Ückerath	10	3,1	2.235	2,3	8,5	2,8
<b>Summe</b>	<b>318</b>	<b>100</b>	<b>99.710</b>	<b>100,0</b>	<b>297,9</b>	<b>100,0</b>

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen),

### 3.3 Bereinigte Einzelhandelsausstattung der Stadt Dormagen

Im Folgenden werden die Verkaufsflächen und Umsätze auf der Ebene der Branchen betrachtet. Hierbei werden die bereinigten Verkaufsflächen bzw. Umsätze aufgezeigt. So wird beispielsweise der bei Lebensmittel-SB-Märkten (z. B. SB-Warenhäuser, Lebensmittel-discounter, Supermärkte) erwirtschaftete Umsatz mit Konsumgütern (z. B. Drogeriewaren) den jeweiligen Branchen zugeordnet.

*bereinigte Einzelhandelsausstattung*



Tabelle 8 Bereinigte Einzelhandelsausstattung der Stadt Dormagen

Branche	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in qm	in %	in Mio. EUR	in %
Nahrungs- und Genussmittel	21.686	21,7	102,6	34,5
Gesundheit, Körperpflege	5.155	5,2	34,9	11,7
Blumen, Zoobedarf	2.625	2,6	5,4	1,8
Bücher, Schreibwaren, Büro	3.135	3,1	8,8	3,0
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	14.935	15,0	39,1	13,1
Sport Spiel, Freizeit	3.380	3,4	10,1	3,4
Elektrowaren	5.030	5,0	17,6	5,9
Möbel, Einrichtung	25.130	25,2	47,5	15,9
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	18.635	18,7	31,9	10,7
<b>Summe</b>	<b>99.710</b>	<b>100,0</b>	<b>297,9</b>	<b>100,0</b>

Anm.: Ergebnisse auf 5 qm gerundet

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen),

Im Hinblick auf die bereinigte Verkaufsflächenausstattung und bereinigten Umsätze der Stadt Dormagen ist festzuhalten, dass die Anteile der einzelnen Branchen sich im Vergleich zur Einzelhandelsausstattung nach Angebotsschwerpunkt im Saldo nur geringfügig verändern. Die größten Abweichungen liegen in der Branche Nahrungs- und Genussmittel, was darauf zurückzuführen ist, dass die in dieser Gruppe enthaltenen strukturprägenden Anbieter (SB-Warenhaus und Lebensmittel-SB-Märkte) neben Nahrungs- und Genussmitteln auch einen größeren Anteil an Nonfood-Sortimenten in ihrem Angebot aufweisen, die bei der Darstellung der bereinigten Einzelhandelsausstattung den entsprechenden Branchen zugeordnet werden.

*bereinigte Verkaufsflächenausstattung und Umsätze*

### 3.4 Struktur und Verteilung großflächiger Einzelhandelsbetriebe

Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Handel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Nach der aktuellen Rechtsprechung ist bei einer Verkaufsfläche von mehr als 800 qm von der Großflächigkeit eines Einzelhandelsbetriebs auszugehen. Großflächige Einzelhandelsbetriebe können je nach sortimentsbezogener Ausrichtung und Standortlage wichtige Magnetfunktionen für den kleinstrukturierten Facheinzelhandel in ihrem Standortumfeld übernehmen.

*großflächige Einzelhandelsbetriebe*

Der großflächige Einzelhandel in der Stadt Dormagen nimmt im Rahmen der kommunalen Handelsstruktur eine bedeutende Stellung ein. Insgesamt 37 Betriebe (ca. 12 % aller Dormagener Einzelhandelsbetriebe) weisen Verkaufsflächen mit mehr als 800 qm auf. Durch diese Betriebe wird eine Verkaufsfläche von rund 67.220 qm bewirtschaftet, was einem Anteil von etwa 67 % an der gesamten Dormagener Einzelhandelsverkaufsfläche entspricht. Der durch die großflächigen Betriebe generierte Umsatz lag im Jahr 2011 etwa bei 184,8 Mio. EUR (ca. 62 %).

*Bedeutung des großflächigen Einzelhandels*

Die großflächigen Einzelhandelsbetriebe verteilen sich auf folgende Betriebstypen:

*Struktur des großflächigen Einzelhandels*

- Ein SB-Warenhaus
- Fünf Supermärkte
- Sechs Lebensmitteldiscounter
- Ein Getränkefachmarkt
- Sechs Bekleidungs-, Schuh-, Sport- und Elektrofachmärkte
- Zwei Sonderposten-Märkte
- Sieben Einrichtungshäuser und -fachmärkte
- Sechs Baumärkte bzw. Fachmärkte mit baumarktrelevantem Hauptsortiment
- Drei Gartenfachmärkte

Im Hinblick auf die Sortimentsstruktur der großflächigen Einzelhandelsbetriebe der Stadt Dormagen ist festzuhalten, dass von den oben genannten Betrieben 13 Betriebe überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente, sechs Betriebe überwiegend zentrenrelevante und die restlichen 19 Betrieb überwiegend nicht-zentrenrelevante Sortimente anbieten.<sup>14</sup>

*Sortimentsstruktur*

Bei der räumlichen Zuordnung der Betriebe wird deutlich, dass nur zehn der 37 Betriebe innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Dormagen angesiedelt sind.<sup>15</sup>

Eine besondere Bedeutung für den großflächigen Einzelhandel in der Stadt Dormagen wird durch das Gewerbegebiet TOP-West eingenommen. Hier befinden sich 19 der 37 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von mindestens 800 qm.

<sup>14</sup> Einordnung der Sortimentsstruktur der großflächigen Betriebe gemäß „Dormagener Sortimentsliste“

<sup>15</sup> Vgl. Kapitel 6

## 4 Einzugsbereich, Kaufkraft und Zentralität

### 4.1 Einzugsbereich des Dormagener Einzelhandels

Als einzelhandelsrelevanter Einzugsbereich wird der Raum bezeichnet, in dem sich die Konsumenten überwiegend zum Einkauf nach Dormagen orientieren. Da das Nachfrageverhalten im Marktgebiet durch die spezifische Konsumentenstruktur beeinflusst wird, werden im Rahmen der Kaufkraftberechnungen bzgl. der Konsumentenstruktur u. a. das Alter, das Pendlerverhalten sowie das Kaufkraftniveau auf Basis der Einkommensstatistik berücksichtigt.

*Definition: Einzugsbereich*

Die Abgrenzung des Einzugsbereichs des Dormagener Einzelhandels erfolgt unter Berücksichtigung bzw. Bewertung folgender Rahmenbedingungen:

*Abgrenzungskriterien*

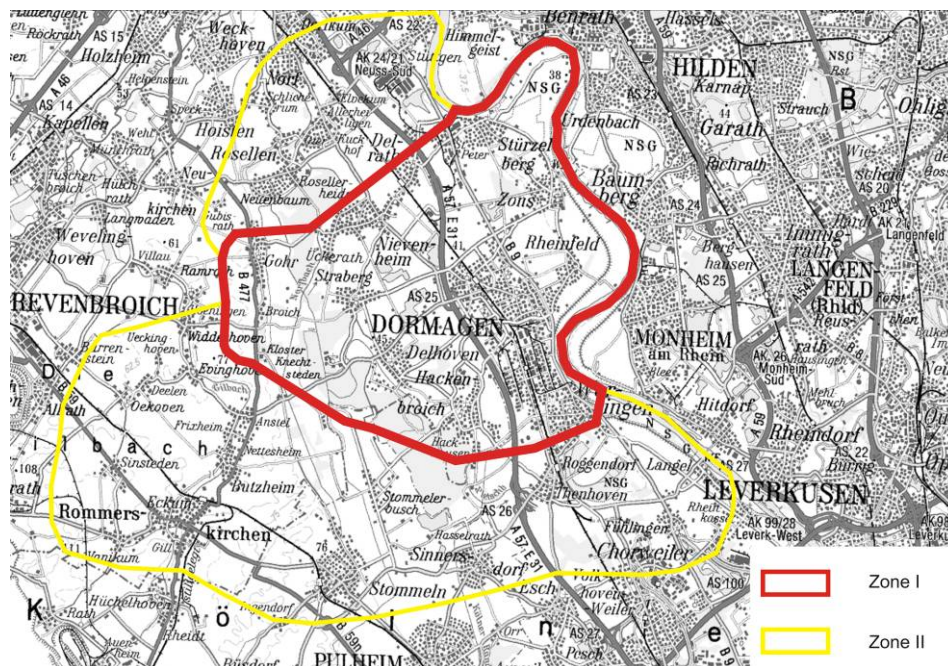
- Bewertung der verkehrsinfrastrukturellen Situation
- Bewertung der spezifischen topografischen, siedlungsstrukturellen und stadträumlichen Gegebenheiten
- Bewertung der derzeitigen und zukünftigen lokalen und regionalen Wettbewerbssituation
- Bewertung der Pendlerbewegungen (Ein- und Auspendler)
- Berücksichtigung der Abgrenzung in bereits bestehenden Gutachten.

Um insbesondere eine Vergleichbarkeit zum Gutachten zum kommunalen Einzelhandelskonzept der GMA aus dem Jahr 2009 zu gewährleisten, wird an der dort vollzogenen Abgrenzung des Einzugsbereichs der Stadt Dormagen festgehalten, die eine starke über das Stadtgebiet hinausreichende Ausstrahlung attestiert. Demnach können zwei Zonen unterschiedlicher Verflechtungsintensität abgebildet werden. Während für die Zone 1 das Dormagener Stadtgebiet herangezogen werden kann, können folgende Gebiete der Zone 2 zugeordnet werden: Die Bezirke Norf, Rosellen und Uedesheim der Stadt Neuss, die Kölner Stadtteile Chorweiler, Worringen und Roggendorf, die Stadtteile Ingendorf, Sinnersdorf, Stommeln und Stommelerbusch der Stadt Pulheim sowie die Gemeinde Rommerskirchen. Insgesamt ergibt sich für die Zone 2 somit ein Einwohnerpotenzial von rund 81.630 Einwohnern.

*übergemeindliche Verflechtungsintensität*

Jedoch ist bei der Würdigung des dargestellten Einzugsbereichs für die Stadt Dormagen zu berücksichtigen, dass nicht alle Betriebe im Stadtgebiet diese Ausstrahlungskraft erreichen. Allerdings gelingt es dem qualifizierten und spezialisierten Einzelhandel der Stadt Dormagen (z. B. in der Rathaus-Galerie oder im Gewerbegebiet TOP-West), teilweise größere Marktgebiete erschließen. Das abgegrenzte Areal ist somit als Kerneinzugsbereich zu verstehen. Die Umsätze aus sporadischen Einkaufsbeziehungen mit Personen, die außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebiets wohnhaft sind (z. B. Pendler, Touristen), sind als Streuumsätze zu bezeichnen.

Abbildung 11 Kerneinzugsgebiet des Dormagener Einzelhandels



Quelle: Kartengrundlage Landesvermessungsamt NRW, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012

#### 4.2 Kaufkraftpotenzial

Die Kaufkraft ist der wichtigste Indikator für das Konsumpotenzial der in einem abgegrenzten Raum lebenden Bevölkerung. Sie wird abgeleitet aus dem Einkommen privater Haushalte. Unter Berücksichtigung der Ausgaben für Wohnen, Versicherungen, Pkw-Kosten, Reisen und Dienstleistungen wird das „einzelhandelsrelevante“ Kaufkraftpotenzial ermittelt und auf sortimentsbezogene Pro-Kopf-Ausgaben aufgeschlüsselt.

*Ermittlung des Kaufkraftpotenzials*

Nach Berechnungen der GfK GeoMarketing GmbH, Bruchsal, sowie eigenen Berechnungen, verfügt jeder Bundesbürger im Jahr 2011 über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von ca. 5.320 EUR.

*Pro-Kopf-Ausgabenwerte*

Bei Unterteilung des gesamten Bedarfsgüterbereichs in die Nahrungs- und Genussmittel einerseits und in die Nichtlebensmittel andererseits, entfallen ca. 1.810 EUR (ca. 34 %) auf den Lebensmittelbereich und ca. 3.510 EUR (ca. 66 %) auf Nonfood-Angebote.

Regionale Unterschiede in der Wirtschaftskraft bzw. im Einkommensniveau spiegelt die von der GfK GeoMarketing GmbH, Bruchsal, publizierte regionale Kaufkraftkennziffer, die die Abweichung zum Bundesdurchschnitt in Zahlen fasst, wider. Übersteigt die örtliche Kaufkraftkennziffer den Bundeswert, verfügen die Bürger der Kommune über ein um den entsprechenden Prozentsatz höheres Kaufkraftniveau und umgekehrt.

*regionale Kaufkraftkennziffer*

Diese einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer für die Stadt Dormagen liegt für das Jahr 2011 bei ca. 105,9. Das heißt die durchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft liegt um ca. 5,9 Prozentpunkte über dem Bundesdurchschnitt.

Unter Berücksichtigung der Einwohnerzahl von rund 63.000 (Stand: 31. Dezember 2011) ergibt sich eine örtliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Dormagen von ca. 355,1 Mio. EUR. *Kaufkraftpotenzial*

**Tabelle 9** Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Branchen in Zone 2 des Dormagener Einzelhandels im Jahr 2011

Branche	Stadt Dormagen		Zone 2	
	in Mio. EUR	in %	in Mio. EUR	in %
Nahrungs- und Genussmittel	120,8	34,0	161,8	34,0
Gesundheit, Körperpflege	51,7	14,5	69,3	14,5
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	6,3	1,8	8,5	1,8
Bücher, Schreibwaren, Büro	13,0	3,7	17,4	3,7
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	46,4	13,1	62,1	13,1
Sport, Spiel, Freizeit	11,4	3,2	15,2	3,2
Elektrowaren	33,7	9,5	45,1	9,5
Möbel, Einrichtung	33,4	9,4	44,7	9,4
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	38,4	10,8	51,4	10,8
<b>Summe</b>	<b>355,1</b>	<b>100</b>	<b>475,5</b>	<b>100</b>

Quelle: GfK, Nürnberg, 2011 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen); Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2011

Mittelfristig ist die Entwicklung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials der Stadt Dormagen eng an ihre Bevölkerungsentwicklung gebunden. So ist bei Zugrundelegung der Bevölkerungsprognose der Stadt Dormagen davon auszugehen, dass bei einer stagnierenden bzw. abnehmenden Einwohnerzahl auch das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in Dormagen bis zum Jahr 2025 stagnieren oder abnehmen wird. *Entwicklung der Kaufkraft*

#### 4.3 Zentralität des Dormagener Einzelhandels

Stellt man die im Dormagener Einzelhandel erzielten branchenspezifischen Umsätze der in Dormagen vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gegenüber, ergibt sich die Zentralität<sup>16</sup> für die einzelnen Warengruppen. *Zentralität*

<sup>16</sup> vgl. Definition im Glossar

Liegt die Zentralität über 100, ist der Umsatz des Dormagener Einzelhandels in dem jeweiligen Sortiment höher als die in Dormagen vorhandene Kaufkraft. Damit fließt im Saldo mehr Kaufkraft von außen zu als aus dem Stadtgebiet ab. Bei einer Zentralität unter 100 ist der im jeweiligen Sortiment generierte Umsatz geringer als die in Dormagen vorliegende sortimentsbezogene Kaufkraft.

**Tabelle 10 Zentralitätskennziffern nach Branchen in Dormagen im Jahr 2011**

Branche	Umsatz in Mio. EUR*	Kaufkraft in Mio. EUR	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	102,6	120,8	84,9
Gesundheit, Körperpflege	34,8	51,7	67,4
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	5,4	6,3	85,7
Bücher, Schreibwaren, Büro	8,8	13,0	67,9
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	39,1	46,4	84,3
Sport, Spiel, Freizeit	9,8	11,4	86,7
Elektrowaren	17,9	33,7	53,0
Möbel, Einrichtung	47,5	33,4	142,4
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	31,9	38,4	83,2
<b>Summe</b>	<b>297,9</b>	<b>355,1</b>	<b>83,9</b>

\* Bereinigte Umsätze; Umsätze eines Mehrbranchenunternehmens werden der jeweiligen Branchengruppe zugeordnet

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2011 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Die Zentralitäten der Branchen beschreiben ein differenziertes Umsatz-/Kaufkraft-Verhältnis. In der Branche Nahrungs- und Genussmittel wird eine Zentralität von ca. 85 % erreicht. Diese ist entsprechend der Versorgungsfunktion der Stadt als unterdurchschnittlich zu bezeichnen. Jedoch zeigen hier die intensiven Wettbewerbsbezüge im Ballungsraum zwischen den Oberzentren Köln und Düsseldorf ihre Wirkung. Dabei kann der bestehende Lebensmitteleinzelhandel in der Stadt Dormagen als durchschnittlich leistungsstark bewertet werden, die geringe Zentralität resultiert dagegen aus einer unterdurchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung der Branche in Dormagen.

*Bewertung der mittelzentralen Versorgungsfunktion*

Ebenfalls Zentralitäten zwischen ca. 83 % und ca. 87 % werden in den Branchen Blumen/Pflanzen/zoolog. Bedarf, Bekleidung/ Schuhe/Schmuck, Sport/Spiel/Freizeit sowie Bau-/Gartenbedarf/Autozubehör erreicht. Insbesondere im Bereich der zentren-typischen Textil-Sortimente ist auch hier auf die Lage der Stadt Dormagen zwischen wettbewerbsstarken traditionellen Einkaufs-

städten zu verweisen, die das Erreichen einer höheren Zentralität erschweren.

Eine positive Abweichung wird durch den Zentralitätswert von ca. 142 % in der Branche Möbel/Einrichtung erreicht. Hierfür zeigt sich in besonderem Maße die Entwicklung des Gewerbegebiets TOP-West als Standort für großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel verantwortlich. An dem nahe der Autobahn gelegenen Standort kann überdurchschnittlich viel auswärtige Kaufkraft gebunden werden.

Für die Branchen Gesundheit/Körperpflege und Bücher/Schreibwaren/Büro können Zentralitäten zwischen 67 % und 68 % beziffert werden. Diese Werte sind aufgrund der Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz der Sortimente steigerungsfähig. Dies gilt in besonderem Maße auch für die Branche Elektrowaren, in der sich derzeit eine Zentralität von 53 % errechnet.

#### 4.4 Kaufkraftbewegungen in der Stadt Dormagen

Die Zentralität trifft noch keine Aussage darüber, in welchem Umfang die örtliche Kaufkraft gebunden werden kann. Hierzu ist eine Differenzierung zwischen Umsätzen, die mit Kunden aus dem Stadtgebiet erzielt werden, und Kunden von außerhalb erforderlich. Die Einschätzung dieser Aufteilung erfolgt wiederum mit Hilfe der gutachterlichen Einschätzung der Angebots- und Wettbewerbssituation. Die Ergebnisse der Einzelbetriebe werden wiederum auf der Ebene der Warengruppen zusammengeführt.

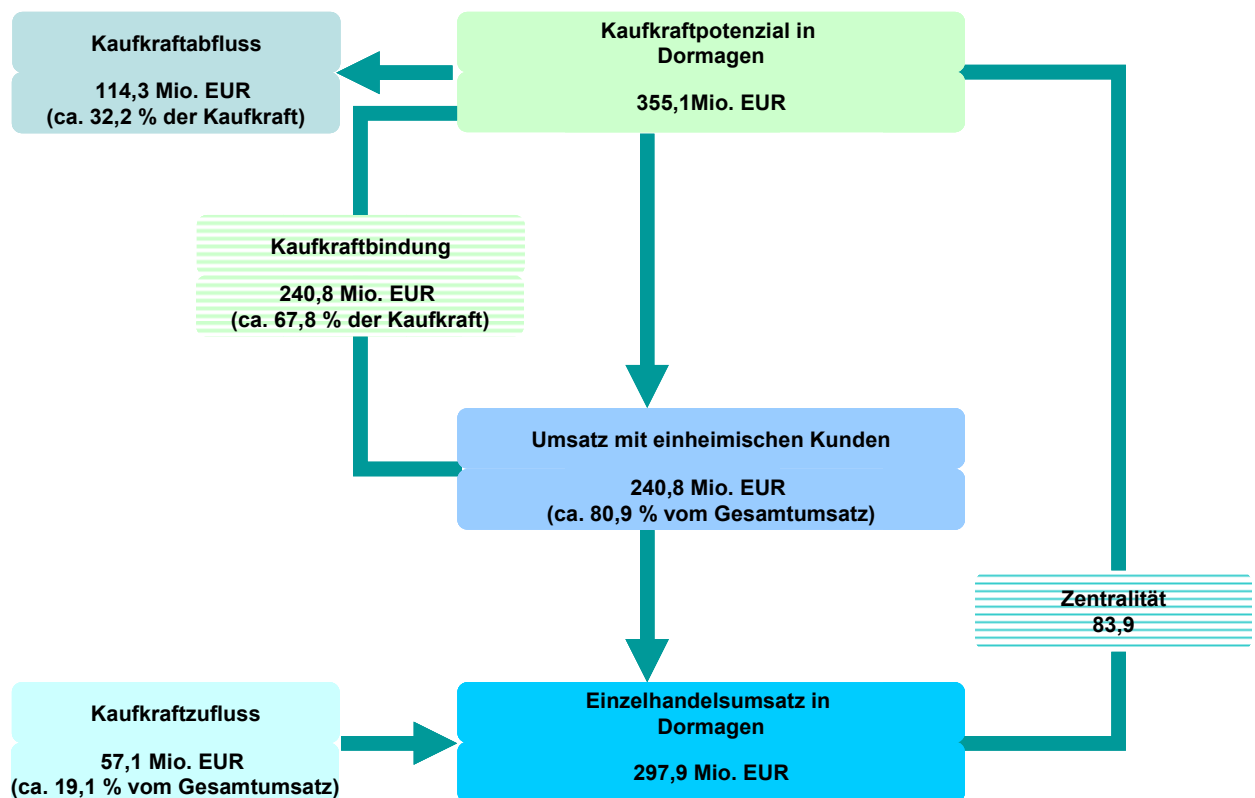
*Ermittlung der Kaufkraftbindung*

Bei der Darstellung der Kaufkraftbewegungen wird der Umsatz des Dormagener Einzelhandels zugrunde gelegt. Der Umsatz mit auswärtigen Kunden wird subtrahiert, sodass im Ergebnis der Umsatz, der durch die Dormagener Bürger generiert wird, der Kaufkraft der Bevölkerung der Stadt Dormagen gegenübergestellt werden kann.

*Kaufkraftbewegungen*

Der Einzelhandel in der Stadt Dormagen hat im Jahr 2011 insgesamt ca. 68 % der in der Stadt Dormagen vorhandenen Kaufkraft gebunden. Somit fließt ein Anteil von ca. 32 % der Kaufkraft in konkurrierende Einkaufsorte ab. Die übergemeindliche Versorgungsbedeutung des Dormagener Einzelhandels lässt sich aus einem Anteil von rund 19 % des Einzelhandelsumsatzes mit auswärtigen Kunden ableiten.

Abbildung 12 Kaufkraftbewegungen in der Stadt Dormagen



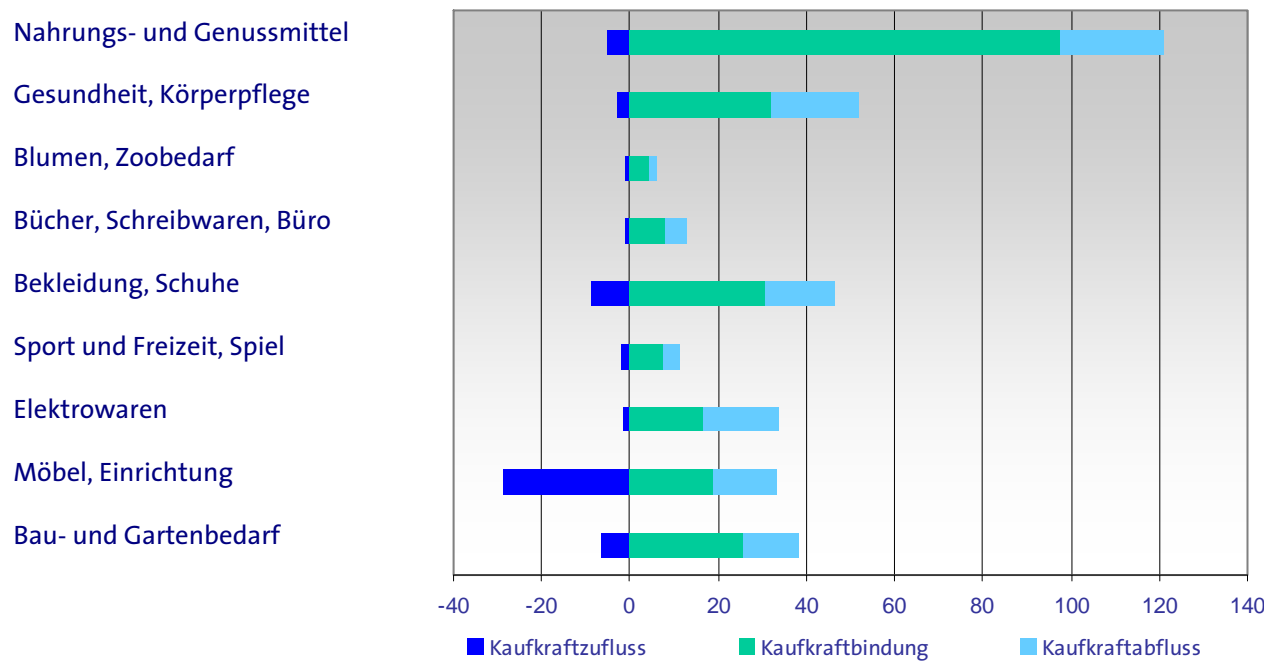
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2011

Die Kaufkraftbewegungen differenziert nach Branchen sind der folgenden Tabelle zu entnehmen. Die höchste Kaufkraftbindungsquote in der Stadt Dormagen wird mit rund 81 % erwartungsgemäß in der Branche Nahrungs- und Genussmittel erreicht. Die ebenfalls dem kurzfristigen Bedarf zuzuordnenden Branchen Blumen/Zoobedarf (ca. 69 %) und Gesundheit/Körperpflege (ca. 62 %) erreichen dagegen nur geringere Bindungsquoten die mit den beiden Branchen Bekleidung/Schuhe/Schmuck (ca. 66 %) und Sport/Spiel/Freizeit (ca. 68 %) aus dem mittelfristigen Bedarfsbereich vergleichbar sind. Hier fällt die Kaufkraftbindung in der Branche Bücher/Schreibwaren/Büro (ca. 60 %) leicht ab. Diskrepanzen werden auch bei der Darstellung der Bindungsquoten in den Branchen des langfristigen Bedarfs deutlich. In der Branche Bau-/Heimwerker-/Gartenbedarf wird eine Bindung von ca. 66 % erreicht, im Bereich Möbel/Einrichtung ca. 57 % und bei Elektrowaren nur rund 49 %. Eine den Bedarfen entsprechende abnehmende Bindung vom kurz- über den mittel- hin zum langfristigen Bedarf wird für den Einzelhandel in der Stadt Dormagen nicht erkennbar. Hier wird eine unterschiedliche Qualität und Quantität der verschiedenen Branchen in der Stadt Dormagen deutlich.

*Kaufkraftbindung nach Branchen*



Abbildung 13 Kaufkraftbewegungen nach Branchen (in Mio. EUR)



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2011

Tabelle 11 Kaufkraftbewegungen nach Branchen

Branche	Kaufkraft in Mio. EUR	Umsatz in Mio. EUR	bereinigt. Sor- timentsumsatz in Mio. EUR	Kaufkraftbindung in Dormagen		Kaufkraftabfluss		Umsatz mit auswärtigen Kunden in Mio. EUR
				in Mio. EUR	in % der Kaufkraft	in Mio. EUR	in % der Kaufkraft	
Nahrungs- und Genussmittel	120,8	116,4	102,6	97,5	80,7	23,3	19,4	5,1
Gesundheit, Körperpflege	51,7	30,5	34,9	32,0	62,0	19,7	38,0	2,8
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	6,3	3,1	5,4	4,4	69,2	2,0	28,5	1,0
Bücher, Schreibwaren, Büro	13,0	6,7	8,8	7,8	59,7	5,2	40,3	1,1
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	46,4	39,7	39,1	30,5	65,8	15,9	34,2	8,6
Sport, Spiel, Freizeit	11,4	8,6	10,1	7,7	69,7	3,4	29,9	2,2
Elektrowaren	33,7	14,1	17,6	16,4	47,9	17,7	52,5	1,4
Möbel, Einrichtung	33,4	46,4	47,5	19,0	56,9	14,4	43,1	28,5
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	38,4	32,4	31,9	25,5	66,5	12,8	33,5	6,4
<b>Summe</b>	<b>355,1</b>	<b>297,9</b>	<b>297,9</b>	<b>240,8</b>	<b>67,8</b>	<b>114,3</b>	<b>32,2</b>	<b>57,1</b>

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2011 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

#### 4.4.1 Entwicklung des Dormagener Einzelhandels seit 2007

Der Einzelhandelsstandort Dormagen hat seit der Ausarbeitung der GMA „Gutachten zu kommunalen Einzelhandelskonzept für die Stadt Dormagen“ an Bedeutung gewonnen. Das GMA Gutachten aus dem Juni 2009 basiert auf einer Erfassung des Einzelhandelsbestands 2007 und einer Aktualisierung der Daten im Mai 2008:

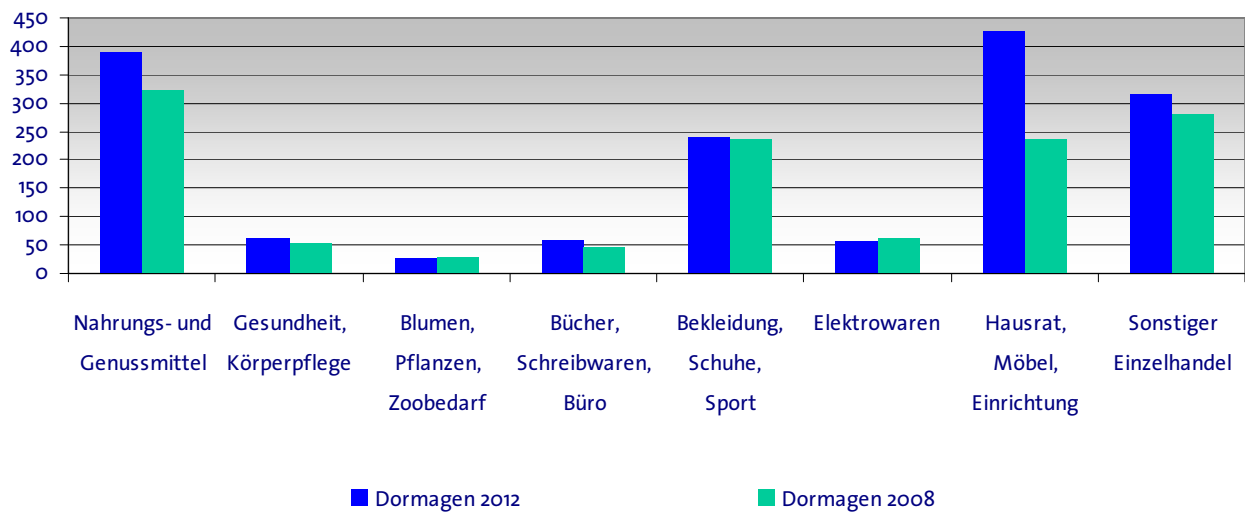
- Die Verkaufsfläche im gesamten Stadtgebiet hat sich von ca. 80.480 qm auf ca. 99.710 qm erhöht und ist damit um ca. 24 % gestiegen;
- Der Umsatz dieser Betriebe hat sich von ca. 271,1 Mio. EUR auf aktuell ca. 297,9 Mio. EUR gesteigert (ca. 10 %), sodass der Zuwachs relativ geringer ausfällt als der Verkaufsflächenzuwachs. Dies resultiert aus dem Umstand, dass insbesondere die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit geringer Flächenleistung zu dem Anstieg der Verkaufsfläche geführt hat; gewissermaßen bestätigt sich in Dormagen der bundesweite Trend einer rückläufigen Flächenproduktivität.
- Die Zahl der Betriebe hat sich dagegen stark rückläufig entwickelt (von 369 Betrieben 2007/2008 auf 318 Betriebe im Jahr 2011), sodass sich in Dormagen einerseits wie im übergeordneten Bundesgebiet der Trend zu einer größeren Verkaufsfläche je Betrieb widerspiegelt, andererseits mit einem prozentualen Rückgang von ca. 14 % von einer besonders ausgeprägten Verminderung der Betriebszahl gesprochen werden muss.<sup>17</sup>

Die Entwicklung der Bevölkerung zwischen den beiden Erfassungen ist von ca. 63.600 auf ca. 63.000 um etwa 1 % gesunken. Aufgrund des erwähnten Verkaufsflächenanstiegs ist folglich auch ein Anstieg der Verkaufsflächenausstattung je Einwohner zu konstatieren.

---

<sup>17</sup> Der Stadt Dormagen und dem Büro Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH liegt die Bestandsliste des Dormagener Einzelhandels von 2007/2008 nicht vor. So kann keine genaue Auflösung erfolgen, welche Betriebe in der Erhebung im Januar 2012 nicht mehr erfasst worden sind. Aus selbem Grund kann auch die Entwicklung der Verkaufsfläche nicht vollständig verfolgt werden.

Abbildung 14 Veränderung der relativen Einzelhandelsausstattung der Stadt Dormagen pro 1.000 Einwohner seit 2007/2008\*



Quelle: Berechnungen der GMA 2009 und Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen 2012

\*Anm: Um eine Vergleichbarkeit der Daten zu gewährleisten, wurde die Branchensystematik von Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen für die Darstellung in die Systematik der GMA überführt.

Folgende übergeordneten Entwicklungen können auch ohne Einsicht in den 2007/2008 erfassten Datenbestand nachvollzogen werden:

- In der Branche Nahrungs- und Genussmittel resultiert aus den Ansiedlungen eines Rewe-Supermarkts und eines Getränkemarkts (Von-Stauffenberg-Straße), eines Aldi-Lebensmitteldiscounter (Unter den Hecken) und eines Lidl-Lebensmitteldiscounter sowie eines Edeka-Getränkmarkts (Am Weißen Stein) unter Berücksichtigung der Schließung eines Edeka-Supermarkts (Falkenstraße) ein Verkaufsflächenanstieg von rund 3.300 qm.
- Die Ansiedlung der Fachmärkte von Dänisches Bettenlager, Matratzen Concord, Möbel Roller, Tratex Teppiche, Lederland<sup>18</sup> und Bernskötter Polsterarena beschreibt unter Gegenrechnung der Schließungen von Möbel Mertens und Vesta Küchen einen Anstieg der Verkaufsfläche in der Branche Möbel und Einrichtung um ca. 10.000 qm.
- Für den Bereich des von der GMA definierten sonstigen Einzelhandels ist u.a. die durch einen Vorhaben- und Erschließungsplan vorgesehene Vergrößerung des Hagebaumarkts um ca. 2.500 qm Verkaufsfläche zu vermerken.

<sup>18</sup> Betrieb ist mittlerweile geschlossen

#### 4.4.2 Einzugsgebiet und Kaufkraftbewegungen

Der dynamische Einzelhandelsausbau im Stadtgebiet beeinflusst nur einige der Eckdaten zur regionalen Ausstrahlungskraft des Dormagener Einzelhandels:

- Die räumliche Ausstrahlungskraft ist unverändert, die Abgrenzung und Zonen des Einzugsgebiets haben sich nicht wesentlich verändert.
- Einen Bedeutungszuwachs des Dormagener Einzelhandels spiegelt die Umsatz-/Kaufkraftrelation wieder, die von 77 % um rund sieben Prozentpunkte auf 84 % gestiegen ist.
- Aufgrund des Verkaufsflächenausbaus in Branchen unterschiedlicher Bedarfs- und Einzugsbereiche ist davon auszugehen, dass sowohl die Kaufkraftbindung als auch die Anteile des Umsatzes durch auswärtige Kunden leicht gesteigert werden konnten und gleichbedeutend für die Steigerung der Umsatz-/ Kaufkraftrelation verantwortlich sind.

## 5 Prognose des Verkaufsflächenbedarfs bis 2025

Der zukünftige Verkaufsflächenbedarf in der Stadt Dormagen hängt von einer Reihe unterschiedlicher Parameter ab; dazu zählen die betriebstypenbezogene Verkaufsflächenentwicklung, die Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung im Einzugsgebiet sowie die Entwicklung der Flächenproduktivitäten.

Die Prognose des künftigen Verkaufsflächenbedarfs bildet eine wichtige Grundlage für die räumliche Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche: So sind bei hohem Zusatzbedarf nicht nur die evtl. vorhandenen Verlagerungs- und Erweiterungsabsichten bereits ansässiger Betriebe zu berücksichtigen, sondern auch Reserveflächen für ansiedlungswillige Betriebe vorzusehen. Geht der Trend jedoch in Richtung einer rückläufigen Verkaufsflächenentwicklung, kann sich die räumliche Abgrenzung stärker am Bestand orientieren. Des Weiteren ermöglichen die Orientierungswerte zur branchenbezogenen Verkaufsflächenentwicklung dem örtlichen Einzelhandel, aber auch Filialisten, die Marktchancen von Ansiedlungs- und Erweiterungsplanungen besser einzuschätzen.

### 5.1 Übergeordnete Entwicklungen

Von folgenden Annahmen wird bei der Prognose der Verkaufsflächenbedarfe in der Stadt Dormagen bis zum Jahre 2025 ausgegangen:

*Annahmen*

- *Verkaufsflächenentwicklung im Einzelhandel:* In den Jahren 2000 bis 2011 lag der Verkaufsflächenanstieg in Westdeutschland bei durchschnittlich 1,0 % pro Jahr.<sup>19</sup> Es wird davon ausgegangen, dass dieser Anstieg aufgrund der Flächenansprüche in Zukunft verhaltener mit 0,5 bis 1,0 % pro Jahr ausfallen wird.
- *Bevölkerungsentwicklung:* Wie in Kapitel 2.2 beschrieben, wird für die Stadt Dormagen ein Prognosekorridor zwischen ca. 60.000 und ca. 63.000 Einwohnern im Jahr 2025 angenommen. Einer stagnierenden Bevölkerungszahl wird somit eine Abnahme um rund 5 % gegenübergestellt.
- *Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft:* Die reale einzelhandelsrelevante Kaufkraft stagniert. Für die kommenden Jahre wird weiterhin eine Stagnation der realen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben angenommen.
- *Umsatzentwicklung/Verkaufsflächenproduktivität:* Das reale Umsatzvolumen hat sich in den vergangenen Jahren rückläufig entwickelt. In vielen Branchen ist die untere Schwelle der durchschnittlichen Flächenproduktivität erreicht. Mit der In-

---

<sup>19</sup> Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE): Zahlenspiegel 2011, S. 25

tensivierung der Konzentrations- und Marktverdrängungsprozesse wird es zukünftig zu weiteren Betriebsaufgaben und Filialnetzoptimierungen kommen, die teilweise steigende Flächenleistungen auslösen werden. Für die Situation in Dormagen wird allerdings zunächst eine Konstanz der Flächenleistungen angenommen.

Bei der Annahme eines Verkaufsflächenwachstums von 0,5 bis 1,0 % pro Jahr würde die heutige Gesamtverkaufsfläche um ca. 7.210 qm bis ca. 14.905 qm auf ca. 106.920 qm bis maximal ca. 114.615 qm im Jahr 2025 ansteigen. Bei einer zu erwartenden durchschnittlichen Entwicklung der Verkaufsfläche lässt sich für das Jahr 2025 ein Wert zwischen von 110.000 und 111.000 qm ermitteln.

## 5.2 Umsatzprognose bis zum Jahr 2025

Um die örtlichen Besonderheiten der Stadt Dormagen bei der Berechnung des zukünftigen Verkaufsflächenbedarfs zu berücksichtigen, wird auf Basis des definierten Prognosekorridors der Bevölkerungsentwicklung und unter Annahme sich positiv entwickelnder Marktanteile des Einzelhandels, eine Umsatz- (und damit eine Verkaufsflächen-) Prognose bis zum Jahr 2025 getroffen.

*Umsatzprognose*

Bezogen auf die Entwicklung der Marktanteile können dabei zwei Szenarien unterschieden werden.

- Ein leichter Ausbau der Marktanteil kann erwartet werden, sollte einerseits auf dem ehemaligen Pfeifer & Langen-Areal keine großflächigen Einzelhandelsansiedlungen durchgeführt werden und andererseits auch an anderer Stelle keine der derzeitigen Angebotsstruktur entsprechende Angebotserweiterung vorgenommen werden. Die Steigerung der Marktanteile würde sich durch vereinzelte Verkaufsflächenentwicklungen ergeben.
- Ein stärkerer Ausbau der Marktanteile kann bei einer strategischen Entwicklung von Angebot und Verkaufsfläche, inkl. einer maßstäblichen Einzelhandelsansiedlung auf dem Pfeifer & Langen-Areal angenommen werden.

Tabelle 12 Szenarien für die Umsatzprognose in der Stadt Dormagen

<div>Marktanteile</div> <div>Bevölkerung</div>	geringe Stei- gerung	systematische Steigerung
60.000	Szenario A	Szenario C
63.000	Szenario B	Szenario D

Quelle Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012

Die Stadt Dormagen ist bestrebt, ihre Einzelhandelsfunktion zu stärken. Unter dem prioritären Ziel einer nachhaltigen Innenstadtentwicklung soll dabei außerdem eine Verkaufsflächenausweisung auf dem ehemaligen Pfeifer & Langen-Areal realisiert werden. Auch Versorgungslücken im Nahversorgungsnetz sollen systematisch durch Einzelhandelsansiedlungen beseitigt werden. Aufgrund dieser handelswirtschaftlichen Ziele und der Bestrebung Einwohnerverluste zu vermeiden, wird in Abstimmung mit der Stadt Dormagen das Szenario D für die Kaufkraft, Verkaufsflächen- und Umsatzprognose bis zum Jahr 2025 herangezogen.

Bei Ansatz folgender Annahmen kann demnach der Gesamtumsatz des Dormagener Einzelhandels bis zum Jahre 2025 prognostiziert werden:

- Stagnierende Bevölkerungsentwicklung bis 2025
- Stagnierende Kaufkraftentwicklung bis 2025
- Systematischer Ausbau der Marktposition v. a. durch Verkaufsflächenausweisung auf dem ehemaligen Pfeifer & Langen-Areal, eine Verbesserung der Angebotsstruktur/ Schließung von Versorgungslücken, Verbesserung des Branchenmixes und der absatzpolitischen Maßnahmen
- Entsprechend Kaufkraftzufluss in Mio. EUR im Jahr 2025 aus dem Umland der Stadt Dormagen.

Für die Branchen Möbel, Einrichtung sowie Bau- und Gartenbedarf, Autozubehör, in der aktuell bereits regional ausstrahlende Einzelhandelsbetriebe in Dormagen ansässig sind, wird eine eher vorsichtige Prognose angesetzt, obwohl für beide Branchen auch grundsätzlich Ansiedlungsfläche auf dem ehemaligen Pfeifer & Langen-Areal zur Verfügung steht. Verträgliche Größenordnungen für Ansiedlungen an diesem und an anderen Standorten im Stadtgebiet sind ggf. unter Berücksichtigung der spezifischen Standort- und Wettbewerbssituation zu ermitteln, gleiches gilt für die Bewertung von Erweiterungsvorhaben vorhandener Betriebe.





Tabelle 13   Umsatzprognose für die Stadt Dormagen bis 2025 für das Prognoseszenario D

Branche	Kaufkraftbindung 2011		Kaufkraftzufluss 2011 in Mio. EUR	Kaukraft 2025 in Mio. EUR	Maximale Kauf- kraftbindung 2025		Maximaler Kaufkraftzu- fluss 2025 in Mio. EUR*	Umsatz 2025 in Mio. EUR	Umsatz- zuwachs ge- genüber 2011 in Mio. EUR	durchschnittliche Flächenproduktivi- tät pro qm in EUR/Jahr	Verkaufs- flächenbedarf in qm (gerun- det)
	in % der Kaufkraft	in Mio. EUR			in % der Kaufkraft	in Mio. EUR					
Nahrungs- und Genussmittel	80,7	97,5	5,1	120,8	88,0	106,3	5,1	111,4	8,8	4.000	2.195
Gesundheit, Körperpflege	62,0	32,0	2,8	51,7	71,0	36,7	2,8	39,5	4,7	3.500	1.330
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	69,2	4,4	1,0	6,3	74,0	4,7	1,0	5,7	0,3	1.750	170
Bücher, Schreibwaren, Büro	59,7	7,8	1,1	13,0	66,0	8,6	1,1	9,6	0,8	2.500	325
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	65,8	30,5	8,6	46,4	70,0	32,5	8,6	41,1	2,0	2.500	790
Sport, Spiel, Freizeit	69,7	7,7	2,2	11,4	78,0	8,9	2,2	11,1	0,9	2.500	380
Elektrowaren	47,9	16,4	1,4	33,7	72,0	24,3	1,4	25,7	8,1	4.500	1.800
Möbel, Einrichtung	56,9	19,0	28,5	33,4	64,0	21,3	28,5	49,8	2,3	1.500	1.560
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	66,5	25,5	6,4	38,4	77,0	29,5	6,4	35,9	4,0	1.500	2.670
Summe	67,8	240,8	57,1	355,1	76,8	272,8	57,1	329,8	31,9	-	11.220

\*Anm:    Der Kaufkraftzufluss wird als konstant angenommen.

Quelle:    Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2011 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Die Umsatzprognose für das angenommene Szenario ergibt folgendes Ergebnis:

*Umsatzprognose*

Unter der Annahme, dass die Bevölkerungszahl bis zum Jahr 2025 stagniert und der Einzelhandel in der Stadt Dormagen seine Versorgungsbedeutung und seine Marktposition systematisch ausbauen kann, ist ein wachsendes Umsatzvolumen von ca. 329,80. EUR (zu aktuellen Preisen) zu erwarten. Die Entwicklungspotenziale werden aus der Versorgungsbedeutung des Einzelhandelsstandorts und der regionalen Wettbewerbssituation sowie unter Berücksichtigung spezifischer betriebswirtschaftlicher Anforderungen für die einzelnen Branchen abgeleitet. Im Vergleich zu heute wird der Umsatz um rund 11 % ansteigen (ca. 31,9 Mio. EUR).

### 5.3 Verkaufsflächenzusatzbedarf bis zum Jahr 2025

Unter Verwendung durchschnittlicher Verkaufsflächenproduktivitäten lässt sich für das definierte Szenario ein Verkaufsflächenbedarf aus der prognostizierten Umsatzerwartung berechnen.

*Berechnung des Verkaufsflächenzusatzbedarfs bzw. Verkaufsflächenüberhangs*

Aufgrund der deutlichen Zunahme der Marktanteile kann wie dargestellt eine beachtliche Umsatzsteigerung und ein dementsprechender Verkaufsflächenbedarf prognostiziert werden.

Die branchenbezogene Darstellung im Rahmen der Modellrechnung verdeutlicht, welche Angebotsbereiche stärker als andere von einem Verdrängungswettbewerb betroffen sein werden bzw. in welchen Bereichen Flächenpotenziale generiert werden können.

In den Branchen, in denen die prozentuale Veränderung der Verkaufsfläche stärker ausgeprägt ist, wurde eine stärkere Marktanteilssteigerung angesetzt. Die Realisierung dieser verbesserten Marktposition hängt allerdings immer davon ab, die „richtigen“ Konzepte umzusetzen, d.h. einerseits Zielgruppen zu beobachten, andererseits Trends zu erkennen.

**Tabelle 14 Orientierungswerte für die Verkaufsflächenentwicklung in der Stadt Dormagen für das Prognoseszenario D**

Branchen	Verkaufs- flächenbedarf in qm*	VK aktuell	Anstieg in %
Nahrungs- und Genussmittel	2.195	24.710	8,9 %
Gesundheit, Körperpflege	1.330	4.365	30,5 %
Blumen, Pflanzen, Zoobedarf	170	1.575	11,0 %
Bücher, Schreibwaren, Büro	325	1.965	16,6 %
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	790	15.275	5,2 %
Sport, Spiel, Freizeit	380	3.985	9,5 %
Elektrowaren	1.800	3.745	48,0 %
Möbel, Einrichtung	1.560	24.425	6,4 %
Bau-/ Gartenbedarf, Autozubehör	2.670	19.665	13,6 %
<b>Summe</b>	<b>11.220</b>	<b>99.710</b>	<b>11,3 %</b>

\*Anm.: Verkaufsflächenzusatzbedarf gegenüber Bestand im Januar 2012

Quelle: Darstellung und Berechnung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Folgende Aussagen sind für die Branchen zu treffen:

- Für die Branche Nahrungs- und Genussmittel ergibt sich ein Verkaufsflächenbedarf von rund 2.195 qm. Zu berücksichtigen ist dabei, dass zum Zeitpunkt der Erhebung zwei Lebensmittel-SB-Betriebe in Planung und kurz vor der Realisierung standen. Dabei handelt es sich um einen Lebensmitteldiscounter auf dem Willi-Brandt-Platz in Horrem sowie um einen Lebensmittelvollsortimenter in der Bismarckstraße in Nievenheim. Dementsprechend reduziert sich der rechnerische Bedarf. Dennoch könnte insbesondere ein Lebensmittelvollsortimenter mit modernem Betriebskonzept eine quantitative sowie qualitative Angebotsaufwertung in Dormagen begründen. Jedoch wird eine solche Ansiedlung den Verdrängungswettbewerb intensivieren. Zu erwarten ist, dass insbesondere Anbieter, die schon heute keine optimalen handelswirtschaftlichen Rahmenbedingungen aufweisen, von dieser Entwicklung betroffen sein werden. Im Rahmen der Prüfung der Nahversorgungsfunktionen der zentralen Versorgungsbetriebe und der Ausstattung mit wohnungsnahen Le-

*Nahrungs- und Genussmittel*

bensmittelangeboten ist der diesbezügliche Handlungsbedarf zu präzisieren.<sup>20</sup>

- Im Bereich Gesundheit/Körperpflege ergibt sich ein Entwicklungspotenzial für ca. 1.330 qm Verkaufsfläche. Hier noch nicht berücksichtigt ist die zu erwartende Schließung einer oder mehrerer Schlecker-Filialen in Dormagen<sup>21</sup>, sodass sich der tatsächliche Bedarf nochmals steigern könnte. Heutzutage fragen teilweise auch Betreiber von Drogeriemärkten Verkaufsfläche um ca. 800 qm an, um moderne Märkte installieren zu können. Eine solche Entwicklung sollte aufgrund des Bedarfs insbesondere für den Bereich des Hauptzentrums geprüft werden. Gleichzeitig sollten jedoch auch bestehende und sich entwickelnde Angebotslücken in den weiteren integrierten Lagen in Dormagen überprüft werden.
- In der Branche Blumen/Pflanzen/Zoobedarf besteht aufgrund der derzeitigen Marktanteile nur wenig Entwicklungspotenzial. Kleinere Angebotsergänzungen oder Ansiedlungen in den integrierten Lagen sollten ermöglicht werden.
- Für den Bereich Bücher/Schreibwaren würde sich ebenfalls nur ein leichter Bedarf ergeben. Im Zusammenhang mit einer Ansiedlung der zuvor genannten Branchen könnte ein Fachgeschäft oder ein kleiner Filialbetrieb installiert werden.
- In den Branche Bekleidung/Schuhe/Schmuck ergibt sich ein Entwicklungspotenzial von rund 790 qm. Hier ist einerseits die Ansiedlung eines weiteren frequenzerzeugenden Filialbetriebs wünschenswert (h & m, Zara etc.), jedoch kann der Bedarf dieses typischen Innenstadtssortiments auch zur Aktivierung kleiner und mittlerer Leerstände im Hauptzentrum genutzt werden.
- Selbiges gilt für den Bereich Sport/ Spiel/Freizeit mit einem Bedarf von ca. 380 qm. Aufgrund des für einen modernen Fachbetrieb nur geringen Verkaufsflächenbedarfs könnte neben der Nutzung dieser Fläche bei Betriebserweiterungen auch eine Kombination mit Angeboten aus der zuvor genannten Branche geprüft werden.
- Bei dem angenommenen moderaten Ausbau der Marktanteile ergibt sich für die Branche Elektrowaren ein Verkaufsflächenbedarf von rund 1.800 qm. Hier wird die Ansiedlung eines leistungsstarken und publikumswirksamen Elektronikfachmarkts empfohlen.

*Gesundheit/Körperpflege*

*Blumen/Pflanzen/Zoobedarf*

*Bücher/Schreibwaren*

*Bekleidung/Schuhe/Schmuck*

*Sport/Spiel/Freizeit*

*Elektrowaren*

*Möbel und Einrichtung*

<sup>20</sup> Durch die Eröffnung eines Lebensmittelvollsortimenters in Nievenheim sowie die Planung eines Lebensmitteldiscounters in Horrem wurde zwischenzeitlich annähernd der komplette errechnete branchenspezifische Verkaufsflächenbedarf realisiert bzw. wird in nächster Zeit realisiert.

<sup>21</sup> Mittlerweile sind alle Filialen geschlossen.

- In der Branche Möbel und Einrichtung wird ein Verkaufsflächenbedarf von rund 1.560 qm ermittelt, wonach sich Erweiterungsoptionen oder Ansiedlungsmöglichkeiten für weitere kleinere Fachmärkte ergeben.
- Auch für die Branche Bau-/Gartenbedarf und Autozubehör kann mit rund 2.670 qm Verkaufsfläche ein Bedarf ermittelt werden, der Erweiterungen oder die Ansiedlung eines kleineren Fachmarkts begründen kann.

*Bau-/Gartenbedarf, Autozubehör*

Für die beiden letztgenannten Branchen, die i.d.R. nicht zentrenrelevante Kernsortimente aufweisen, können u.U. auch größere Vorhaben als verträglich eingestuft werden. Der Nachweis ist über eine Wirkungsanalyse zu erbringen.

Die Modellrechnungen zeigen auf, dass sich in einigen Branchen Spielräume für Verkaufsflächenentwicklungen bis zum Jahr 2025 ergeben. Die Orientierungswerte machen deutlich, welche handelswirtschaftlichen Optionen bestehen und ermöglichen insofern gleichermaßen die realistische Bewertung der Entwicklungschancen integrierter Einzelhandelslagen bzw. der dort ansässigen Betriebe wie auch die Entwicklungspotenziale am Standort der ehemaligen Zuckerfabrik.

### 5.3.1 Vergleich mit den Kaufkraftprognose 2006 und 2009

Die GMA hat 2009 im Rahmen des Gutachtens zum kommunalen Einzelhandelskonzept für die Stadt Dormagen eine Kaufkraftprognose für das Jahr 2020 erstellt. Unter den Prämissen realer Kaufkraftsteigerungen - die jedoch durch die zurückgehenden Ausgaben im Einzelhandel ausgeglichen werden, einer zunehmenden Zahl von Privathaushalten und einer rückläufigen Bevölkerungsprognose, wird ein Anstieg der Kaufkraft von 350,4 Mio. EUR im Jahr 2008 auf 354,9 Mio. EUR (+ 1,3 %) im Jahr 2020 prognostiziert. Eine Ableitung möglicher Verkaufsflächenbedarfe erfolgt nicht.

*Kaufkraftprognose und Verkaufsflächenbedarf nach GMA*

Durch den Vergleich der Verkaufsflächenausstattung der Stadt Dormagen mit Vergleichsstädten auf Grundlage der GMA-Grundlagenforschung „Kennziffern des Einzelhandels in Deutschland und Österreich 2007“ erfolgte durch die GMA die Ableitung, dass die Stadt Dormagen über eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung verfügte.

Daraufhin wird Bezug genommen auf die Auswirkungsanalyse für die Realisierung eines Fachmarktzentrums an der Europastraße. Die dort projektierten Verkaufsflächen von insgesamt ca. 29.050 qm werden branchenbezogen in Relation zur tatsächlich vorhandenen Verkaufsflächenausstattung gesetzt.

Zusammenfassend wird in der Auswirkungsanalyse für die Ansiedlung eines Fachmarktzentrums der GMA eine Verkaufsflächenaus-

weisung von 29.050 qm als bedarfsgerecht sowie stadt- und regionsverträglich angenommen.

Hingegen wurde 2006 von der Fa. Futura Consult – Dr. Kummer bei einem Nachfragepotenzial von rund 345 Mio. EUR und einer ermittelten Verkaufsflächenausstattung von 1,32 qm je Einwohner für die Erreichung einer Verkaufsflächenausstattung von 1,5 qm je Einwohner ein rechnerischer Verkaufsflächenbedarf von 11.500 qm festgestellt. Gleichzeitig wird jedoch betont, dass die tatsächliche Wettbewerbssituation nur eine geringere Verkaufsflächenausweitung erlauben würde. Bis zum heutigen Zeitpunkt sind weit mehr als die angesetzten 11.500 qm Verkaufsfläche realisiert worden, ohne dass sich die Rahmenbedingungen wie Bevölkerungspotenzial oder Wettbewerbssituation entscheidend geändert hätten.

*Kaufkraftprognose und Verkaufsflächenbedarf nach Dr. Kummer*

Auf Grundlage der angestellten Rechnungen zur Kaufkraftprognose sowie der abgeleiteten Szenarien der Umsatzentwicklung und der Verkaufsflächenbedarfe wird eine Verkaufsflächenausweisung in der Dimension der Empfehlung der GMA innerhalb dieses Konzepts nicht weiterverfolgt. Stattdessen wird das Ziel verfolgt, eine maßstäbliche und bedarfsgerechte Verkaufsflächenausweisung für eine qualitative Verbesserung des Einzelhandels in der Stadt Dormagen und eine Stärkung des Hauptzentrums Innenstadt zu erreichen, die es der Stadt Dormagen erlaubt, ihre einzelhandelsspezifische Wettbewerbssituation zu verbessern.

#### 5.4 Aktuelle Einzelhandelsplanungen in der Stadt Dormagen

Derzeit sind vier Einzelhandelsplanungen in der Stadt Dormagen zu nennen, die sich teilweise schon in der Realisierungsphase befinden. Andere dagegen sind bisher nur von Investorenseite in die Diskussion gebracht worden und werden von der Stadt Dormagen geprüft. Eine genauere Standortbestimmung und eine Planungsempfehlung erfolgt innerhalb der Kapitel zu den jeweiligen Versorgungslagen.

*ehemaliges Pfeifer & Langen-Areal*

- In der Innenstadt bestehen, wie einleitend bei der Beschreibung der Aufgabenstellung erwähnt, sowohl von Seiten eines Investors als auch aus Sicht der Dormagener Stadtverwaltung Bestrebungen, die brachliegende Fläche des ehemaligen Pfeifer & Langen-Areals einer Einzelhandelsnutzung zuzuführen.
- In Horrem wird am Willi-Brandt-Platz ein Lebensmitteldiscounter errichtet.
- In Nievenheim befindet sich einerseits eine Lebensmittelvollsortimenter in der Realisierungsphase und zudem besteht Investoreninteresse, einen Lebensmitteldiscounter anzusiedeln.

*Innenstadt*

*Horrem*

*Nievenheim*

## 6 Zentrenkonzept für die Stadt Dormagen

### 6.1 Grundsätzliche Anmerkungen

#### 6.1.1 Zentrenkonzept als räumliches Steuerungsinstrument

Ein Zentrenkonzept soll die vielfältigen Nutzungs- und Entwicklungsansprüche seitens der Betreiber, der Kunden sowie der Stadtentwicklung mit der Einzelhandelsentwicklung in Einklang bringen und zugleich die gesetzlichen Rahmenbedingungen zur Steuerung des Einzelhandels auf der Grundlage der ortsspezifischen Gegebenheiten erfüllen. Die rechtliche Notwendigkeit eines solchen Konzepts ergibt sich aus § 1 (6) Nr. 11 BauGB. Demnach ist das Einzelhandels- und Zentrenkonzept als städtebauliches Entwicklungskonzept in der Bauleitplanung zu berücksichtigen. Denn erst durch die gesamtstädtische Untersuchung und Konzeption der Einzelhandelssituation und -entwicklung sind Steuerungen in der weiteren Bauleitplanung transparent und nachvollziehbar. Dies betrifft insbesondere auch Steuerungsmöglichkeiten i. S. v. §§ 9 (2a) und 34 (3) BauGB.

*Notwendigkeit eines Zentrenkonzepts*

Kernelement eines Zentren- und Einzelhandelskonzepts ist die Konkretisierung des Belangs der Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche i. S. d. § 1 (6) Nr. 4 BauGB durch die Bestimmung einer konkreten Abgrenzung und Funktionalität der zentralen Versorgungsbereiche. So wird ein räumlich-funktionales Zentrenmodell definiert, das die planerisch gewollte Zentrenhierarchie einer Kommune darstellt. Neben der vorhandenen Standortstruktur hat das Zentrenmodell auch Entwicklungsperspektiven zu berücksichtigen. Neben dem Status quo, also der Beschreibung der konkreten Versorgungsfunktion unter Berücksichtigung des Einzugsgebiets müssen auch etwaige Potenzialstandorte zur Erweiterung der zentralen Versorgungsbereiche berücksichtigt werden.

*Zentrenhierarchie*

Bei der Qualifizierung eines städtischen Bereichs als zentraler Versorgungsbereich ist die Rechtssprechung des Bundesverwaltungsgerichts zu berücksichtigen. Danach sind zentrale Versorgungsbereiche 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“.<sup>22</sup>

Ein zentraler Versorgungsbereich soll nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine zentrale Funktion für die Versorgung der Bevölkerung eines bestimmten Einzugsbereichs übernehmen. Für eine Abgrenzung wird eine „integrierte Lage“ vorausgesetzt. Der zentrale Versorgungsbereich muss auch ohne PKW-Nutzung von der zu versorgenden Bevölkerung erreichbar sein<sup>23</sup>. Eine übergemeindliche

<sup>22</sup> Vgl. BVerwG 4 C 2.08, 17. 12.2009

<sup>23</sup> Vgl. OVG NW 7 A 1392/07, 19.06.2008

Versorgungsfunktion wird hingegen nicht für die Abgrenzung vorausgesetzt.

Je nach Versorgungsfunktion und Einzugsbereich sind drei Typen zentraler Versorgungsbereiche zu unterscheiden:

- Hauptzentren
- Nebenzentren
- Nahversorgungszentren

Dabei versorgen die Hauptzentren (Innenstädte bzw. Ortsmitten der Gemeinden) die gesamte Kommune bzw. bei mittel- oder oberzentraler Funktion der Gesamtstadt auch umliegende Städte und Gemeinden. Nebenzentren sind zuständig für die Versorgung funktional zugeordneter Ortsteile, während die Versorgungsaufgaben von Nahversorgungszentren auf die unmittelbar umliegenden Wohnsiedlungsbereiche ausgerichtet sind. Die Einstufung erfolgt nach quantitativen Kriterien (z. B. Verkaufsflächenbestand, Anzahl der Dienstleister) und qualitativen Aspekten (z. B. räumlich-funktionale Gliederung, Einkaufsorientierung), die nachfolgend konkretisiert werden. Das hat zur Folge, dass nicht jede Stadt oder Gemeinde über alle drei Zentren typen verfügt. Wichtig für die Zentrenkonzeption ist die Formulierung von städtebaulichen und stadtentwicklungsrelevanten Zielvorstellungen für jedes Zentrum, welche die Grundlage späterer stadtpolitischer Entscheidungen bilden. So sollte ein Zentren- und Einzelhandelskonzept auch Aussagen zur Einzelhandelsentwicklung außerhalb der Zentren treffen.

Die planungsrechtliche Steuerung des Einzelhandels unter Berücksichtigung des identifizierten Zentrenmodells ist nur in Kombination mit der Entwicklung und Verabschiedung einer ortsspezifischen Auflistung der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente möglich. Diese ortsspezifische Differenzierung berücksichtigt den Status quo der in den Zentren vorhandenen Sortimente sowie auch deren perspektivische Entwicklung in Bezug auf gegenwärtig noch nicht vorgehaltene Sortimente.

*ortsspezifische Sortimentsliste*

Auf Basis der Festlegungen der Zentren und der ortsspezifische Sortimentslisten dient das Einzelhandels- und Zentrenkonzept dann der zukünftigen Steuerung von Einzelhandelsnutzungen im Stadtgebiet. Es bietet somit auch eine städtebauliche Grundlage für Festsetzungen zur Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche.

In Nordrhein-Westfalen sind derzeit keine verbindlichen Ziele der Landesplanung zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels zu berücksichtigen. Gem. § 38 Landesentwicklungsprogramm NRW ist selbiges am 31.12.2011 außer Kraft getreten. Der durch das Urteil des OVG NRW (10 A 676/08) vom 30. September 2009 ohnehin nur als

*Ziele*



Grundsatz der Raumordnung zu bewertende § 24a LEPro NRW entfällt somit als rechtlicher Orientierungsrahmen.<sup>24</sup>

Die benannten Elemente eines Einzelhandels- und Zentrenkonzepts bilden die wesentliche Orientierungs- und Entscheidungshilfe für Verwaltung und Politik. Es gilt allerdings im Einzelfall zu prüfen, welche bauleitplanerischen Festsetzungen städtebaulich gerechtfertigt werden können und mit dem Abwägungsgebot vereinbar sind.

*Orientierungs- und Entscheidungshilfe*

### 6.1.2 Rahmenbedingungen für lebendige Zentren

Ein vielfältiges und attraktives Einzelhandelsangebot ist eine wesentliche Voraussetzung für lebendige Zentren. Allerdings sind auch andere Elemente wichtig, die sich wiederum gegenseitig positiv beeinflussen:

- Dienstleistungs-, Gastronomie-, Freizeit- und Kulturangebote ermöglichen den Kunden Kombinationsmöglichkeiten mit dem Einkauf und verlängern den Aufenthalt in den Zentren.
- Die Gestaltung des öffentlichen Raums kann attraktive Aufenthaltsmöglichkeiten für Jung und Alt schaffen. Zusammen mit einer ansprechenden Gestaltung von Fassaden und Schaufenstern und einem einladenden Gesamteindruck wird eine angenehme Einkaufsatmosphäre gefördert.
- Eine gute Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV), dem motorisierten Individualverkehr (MIV) und für Fußgänger sowie Fahrradfahrer ist die Voraussetzung dafür, dass alle Bevölkerungsgruppen die Zentren erreichen können.
- Wohnen und Arbeiten in direkter Nachbarschaft (Nutzungsmischung) verschafft dem Einzelhandel einen unmittelbaren Zulauf als Basispotenzial und belebt die Zentren auch außerhalb der Geschäftszeiten.

Für Haupt- und Nebenzentren ist neben der Größe des Einzugsbereichs eine gewisse Besatzdichte mit Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben charakteristisch. Auch die Ausstattung eines Nahversorgungszentrums in einem Ortsteil oder Quartier sollte idealtypisch nicht nur Einzelhandelsangebote des täglichen Bedarfs, sondern auch Angebote aus dem Dienstleistungssektor wie z. B. Post, Bankfiliale, Ärzte und Friseur umfassen. Je breiter der Angebots- und Nutzungsmix strukturiert ist, umso höher sind die Versorgungsqualität und damit die Attraktivität des Zentrums.

---

<sup>24</sup> Wie schon erwähnt ist zum Zeitpunkt der Berichtslegung auf den Entwurf der Staatskanzlei Nordrhein-Westfalen vom 17. April 2012 zum Sachlichen Teilplan Großflächiger Einzelhandel für den Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen zu verweisen.

## 6.2 Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche

Wie schon erwähnt, ist die Abgrenzung und funktionale Definition zentraler Versorgungsbereiche unter Berücksichtigung ihrer Entwicklungsperspektiven der unverzichtbare Kern des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Dormagen. Damit wird das Ziel der Sicherung und Entwicklung einer hierarchisch gegliederten Zentrenstruktur verfolgt, das dadurch unterstützt wird, dass zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des BauGB als schützenswerte Bereiche eingestuft werden.<sup>25</sup>

*Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche*

Das Oberverwaltungsgericht für das Land Nordrhein-Westfalen hat in verschiedenen Urteilen den Begriff „zentraler Versorgungsbereich“, hier im Sinne des §§ 2 (2) und 34 (3) BauGB konkretisiert:

*Konkretisierung des Begriffs „zentraler Versorgungsbereich“*

- Es handelt sich um einen räumlich abgegrenzten Bereich einer Gemeinde, dem eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt.<sup>26</sup>
- Neben Einzelhandelsbetrieben, deren Warenangebote aller Art für die Einwohner der Gemeinde oder eines Teils des Gemeindegebiets von Bedeutung sind, sollten in aller Regel auch Dienstleistungsbetriebe verschiedener Art und gastronomische Angebote vorhanden sein.<sup>27</sup>
- Der Charakter eines zentralen Versorgungsbereichs bestimmt sich nicht nur aus den örtlichen Gegebenheiten, sondern auch durch konkrete Planungen (aus sonstigen nicht planungsrechtlich verbindlichen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen).<sup>28</sup>
- Der Begriff „zentral“ ist funktional zu verstehen: Die Gesamtheit der auf eine Versorgung der Bevölkerung ausgerichteten baulichen Nutzungen haben aufgrund ihrer Zuordnung und verkehrsmäßigen Erschließung die Funktion eines Zentrums. Eine bloße Agglomeration von Einzelhandelsnutzungen reicht demnach nicht für einen „zentralen“ Versorgungsbereich aus.<sup>29</sup>
- Agglomerationen von Fachmärkten, die häufig in ehemals bzw. noch gewerblich genutzten Bereichen angesiedelt wurden, sind in der Regel nicht als zentrale Versorgungsbereiche einzustufen.<sup>30</sup>
- Einzelhandelsbetriebe in Randbereichen von zentralen Versorgungsbereichen können einbezogen werden, wenn diese ein hohes Verknüpfungspotenzial aufweisen und über eine barrierefreie fußläufige Anbindung verfügen.<sup>31</sup>
- Zentrale Versorgungsbereiche müssen nicht unbedingt den Charakter von Kerngebieten im Sinne des § 7 BauNVO haben. Sie um-

<sup>25</sup> Vgl. §§ 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB sowie 11 (3) BauNVO

<sup>26</sup> OVG NRW, Urteil vom 11.12.2006 - 7 A 964/05

<sup>27</sup> Ebd.

<sup>28</sup> Ebd.

<sup>29</sup> Ebd.

<sup>30</sup> Ebd.

<sup>31</sup> OVG NRW, Urteil vom 13.06.2007 - 10 A 2439/06

fassen Versorgungsbereiche unterschiedlicher Stufen: Innenstadtzentren, Nebenzentren in Stadtteilen sowie Grund- und Nahversorgungszentren in Stadt- und Ortsteilen sowie Gemeinden. Je nach Stufe erfüllen die Zentren unterschiedliche Versorgungsbedarfe.<sup>32</sup>

- Innenstadtzentren erreichen einen größeren Einzugsbereich, in der Regel das gesamte Stadtgebiet und gegebenenfalls darüber hinaus das weitere Umland. Sie bieten ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf. Nebenzentren erfüllen eine Teilfunktion des eigentlichen Innenstadtzentrums. Nahversorgungszentren versorgen in der Regel nur bestimmte Stadtteile größerer Städte mit einigen tausend Einwohnern bzw. gesamte kleinere Orte mit Waren des kurz- und mittelfristigen Bedarfs.<sup>33</sup>

Aus der Literatur lassen sich folgende weitere Hinweise zur Identifikation und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ableiten:

- Die für die Funktion eines Zentrums relevanten Nutzungen können auch durch andere Nutzungen, insbesondere Wohnnutzung, zu einem gewissen Anteil durchmischt sein.<sup>34</sup>
- Nebenzentren müssen 1.000 qm und mehr Verkaufsfläche aufweisen.<sup>35</sup>

## 6.3 Hauptzentrum Dormagen Innenstadt

### 6.3.1 Standortmerkmale und Angebotssituation

Die Dormagener Innenstadt befindet sich im Stadtteil Mitte der Stadt Dormagen. Westlich der Bundesstraße B 9 gelegen, erstreckt sie sich in westlicher Richtung etwa bis zur Römerstraße, in nördlicher Richtung über die Florastraße hinaus in die Krefelder Straße und in südlicher Richtung ungefähr bis zur Europastraße. Die verkehrstechnische Anbindung der Innenstadt erfolgt in erster Linie über die beiden Querverbindungen Landstraße L 280 (im Norden der Innenstadt) und Kreisstraße K 18 (im Süden der Innenstadt) die jeweils eine Achse zwischen der Autobahn A 57 und der Bundesstraße B 9 herstellen.

Für den ruhenden Verkehr ist insbesondere auf drei Parkhäuser im Innenstadtbereich zu verweisen. Diese befinden sich in der Nettergasse, unter der Rathaus-Galerie sowie am Dorma-Center in der Straße Unter den Hecken. Zudem sind Stellplätze am Gesundheitsamt, am Marktplatz (Römerstraße) und parallel zur Kölner Straße in der Straße Unter den Hecken zu nutzen.

*Parkplätze*

<sup>32</sup> OVG NRW, Urteil vom 11.12.2006 – 7 A 964/05

<sup>33</sup> OVG NRW, Urteil vom 13.06.2007 - 10 A 2439/06; OVG NRW, Urteil vom 11.12.2006 - 7 A 964/05

<sup>34</sup> Kuschnerus, Ulrich: Der standortgerechte Einzelhandel. Mai 2007, S. 80

<sup>35</sup> ebd.

Die zentralen Haltestellen vom StadtBus Dormagen im Innenstadtbereich befinden sich am Marktplatz sowie an der Kreuzung Kölner Straße/Florastraße. Jede vom StadtBus betriebene - in Kapitel 2 dieses Gutachtens vorgestellte - Buslinie fährt tagsüber die Haltestelle Marktplatz an. Der Bahnhof Dormagen befindet sich dagegen außerhalb des Innenstadtbereichs im Stadtteil Horrem. Dort verkehren stündlich die Regional-Express-Züge der Linie RE 7 in Richtung Neuss-Krefeld sowie in Richtung Köln-Wuppertal-Hagen. Die S-Bahn-Linie S 11 verbindet Dormagen dreimal stündlich mit den Städten Neuss und Düsseldorf, dem Flughafen Düsseldorf und der Stadt Köln. Die Verbindung vom Dormagener Bahnhof zur Innenstadt wird tagsüber durch sieben Buslinien hergestellt.

*Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln*

Abbildung 15 Nutzungskartierung Dormagen Innenstadt



Quelle Kartengrundlage Stadt Dormagen, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

Anm.: Die Nutzungskartierung des Hauptzentrums und die folgende räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs, finden sich im Anhang zusätzlich im DIN A3-Format.

Insgesamt sind im Hauptzentrum der Stadt Dormagen 119 Betriebe des Einzelhandels und Ladenhandwerks ansässig (ca. 37 % aller Be-

*Einzelhandelsangebot*

triebe der Stadt Dormagen), die einen Umsatz von ca. 85,5 Mio. EUR pro Jahr (ca. 29 % des Gesamtumsatzes in der Stadt Dormagen) erwirtschaften und mit ca. 27.035 qm Verkaufsfläche einen Anteil von ca. 27 % an der im Stadtgebiet durch Einzelhandel genutzten Fläche darstellen. Die durchschnittliche Betriebsgröße ist mit ca. 227 qm Verkaufsfläche je Betrieb als überdurchschnittlich zu bewerten.

**Tabelle 15 Einzelhandelsausstattung des Hauptzentrums Dormagen Innenstadt**

Branche	Anzahl der Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	in qm	in %
Nahrungs- und Genussmittel	16	13,5%	2.890	10,7%
Gesundheit, Körperpflege	17	14,3%	2.635	9,8%
Blumen, Zoobedarf	2	1,7%	135	0,5%
Bücher, Schreibwaren, Büro	7	5,9%	1.390	5,1%
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	40	33,6%	12.325	45,6%
Sport , Spiel, Freizeit	4	3,4%	365	1,3%
Elektrowaren	15	12,6%	1.110	4,1%
Möbel, Einrichtung	17	14,3%	5.540	20,5%
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	1	0,8%	645	2,4%
<b>Summe</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>	<b>27.035</b>	<b>100,0</b>

Anm.: Angaben nach Angebotsschwerpunkt

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

Anm.: Die differenzierte Zuordnung der Sortimente zu den Branchen anhand der Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008 zur Ableitung der Dormagener Liste ist dem Anhang zu entnehmen.

Der Angebotsschwerpunkt in der Innenstadt Dormagens kann mit rund einem Drittel der Betriebe und einem Verkaufsflächeanteil von etwa 46 % in der Branche Bekleidung/Schuhe/Schmuck festgestellt werden. Mehr als die Hälfte der branchenbezogenen Verkaufsfläche wird dabei vom Ring-Center, einem mehrgeschossigen Textilkauflhaus mit integriertem Intersport, sowie von einer Filiale der Fa. C&A bewirtschaftet.

*Angebotsschwerpunkt*

Während in der Branche Bücher/Schreibwaren/Büro drei leistungsstarke Betriebe existent sind und eine durchschnittliche Leistungsfähigkeit der Branche begründen, fehlt es in der ebenso dem mittelfristigen Bedarf zugehörigen Branche Sport/Spiel/Freizeit an Angebotsqualität und -quantität.

Die Branchen des kurzfristigen Bedarfs sind unterschiedlich stark im Hauptzentrum vertreten. Die Branchen Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit und Körperpflege sind mit jeweils ca. 14 % der Betriebe sowie ca. 11 % bzw. ca. 10 % der Verkaufsflächen stark im

Hauptzentrum vertreten. Demgegenüber ist die Branche Blumen/Zoobedarf unterrepräsentiert.

Für die Versorgung mit Lebensmitteln kann auf drei Lebensmittel-SB-Betriebe in der Innenstadt verwiesen werden. Diese zunächst positiv zu bewertende Angebotssituation relativiert sich jedoch aufgrund der Lage bzw. der handelswirtschaftlichen Rahmenbedingungen der beiden ansässigen Lebensmitteldiscounter. Im Dorma-Center befindet sich ein Aldi-Süd-Lebensmitteldiscounter, der zwar einen zeitgemäßen Marktauftritt aufweist, jedoch aufgrund seiner Lage außerhalb der Fußgängerzone nur untergeordnete Frequenzwirkungen auslöst. Am nördlichen Ende der Kölner Straße befindet sich zudem ein Netto-Lebensmitteldiscounter. Dieser ist aufgrund seiner unterdurchschnittlichen Größe und seiner verbesserungswürdigen Marktauftritts jedoch nur als eingeschränkt leistungsfähig zu bezeichnen. Außerdem befindet sich ein Edeka-Vollsortimenter im Untergeschoss der zentral gelegenen Rathausgalerie.

Ein ähnlich differenziertes Bild ergibt sich bei der Betrachtung der Branchen des langfristigen Bedarfs. Die Branche Möbel/ Einrichtung ist insbesondere aufgrund eines großflächigen Anbieters von Haushalts- und Hausratwaren sowie einer Reihe von Betriebe mit Verkaufsflächen zwischen 250 und 550 qm überdurchschnittlich stark vertreten. Zwar sind knapp 13 % der im Hauptzentrum existenten Betriebe der Branche Elektrowaren zuzuordnen, jedoch handelt es sich dabei fast ausschließlich um kleinstrukturierten Einzelhandel mit einem Sortimentsschwerpunkt bei Telefonen und Fotografie. Ein leistungsfähiger Elektrofachmarkt befindet sich nicht im Hauptzentrum.

Das Dormagener Hauptzentrum weist mit rund 43 % der Betriebe und einem sortimentsbezogenen Verkaufsflächenanteil von ca. 52% einen Angebotsschwerpunkt im überwiegend mittelfristigen Bedarfsbereich auf, wodurch die gesamtstädtische Versorgungsfunktion verdeutlicht wird.

Sechs Betriebe innerhalb des Hauptzentrums besitzen eine Verkaufsfläche oberhalb der bei 800 qm angenommenen Großflächigkeit, davon ein Lebensmitteldiscounter, ein Vollsortimenter, und jeweils zwei Betriebe mit einem Angebotsschwerpunkt beim mittelfristigen bzw. langfristigen Bedarf. Es folgt eine große Anzahl von Betrieben mit Verkaufsflächen zwischen 200 und 600 qm.

Vor dem Hintergrund der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Dormagen lassen sich jedoch in einigen Branchen Angebotsdefizite ablesen, die ggf. durch Angebotsergänzungen abgebaut werden können.

Tabelle 16 Einzelhandelssituation im Hauptzentrum Dormagen Innenstadt

Bedarfsbereich	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	in qm	in %
überwiegend kurzfristiger Bedarf	35	29,4	5.660	20,9
überwiegend mittelfristiger Bedarf	51	42,9	14.080	52,1
überwiegend langfristiger Bedarf	33	27,7	7.295	27,0
<b>Summe</b>	<b>119</b>	<b>100</b>	<b>27.035</b>	<b>100</b>

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

Ergänzt werden die Einzelhandelsangebote im Ortszentrum durch 132 unterschiedliche Komplementärnutzungen, die - allerdings nachgeordnet - als Frequenzbringer für das Hauptzentrum fungieren. Hier wird vor allem eine gute Versorgung im Bereich der allgemeinen Dienstleistungen sowie auch in der medizinischen Betreuung deutlich. Der Großteil der im Hauptzentrum verorteten Komplementärnutzungen bewirtschaftet Ladenlokale in den Erdgeschossen (ca. 70 %). Darunter befinden sich auch Betriebe, deren Angebotsstruktur nicht unbedingt an eine Passantenfrequenz im Erdgeschoss gebunden ist und die im Regelfall auch Obergeschosse beziehen können.

*Komplementärnutzungen*

Im Hauptzentrum Dormagen wurden somit insgesamt 215 gewerbliche Erdgeschossnutzungen aus den Bereichen Einzelhandel und Dienstleistungen/Gastronomie lokalisiert. Hinzu kommen zwei Vergnügungsstätten (hier: Spielhallen) und zwölf Leerstände. Aus dem Verhältnis dieser Erdgeschossleerstände und der insgesamt 224 in den Erdgeschossen vorliegenden Gewerbeflächen des Hauptzentrums ergibt sich eine Leerstandsquote von ca. 5 %, die unter dem Wert einer „normalen“ Geschäftsfluktuation vergleichbarer Einkaufsstädte liegt und einen stabilen Besatz erkennen lässt.<sup>36</sup>

*Leerstandsquote*

<sup>36</sup> Nach Erfahrungswerten der Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH ist bei einer Leerstandsquote von bis zu ca. 8 % von einer „normalen“ Geschäftsfluktuation auszugehen.

Tabelle 17 Komplementärnutzungen im Hauptzentrum Dormagen Innenstadt

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen		Angebots- schwerpunkt
	Summe	davon EG*	
Gastronomie, Hotellerie	24	22	Café, Gaststätte, Restaurant, Eisdiele, Imbiss, Bistro
Dienstleistungen	84	63	Fahrschule, Friseur, Versicherung, Bank, Rechtsanwalt, Reisebüro, historisches Rathaus, Politik, Kosmetik
Kultur, Freizeit, Bildung	9	7	Kirche, Pfarrbüro, Galerie, Kino, Ausstellungsraum
Gesundheit	18	4	verschiedene (Fach-Ärzte, Therapiepraxen, Massage)
<b>Summe</b>	<b>135</b>	<b>96</b>	<b>./.</b>

\*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

Tabelle 18 Nutzungsstruktur im Hauptzentrum Dormagen Innenstadt

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen	
	Summe	davon EG*
Einzelhandel	119	119
Komplementärnutzungen	135	96
Vergnügungsstätten	3	1
Leerstände	12	12
<b>Summe</b>	<b>268</b>	<b>228</b>

\*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

Zusammenfassend betrachtet weist das Hauptzentrum ein breites Warenangebot mit einem Angebotsschwerpunkt im Bereich Bekleidung/Schuhe/Schmuck auf. Ebenfalls stark vertreten sind die Branchen Lebensmittel, Gesundheit/Körperpflege sowie die dem langfristigen Bedarf zuzuordnende Branche Möbel/Einrichtung. Die Innenstadt stellt mit einem differenzierten Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz - ergänzt um Gastronomie-, Bildungs- und medizi-

Bewertung der Angebotssituation



nische Angebote - die größte zusammenhängende Versorgungslage der Stadt dar. Insgesamt ist das Zentrum unter Berücksichtigung der einem Mittelzentrum zugeschriebenen Versorgungsfunktionen und der Wettbewerbssituation als leistungsfähig zu bewerten. Unter Berücksichtigung des dargestellten Verkaufsflächenbedarfs sollte das zentrenrelevante Einzelhandelsangebot zur Stärkung des Hauptzentrums weiter ausgebaut werden. Neben einem weiteren Ausbau der innerstädtischen Schlüsselbranchen Bekleidung/Schuhe/Schmuck würde auch die Ansiedlung eines leistungsstarken Lebensmittel-SB-Betriebs und eines Elektrowarenfachmarkts eine Steigerung der Angebotsqualität mit sich bringen.

### 6.3.2 Handelsschwerpunkte des Hauptzentrums

Der Handelsschwerpunkt der Dormagener Innenstadt ist die Fußgängerzone der Kölner Straße. Über eine Länge von rund 720 m zwischen Flora- und Europastraße findet sich die höchste Nutzungsintensität Dormagens.

Dabei ist eine Dreigliederung der Fußgängerzone wahrnehmbar:

Der Abschnitt mit der dichtesten und handelswirtschaftlich qualitativsten Nutzungsstruktur ist der mittlere Abschnitt der Fußgängerzone zwischen Marktstraße und Nettergasse. In diesem Bereich konzentrieren sich die Magnetbetriebe der Innenstadt, wobei insbesondere die Rathausgalerie und das Ring Center hervorzuheben sind. Auch der Straßenquerschnitt sowie die Straßenbegrünung und -möblierung sorgt hier für eine ansprechende Einkaufs- und Aufenthaltsqualität. Die gute Parkplatzsituation durch die beiden Parkhäuser in diesem Bereich führen zu einer herausragenden Positionierung des ansässigen Einzelhandels und hohe Kunden- und Fußgängerfrequenzen.

Nördlich davon, zwischen Florastraße und Marktstraße ist eine fast ebenso hohe Nutzungsdichte in den Erdgeschosslagen zu erkennen, jedoch liegt eine abnehmende Einzelhandels- und eine zunehmende Dienstleistungsdichte vor. Insbesondere fehlen hier frequenzerzeugende Magnetbetriebe. Auch der schmalere Straßenquerschnitt und der leicht abfallende Straßenverlauf markieren diesen Abschnitt. Direkt angrenzend zur Florastraße befinden sich ein Netto-Discount sowie ein Schlecker-Drogeriemarkt<sup>37</sup>. Sie sorgen heute noch für Kundenfrequenzen aus der Richtung der Rathausgalerie. Jedoch ist wie schon oben erwähnt, die Zukunft beider Betriebe – aus unterschiedlichen Gründen - derzeit nicht absehbar. Bei Aufgabe eines oder beider Betriebe, würde vermutlich der gesamte nördliche Abschnitt unter einer deutlich abnehmenden Kundenfrequenz leiden.

*hohe Nutzungsdichte und –qualität im mittleren Abschnitt*



*abnehmende Qualität der Nutzungsstruktur und kritische Perspektive im nördlichen Abschnitt*



<sup>37</sup> Betrieb ist mittlerweile geschlossen.

Der südliche Teil zwischen Nettergasse und Europastraße wird von Norden aus kommend durch eine deutliche Abnahme von Nutzungsdichte und –qualität (speziell der Einzelhandelsnutzungen) geprägt. Auf der östlichen Seite der Kölner Straße wurde eine ehemals ungenutzte Fläche an der Straße Am Kappesberg einer Einzelhandelsnutzung zugeführt. Sowohl die Architektur, als auch der Betriebsbesatz sind ansprechend. Ebenfalls gestalterisch positiv wirkt eine der Pfarrkirche St. Michael vorgelagerte Grün-/Parkfläche mit altem Baumbestand. Jedoch wird hierdurch eine zusammenhängende Laufanlage unterbrochen. Insgesamt häufen sich im südlichen Bereich der Kölner Straße die Leerstände in den Erdgeschossen. Architektur und Aufenthaltsqualität lassend deutliche Entwicklungs- und Aufwertungspotenziale erkennen.

*Leerstände und wenige hochwertige Nutzungen im südlichen Abschnitt, jedoch Entwicklungspotenzial!*



### 6.3.3 Potenzialflächen im Hauptzentrum Dormagen Innenstadt

Bei der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs sollten für die Weiterentwicklung der Einzelhandelsstruktur der Stadt Dormagen neben dem tatsächlichen Einzelhandelsbestand auch städtebaulich-funktional vertretbare Potenzialflächen für Erweiterungszwecke berücksichtigt werden. Hier können Verlagerungs-, Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben realisiert werden, die eine mittelfristige Stabilisierung der Einkaufslage unterstützen.

*Hintergrund der Bewertung*

Bei der Bewertung der Eignung von Potenzialstandorten in der Dormagener Innenstadt für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung sind folgende Aspekte zu berücksichtigen:

*übergeordnete Prüfaspekte*

- Für die Stadt Dormagen konnte ein Verkaufsflächenbedarf von rund 11.160 qm bis zum Jahr 2025 errechnet werden, die sich aus Erweiterungsmöglichkeiten des gegebenen Einzelhandelsbestandes und Neuansiedlungen zusammensetzen können.
- Es sollte das städtebauliche Ziel verfolgt werden, Verkaufsflächenzuwächse insbesondere auf das Hauptzentrum der Stadt Dormagen zu lenken um Attraktivität und Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs zu sichern und positiv zu entwickeln.
- Für den Ausbau der Verkaufsfläche sollte primär das Ziel verfolgt werden, geeignete leerstehende Gewerbeflächen zu nutzen sowie ansässigen Betrieben Erweiterungsmöglichkeiten einzuräumen. Den betrieblichen Anforderungen entsprechende Leerstände stehen jedoch oftmals nicht bereit, sodass in Abstimmung mit der Stadt Dormagen Flächen auszuwählen sind, die zukünftig als Potenzialflächen für eine Einzelhandelsnutzung in Betracht kommen.
- In der Dormagener Innenstadt besteht mit dem ehemaligen Pfeifer & Langen-Areal eine Potenzialfläche an der Europastraße.

Die Potenzialfläche befindet sich südlich der Europastraße. Diese bildet den südlichen Abschluss der Fußgängerzone der Kölner Straße und somit der Haupteinkaufslage der Stadt Dormagen.

Grundsätzlich ist dabei die komplette Fläche des ehemaligen Areals der Fa. Pfeifer & Langen für eine Einzelhandelsentwicklung in Betracht zu ziehen.

Der Standort ist aus betrieblicher Hinsicht für die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben geeignet. Das Gebiet befindet sich südlich der Kreisstraße 18 (Europastraße), die eine unmittelbare Verbindung des Dormagener Hauptgeschäftsbereich mit der Anschlussstelle 25 der A 57 bildet. Die Erreichbarkeit ist ebenso wie die Einsehbarkeit als überdurchschnittlich gut zu bewerten.

Aus städtebaulicher Perspektive sprechen zudem folgende Aspekte für die Aktivierung der Fläche:

- Nachnutzung einer innerstädtischen Brachfläche
- Angebotserweiterung des örtlichen Einzelhandels
- Möglichkeit zur Konzentration von Angebotserweiterungen zentrenrelevanter Sortimente auf das Hauptzentrum
- Installierung von Magnetbetrieben, durch die eine höhere Frequenzierung und Nutzungsaufwertung des südlichen Abschnitts der Fußgängerzone in der Kölner Straße zu erwarten ist

Jedoch sollte eine mögliche Ansiedlung mit dem Ziel erfolgen, dass Hauptzentrum in engem funktionalem Zusammenhang zu ergänzen und zu stärken. Es sollte eine Verbindung zur Innenstadt geschaffen und kein alleinstehender Einzelhandelsstandort entwickelt werden.

Die GMA hat im Jahr 2007 im Rahmen einer Auswirkungsanalyse die Ansiedlung eines Fachmarktzentrums auf dieser Fläche untersucht. Zunächst wurde dabei ein Vorhaben mit einer projektierten Gesamtverkaufsfläche von ca. 31.255 qm betrachtet. Aufgrund festgestellter möglicher negativer städtebaulicher Auswirkungen reduzierte die GMA die Konzeption in folgenden Branchen: Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Spielwaren, Kinderbekleidung, Leuchten, Elektrowaren, Haushaltswaren, Heimtextilien und Kinderwagen. Im Ergebnis konnte laut GMA so ein stadt- und regionalverträgliches Flächenkonzept von insgesamt 29.050 qm Verkaufsfläche dargestellt werden.

In dem im Jahr 2009 von der GMA erstellten Gutachten zum kommunalen Einzelhandelskonzept wird der Standort Europastraße zweiteilig betrachtet. Der östliche Teil wurde dem zentralen Versorgungsbereich Dormagen-Mitte zugeordnet, der übrige Bereich wurde als Ergänzungsstandort für nicht zentrenrelevanten Einzelhandel berücksichtigt.

Für die Einbeziehung des östlichen Bereichs in den zentralen Versorgungsbereich wird eine städtebauliche und funktionale Anbindung

*Potenzialfläche an der Europastraße*

*ehemalige Pfeifer & Langen-Areal*



*grundsätzliche Zielsetzung*

*Fachmarktkonzeption der GMA*

des Standorts an die Fußgängerzone in der Kölner Straße vorausgesetzt.

Die Aussagen der GMA zu einer Einzelhandelsentwicklung auf dem ehemaligen Pfeifer & Langen-Areal werden innerhalb dieses Gutachtens nur partiell geteilt.

*Bewertung der Konzeption*

Dabei lässt sich die seinerzeit geplante Gesamtdimensionierung aus zwei Gründen nicht (mehr) begründen:

- Unter Berücksichtigung der zwischenzeitlich eingetretenen Veränderungen im Dormagener Einzelhandelsbestand hat sich die zusätzlich benötigte Verkaufsfläche verringert.
- In jedem Fall sollte auf eine angemessene Relation zwischen bereits vorhandener innerstädtischer Verkaufsfläche und flächenmäßiger Angebotsergänzung geachtet werden.

Auch hinsichtlich der empfohlenen Betriebstypen bestehen Unterschiede:

- Beide Büros empfehlen im kurzfristigen Bedarfsbereich die Ansiedlungen eines Lebensmittel-Vollsortimenters und eines Drogeriemarktes, der nach unseren Vorschlägen auch durch einen Lebensmittel-Discounter ersetzt werden könnte. Ebenfalls konsensfähig ist der Elektrofachmarkt, allerdings variieren die empfohlenen Verkaufsflächen leicht.
- Die GMA spricht sich für einen Bau- und Heimwerkermarkt und ein kleineres Möbelhaus aus, nach Ansicht unseres Büros ist der Standort eher für einen Bau- und Gartenbedarf geeignet. Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH würde aber auch dieses Vorhaben nicht grundsätzlich ablehnen. In jedem Fall sollten für beide Betriebstypen vorhabenbezogene Wirkungsanalysen vorgelegt werden.
- Aus Sicht von Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH sind die Markt- und Wettbewerbsbedingungen für einen Zoo- sowie einen Sportfachmarkt kritisch zu werten. In Verbindung mit der Zielsetzung, der gewachsenen Innenstadt keine „überdimensionierte“ Konkurrenz entgegenzusetzen, wird daher empfohlen, diese beiden Betriebstypen nicht in die Projektplanung einzubeziehen.

Zustimmung erfährt grundsätzlich die Aussage, dass eine Zweiteilung des Standorts erfolgen sollte. Der östliche Bereich ist demnach in den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu integrieren und ermöglicht die Ansiedlung von Betrieben mit nah- und zentrenrelevantem Kernsortiment. Gleichzeitig sollte der westliche Teil als Ergänzungsstandort für großflächige Einzelhandelbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment ausgewiesen werden.

Unter Berücksichtigung der aktuellen Einzelhandels- und Bedarfssituation der Stadt Dormagen wird daher ein modifizierter Vorschlag für die einzelhandelsbezogene Aktivierung der Fläche vorgelegt.

*Anpassung der Planung*

Dabei werden die Zielsetzungen der Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt und somit der Verbesserung der Versorgungs- und Angebotssituation für die Dormagener Einwohnerschaft verfolgt. Zu den für eine Entwicklung empfohlenen Betriebstypen und vorgeschlagenen Verkaufsflächendimensionierungen ist anzumerken:

- Lebensmittelvollsortimenter in der genannten Größenordnung („Große Supermärkte“) führen durchschnittlich einen Anteil von mehr als 30 % (vgl. EHI Handel aktuell 2009/2010 S.299) von Nonfood-Sortimenten an der gesamten Verkaufsfläche. Somit ist nicht die gesamte Verkaufsfläche dem Sortiment Nahrungs- und Genussmittel zuzuordnen. Dessen ungeachtet überschreitet die empfohlene Dimensionierung unter Berücksichtigung der zwischenzeitlichen erfolgten Ergänzungen den berechneten Entwicklungsspielraum. Dies wird mit der Notwendigkeit begründet, einen der Versorgungsfunktion der Innenstadt entsprechenden leistungsstarken Vollsortimenter anzusiedeln, der gleichzeitig weitere Magnetfunktionen entfalten kann.
- Zur Diskussion gestellt wird auch die Ansiedlung eines weiteren Lebensmitteldiscounters benachbart zum Vollsortimenter, um an diesem Standort eine möglichst hohe Frequenz auszulösen.
- Alternativ zum Discounter wird die Ansiedlung eines Drogeriemarkts in die Projektplanung eingestellt, da dieser Betrieb ebenfalls gleichermaßen Magnetfunktionen entfaltet und sich mit der Dimensionierung innerhalb des berechneten Bedarfs befindet.
- Um die Ansiedlung eines leistungsstarken Magnetbetriebs zu ermöglichen, übersteigt die zur Diskussion gestellte Betriebsgröße des Elektronikfachmarkts den aus einer möglichen Steigerung der Marktanteile abgeleiteten Verkaufsflächenbedarf. Die Realisierung könnte demnach Umverteilungseffekte im örtlichen und/oder regionalen Einzelhandel auslösen, die ggf. im Rahmen einer Wirkungsanalyse untersucht werden müssen.
- In Ergänzung der empfohlenen Magnetbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten bietet der Standort grundsätzlich auch die Möglichkeit, einen Betrieb mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment zu ergänzen. Optional bietet sich ein Bau- und Gartenmarkt oder ein Möbelmarkt an; wobei auch hier die Dimensionierungen unter Berücksichtigung der Versorgungsfunktion der Stadt Dormagen und der Wettbewerbsbezüge zu klären wäre - auch im Hinblick auf die möglicherweise zentrenrelevanten Randsortimente. Im Vergleich der beiden Betriebstypen werden dem Bau- und Gartenmarkt die besseren Realisierungschancen eingeräumt, da dessen Versorgungsfunktionen deutlich stärker auf das Stadtgebiet und nicht auf ein regionales Einzugsgebiet ausgerichtet sind. Ein solcher regional ausgerichteter Möbelanbieter dürfte stärker an einem verkehrlich besser angebundenen Standort interessiert sein, zum Beispiel am Gewerbegebiet TOP-West.

Tabelle 19    Empfohlene Einzelhandelsergänzungen am Standort „Europastraße“

Skizzen-Nr.	Betriebstyp	Sortimentskonzept	Verkaufsfläche
1	Lebensmittelvollsortimenter	breites Lebensmittelsortiment, hoher Frischwarenanteil, Randsortimente mit Verbrauchsgütern	max. 2.800
2	Lebensmitteldiscounter	hohe Diskontorientierung, begrenzte Artikelzahlen im Sortiment, geringer Frischwarenanteil	900-1.000
	oder		oder
	Drogeriemarkt	Fachgeschäft/ Fachmarkt mit Produkten aus den Bereichen Sachpflege in Haus und Garten, Reformwaren, Heilmittel, Schönheitspflege	max. 800
3	Elektrofachmarkt	modernes, publikumswirksames Innenstadtsortiment mit dem Schwerpunkt im Bereich der Unterhaltungselektronik	2.000 -3.000
4	Baumarkt	Heimwerkersortiment, begrenztes zentrenrelevantes Randsortiment	8.000-10.000
<b>Summe</b>		-	<b>max. 16.800</b>

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012

Damit das Ziel der Stärkung der Innenstadt erreicht und nicht ein funktional eigenständiger Einzelhandelsstandort begründet werden kann, sind die beiden folgenden Prämissen zwingend in der Projektplanung zu berücksichtigen:

*Zielsetzung: Ergänzung und Stärkung der Innenstadt*

- Adäquate fußläufige Anbindung des Planstandorts an die Fußgängerzone der Kölner Straße
- Orientierung, Dimensionierung und Architektur der empfohlenen Betriebseinheiten auf dem Planstandort im innerstädtischen Kontext

#### *Fußläufige Anbindung des Planstandorts an die Fußgängerzone der Kölner Straße*

Für die Anbindung der Fußgängerzone an den Planstandort und die Überwindung der Europastraße eignet sich das Konzept „Shared Space“. Hierbei handelt es sich um einen Ansatz zur Verkehrsberuhigung aus den Niederlanden. Die Straßenraumgestaltung orientiert sich beim „Shared Space“ weniger an den Ansprüchen des Kfz-Verkehrs, sondern vielmehr an einer Gleichberechtigung von Fußgängern und Fahrradfahrern. Dabei kann weitgehend auf Verkehrsschilder, Fahrbahnmarkierungen und Ampeln verzichtet werden.

*„Shared Space“ zur Querung der Europastraße*



In Duisburg wurde im Jahr 2007 zur fußläufigen Anbindung des alten Stadttheaters und der Mall City-Palais ebenfalls ein „Shared Space“ auf dem zuvor vierspurigen Opernplatz eingerichtet. Der motorisierte Verkehr wird dabei durch eine Beschilderung „Verkehrsberuhigter Bereich“ jeweils eingangs des „Shared Space“ auf 7 km/h verlangsamt.

*Beispiel aus Duisburg: „Shared Space“ auf dem Opernplatz*

Für die Situation in Dormagen würde den Passanten aus der Kölner Straße somit ein barrierefreier Übergang zur neuen Einzelhandelsentwicklung ermöglicht.

*Blick auf das Areal von der Kölner Straße*

Der als „Shared Space“ genutzte Bereich kann neben dem Hinweis durch die Schilder zur Verkehrsberuhigung zudem optisch mittels eines alternativen Straßenbelags begrenzt werden. Von einem Kreisverkehr im Kreuzungsbereich Europastraße/Frankenstraße kann die Zuwegung auf die neu errichteten Parkplatzflächen und weiterhin eine Verlangsamung des Verkehrs bis zur Abzweigung Unter den Hecken erfolgen. Denkbar ist dabei auch eine stufenweise Verlangsamung über Tempo 30-Schilder.



Abbildung 16 Skizze einer möglichen Ausrichtung der Ansiedlung auf dem ehemaligen Pfeifer & Langen-Areal



Quelle: Kartengrundlage Stadt Dormagen, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012

In Weiterführung der Kölner Straße sollte der Raum optisch geöffnet werden und durch eine ansprechende Gestaltung mit Hilfe von Bänken, Bepflanzungen, Wasserspielen etc. sowie ggf. außenwirksamen gastronomischen Angeboten versehen werden. Insgesamt soll so ein barriere- und zäsurfreier Raum zwischen dem südlichen Ende der Kölner Straße und dem Planstandort entstehen, der in einer Platzsituation mit hoher Aufenthaltsqualität und qualitätsvoller Nutzungsstruktur endet (in der Abbildung gelb schraffierter Bereich).

*Orientierung, Dimensionierung und Architektur der empfohlenen Betriebseinheiten auf dem Planstandort im innerstädtischen Kontext*

Bei den zur Ansiedlung empfohlenen Betriebseinheiten müssen die Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment (Lebensmittelvollsortimenter und Lebensmitteldiscounter bzw. Drogeriemarkt), der Elektrofachmarkt mit zentrenrelevantem Kernsortiment sowie der Bau- und Heimwerkermarkt mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment unterschieden werden (vgl. Dormagener Liste).

*Zentrenrelevanz der Kernsortimente*

Der Bau- und Heimwerkermarkt kann aufgrund seines nicht-zentrenrelevanten Kernsortiments außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs angesiedelt werden. Stellung und Ausmaße des Betriebs sind als Empfehlung zu verstehen, jedoch im Rahmen einer Einzelfallprüfung im Sinne des § 11 (3) BauNVO zu überprüfen. Im Zusammenhang mit der schon dargelegten verkehrlichen Zuwegung und der im Folgenden beschriebenen Orientierung der weiteren Betriebe wäre grundsätzlich eine Öffnung des Betriebseingangs in Richtung Osten zu empfehlen. Für die Stellplatzsituation bietet die Größe des Areals noch weitergehende Entwicklungsmöglichkeiten auf der Westseite des Betriebs.

*Bau- und Heimwerkermarkt*

Die drei weiteren Betriebseinheiten sind dagegen innerhalb der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt anzusiedeln, dessen Abgrenzung auf dem Areal an den Flächenansprüchen dieser drei Betriebe (nicht der ihnen zugeordneten Stellflächen) ausgerichtet ist.

Es wird empfohlen, den Elektrofachmarkt als Ankerbetrieb und Blickfang möglichst nah an den Verlauf der Europastraße und damit an die fußläufige Verbindung von der Kölner Straße zu orientieren. Bei der Wahl des Betreibers sollte intendiert werden, größtmögliche Kundenfrequenzen zu erzeugen. Daher bieten sich marktführende filialisierte Elektrofachmärkte an. Der Eingang des Betriebs sollte entsprechend der Fußgängerfrequenz nach Nordosten bzw. Osten ausgerichtet sein.

*Elektrofachmarkt*



Abbildung 17 Flächenbedarf durch die projektierten Ansiedlungen

Skizzen-Nr.	Betrieb	Verkaufsfläche in qm*	Grundfläche insgesamt in qm	PKW-Stellplätze	Stellplätze in qm	Flächenbedarf insg. in qm
1	Lebensmittelvollsortimenter	2.800	3.500	280	5.600	9.100
2	Lebensmitteldiscounter oder Drogeriemarkt	1.000	1.250	100	2.000	3.250
3	Elektrofachmarkt	3.000	3.750	200	4.000	7.750
4	Bau- und Heimwerkermarkt	10.000	12.500	250	5.000	17.500
<b>Summe</b>		<b>16.800</b>	<b>21.000</b>	<b>830</b>	<b>16.600</b>	<b>37.600</b>

\*Anm: Jeweils Ansetzung der maximal realisierbaren Verkaufsfläche

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

Weiter südlich könnten der Lebensmittelvollsortimenter und der Lebensmitteldiscounter bzw. der Drogeriemarkt in einem zusammenhängenden Gebäudekomplex untergebracht werden, dessen Eingänge sich ebenfalls nach Nordosten oder Osten orientieren.

*Lebensmittelvollsortimenter und Lebensmitteldiscounter oder Drogeriemarkt*

Die PKW-Stellflächen für die drei Betriebe innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs wären auf der westlichen Seite der Gebäude anzusiedeln.

*PKW-Stellplätze*

Bei der Berechnung der Anzahl der Stellplätze wurde je nach Bedarfsstufe des Betriebes bzw. zu erwartender Frequenz ein Schlüssel von einem PKW-Stellplatz/10-30 qm Verkaufsfläche berücksichtigt worden. Durch die Flächenpotenziale des ehemaligen Pfeifer & Langen-Areals ist die Errichtung weiterer Stellplätze, auch außerhalb der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs, möglich.

Bei der architektonischen Gestaltung sollte darauf geachtet werden, dass ein moderner, innenstadtypischer Charakter gewahrt wird. Auch hier sollte eine klare Abgrenzung zu einem PKW-orientierten Fachmarktstandort mit funktionaler Kubusbebauung erfolgen.

*architektonische Gestaltung*

Die Kölner Straße würde als Haupteinkaufsstraße des Dormagener Einzelhandels in Abstufungen durch die Realisierung des Vorhabens beeinflusst. Wie schon erläutert, lassen sich aufgrund der Ausdehnung derzeit bereits drei Lagen differenzieren, die städtebaulich und handelswirtschaftlich unterschiedlich geprägt sind.

*Folgen der Projektierung für die Kölner Straße*

Bei einer die beiden zuvor genannten Prämissen berücksichtigenden Ansiedlung ist davon auszugehen, dass der südliche Teil der Kölner Straße mittelfristig eine nutzungsstrukturelle Aufwertung erfährt. Die derzeitige Situation ist dort durch eine abnehmende Kunden-

*Südliche Lage der Kölner Straße*

frequenz und ein vermehrtes Auftreten von Leerständen geprägt. Dabei bestehen jedoch sichtbare positive Aufwertungspotenziale. Die städtebauliche Situation (Straßenquerschnitt, gewerblich nutzbare Erdgeschosse, Gebäudestruktur etc.) würde die Entwicklung einer zusammenhängenden Einkaufslage vom Projektstandort über den südlichen Teil der Kölner Straße unterstützen. Handelswirtschaftlich einschränkend könnte die Unterbrechung der Nutzungsstruktur auf der westlichen Straßenseite durch die Kirche und eine vorgelagerte Grünfläche wirken. Gleichwohl wird hierdurch ein Potenzial für die Erhöhung der Aufenthaltsqualität innerhalb der Einkaufslage geboten.

Für den nördlichen Teil der Kölner Straße würde eine Realisierung des Vorhabens dagegen anders gelagerte Wirkungen erwarten lassen. Aufgrund der räumlichen Situierung der Parkplätze sowie der frequenzerzeugenden Magnetbetriebe im zentralen Abschnitt der Kölner Straße ist in nördlicher Richtung von einer weiter abnehmenden Kundenfrequenz auszugehen. Die dortige Handelsstruktur bietet nur geringe Potenziale, die von Süden kommenden Besucherströme über die zentrale Lage der Rathaus-Galerie hinaus bis ans nördliche Ende der Kölner Straße anzuziehen. Innerhalb dieses Gutachtens wurde schon die handelswirtschaftliche Situation der beiden an der Kreuzung zur Florastraße angesiedelten Magnetmärkte diskutiert. Es ist nicht auszuschließen, dass eine Entwicklung auf dem Areal der ehemaligen Zuckerfabrik deren positive Geschäftsentwicklung konterkariert. Gutachterlich wird somit empfohlen, besonderes Augenmerk auf die nördliche Lage der Kölner Straße zu richten und insbesondere frequenzerzeugende Nutzungen zu installieren, um einem weiteren Trading-Down entgegenzuwirken.

*Nördliche Lage der Kölner Straße*

Die zentrale Lage der Kölner Straße dürfte von den Standortentwicklungen auf dem Areal der ehemaligen Zuckerfabrik am wenigsten betroffen werden. Aufgrund ihres Einzelhandelsbesatzes (u.a. mit Magnetbetrieben wie Rathausgalerie, Edeka, Ring-Center, Mayer-sche, C&A) und ihrer geografischen Lage wird sie auch weiterhin den Handelsschwerpunkt in der Dormagener Innenstadt bilden. Positive Effekte für diesen Bereich werden dann entstehen, wenn neue Betriebstypen zusätzliche Kunden in die Innenstadt ziehen und auf den bereits ansässigen Einzelhandel ausstrahlen.

*Zentrale Lage der Kölner Straße*

#### 6.3.4 Räumliche Abgrenzung

Die räumliche Abgrenzung des Hauptzentrums Innenstadt ergibt sich – ebenso wie die folgenden Abgrenzungen der Nahversorgungszentren - aus den beschriebenen tatsächlichen örtlichen Verhältnissen (z. B. Bestand, Leerstände, städtebauliche Anbindung) sowie aufgrund planerischer Konzeptionen zur Entwicklung des Standorts (z. B. Einbezug von Entwicklungsflächen). Räumlich be-

*Abgrenzungskriterien*

grenzt wird das Hauptzentrum E im Wesentlichen durch folgende Gegebenheiten:

- Topografische und verkehrsinfrastrukturelle Gegebenheiten, die fußläufige Verbindungen beeinflussen
- Bereiche ohne Nutzungsdichte und Nutzungsvielfalt
- Bereiche ohne funktionale Verknüpfung und fußläufige Anbindung an die Einzelhandelshauptlage

Neben diesen objektiv wahrnehmbaren Abgrenzungsmöglichkeiten spielt jedoch auch die gutachterliche empfohlene Konzentration des Einzelhandels eine wichtige Rolle. Dies führt zu einer veränderten Abgrenzungsempfehlung im Vergleich zu den Aussagen der GMA im Jahr 2009, da die dort vorgenommene Ausdehnung im Hinblick auf die benötigten Angebotsergänzungen nicht mehr erforderlich ist.

*Ausdehnung*

Zur Abgrenzung: Die Haupteinkaufsstraße des Hauptzentrums Innenstadt ist die Kölner Straße. Diese bestimmt mit ihren abgestuften handelswirtschaftlichen und städtebaulichen Qualitäten maßgeblich die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs. Zudem wird die städtebauliche Zielsetzung verfolgt, Teile des ehemaligen Pfeifer & Langen-Areals einer Einzelhandelsnutzung zuzuführen. Diese südliche Ausdehnung erfordert aus Gutachtersicht an anderen Stellen Reduzierungen, um die gewünschte Kompaktheit und fußläufige Erreichbarkeit des zentralen Versorgungsbereichs zu erreichen. Ermöglicht wird diese Reduzierung durch ein heute schon abfallendes Nutzungsniveau.

Die Fußgängerzone der Kölner Straße endet im Norden an der Florastraße. Diese wird als nördliche Abgrenzung empfohlen. Abweichend zum Einzelhandelsgutachten der GMA aus dem Jahr 2009 sollte die Krefelder Straße als Verlängerung der Kölner Straße nicht in den zentralen Versorgungsbereich einbezogen werden. Dort sind eine abnehmende Dichte des Einzelhandels und ein vermehrtes Auftreten von arrondierenden Dienstleistungsnutzungen deutlich erkennbar.

*nördliche Abgrenzung*

Östlich der Kölner Straße verläuft parallel die Straße Unter den Hecken. Am Kreuzungsbereich zur Florastraße wird das Dorma-Center als bestehender leistungsstarker Standort in die Abgrenzung einbezogen. Analog zur Reduzierung im Bereich der Krefelder Straße wird auch der weitere Verlauf der Straße Unter den Hecken aufgrund einer abnehmenden Nutzungsstruktur nicht in die Abgrenzung integriert. Es erfolgt vielmehr eine Orientierung an den zur Kölner Straße ausgerichteten Grundstücken.

*östliche Abgrenzung*

Tabelle 20 Räumliche Darstellung des Hauptzentrums Innenstadt



Quelle: Kartengrundlage Stadt Dormagen, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

Über die Europastraße hinaus wird die östliche Straßenseite der Kölner Straße bis zur Einmündung der Langenfelderstraße integriert. Gegenüberliegend bildet der östliche Teil der Einzelhandels-Potenzialfläche auf dem ehemaligen Pfeifer & Langen-Areal, der für die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment bestimmt ist, den südlichen Abschluss des zentralen Versorgungsbereichs.

*südliche Abgrenzung*

Parallel zur Kölner Straße verläuft die Frankenstraße von der Europastraße aus in Richtung Norden. Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs orientiert sich wiederum an den zur Kölner Straße ausgerichteten Grundstücken. Die Frankenstraße und damit die westliche Grenze des Hauptzentrums mündet zunächst in die Castellstraße und dann leicht versetzt in die Römerstraße, deren östliche Grundstücksseite dann in Richtung Norden bis hin zur Flostraße integriert werden.

*westliche Abgrenzung*

### 6.3.5 Funktionale Zuordnung gem. der rechtlichen Anforderungen an ein Hauptzentrum

Anhand der bereits allgemein dargestellten Prüfkriterien zur Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen lässt sich die Dormagener Innenstadt v. a. vor dem Hintergrund der Größe des Einzugsbereichs, der Besatzdichte mit Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben und der Struktur des Einzelhandelsbesatzes als Hauptzentrum einstufen.

*Einstufung der Dormagener Innenstadt als Hauptzentrum*

Tabelle 21 Einstufung der Dormagener Innenstadt als Hauptzentrum

Kriterium	Rechtsgrundlage od. wissenschaftl. Nachweis	Mindestanforderung	Bewertung Ist-Situation	Ergebnis
<b>Verflechtungsbereich</b>	<b>Kuschnerus 2007: 82 f.</b>	größerer Einzugsbereich, i. d.R. gesamtes Stadtgebiet	Stadt Dormagen, ca. 63.000 Einwohner (Stand: 31.12.2011)	✓
<b>Struktur + Dichte Einzelhandel</b>	<b>Kuschnerus 2007: 82 f.</b>	Regelmäßig breites Spektrum an Einzelhandelsangeboten, insbesondere zentrentypische und ggf. auch nahversorgungsrelevante Sortimente, Waren des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs	Angebote in allen Bedarfsbereichen, Schwerpunkte: kurz-, mittelfristiger Bedarf.  Magnetbetriebe: Einkaufszentrum, Supermarkt, Bekleidungsfachmarkt	✓
<b>Struktur + Dichte Komplementärnutzungen</b>	<b>Kuschnerus 2007: 82 f.</b>	Regelmäßig breites Spektrum an Dienstleistungsangeboten	öffentliche und private Versorgungseinrichtungen mit gesamtstädtischer Bedeutung, umfassendes Dienstleistungs- + Gastronomieangebot	✓
<b>Lage + siedlungsräumliche Einbindung</b>	<b>Kuschnerus 2007: 82 f.</b>	Innenstadt-, Ortszentren	städtebaulich integrierte Lage innerhalb des Stadtteils Mitte der Stadt Dormagen	✓
<b>ÖPNV-Anbindung</b>		Integrierte Lage, nicht nur mit dem PKW günstig zu erreichen	ÖPNV-Haltepunkte liegen vor (Bus + Bahn)	✓

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

### 6.3.6 Stärken-Schwächen-Profil

In der Gesamtbetrachtung der Angebots- und Standortqualitäten des Hauptzentrums ergeben sich folgende prägenden Stärken:

- + (funktionierende) Fußgängerzone
- + Frequenzerzeugende Magnetbetriebe insbesondere im mittleren Abschnitt der Fußgängerzone zwischen Nettergasse und Rathaus-Galerie
- + Lebensmittelmagnetbetriebe vorhanden
- + Gewachsener Ortskern
- + Dichter Einzelhandelsbesatz mit zentrenprägenden Sortimenten
- + Arrondierung des Einzelhandelsbestands durch eine Reihe privater Dienstleistungsbetriebe und öffentlicher Infrastruktur
- + Gute ÖPNV-Anbindung
- + Entwicklungsfläche auf dem ehemaligen Pfeifer & Langen-Areal zur Ergänzung und Attraktivitätssteigerung des Einzelhandels
- + Paul-Wierich-Platz in zentraler Lage der Fußgängerzone mit publikumswirksamer Außengastronomie und Begrünung

*Stärken des Hauptzentrums*

Hingegen lassen sich folgende negative Aspekte identifizieren:

- Der nördliche und der südliche Abschnitt der Kölner Straße fallen gegenüber dem zentralen Bereich hinsichtlich Nutzungsqualität und -quantität ab
- Erstreckung der Fußgängerzone über mehr als 700 m
- Die mittelzentrale Versorgungsfunktion wird nicht in allen Branchen gleichwertig wahrgenommen
- Kein leistungsstarker Lebensmitteldiscounter im Bereich der Haupteinkaufslage (Kölner Straße) präsent
- Große Ausdehnung der Fußgängerzone sorgt für unterschiedlich starke Frequentierungen und ist bei einer Entwicklung von Einzelhandelsnutzungen auf dem Gelände der ehemaligen Zuckerfabrik insbesondere für den nördlichen Abschnitt der Kölner Straße problematisch

*Schwächen des Hauptzentrums*

### 6.3.7 Handlungsempfehlungen

Für die künftige Weiterentwicklung des Hauptzentrums wird eine Konzentration von Einzelhandels- und Komplementärnutzungen innerhalb der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs empfohlen, um Verbundeinkäufe und Erledigungen im Rahmen des fußläufigen Einkaufs zu ermöglichen. Auch im Hinblick auf die Verbraucherwünsche erscheint eine solche Angebotsbündelung sinnvoll und notwendig, damit unnötige Verkehrsvorgänge vermieden und eine größtmögliche Angebotsvielfalt in fußläufiger Erreichbarkeit des Hauptzentrums ermöglicht wird. Um eine weitere Ausdehnung des Hauptzentrums und damit eine Einschränkung der fußläufigen Erlebbarkeit und der Verbundeffekte zu vermeiden, sollten Einzelhandelsansiedlungen mit nahversorgungs- und insbesondere zentrenrelevantem Kernsortiment künftig verstärkt auf das Hauptzentrum gelenkt werden.

*Konzentration innerhalb der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs*

Innerhalb des Hauptzentrums sollten die Bemühungen darauf ausgerichtet werden, die Angebotsstruktur zu stärken, zu sichern und zu konzentrieren. Hierzu zählt, dass bestehende Leerstände beseitigt und die aufgezeigten Entwicklungsflächen bedarfsgerecht einbezogen werden.

*Stärkung und Konzentration der Angebotsstruktur*

Von einer maßstäblichen und funktional angebundenen Einzelhandelsentwicklung auf dem Gelände der ehemaligen Zuckerfabrik kann ein erheblicher Impuls auf die gesamte Innenstadtentwicklung ausgeübt werden. Zwingend zu berücksichtigen ist, dass eine vollständig barrierefreie fußläufige Anbindung der Kölner Straße an den Entwicklungsstandort hergestellt wird. Eine solche Anbindung könnte für den südlichen Abschnitt der Kölner Straße zu ansteigenden Kundenfrequenzen führen und in der Folge die Ansiedlung weiterer hochwertiger Nutzungen mit sich bringen. Grundsätzlich wünschenswert ist dabei eine weitere Verdichtung und Aufwertung des Handelsbestands im gesamten Versorgungszentrum.

Neben den Veränderungen im Einzelhandelsbestand sind folgende Aufwertungsmaßnahmen für das Hauptzentrum zu empfehlen:

- Systematische Unterstützung kleinstrukturierter Einzelhandelsbetriebe (Wirtschaftsförderung, Netzwerke, Werbegemeinschaft)
- Stabilisierung des nördlichen und südlichen Abschnitts der Kölner Straße durch Aktivierung von Leerständen mit attraktiven, frequenzerzeugenden Nutzungen, qualitative Aufwertung vorhandener Nutzungen, Maßnahmen im öffentlichen Raum zur Steigerung der Aufenthaltsqualität.
- Abstimmung der Gewerbetreibenden bei Fassadengestaltung, Werbeschildern, Markisenkonstruktionen sowie deren Säuberung/Pflege

*weitere Aufwertungsmaßnahmen*

## 6.4 Nahversorgungszentrum Hackenbroich

### 6.4.1 Standortmerkmale und Angebotssituation

Hackenbroich ist der südlichste Stadtteil Dormagens. Im Süden verläuft die Grenze zur Stadt Köln, im Norden und Westen wird der Standort durch die Nähe zum Chempark im Osten durch den Waldbestand des Chorbuschs geprägt. Hackenbroich befindet sich unmittelbar westlich der Autobahn A 57. Sowohl die Anschlussstelle Dormagen, als auch die südlich gelegene Anschlussstelle Worringen sind über die Kreisstraße K 18 von Hackenbroich in wenigen Kilometern Entfernung zu erreichen. Im Jahr 2011 leben in Hackenbroich 7.970 Einwohner, weitere ca. 440 Einwohner im südlich angrenzenden Stadtteil Hackhausen, der in engem sozialem und funktionalem Zusammenhang zu Hackenbroich steht. Der Stadtteil ist durch die Stadtbus Dormagen an den öffentlichen Personennahverkehr angebunden.



Innerhalb des Nahversorgungszentrums Hackenbroich konnten zum Erhebungszeitpunkt 16 Einzelhandelsbetriebe identifiziert werden (ca. 5 % des Dormagener Einzelhandels), die auf einer Gesamtverkaufsfläche von rund 2.930 qm (ca. 3 %) einen Umsatz von etwa 14,9 Mio. EUR generieren (ca. 5 %). Daraus wird ersichtlich, dass der Einzelhandelsbestand im Stadtteil Hackenbroich im Stadtvergleich als leistungsstark zu bewerten ist.

*Einzelhandelsangebot*

Abbildung 18 Nutzungskartierung Hackenbroich



Quelle: Kartengrundlage Stadt Dormagen, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

Der Angebotsschwerpunkt liegt mit 13 Betrieben (ca. 81%) und einer Verkaufsfläche von etwa 2.285 qm (ca. 78 %) im überwiegend kurzfristigen Bedarf. Drei Betriebe des überwiegend mittelfristigen Bedarfs bewirtschaften eine Verkaufsfläche von etwa 645 qm. Derzeit befinden sich im Nahversorgungszentrum Hackenbroich keine Einzelhandelsbetriebe mit einem Kernsortiment des überwiegend langfristigen Bedarfs.

*Angebotsschwerpunkt*

Branchenbezogen nehmen Nahrungs- und Genussmittel eine dominierende Versorgungsfunktion im Nahversorgungszentrum Ha-



ckenbroich ein (ca. 56 % der Betriebe und ca. 68 % der Verkaufsfläche).

**Tabelle 22 Einzelhandelsausstattung des Nahversorgungszentrums Hackenbroich**

Branche	Anzahl der Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	in qm	in %
Nahrungs- und Genussmittel	9	56,3%	1.995	68,1%
Gesundheit, Körperpflege	3	18,9%	260	8,9%
Blumen, Zoobedarf	1	6,2%	30	1,0%
Bücher, Schreibwaren, Büro	1	6,2%	50	1,7%
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	1	6,2%	440	15,0%
Sport, Spiel, Freizeit	1	6,2%	155	5,3%
Elektrowaren	0	0,0%	0	0,0%
Möbel, Einrichtung	0	0,0%	0	0,0%
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	0	0,0%	0	0,0%
<b>Summe</b>	<b>16</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.930</b>	<b>100,0%</b>

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

Als Magnetbetriebe fungieren zwei Lebensmitteldiscounter, von denen einer die Großflächigkeit erreicht. Zudem gehen noch Frequenzwirkungen von einem Textildiscounter aus. *Magnetbetriebe*

**Tabelle 23 Einzelhandelsausstattung nach Bedarfsbereichen im Nahversorgungszentrum Hackenbroich**

Bedarfsbereich	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	in qm	in %
überwiegend kurzfristiger Bedarf	13	81,3	2.285	78,0
überwiegend mittelfristiger Bedarf	3	18,7	645	22,0
überwiegend langfristiger Bedarf	0	0,0	535	0,0
<b>Summe</b>	<b>16</b>	<b>100</b>	<b>2.930</b>	<b>100</b>

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

Der Einzelhandelsbestand wird derzeit durch 16 Komplementärnutzungen arrondiert: zehn Dienstleistungen, vier gastronomische Angebote sowie zwei medizinische Einrichtungen. 14 dieser Nutzungen (ca. 88 %) befinden sich in den Erdgeschossen. *Komplementärnutzungen*

**Tabelle 24** Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Hackenbroich

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen		Angebotsschwerpunkt
	Summe	davon EG*	
Gastronomie, Hotellerie	4	4	Gaststätte, Imbiss,
Dienstleistungen	10	9	Post, Steuerberater, Sparkasse, Vermögensberatung, Bank
Kultur, Freizeit, Bildung	-	-	-
Gesundheit	2	1	(Fach-) Ärzte
<b>Summe</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>./.</b>

\*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

Zum Zeitpunkt der Einzelhandelsbestandserhebung waren innerhalb der Versorgungslage zwei Leerstände zu lokalisieren.

**Tabelle 25** Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Hackenbroich

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen	
	Summe	davon EG*
Einzelhandel	16	16
Komplementärnutzungen	16	15
Vergnügungsstätte		
Leerstände	2	2
<b>Summe</b>	<b>34</b>	<b>33</b>

\*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

#### 6.4.2 Handelsschwerpunkt des Nahversorgungszentrums Hackenbroich

Der Einzelhandelsbestand in Hackenbroich wird im Wesentlichen durch zwei bauliche Elemente geprägt:

Im westlichen Bereich liegt das sogenannte Ladenzentrum City Hackenbroich im Mündungsbereich von Salm-Reifferscheidt-Allee und Moselstraße. In dem modernisierungs- und sanierungsbedürftigen Gebäudekomplex befinden sich vier für die Nahversorgung relevante Einzelhandelsbetriebe sowie u.a. eine Sparkasse.

Östlich der Hackhauser Straße erstreckt sich, topografisch leicht erhöht, das Carrée am Kiefernwäldchen. Diese sichtbar jüngere Einzelhandelsentwicklung wird durch einen an der Kreuzung Salm-Reifferscheidt-Allee/Hackhauser Straße ansässigen Lebensmittel-discounter geprägt. Dahinter angesiedelt sind weitere Einzelhandels- und Komplementärnutzungen in vier u-förmig angeordneten Gebäuden.

Zudem liegt zwischen den beiden genannten Standorten ein weiterer Lebensmitteldiscounter und nördlich, an der Kreuzung von Sinnersdorfer Straße und Ruhrstraße, befinden sich ein Drogeriemarkt sowie wenige ergänzende Einzelhandels- und Komplementärnutzungen.

*Ladenzentrum City Hackenbroich*



*Carrée am Kiefernwäldchen*



#### 6.4.3 Potenzialflächen im Nahversorgungszentrum Hackenbroich

Innerhalb des Nahversorgungszentrums Hackenbroich können derzeit zwei Potenzialflächen für eine Einzelhandelsentwicklung identifiziert werden.

An der Kreuzung Salm-Reifferscheidt-Allee/Moselstraße befindet sich eine derzeit kaum genutzte Parkplatzfläche, auf der bei Bedarf auch eine großflächige Einzelhandelsentwicklung angesiedelt werden könnte. Sowohl Einsehbarkeit, als auch Flächengröße und -zuschnitt sind aus handelswirtschaftlicher Sicht als geeignet zu bewerten. Insbesondere zur Stabilisierung des westlichen Bereichs um das Ladenzentrum City Hackenbroich wird die Aktivierung der Fläche zur Diskussion gestellt.

*Parkplatzfläche am Ladenzentrum City Hackenbroich*

Weiterhin ist auf eine kleinere Fläche an der Kreuzung Sinnersdorfer Straße/Salm-Reifferscheidt-Allee zu verweisen. Diese eignet sich aufgrund ihrer geringen Größe weniger für eine großflächige Einzelhandelsentwicklung als vielmehr zur Ansiedlung zentrenprägender und –attraktivierender Nutzungen. Hier sind sowohl eine Einzelhandelsnutzung als auch Nutzungen aus dem Bereich Dienstleistung, Medizin, Gastronomie denkbar. Auch unter der Zielsetzung der Entwicklung und der Stabilisierung einer Einkaufslage, die we-

*Bisher ungenutzte Fläche im Kreuzungsbereich von Salm-Reifferscheidt-Allee und Sinnersdorfer Straße*

nige – und nur kurze – Unterbrechungen aufweist, wird eine Aktivierung der Fläche empfohlen.

Östlich des Carrées am Kiefernwäldchen liegt zudem eine Fläche, die bei von Investoren bereits mehrfach der Verwaltung der Stadt Dormagen für eine Erschließung vorgeschlagen wurde. Die Aktivierung der Fläche wird zunächst nicht empfohlen. Zum einen ist sie planungsrechtlich als Ausgleichsfläche zu bewerten, zum anderen würde eine einzelhandelsbezogene Entwicklung – bei ausbleibender Entwicklung auf der Potenzialfläche am Ladenzentrum City Hackenbroich – die Stabilität des Ladenzentrums gefährden.

*Grünfläche östlich des Carrées am Kiefernwäldchen*

#### 6.4.4 Räumliche Abgrenzung

Die räumliche Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Hackenbroich orientiert sich maßgeblich an den drei genannten Standortbereichen die gemeinsam den Handelsschwerpunkt des Stadtteils bilden.

Im Westen werden die Potenzialfläche und das Ladenzentrum in die Abgrenzung einbezogen. Der südlichen Straßenseite der Salm-Reifferscheidt-Allee in östliche Richtung folgend, wird der Standort des freistehenden Lebensmitteldiscounters sowie über die Hackhauser Straße hinaus das Carrée am Kiefernwäldchen in den Versorgungsbereich integriert.

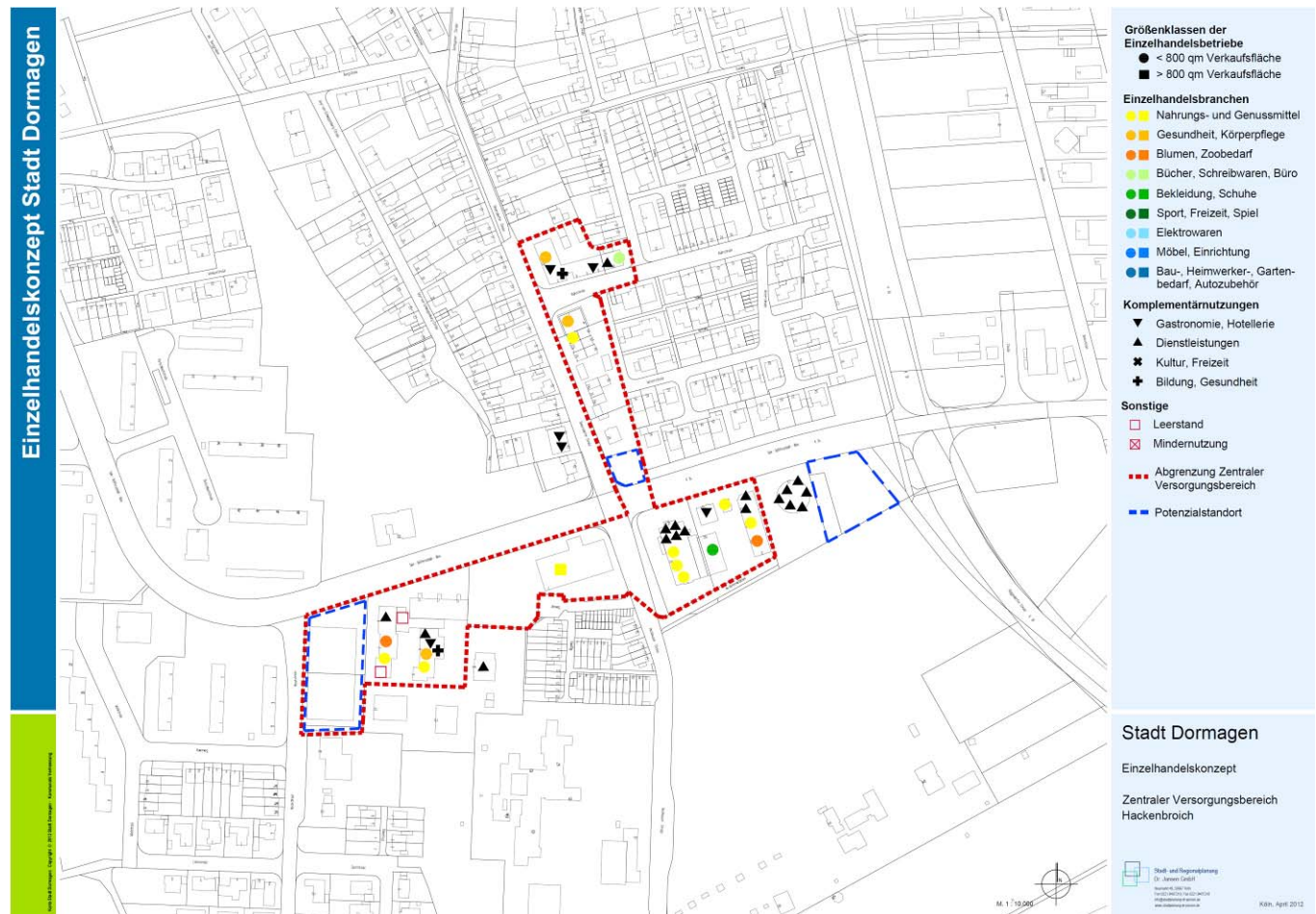
*Salm-Reifferscheidt-Allee und Moselstraße*

Die Sinnersdorfer Straße wird nur ostseitig bis zum Standort des Drogeriemarktes einbezogen, da auf der gegenüberliegenden Straßenseite keine durch Einzelhandel oder Komplementärnutzungen geprägte Nutzungsstruktur festzustellen ist und auch in absehbarer Zukunft nicht entwickelt wird.

*Sinnersdorfer Straße und Ruhrstraße*

Ebenso wird die Einbeziehung des Gebäudekomplexes Ruhrstraße Hausnummer 2 bis 10 empfohlen, der sowohl Einzelhandels- als auch Komplementärnutzungen beheimatet.

Abbildung 19 Räumliche Darstellung des Nahversorgungszentrums Hackenbroich



Quelle: Kartengrundlage Stadt Dormagen, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

#### 6.4.5 Funktionale Zuordnung gem. der rechtlichen Anforderungen an ein Nahversorgungszentrum

Auf Basis der allgemeinen Prüfkriterien zur Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen lässt sich der Handelsschwerpunkt des Stadtteils Hackenbroich als zentraler Versorgungsbereich abgrenzen und als Nahversorgungszentrum einstufen.

*Einstufung Hackenbroichs als Nahversorgungszentrum*

Tabelle 26 Zentreneinstufung Hackenbroichs

Kriterium	Rechtsgrundlage od. wissen- schaftl. Nachweis	Mindestanforderung	Bewertung Ist-Situation	Ergebnis
<b>Verflechtungsbe- reich</b>	<b>OVG NRW, Urt.v. 11.12.2006 – 7 A 964/05</b>	kleiner Einzugsbereich, i.d.R. bestimmte Quartiere größe- rer Städte bzw. gesamte kleine Orte	Stadtteile Hackenbroich und Hackhausen mit insg. ca. 8.500 Einwohnern	✓
<b>Struktur + Dichte Einzelhandel</b>	<b>Kuschnerus 2007: 88 f.</b>	Nutzungen, die praktisch umfassende Versorgung mit Gütern des tägl. Bedarfs gewährleisten, ergänzt durch einzelne Waren des mittelfristigen Bedarfs. Un- verzichtbar: Lebensmittel- vollsortimenter oder Le- bensmitteldiscounter	zwei Lebensmitteldiscounter sowie ergänzende Einzel- handelsbetriebe und Betrie- be des Lebensmittelhand- werks zur Deckung des tägli- chen Bedarfs sowie wenige ergänzende Angebote des mittelfristigen Bedarfs	✓
<b>Struktur + Dichte Komplementär- nutzungen</b>	<b>Kuschnerus 2007: 88 f. und OVG NRW, Urt.v. 19.06.2008 – 7 A 1392/07</b>	Die Nahversorgung ergän- zende/unterstützende Kom- plementärnutzungen (Bank, Post, Reinigung, Gastrono- mie u.a.m)	keine öffentlichen Infra- struktureinrichtungen, je- doch private Dienstleis- tungsbetriebe, gastronomi- sche und medizinische An- gebote	✓
<b>Lage + siedlungs- räumliche Ein- bindung</b>	<b>BVerwG, Urt. v. 17.12.2009 – 4 C 2/08</b>	städtebaulich integrierte Lage, von der Wohnbevölke- rung gut zu erreichen	Einkaufslage befindet sich städtebaulich integriert im Stadtteilzentrum Ha- ckenbroich, dichte Wohnbe- bauung im Umfeld	✓
<b>ÖPNV- Anbindung</b>	<b>BVerwG, Urt. v. 17.12.2009 – 4 C 2/08</b>	Integrierte Lage, nicht nur mit dem PKW günstig zu erreichen	ÖPNV-Haltepunkt liegt vor (Bus)	✓

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhe-  
bungsstand: Januar 2012

#### 6.4.6 Stärken- Schwächen-Profil

Zusammenfassend kann für das Nahversorgungszentrum Ha-  
ckenbroich folgende Bewertung vorgenommen werden:

- + Wichtige (Nah-)Versorgungsfunktion für die Stadtteile Ha-  
ckenbroich und Hackhausen
- + Gute verkehrstechnische Erreichbarkeit
- + Arrondierung des Einzelhandelsbestands durch wichtige Kom-  
plementärnutzungen des täglichen Bedarfs

*Stärken des Nahversorgungszent-  
rums Hackenbroich*

- + Zwei Lebensmitteldiscounter sichern Kundenfrequenz für umliegende Nutzungen und fußläufige Nahversorgung für die Wohnbevölkerung
- + Potenzialflächen für Einzelhandelsentwicklungen (und ergänzende Nutzungen) sind vorhanden
- + Mehrere große Parkplätze

Diesen positiven Bewertungen stehen derzeit eine Reihe kritischer Aspekte gegenüber:

- Keine Sichtbeziehung oder Verbindung der beiden „Zentren“ Ladenzentrum City Hackenbroich und Carrée am Kiefernwäldchen
- Insbesondere im Bereich des alten Ladenzentrums besteht Handlungsbedarf
- Leerstände im alten Ladenzentrum
- Öffentliche Infrastruktur fehlt
- Neben den beiden Lebensmitteldiscountern keine frequenzerzeugenden Betriebe anderer Branchen oder Bedarfsbereiche

*Schwächen des Nahversorgungszentrums Hackenbroich*

#### 6.4.7 Handlungsempfehlungen

Gemessen an der Einwohnerzahl ist Hackenbroich nach Mitte und Horrem der drittgrößte Stadtteil Dormagens. Dementsprechend übernimmt der Einzelhandelsstandort eine wichtige Versorgungsfunktion, die insbesondere durch die beiden Lebensmitteldiscounter gewährleistet wird.

*wichtige Funktion Hackenbroichs für die Versorgung im südlichen Stadtgebiet*

Allerdings sind aufgrund der Zweipoligkeit des Nahversorgungszentrums strukturelle Schwächen zu erkennen, die sich insbesondere auf das Ladenzentrum City-Hackenbroich konzentrieren und sich in Leerständen sowie gewerblichen Nutzungen minderer Angebotsqualität widerspiegeln.

Die Stabilisierung und Aufwertung des Ladenzentrums wird somit als vorrangiges Ziel empfohlen. Ein weiteres Freiziehen der Ladeneinheiten würde negative städtebauliche Folgen nach sich ziehen. Neben einer Aufwertung der Nutzungsstruktur und einer Aktivierung leerstehender Ladenlokale birgt auch eine Neuentwicklung am dargestellten Potenzialstandort eine Möglichkeit zur qualitativen Aufwertung.

*Aufwertung des Ladenzentrums City-Hackenbroich, Beseitigung der Leerstände*

Grundsätzlich ist jedoch die gesamte Gestaltung des Ladenzentrums modernisierungsbedürftig und wird dringend empfohlen.

Ein Lebensmittelvollsortimenter würde als Ergänzung zu den Lebensmitteldiscountern eine ideale Angebotserweiterung darstellen. Auch ein Drogeriemarkt ist für eine Ansiedlung in Betracht zu ziehen, da die Weiterführung des bisherigen Schlecker-Marktes<sup>38</sup> an der Sinnersdorfer Straße nicht gesichert ist.

*Lebensmittelvollsortimenter und Drogeriemarkt als mögliche Angebotsergänzungen*

## 6.5 Nahversorgungszentrum Horrem

### 6.5.1 Standortmerkmale und Angebotssituation

Der Dormagener Stadtteil Horrem befindet sich unmittelbar nordwestlich des Stadtteils Mitte. Westlich wird er durch den Verlauf der Autobahn A 57, östlich durch die Krefelder Straße und die Bahnschienen begrenzt. Die Erreichbarkeit mit dem MIV ist ebenso wie in Dormagen Mitte über die Anschlussstelle Dormagen der A 57 als sehr gut zu bewerten. Eine Sonderstellung besitzt Horrem in Bezug auf die Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Der Bahnhof Dormagen befindet sich faktisch im Zentrum Horrems und fungiert als Haltepunkt der Regionalbahn RE 7 der Deutschen Bahn sowie der Stadtbahnlinie S 11 der Stadt Köln.

Im Jahr 2011 lebten in Horrem ca. 8.000 Einwohner. Damit ist es nach Mitte der bevölkerungsreichste Stadtteil.

Innerhalb des Nahversorgungszentrums Horrem wurden zum Erhebungszeitpunkt sieben Einzelhandelsbetriebe identifiziert (ca. 2 % des Dormagener Einzelhandels), die auf einer Gesamtverkaufsfläche von rund 730 qm (ca. 1 %) einen Umsatz von etwa 3,6 Mio. EUR generieren (ca. 1 %). Damit nimmt der Einzelhandel in Horrem im Stadtvergleich nur eine untergeordnete Rolle ein.

*Einzelhandelsangebot*

---

<sup>38</sup> Betrieb ist mittlerweile geschlossen.



Tabelle 27 Einzelhandelsausstattung des Nahversorgungszentrums Horrem

Branche	Anzahl der Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	in qm	in %
Nahrungs- und Genussmittel	3	42,8%	530	72,6%
Gesundheit, Körperpflege	1	14,3%	35	4,8%
Blumen, Zoobedarf	1	14,3%	30	4,1%
Bücher, Schreibwaren, Büro	0	0,0%	0	0,0%
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	1	14,3%	60	8,2%
Sport, Spiel, Freizeit	0	0,0%	0	0,0%
Elektrowaren	0	0,0%	0	0,0%
Möbel, Einrichtung	1	14,3%	75	10,3%
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	0	0,0%	0	0,0%
<b>Summe</b>	<b>7</b>	<b>100,0%</b>	<b>730</b>	<b>100,0%</b>

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

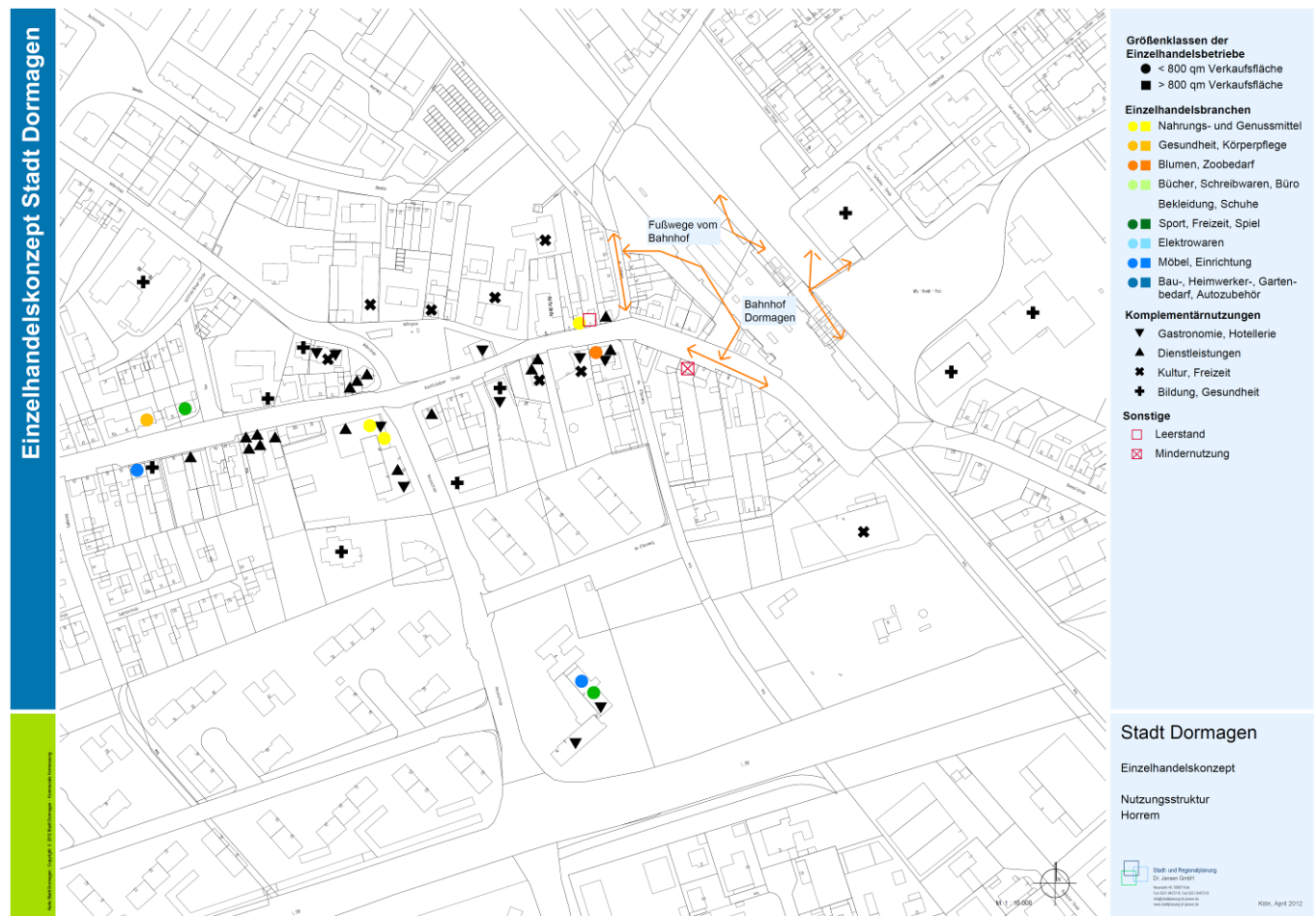
Branchenbezogen ist der Bereich Nahrungs- und Genussmittel in Horrem am stärksten vertreten. Diese werden ergänzt durch zwei weitere Betriebe des kurzfristigen- und jeweils einen Betrieb des mittel- und langfristigen Bedarfs. *Angebotsschwerpunkt*

Tabelle 28 Einzelhandelsausstattung nach Bedarfsbereichen des Nahversorgungszentrums Horrem

Bedarfsbereich	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	in qm	in %
überwiegend kurzfristiger Bedarf	5	71,4	595	81,5
überwiegend mittelfristiger Bedarf	1	14,3	60	8,2
überwiegend langfristiger Bedarf	1	14,3	75	10,3
<b>Summe</b>	<b>7</b>	<b>100</b>	<b>730</b>	<b>100</b>

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

Abbildung 20 Nutzungskartierung Horrem



Quelle: Kartengrundlage Stadt Dormagen, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

Einziger Magnetbetrieb mit frequenzerzeugender Wirkung ist ein kleinflächiger Lebensmittel-SB-Betrieb.

*Magnetbetriebe*

Während wie erwähnt für den Einzelhandel eine nur untergeordnete Bedeutung festgestellt werden kann, ist in Horrem eine besondere Dichte und Anzahl von arrondierenden Komplementärnutzungen festzustellen. Dabei ist insbesondere auf eine Reihe von sozialen, öffentlichen und beratenden Dienstleistungen zu verweisen. Der Einzelhandelsbestand wird derzeit insgesamt durch 34 Komplementärnutzungen ergänzt: 15 Dienstleistungen, acht gastronomische Angebote, sieben Nutzungen aus dem Bereich Kultur/Bildung/Freizeit sowie sieben medizinische Einrichtungen. 32 dieser Nutzungen (ca. 94 %) befinden sich in den Erdgeschossen.

*Komplementärnutzungen*

**Tabelle 29** Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Horrem

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen		Angebotsschwerpunkt
	Summe	davon EG*	
Gastronomie, Hotellerie	8	8	Gaststätte, Hotel, Imbiss, Restaurant
Dienstleistungen	15	14	Sparkasse, Fahrschule, Friseur, Bank, Politik, Nagelstudio, Versicherung, DRK, Diakonie, Hospiz
Kultur, Freizeit, Bildung	7	7	Kirche, Jugendtreff, Fitnessstudio, Musikschule, Kindertagesstätte
Gesundheit	4	3	Klinik, Arzt, ambulante Pflege
<b>Summe</b>	<b>34</b>	<b>32</b>	<b>./.</b>

\*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

Zum Zeitpunkt der Einzelhandelsbestandserhebung war innerhalb der Versorgungslage ein Leerstand zu lokalisieren.

Tabelle 30 Nutzungsstruktur des Nahversorgungszentrums Horrem

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen	
	Summe	davon EG*
Einzelhandel	7	7
Komplementärnutzungen	34	32
Vergnügungsstätte	0	0
Leerstände	1	1
<b>Summe</b>	<b>42</b>	<b>40</b>

\*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

### 6.5.2 Handelsschwerpunkt des Nahversorgungszentrums Horrem

Der Handelsschwerpunkt in Horrem befindet sich entlang der Knechtstedener Straße etwa im Hausnummernbereich 18 bis 54 (südliche Straßenseite) bzw. 3 bis 41 (nördliche Straßenseite). Die hohe Anzahl an Komplementärnutzungen verteilt sich fast gleichmäßig auf diesen Bereich. Städtebaulich sind jedoch die Abzweigungen zu Weiler- und Heesenstraße als Zäsuren innerhalb der Versorgungslage zu bewerten. Der von dort aus östliche Teil der Knechtstedener Straße wird – eingeleitet durch ein Tor – durch einen schmalen und winkeligen Straßenquerschnitt geprägt. Die Architektur, eine dazu passende Pflasterung der Straße und außen-gastronomische Angebote und Platzsituationen vermitteln eine positive Aufenthaltsqualität.

Demgegenüber wird der östliche Teil der Knechtstedener Straße funktional und durch Straßenquerschnitt und Parkplatzflächen stärker verkehrlich frequentiert.

Der Lebensmittel SB-Betrieb im Kreuzungsbereich von Heesen- und Knechtstedener Straße bildet somit handelswirtschaftlich und funktional sowie auch geografisch den Mittelpunkt der Einkaufslage.

*Knechtstedener Straße/ Heesenstraße*



*Östlicher Abschnitt Knechtstedener Straße*



### 6.5.3 Potenzialflächen im Nahversorgungszentrum Horrem

Im Stadtteilzentrum Horrem sind derzeit zwei Flächen als Potenzialstandorte für Einzelhandelsentwicklungen zu nennen.

Die Fläche am Bahnhof Dormagen ist dabei schon überplant. Hier wird in Kürze mit der Errichtung eines Lebensmitteldiscounters begonnen und im Zuge dessen eine Umgestaltung des Bahnhofsvor-

*Potenzialfläche am Bahnhof*

platzes durchgeführt. Die Fläche ist damit nicht für eine weitergehende Entwicklung in Betracht zu ziehen.

Des Weiteren befindet sich zwischen Weilergasse, Weilerstraße und Knechtstedener Straße eine Parkfläche, deren atmosphärische Qualität aufgrund des vorliegenden Kreuzungsbereichs jedoch als eingeschränkt zu bewerten ist. Einsehbarkeit und Erreichbarkeit ermöglichen jedoch eine Aktivierung der Fläche mit Einzelhandel. Insbesondere zur Angebotsergänzung des bisher unterdurchschnittlich ausgeprägten Einzelhandels in diesem Teil des Versorgungszentrums Horrem eignet sich die Fläche. Hierfür müsste eine Terrassierung durchgeführt werden.

*Potenzialfläche zwischen Weilergasse, Weilerstraße und Knechtstedener Straße*

#### 6.5.4 Räumliche Abgrenzung

Die räumliche Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Horrem berücksichtigt den derzeitigen Handelsschwerpunkt des Stadtteils sowie den Bereich des Bahnhofs, der u.a. durch die Errichtung eines Lebensmitteldiscounters in nächster Zeit umgestaltet wird.

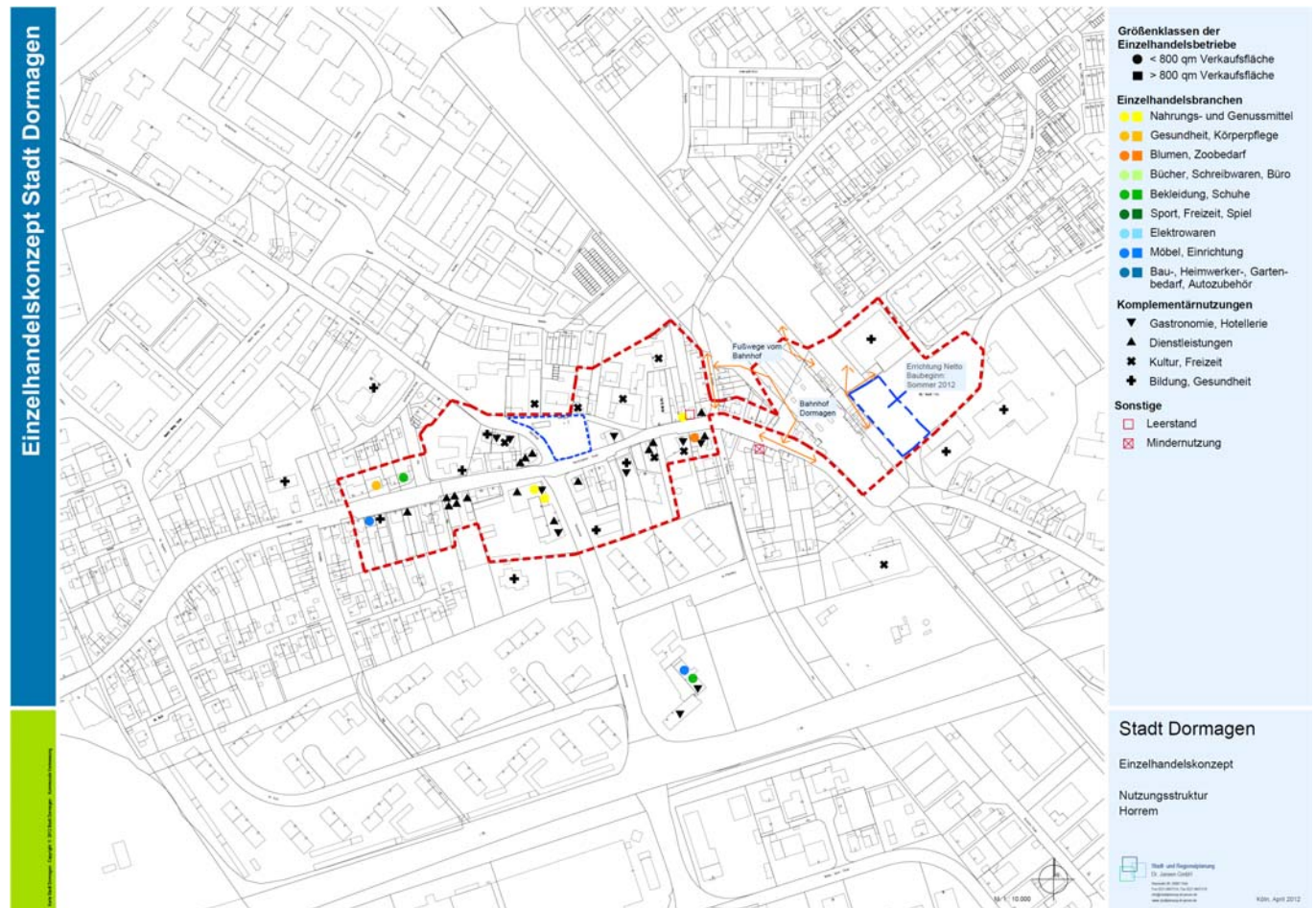
Die empfohlene Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs beginnt westlich im Bereich der Hausnummern 41a bzw. 56 der Knechtstedener Straße. Bis zur Einmündung der Straßen Am Stellwerk und Am Rübenweg werden beide Straßenseiten einbezogen. In den Kreuzungsbereichen zur Weiler- und zur Heesenstraße werden dabei teilweise Grundstücke und Parzellen integriert, die nicht unmittelbar zur Knechtstedener Straße ausgerichtet sind, weil dort bereits heute zentrenprägende Funktionen, insbesondere Dienstleistungsbetriebe, angesiedelt sind. Auch die durch die Weilergasse erschlossenen Grundstücke werden in die Abgrenzung einbezogen.

*Knechtstedener Straße*

Darüber hinaus beinhaltet der zentrale Versorgungsbereich den Dormagener Bahnhof sowie den Willi-Brandt-Platz. Der dort kurz vor Baubeginn stehende Lebensmitteldiscounter wird die Angebotsqualität im Nahversorgungszentrum Horrem deutlich anheben. Hier ist jedoch zu beachten, dass durch den Bahnhof und die Schienenführung derzeit eine klare Zäsur der Einkaufslage vorliegt. Um die bevorstehende Ansiedlung zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Horrem in die Abgrenzung einzubeziehen, sind die zu einer funktionalen Anbindung dieses Bereichs erforderlichen fußläufigen Verbindungswege und Sichtbeziehungen zu gewährleisten.

*Willi-Brandt-Platz*

Abbildung 21 Räumliche Darstellung des Nahversorgungszentrums Horrem



Quelle: Kartengrundlage Stadt Dormagen, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

### 6.5.5 Funktionale Zuordnung gem. der rechtlichen Anforderungen an ein Nahversorgungszentrum

Auf Basis der allgemeinen Prüfkriterien zur Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen lässt sich das Stadtteilzentrums Horrem als zentraler Versorgungsbereich im Sinne eines Nahversorgungszentrums einstufen.

*Einstufung Horrems als Nahversorgungszentrum*

Tabelle 31 Zentreneinstufung Horrem

Kriterium	Rechtsgrundlage od. wissen- schaftl. Nachweis	Mindestanforderung	Bewertung Ist-Situation	Ergebnis
<b>Verflechtungsbe- reich</b>	<b>OVG NRW, Urt.v. 11.12.2006 – 7 A 964/05</b>	kleiner Einzugsbereich, i.d.R. bestimmte Quartiere größe- rer Städte bzw. gesamte kleine Orte	Stadtteil Horrem mit ca. 8.000 Einwohnern	✓
<b>Struktur + Dichte Einzelhandel</b>	<b>Kuschnerus 2007: 88 f.</b>	Nutzungen, die praktisch umfassende Versorgung mit Gütern des tägl. Bedarfs gewährleisten, ergänzt durch einzelne Waren des mittelfristigen Bedarfs. Un- verzichtbar: Lebensmittel- vollsortimenter oder Le- bensmitteldiscounter	kleinflächiger Lebensmittel- vollsortimenter, wenige ergänzende Betriebe, Schwerpunkt: Versorgung des täglichen Bedarfs	✓
<b>Struktur + Dichte Komplementär- nutzungen</b>	<b>Kuschnerus 2007: 88 f. und OVG NRW, Urt.v. 19.06.2008 – 7 A 1392/07</b>	Die Nahversorgung ergän- zende/unterstützende Kom- plementärnutzungen (Bank, Post, Reinigung, Gastrono- mie u.a.m)	überdurchschnittliche An- zahl und Dichte von den Einzelhandelsbestand arron- dierenden Komplementär- nutzungen, viele soziale Beratungsleistungen	✓
<b>Lage + siedlungs- räumliche Ein- bindung</b>	<b>BVerwG, Urt. v. 17.12.2009 – 4 C 2/08</b>	städtebaulich integrierte Lage, von der Wohnbevölke- rung gut zu erreichen	Einkaufslage befindet sich städtebaulich integriert im Stadtteilzentrum Horrem, zusammenhängende Wohn- bebauung im Standortum- feld	✓
<b>ÖPNV- Anbindung</b>	<b>BVerwG, Urt. v. 17.12.2009 – 4 C 2/08</b>	Integrierte Lage, nicht nur mit dem PKW günstig zu erreichen	ÖPNV-Haltepunkte liegen vor (Bus + Bahn)	✓

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhe-  
bungsstand: Januar 2012

### 6.5.6 Stärken- Schwächen-Profil

Zusammenfassend können für das Nahversorgungszentrum Horrem  
folgende Stärken herausgehoben werden:

- + Gute verkehrliche Erreichbarkeit
- + Städtebauliche Qualität zwischen Heesenstraße und Am Rüben-  
weg

*Stärken des Nahversorgungszent-  
rums Horrem*

- + Große Anzahl und Dichte von Komplementärnutzungen
- + Geplante Einzelhandelsentwicklung auf dem Willi-Brandt-Platz

Diesen positiven Bewertungen stehen derzeit jedoch viele kritische Standortfaktoren gegenüber:

- Lebensmittel-SB-Betrieb mit nicht zeitgemäßen handelswirtschaftlichen Voraussetzungen
- Geringer Einzelhandelsbesatz
- Eingeschränkte städtebauliche Qualität im westlichen Bereich
- Nahliegendes Gewerbegebiet TOP-West mit ansässigem SB-Warenhaus und Lebensmitteldiscounter begründet auch im Bereich der Sortimente des kurzfristigen Bedarfs eine Angebotskonkurrenz
- Zäsur, Gefahr der „Teilung“ bzw. Herausbildung nicht miteinander verknüpfter Abschnitte

*Schwächen des Nahversorgungszentrums Horrem*

### 6.5.7 Handlungsempfehlungen

Das Nahversorgungszentrum Horrem besitzt als sehr einwohnerstarker Stadtteil eine wichtige Versorgungsbedeutung. Durch die Nähe zu den beiden leistungsstärksten Einzelhandelsstandorten in Dormagen - die Innenstadt und das Gewerbegebiet TOP-West (vgl. Kapitel 8) - sind die ansässigen Betriebe einem hohen Wettbewerbsdruck ausgesetzt.

Eine qualitative und quantitative Erweiterung des Einzelhandelsangebots wird dementsprechend zur Stabilisierung des Zentrums empfohlen. Hierfür spricht auch die derzeitig schwache Ausstattung des Horrems mit der niedrigsten Gesamtverkaufsfläche aller hier der untersuchten Nahversorgungszentren.

*Qualitative und quantitative Angebotserweiterungen*

Bei den Empfehlungen zum Umgang mit dem Nahversorgungszentrum ist zu berücksichtigen, dass der Willi-Brandt-Platz, nördlich des Bahnhofs gelegen, in nächster Zeit umgestaltet wird und sich im Zuge dessen u.a. ein Netto Lebensmitteldiscounter ansiedeln wird. Unbedingt zu berücksichtigen ist dabei eine Anbindung an die Knechtstedener Straße und somit an den Handelsschwerpunkt. Die Sichtbeziehungen und die fußläufige Verbindung der von den Schienen getrennten Lagen sollten verbessert werden, um durch die Ansiedlung eine Aufwertung des Nahversorgungszentrums Horrem zu erreichen.

*Ansiedlung eines Lebensmittel-SB-Betriebs*

Gelingt diese Anbindung, bedeutet der Lebensmitteldiscounter eine ideale Ergänzung zum Lebensmittelvollsortimenter im Kreuzungsbereich von Heesen- und Knechtstedener Straße. Für diesen Betrieb sollten allerdings Erweiterungsmöglichkeiten oder ggf. sogar eine Standortverlagerung innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs geprüft werden, da er aus handelswirtschaftlicher Sicht über keine zeitgemäßen Rahmenbedingungen verfügt.

*Erweiterung oder Verlagerung des Lebensmittelvollsortimenters*



Zudem sollte die Ansiedlung weiterer kleinstrukturierter Einzelhandelsbetriebe, insbesondere mit nah- und zentrenrelevantem Kernsortiment, unterstützt werden und wenn möglich auf den Bereich der Knechtstedener Straße zwischen Heesenstraße und Bahnhof gelenkt werden.

*Ergänzungen durch weitere (nahversorgungsrelevante) Einzelhandelsbetriebe entlang der Knechtstedener Straße*

## 6.6 Nahversorgungszentrum Ückerath

### 6.6.1 Standortmerkmale und Angebotssituation

Nordwestlich im Stadtgebiet gelegen befindet sich der Stadtteil Ückerath mit rund 2.600 Einwohnern im Jahr 2011. Der Siedlungsschwerpunkt Ückeraths bildet mit dem östlich angrenzenden Stadtteil Nievenheim einen zusammenhängenden Siedlungsverbund. Die Stadtteilgrenze, gebildet durch die Heerstraße, wird optisch nicht wahrgenommen.

Aus verkehrlicher Hinsicht ist Ückerath nicht gleichgroße angebunden wie die zuvor erwähnten Stadtteile. Zur Autobahn A 57 muss zunächst der Ortsteil Nievenheim durchfahren werden. Dann kann über die Neusser Straße in einigen Kilometern Entfernung die Anschlussstelle Dormagen erreicht werden. Auch Ückerath ist durch den Betreiber Stadtbus Dormagen an das Netz des ÖPNV angebunden.

Der Ortskern Ückeraths gestaltet sich als sogenanntes Straßendorf entlang der Straßen in Ückerath. Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz tritt hier jedoch nicht zusammenhängend, sondern nur vereinzelt auf. Im Kreuzungsbereich In Ückerath und Heerstraße hat sich um einen Lebensmittelvollsortimenter der heutige Handelsbesatz etabliert. Dort befinden sich derzeit sieben Einzelhandelsbetriebe (inkl. Ladenhandwerk) mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 2.115 qm und einem generierten Umsatz im Jahr 2011 von ca. 8 Mio. EUR. Im städtischen Vergleich kann mit einem Betriebs- und Verkaufsflächenanteil von ca. 2 % sowie einem Umsatzanteil von ca. 3 % und somit eine nur untergeordnete Funktion des Einzelhandels in Ückerath festgestellt werden.

*Einzelhandelsangebot*

Abbildung 22 Nutzungskartierung Ückerath



Quelle: Kartengrundlage Stadt Dormagen, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

Der Angebotsschwerpunkt liegt im Bereich der Nahversorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln. Ein Blumengeschäft sowie zwei Betriebe aus dem Bereich Bücher/Schreibwaren und Büro komplettieren das Angebot.

*Angebotsschwerpunkt*

**Tabelle 32 Einzelhandelsausstattung des Nahversorgungszentrums Ückerath**

Branche	Anzahl der Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	in qm	in %
Nahrungs- und Genussmittel	4	57,1%	1.935	91,5%
Gesundheit, Körperpflege	0	0,0%	0	0,0%
Blumen, Zoobedarf	1	14,3%	25	1,2%
Bücher, Schreibwaren, Büro	2	28,6%	155	7,3%
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	0	0,0%	0	0,0%
Sport, Spiel, Freizeit	0	0,0%	0	0,0%
Elektrowaren	0	0,0%	0	0,0%
Möbel, Einrichtung	0	0,0%	0	0,0%
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	0	0,0%	0	0,0%
<b>Summe</b>	<b>7</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.115</b>	<b>100,0%</b>

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

Der einzige Magnetbetrieb in Ückerath ist der erwähnte Lebensmittelvollsortimenter, der existenzsichernde Kundenfrequenzen für die ergänzenden Einzelhandelbetriebe begründet.

*Magnetbetriebe*

**Tabelle 33 Einzelhandelsausstattung nach Bedarfsbereichen im Nahversorgungszentrum Ückerath**

Bedarfsbereich	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	in qm	in %
überwiegend kurzfristiger Bedarf	5	71,4%	1.960	92,7%
überwiegend mittelfristiger Bedarf	2	28,6%	155	7,3%
überwiegend langfristiger Bedarf	0	0,0%	0	0,0%
<b>Summe</b>	<b>7</b>	<b>100</b>	<b>2.115</b>	<b>100</b>

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

Im Zusammenhang mit der beschriebenen Einzelhandelssituation in Ückerath, die nicht mit der Entwicklung eines gewachsenen Ortskerns einhergeht, sondern stark an die Existenz eines Lebensmittel-SB-Betriebs gebunden ist, kann auch das Fehlen von zentrenprägenden Komplementärnutzungen erklärt werden.

Tabelle 34 Komplementärnutzungen des Nahversorgungszentrums Ückerath

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen		Angebotsschwerpunkt
	Summe	davon EG*	
Gastronomie, Hotellerie	-	-	
Dienstleistungen	-	-	
Kultur, Freizeit, Bildung	-	-	
Gesundheit	-	-	
<b>Summe</b>	-	-	<b>./.</b>

\*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

So kann insgesamt auf sieben gewerbliche Erdgeschossnutzungen hingewiesen werden.

Tabelle 35 Nutzungsstruktur des Nahversorgungszentrums Ückerath

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen	
	Summe	davon EG*
Einzelhandel	7	7
Komplementärnutzungen	-	-
Vergnügungsstätte	-	-
Leerstände	-	-
<b>Summe</b>	<b>7</b>	<b>7</b>

\*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

### 6.6.2 Handelsschwerpunkt des Nahversorgungszentrums Ückerath

Der Handelsschwerpunkt Ückeraths bildet sich wie erwähnt aus einem Lebensmittelvollsortimenter an der Heerstraße und einigen, an der Straße in Ückerath liegenden ergänzenden Einzelhandelsbetrieben. Durch eine Zufahrt zwischen den Hausnummern 6 und 8 können der Magnetbetrieb und die vorliegenden Stellplätze von beiden Straßen aus angefahren werden. Die Fachgeschäfte an der Straße in Ückerath besitzen teilweise einen zweiten Ein-/Ausgang zu diesen Stellplätzen.



### 6.6.3 Potenzialflächen im Nahversorgungszentrum Ückerath

Innerhalb des Nahversorgungszentrums Ückerath kann derzeit keine Potenzialfläche vorgeschlagen werden.

### 6.6.4 Räumliche Abgrenzung

Die räumliche Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Ückerath richtet sich aufgrund des schwach ausgeprägten Besatzes von Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen im Standortumfeld ausschließlich an den Standorten und der Orientierung der oben genannten Einzelhandelsbetriebe.

*Konzentration auf bestehenden Besatz*

So kann ausgehend vom Kreuzungsbereich Heerstraße/In Ückerath die nördliche Seite der letztgenannten Straße bis zur Hausnummer 10 einbezogen werden. Die Heerstraße wird auf der westlichen Straßenseite bis Hausnummer 11 integriert.

*Abgrenzung entlang von Heerstraße und In Ückerath*

Abbildung 23 Räumliche Darstellung des Nahversorgungszentrums Ückerath



Quelle: Kartengrundlage Stadt Dormagen, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

### 6.6.5 Funktionale Zuordnung gem. der rechtlichen Anforderungen an ein Nahversorgungszentrum

Auf Basis der allgemeinen Prüfkriterien zur Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen lässt sich der Einzelhandelsstandort Ückerath als Nahversorgungszentrum abgrenzen.

*Einstufung Ückeraths als Nahversorgungszentrum*

Tabelle 36 Zentreneinstufung Ückeraths

Kriterium	Rechtsgrundlage od. wissenschaftl. Nachweis	Mindestanforderung	Bewertung Ist-Situation	Ergebnis
<b>Verflechtungsreich</b>	<b>OVG NRW, Urt.v. 11.12.2006 – 7 A 964/05</b>	kleiner Einzugsbereich, i.d.R. bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleine Orte	Stadtteil Ückerath mit rund 2.600 Einwohnern zzgl. Teile der Einwohnerschaft aus Nievenheim, Gohr und Broich.	✓
<b>Struktur + Dichte Einzelhandel</b>	<b>Kuschnerus 2007: 88 f.</b>	Nutzungen, die praktisch umfassende Versorgung mit Gütern des tägl. Bedarfs gewährleisten, ergänzt durch einzelne Waren des mittelfristigen Bedarfs. Unverzichtbar: Lebensmittelvollsortimenter oder Lebensmitteldiscounter	Lebensmittelvollsortimenter und wenige ergänzende Einzelhandelsbetriebe vornehmlich des kurzfristigen Bedarfs	✓
<b>Struktur + Dichte Komplementärnutzungen</b>	<b>Kuschnerus 2007: 88 f. und OVG NRW, Urt.v. 19.06.2008 – 7 A 1392/07</b>	Die Nahversorgung ergänzende/unterstützende Komplementärnutzungen (Bank, Post, Reinigung, Gastronomie u.a.m)	keine die Nahversorgung ergänzenden Komplementärnutzungen	✗
<b>Lage + siedlungs-räumliche Einbindung</b>	<b>BVerwG, Urt. v. 17.12.2009 – 4 C 2/08</b>	städtebaulich integrierte Lage, von der Wohnbevölkerung gut zu erreichen	Einkaufslage befindet sich in zentraler Lage des Stadtteils Ückerath mit zusammenhängender Wohnbebauung im Standortumfeld, Lage an der Hauptverkehrsachse zwischen Gohr, Ückerath und Nievenheim	✓
<b>ÖPNV-Anbindung</b>	<b>BVerwG, Urt. v. 17.12.2009 – 4 C 2/08</b>	Integrierte Lage, nicht nur mit dem PKW günstig zu erreichen	ÖPNV-Haltepunkte liegt vor	✓

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

### 6.6.6 Stärken- Schwächen-Profil

Zusammenfassend können für das Nahversorgungszentrum Ückerath folgende Stärken herausgehoben werden:

- + Wichtige (Nah-)Versorgungsfunktion für Ückerath sowie abgeschwächt für Gohr und Broich
- + Gute verkehrstechnische Erreichbarkeit
- + Lebensmittelvollsortimenter als Magnetbetrieb
- + kompakte Anordnung der Betriebe

*Stärken des Nahversorgungszentrums Ückerath*

Demgegenüber sind jedoch auch kritisch zu bewertende Schwächen anzuführen:

- Geringer, über die Nahversorgung hinausgehender Einzelhandelsbestand
- Keine arrondierenden Komplementärnutzungen
- eingeschränkte Einsehbarkeit des Magnetbetriebs des Lebensmittelvollsortimenters
- Keine gewachsene Einkaufslage, keine ausgeprägte städtebauliche Qualität mit Aufenthaltscharakter
- Keine öffentliche Infrastruktur

*Schwächen des Nahversorgungszentrums Ückerath*

### 6.6.7 Handlungsempfehlungen

Ückerath ist optisch nicht als eigenständiger Stadtteil zu erkennen. Vielmehr bildet er den östlichen Teil eines Siedlungskörpers, als dessen Zentrum der Stadtteil Nievenheim wahrgenommen wird.

Gleichwohl wird durch das Nahversorgungszentrum Ückerath eine Versorgungsfunktion begründet, die durch weitere städtebauliche und handelswirtschaftliche Aufwertungsmaßnahmen auch zukünftig gesichert werden sollte.

Aufgrund der geringen Anzahl der Einzelhandelsbetriebe ist dabei zunächst die Ansiedlung weiterer Betriebe zu erwähnen. Jedoch wird dies durch die dichte Wohnbebauung und mangelnde aktivierbaren Leerstände und Potenzialflächen derzeit kaum ermöglicht.

*weitere Einzelhandelsansiedlungen erschwert*

Zudem sollte der Charakter des Zentrums auch zukünftig auf die Nahversorgung fokussiert werden. Weitere zentrenrelevante Sortimente werden nicht zur Ansiedlung empfohlen.

*klare Fokussierung auf die Nahversorgung*

Die Ausrichtung des Einzelhandelsbestands sorgt dafür, dass der Parkplatz des Lebensmittelvollsortimenters einen zentralen Platz zwischen den Nutzungen bildet. Ohne seine eigentliche Funktion für den ruhenden Verkehr zu gefährden, kann durch gestalterische Maßnahmen eine qualitative Aufwertung des Nahversorgungszentrums erfolgen. Schon heute nutzt ein ansässiger Betrieb des Lebensmittelhandwerks eine kleine Fläche für die Außenbestuhlung,

*gestalterische Aufwertung der Einkaufslage*

allerdings ohne eine ansprechende Wirkung zu entfalten. Erschwert wird die Situation durch die Mauer auf der westlichen Seite des Parkplatzes, welche die Lage beengt. Trotz der Schwierigkeiten wird eine optische Aufwertung zur Generierung von Aufenthaltsqualität empfohlen.

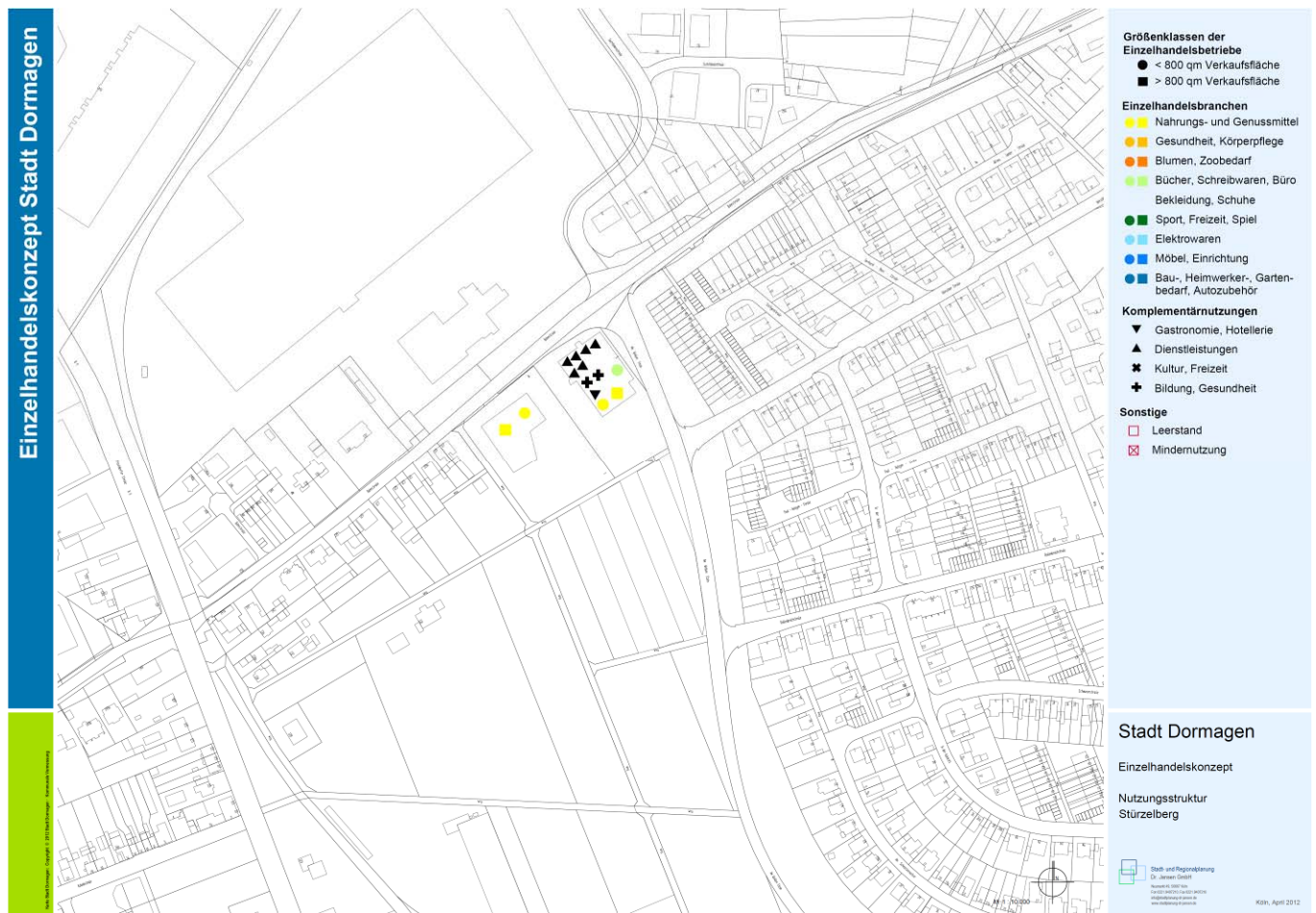
## **6.7 Nahversorgungszentrum Stürzelberg**

### **6.7.1 Standortmerkmale und Angebotssituation**

Stürzelberg ist der nördlichste aller Dormagener Stadtteile und wird durch den Verlauf des Rheins vom Stadtgebiet der Landeshauptstadt Düsseldorf getrennt. Westlich bzw. südlich grenzt er an die Stadtteile St. Peter und die Stadt Zons. Der ca. 4.140 Einwohner zählende Stadtteil weist aufgrund seiner Lage eine vergleichsweise unterdurchschnittliche Anbindung an die A 57 auf, jedoch führt die Bundesstraße B 9 unmittelbar an Stürzelberg vorbei, sodass hierdurch die schnelle Verbindung zur Innenstadt sowie zusätzlich zur nördlich verlaufenden A 46 in Neuss ermöglicht wird.



Abbildung 24 Nutzungskartierung Stürzelberg



Quelle: Kartengrundlage Stadt Dormagen, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

Innerhalb des betrachteten Einzelhandelsstandorts am Rande des Stadtteils sind derzeit fünf Einzelhandelbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 2.390 qm angesiedelt, für die im Jahr 2011 ein Umsatz von rund 10,5 Mio. EUR angenommen werden kann. Trotz der zahlenmäßig schwachen Einzelhandelsausstattung in Stürzelberg kann eine großflächige und leistungsstarke Betriebsstruktur festgestellt werden.

Die Angebotsstruktur dient fast ausschließlich der Nahversorgung. Vier der fünf Betriebe sind der Branche Nahrungs- und Genussmittel zuzuordnen, einer dem Bereich Bücher, Schreibwaren, Büro.

*Einzelhandelsangebot*

*Angebotsschwerpunkt*

**Tabelle 37 Einzelhandelsausstattung des Nahversorgungszentrums Stürzelberg**

Branche	Anzahl der Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	in qm	in %
Nahrungs- und Genussmittel	4	80,0%	2.375	99,4%
Gesundheit, Körperpflege	0	0,0%	0	0,0%
Blumen, Zoobedarf	0	0,0%	0	0,0%
Bücher, Schreibwaren, Büro	1	20,0%	15	0,6%
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	0	0,0%	0	0,0%
Sport, Spiel, Freizeit	0	0,0%	0	0,0%
Elektrowaren	0	0,0%	0	0,0%
Möbel, Einrichtung	0	0,0%	0	0,0%
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	0	0,0%	0	0,0%
<b>Summe</b>	<b>5</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.390</b>	<b>100,0%</b>

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

In Stürzelberg sind zwei großflächige Lebensmittel-SB-Betriebe vor Ort, von denen starke Kundenfrequenzen ausgelöst werden. Dabei handelt es sich jeweils um einen Discounter und einen Vollsortimenter. *Magnetbetriebe*

**Tabelle 38 Einzelhandelsausstattung im Nahversorgungszentrum Stürzelberg**

Bedarfsbereich	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	in qm	in %
überwiegend kurzfristiger Bedarf	4	80,0%	2.375	99,4%
überwiegend mittelfristiger Bedarf	1	20,0%	15	0,6%
überwiegend langfristiger Bedarf	0	0,0%	0	0,0%
<b>Summe</b>	<b>5</b>	<b>100</b>	<b>1.680</b>	<b>100</b>

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

Weitere Frequenzwirkungen gehen von insgesamt neun Komplementärnutzungen aus, die in einem Gebäude konzentriert über mehrere Etagen angesiedelt sind.

Dabei handelt es sich um sechs Dienstleistungsangebote, zwei medizinische sowie ein gastronomisches Angebot. *Komplementärnutzungen*

**Tabelle 39** Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Stürzelberg

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen		Angebotsschwerpunkt
	Summe	davon EG*	
Gastronomie, Hotellerie	1	1	Restaurant
Dienstleistungen	6	2	Unternehmensberatung, Personalberatung, Friseur, Versicherung, Immobilienbüro
Kultur, Freizeit, Bildung	-	-	-
Gesundheit	2	-	(Fach-)Arzt, Physiotherapie
<b>Summe</b>	<b>9</b>	<b>4</b>	<b>./.</b>

\*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

Leerstände oder Vergnügungsstätten waren zum Erhebungszeitpunkt nicht zu notieren, sodass insgesamt 14 gewerbliche Nutzungen – davon neun im Erdgeschoss – gezählt werden konnten.

**Tabelle 40** Nutzungsstruktur im Nahversorgungszentrum Stürzelberg

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen	
	Summe	davon EG*
Einzelhandel	5	5
Komplementärnutzungen	9	4
Vergnügungsstätte	-	-
Leerstände	-	-
<b>Summe</b>	<b>14</b>	<b>9</b>

\*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

### 6.7.2 Handelsschwerpunkt des Nahversorgungszentrums Stürzelberg

Der Einzelhandelsschwerpunkt in Stürzelberg befindet sich im Kreuzungsbereich Bahnstraße/Am Weißen Stein. Über die Straße Am Weißen Stein sind zwei große Gebäudekörper und eine groß dimensionierte vorgelagerte Parkplatzfläche zu erreichen. Eines der Gebäude, das sogenannte Stürzelberg-Center, beheimatet den Le-

bensmittelvollsortimenter, zwei ergänzende Einzelhandelsbetriebe sowie alle genannten Komplementärnutzungen. Im Nachbargebäude befinden sich der Lebensmitteldiscounter und ein Getränkemarkt.

Der Einzelhandelsstandort liegt am Rande des Siedlungskörpers von Stürzelberg. Westlich schließt der Stadtteil Sankt Peter an, der jedoch vornehmlich gewerblich geprägt ist. Es handelt sich nicht um einen gewachsenen Ortskern, sondern eine durch den Bau des Stürzelberg-Centers initiierte städtebauliche Entwicklung, die ausschließlich eine Nahversorgungsfunktion wahrnimmt. Städtebauliche Qualität im Sinne eines Einkaufserlebniss mit Aufenthaltsqualität ist demnach nicht festzustellen, allerdings vermittelt Architektur und Betriebstruktur einen ansprechenden Eindruck.



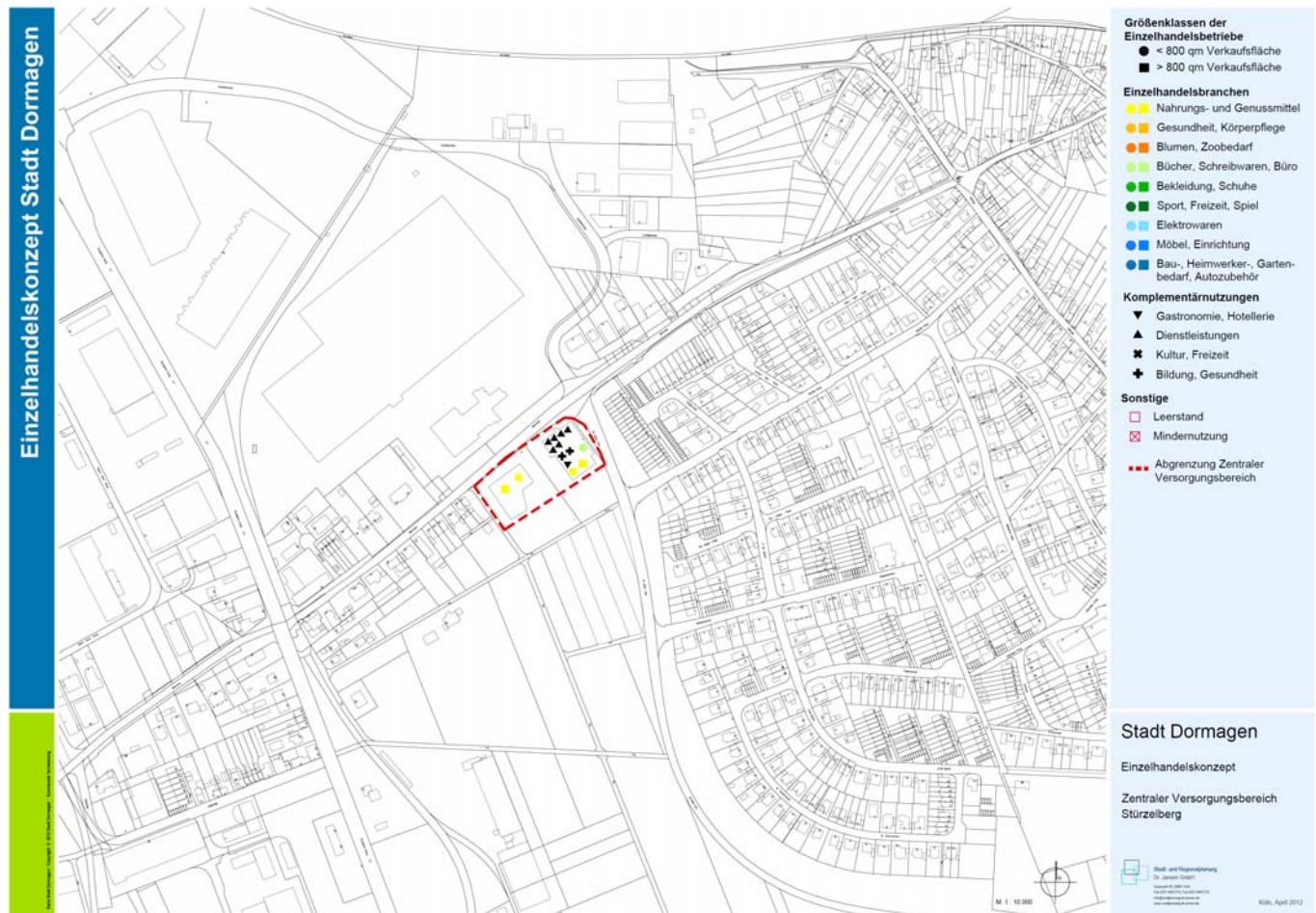
### 6.7.3 Potenzialflächen im Nahversorgungszentrum Stürzelberg

Derzeit wird in Stürzelberg keine Potenzialfläche für eine Einzelhandelsentwicklung bestimmt.

### 6.7.4 Räumliche Abgrenzung

Die räumliche Abgrenzung des Nahversorgungszentrums beschränkt sich auf die beiden beschriebenen Gebäude.

Abbildung 25 Räumliche Darstellung des Nahversorgungszentrums Stürzelberg



Quelle: Kartengrundlage Stadt Dormagen, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

### 6.7.5 Funktionale Zuordnung gem. der rechtlichen Anforderungen an ein Nahversorgungszentrum

Auf Basis der allgemeinen Prüfkriterien zur Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen lässt sich der Einzelhandelsstandort Stürzelberg als Nahversorgungszentrum einstufen.

*Einstufung Stürzelbergs als Nahversorgungszentrum*

Tabelle 41 Zentreneinstufung Stürzelberg

Kriterium	Rechtsgrundlage od. wissen- schaftl. Nachweis	Mindestanforderung	Bewertung Ist-Situation	Ergebnis
<b>Verflechtungsbe- reich</b>	<b>OVG NRW, Urt.v. 11.12.2006 – 7 A 964/05</b>	kleiner Einzugsbereich, i.d.R. bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleine Orte	Stadtteile Stürzelberg und St. Peter mit insgesamt rund 4.550 Einwohnern	✓
<b>Struktur + Dichte Einzelhandel</b>	<b>Kuschnerus 2007: 88 f.</b>	Nutzungen, die praktisch umfassende Versorgung mit Gütern des tägl. Bedarfs gewährleisten, ergänzt durch einzelne Waren des mittelfristigen Bedarfs. Un- verzichtbar: Lebensmittel- vollsortimenter oder Le- bensmitteldiscounter	Zwei Lebensmittel-SB- Betriebe werden durch einen Getränkmarkt, einen Bäcker sowie ein Zeitschriftenhänd- ler/Kiosk ergänzt	✓
<b>Struktur + Dichte Komplementär- nutzungen</b>	<b>Kuschnerus 2007: 88 f. und OVG NRW, Urt.v. 19.06.2008 – 7 A 1392/07</b>	Die Nahversorgung ergän- zende/unterstützende Kom- plementärnutzungen (Bank, Post, Reinigung, Gastrono- mie u.a.m)	keine öffentlichen Infra- struktureinrichtungen, je- doch private Dienstleis- tungsbetriebe, gastronomi- sche und medizinische An- gebote konzentriert im Stür- zelberg-Center	✓
<b>Lage + siedlungs- räumliche Ein- bindung</b>	<b>BVerwG, Urt. v. 17.12.2009 – 4 C 2/08</b>	städtebaulich integrierte Lage, von der Wohnbevölke- rung gut zu erreichen	Einkaufslage befindet sich in Siedlungsrandlage, eine gute Erreichbarkeit ist jedoch gegeben	✓
<b>ÖPNV- Anbindung</b>	<b>BVerwG, Urt. v. 17.12.2009 – 4 C 2/08</b>	Integrierte Lage, nicht nur mit dem PKW günstig zu erreichen	ÖPNV-Haltepunkt liegt vor	✓

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

### 6.7.6 Stärken- Schwächen-Profil

Zusammenfassend können für das Nahversorgungszentrum Stürzelberg folgende Stärken festgestellt werden:

- + Wichtige (Nah-)Versorgungsfunktion für die Stadtteile Stürzelberg und St.Peter
- + Zwei großflächige und leistungsstarke Lebensmittel-SB-Betriebe
- + Gute verkehrstechnische Erreichbarkeit

*Stärken des Nahversorgungszentrums Stürzelberg*

- + Konzentration der nahversorgungsrelevanten Nutzungen auf zwei nebeneinander liegende Gebäude

Diesen positiven Bewertungen stehen folgende Schwächen gegenüber

- Keine über die Nahversorgung hinausgehenden Einzelhandelsangebote
- Eingeschränkte Aufenthaltsqualität
- Siedlungsrandlage und daraus resultierende Erreichbarkeitsdefizite für die Einwohnerschaft am östlichen Rand des Stadtteils
- Keine öffentliche Infrastruktur

*Schwächen des Nahversorgungszentrums Stürzelberg*

### 6.7.7 Handlungsempfehlungen

Das Nahversorgungszentrum Stürzelberg erfüllt ausschließlich die ihm beigemessene Nahversorgungsfunktion. Zwar befindet sich der Standort nicht in einem historisch gewachsenen Stadtteil- oder Ortszentrum, jedoch wird durch die Lage zwischen den Wohngebieten von Stürzelberg und St. Peter eine fußläufige Erreichbarkeit für große Teile der dort lebenden Einwohnerschaft ermöglicht.

*Stürzelberg: :Ausschließlich Nahversorgungsfunktion*

Die Sicherung der bestehenden Einzelhandelsstruktur ist dementsprechend als vorrangige Empfehlung zu nennen. Die Ansiedlung weiterer Einzelhandelsnutzungen ist dagegen derzeit nicht zu empfehlen. Deshalb ist die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbezugsbereichs auch eng an den Gebäuden der bestehenden Betriebe ausgerichtet.

*Sicherung des Einzelhandelsbestands*

Daher wird empfohlen, eine Überplanung der angrenzenden Bereiche vorzunehmen, um Ansiedlungsmöglichkeiten von Einzelhandelsbetrieben (z.B. auf den jetzigen Stellflächen) entgegenzuwirken.

*Überplanung und keine weiteren Ansiedlungen*

## 6.8 Versorgungslage Ortskern Nievenheim

### 6.8.1 Standortmerkmale und Angebotssituation

Der Stadtteil Nievenheim befindet sich nordöstlich der Innenstadt im Zentrum eines zusammenhängenden Siedlungskörpers zwischen Ückerath und Delrath und beheimatet ca. 6.575 Einwohner.

Über die Neusser Straße sind in südlicher Richtung die Innenstadt sowie die Anschlussstelle zur A 57 erreichbar.



Abbildung 26 Nutzungskartierung Nievenheim



Quelle: Kartengrundlage Stadt Dormagen, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

Innerhalb des Nievenheimer Stadtteilzentrums befinden sich derzeit zehn Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von 630 qm. Für die kleinteilige Betriebsstruktur ist dabei kein ausgesprochener Angebotsschwerpunkt zu erkennen. Es werden annähernd gleichermaßen Waren der kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfe bereitgestellt werden.

*Einzelhandelsangebot und Angebotsschwerpunkt*

Dementsprechend wird auch von keinem Betrieb eine übergeordnete Magnetfunktion ausgelöst.

*keine Magnetbetriebe*



**Tabelle 42 Einzelhandelsausstattung der Versorgungslage Ortskern Nievenheim**

Branche	Anzahl der Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	in qm	in %
Nahrungs- und Genussmittel	2	20,0%	60	9,5%
Gesundheit, Körperpflege	1	10,0%	75	11,9%
Blumen, Zoobedarf	0	0,0%	0	0,0%
Bücher, Schreibwaren, Büro	2	20,0%	130	20,6%
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	1	10,0%	70	11,1%
Sport, Spiel, Freizeit	1	10,0%	90	14,3%
Elektrowaren	1	10,0%	90	14,3%
Möbel, Einrichtung	0	0,0%	0	0,0%
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	2	20,0%	115	18,3%
<b>Summe</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>	<b>630</b>	<b>100%</b>

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

**Tabelle 43 Einzelhandelsausstattung nach Bedarfsbereichen der Versorgungslage Ortskern Nievenheim**

Bedarfsbereich	Betriebe	Betriebe	Verkaufsfläche	Verkaufsfläche
	abs.	(in %)	(in qm)	(in %)
überwiegend kurzfristiger Bedarf	3	30,0%	135	21,4%
überwiegend mittelfristiger Bedarf	4	40,0%	290	46,0%
überwiegend langfristiger Bedarf	3	30,0%	205	32,5%
<b>Summe</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>	<b>630</b>	<b>100%</b>

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

In Widerspruch zu dem stark eingeschränkten Einzelhandelsbesatz steht das Angebot an Komplementärnutzungen. Hier zeigt sich die Funktion Nievenheims als gewachsenes Stadtteilzentrum. Insgesamt 40 arrondierende Komplementärnutzungen konnten im Januar 2012 aufgenommen werden, der überwiegende Teil davon in den Erdgeschossen.

*Komplementärnutzungen*

Die meisten Komplementärnutzungen entfallen auf den allgemeinen Dienstleitungen gebildet. Jedoch sorgen acht Nutzungen aus dem Bereich Kultur/Freizeit/Bildung, sieben weitere gastronomische und vier medizinische Angebote für einen ausgewogenen Nutzungsmix.

**Tabelle 44** Komplementärnutzungen in der Versorgungslage Nievenheim

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen		Angebotschwerpunkt
	Summe	davon EG*	
Gastronomie, Hotellerie	7	7	Gaststätte, Café, Bistro, Restaurant, Imbiss
Dienstleistungen	21	20	Fahrschule, Versicherung, Sparkasse, Bank, Friseur, Reisebüro, Kosmetiksalon, Polizei, Feuerwehr
Kultur, Freizeit, Bildung	8	8	Kirche, Pfarrbüro, Altagsstätte, Kindergarten, Kindertagesstätte, Schule
Gesundheit	4	2	Arzt, Logo-, und Ergotherapie
<b>Summe</b>	<b>40</b>	<b>37</b>	<b>./.</b>

\*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

Insgesamt konnten somit 50 Erdgeschossnutzungen notiert werden, Leerstände oder Vergnügungsstätten liegen nicht vor.

**Tabelle 45** Nutzungsstruktur der Versorgungslage Nievenheim

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen	
	Summe	davon EG*
Einzelhandel	10	10
Komplementärnutzungen	40	37
Mindernutzungen	-	-
Leerstände	-	-
<b>Summe</b>	<b>50</b>	<b>47</b>

\*Anm.: Erdgeschoss

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

### 6.8.2 Handelsschwerpunkt der Versorgungslage

Der Einzelhandelsbestand der Versorgungslage Nivenheim konzentriert sich auf die Neusserstraße zwischen Neu- und Salvatorstraße sowie die Verbindung von Saint-Andre- und Salvatorstraße um den Salvatorplatz.

Die genannten Bereiche unterscheiden sich sowohl aus städtebaulicher als auch aus handelswirtschaftlicher Sicht. Die Neusser Straße besitzt als Verbindung zu den zentralen Stadtteilen Horrem und Mitte eine übergeordnete Verkehrsfunktion. Insbesondere in den Kreuzungsbereichen sind teilweise hohe Verkehrsaufkommen zu erkennen. Gemeinsam mit dem langgezogenen Bestand der gewerblichen Nutzungen wird somit keine Einkaufs- oder Aufenthaltsqualität begründet.

Demgegenüber kann im Bereich des Salvatorplatzes eine Konzentration von Komplementärnutzungen festgestellt werden, die gemeinsam mit der städtebaulichen Gestaltung für eine ansprechende Platzsituation sorgt.

Eine tatsächliche Konzentration der Einzelhandelsnutzung ist jedoch in beiden Bereichen nicht festzustellen.

*Neusser Straße*



*Salvatorplatz*



### 6.8.3 Potenzialstandorte

Zum Zeitpunkt der Erhebungen waren für die Versorgungslage zwei Potenzialstandorte für Einzelhandelsentwicklungen festzustellen.

Östlich des derzeitigen Handelszentrums befindet sich in der Bismarckstraße 59 eine Immobilie, die durch die Eröffnung eines Vollsortimenters durch den Betreiber Edeka reaktiviert wird. Die Eröffnung war zu Jahresbeginn 2012 geplant<sup>39</sup>.

Der Standort befindet sich an der Ausfallstraße, die die Stadtteile Nievenheim und Delrath miteinander verbindet und besitzt dementsprechend eine gute Einsehbarkeit. Nördlich der Bestandsimmobilie befindet sich ein Wohngebiet, südlich reduziert sich die Wohnbebauung auf die Ausrichtung zur Bismarckstraße, anschließend folgen große Flächen, die landwirtschaftlich genutzt werden.

Handelswirtschaftlich eignet sich der Standort für eine Einzelhandelsnutzung. Aus städtebaulicher Sicht jedoch birgt er Risiko- und Konfliktpotenziale, insbesondere für die Versorgungsstruktur im angrenzenden Stadtteil Delrath und den dort ansässigen Lebensmittel-SB-Betrieb. Jedoch ist die Genehmigung des Vorhabens zu Zeitpunkt der Erhebung bereits erteilt gewesen, sodass eine Empfehlung zum Umgang mit dem Standort an dieser Stelle entfällt. Festzuhalten bleibt, dass er sich nicht eignet, im Zusammenhang mit

*Bismarckstraße*

<sup>39</sup> Betrieb ist mittlerweile geöffnet.

dem derzeitigen Handelsschwerpunkt Nievenheims ein Nahversorgungszentrum zu begründen, weil er sich räumlich in zu großer Entfernung befindet und keine zusammenhängende Einkaufslage herstellbar ist.

Zudem wurden Flächen- und Nutzungsanfragen für einen weiteren Standort in Nievenheim gegenüber der Stadt Dormagen geäußert. Auf der östlichen Straßenseite der Neusser Straße befindet sich im Kreuzungsbereich zur Pankratiusstraße eine landwirtschaftlich genutzte Fläche, die zur Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters geprüft werden soll.

*Neusser Straße / Pankratiusstraße*

Die Fläche bildet den südlichen Rand der Wohnbebauung in Nievenheim. Von den weiteren anschließenden landwirtschaftlich genutzten Flächen hebt die sich dadurch ab, dass sie von allen Seiten durch Wege/Straßen begrenzt wird.

Die Erschließung des Standorts erfolgt über die Neusser Straße. Diese übernimmt als Hauptverbindungsachse in Richtung Dormagener Innenstadt und Autobahn A 57 eine besondere Verkehrsfunktion. Wie schon erwähnt, hat dies ein hohes Verkehrsaufkommen zur Folge. Um diese Situation bei einer möglichen Ansiedlung nicht zu verschärfen, wurde seitens der Stadtverwaltung Dormagen die Installation eines Kreisverkehrs zur Anfahrt geprüft. Dies wird auch aus Gutachtersicht als notwendig beurteilt und für die weitere Bewertung der Aktivierungsmöglichkeiten vorausgesetzt.

Aus handelswirtschaftlicher Sicht ist die Anbindung des Standorts aufgrund der Lage an der Hauptverkehrsachse in Nievenheim gut. Im Gegensatz zu dem nördlich der Versorgungslage gelegenen Lebensmitteldiscounter können hohe Kundenfrequenzen durch den PKW-Verkehr zwischen Nievenheim und der Innenstadt bzw. der Autobahn angenommen werden. Analog zu dem vorher diskutierten Standort befindet er sich jedoch nicht direkt im Zusammenhang der gewerblichen Nutzungsstruktur in Nievenheim. Südlich der Kreuzung Neusser Straße/Bismarckstraße folgt bis zum Standort ein etwa 150 m langer Straßenabschnitt, der vornehmlich durch Wohnbebauung und private Grünflächen geprägt ist. Somit ist auch hier die Entwicklung des Standorts zur Begründung eines zentralen Versorgungsbereichs nicht uneingeschränkt zu empfehlen. Aufgrund der Siedlungsrandlage ist der Standort zudem für eine Entwicklung ungeeignet, die dem Ziel fußläufig erreichbarer Nahversorgung außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dient.

Zusammenfassend wird eine Aktivierung des Standorts dann empfohlen, wenn es gelingt eine handelswirtschaftliche und städtebauliche Verbindung bis zur Abzweigung von St. Andre- und Bismarckstraße herzustellen. In diesem Falle könnte eine darauf aufbauende Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs geprüft werden. Gelingt die Anbindung nicht, würde durch die Ansiedlung ein weitgehend isolierter Einzelhandelsstandort begründet, der vermutlich

einen überwiegenden Umsatzanteil durch PKW-Ströme entlang der Neusser Straße generieren würde. Um wohnungsnah Standorte, die für die Nahversorgung eine wichtigere Funktion übernehmen, nicht in Ihrer Existenz zu gefährden, wird die Ansiedlung für diesen Fall nicht empfohlen. Auch würde man, sich in Zukunft gegebenenfalls ergebende Entwicklungspotenziale innerhalb der eigentlichen Versorgungslage, gefährden.

#### 6.8.4 Funktionale Zuordnung gem. der rechtlichen Anforderungen an ein Nahversorgungszentrum

Auf Basis der allgemeinen Prüfkriterien zur Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen lässt sich das Stadtteilzentrum von Nievenheim nicht als zentraler Versorgungsbereich einstufen.

*keine Einstufung Nievenheims als Nahversorgungszentrum*

In Nievenheim hat sich im Bereich der Neusser Straße, St. Andre Straße und Salvatorplatz/-straße ein optisch gut wahrnehmbares Stadtteilzentrum entwickelt. Neben einigen Einzelhandelsnutzungen wird hier insbesondere ein breites Angebot an Komplementärnutzungen vorgehalten.

Dem Einzelhandelsbesatz ist jedoch keine Versorgungsfunktion zugeordnet die der eines Nahversorgungszentrums entspricht. Es fehlt ein Lebensmittel-SB-Betrieb, der eine umfassende Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs sicher stellt. Ein Lebensmitteldiscounter am nördlichen Rand des Siedlungskörpers in der Straße An der Sausweide befindet sich nicht im Zusammenhang der genannten Handelslage und damit nicht für die Abgrenzung und Begründung eines Nahversorgungszentrums herangezogen werden.

Tabelle 46 Zentreneinstufung Nievenheims

Kriterium	Rechtsgrund- lage oder wissenschaftl. Nachweis	Mindestanforderung	Bewertung Ist- Situation	Ergebnis
<b>Verflechtungs- bereich</b>	<b>OVG NRW, Urt.v. 11.12.2006 – 7 A 964/05</b>	kleiner Einzugsbereich, i. d. R. bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleine Orte	Einwohnerschaft Nie- venheims (ca. 6.575 Einwohner)	✓
<b>Struktur + Dichte Einzelhandel</b>	<b>Kuschnerus 2007: 88 f.</b>	Nutzungen, die prak- tisch umfassende Ver- sorgung mit Gütern des tägl. Bedarfs ge- währleisten, ergänzt durch einzelne Waren des mittelfristigen Bedarfs. Unverzicht- bar: Lebensmittelvoll- sortimenter oder Le- bensmitteldiscounter	kein Kebensmittel-SB- Betrieb, bestehender kleinstrukturierter Einzelhandelsbesatz ohne ausgesprochene Spezialisierung auf die Nahversorgung-	/
<b>Struktur + Dichte Komplementär- nutzungen</b>	<b>Kuschnerus 2007: 88 f. und OVG NRW, Urt.v. 19.06.2008 – 7 A 1392/07</b>	Die Nahversorgung ergänzende/unter- stützende Komple- mentärnutzungen (Bank, Post, Reinigung, Gastronomie u. a. m)	öffentlichen Infra- struktureinrichtungen, private Dienstleistungs- betriebe und gastro- nomischer Angebote in ansprechender Dichte und Anzahl	✓
<b>Lage + sied- lungsräumliche Einbindung</b>	<b>BVerwG, Urt. v. 17.12.2009 – 4 C 2/08</b>	städtebaulich integ- rierte Lage, von der Wohnbevölkerung gut zu erreichen	städtebaulich integ- rierte Lage im gewach- senen Stadtteilzent- rum	✓
<b>ÖPNV- Anbindung</b>	<b>BVerwG, Urt. v. 17.12.2009 – 4 C 2/08</b>	Integrierte Lage, nicht nur mit dem PKW günstig zu erreichen	ÖPNV-Haltepunkt liegt vor	✓

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

### 6.8.5 Stärken- Schwächen-Profil

Zusammenfassend können für die Nahversorgungslage Nievenheim folgende Stärken herausgehoben werden:

- + Gute verkehrstechnische Erreichbarkeit und Einsehbarkeit
- + Zentrumsnaher Potenzialstandort für die Entwicklung eines Lebensmittel-SB-Betriebs
- + Dichte und Anzahl von Komplementärnutzungen
- + Salvatorplatz und Salvatorstraße mit ansprechender städtebaulicher Qualität und Aufenthaltsqualität

*Stärken der Versorgungslage Nievenheim*

Diesen positiven Aspekten stehen derzeit folgende Schwächen gegenüber:

- Kein Lebensmittel-SB-Betrieb
- Geringe Anzahl an Einzelhandelsnutzungen
- Hohes Verkehrsaufkommen
- Gestalterische Defizite im Bereich der Neusser Straße

*Schwächen der Versorgungslage*

### 6.9 Handlungsempfehlungen

Der Einzelhandelsbesatz in Nievenheim hat sich bezüglich seiner Angebotsqualität und –vielfalt nicht entsprechend der Bedeutung des Stadtteils und insbesondere des Wohnstandortes Nievenheims entwickelt. Ursächlich für die nicht empfohlene Einstufung und Abgrenzung eines Nahversorgungszentrums ist das Fehlen eines die Frequenz des Zentrums sichernden Lebensmittel-SB-Betriebs.

*im Vergleich: Untergeordnete Bedeutung des Einzelhandelsstandortes*

Entsprechend wird empfohlen, die vorhandenen Flächen im Hinblick auf die Ansiedlung eines solchen Betriebs zu prüfen. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass dadurch erhöhte Wettbewerbseffekte im Lebensmitteleinzelhandel in Nievenheim (hier insbesondere für den neuen Standort an der Bismarckstraße) sowie aufgrund der räumlichen Nähe ebenfalls für den Lebensmittel-SB-Betrieb in Ückerath zu erwarten wären.

*prüfung: Ansiedlung eines Lebensmittel-SB-Betriebs innerhalb der Versorgungslage*

Zudem sollte auch der bestehende Einzelhandel entlang der Neusser Straße qualitativ aufgewertet werden. Einhergehend damit ist jedoch auch die Verkehrs- und Parkplatzsituation zu entzerren.

*qualitative und quantitative Aufwertung des Einzelhandelsbestands*

Da die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters in der Bismarckstraße bereits beschlossen worden ist, wird empfohlen, die Aktivierung der zweiten genannten Potenzialfläche zurückzustellen. Der Standort eignet sich nur bedingt zur Stärkung und Stabilisierung der Versorgungslage.

*Zurückstellung von Ansiedlungsvorhaben im Bereich Neusser Straße/ Pankratiusstraße*

### 6.10 Zentrenhierarchie

Zur Untersuchung der Zentrenstruktur der Stadt Dormagen wurden umfangreiche handelswirtschaftliche und städtebauliche Analysen durchgeführt. Diese geben Aufschluss über Stärke, Ausstrahlung

und Bedeutung der Einkaufslagen und der räumlichen Verteilung weiterer Versorgungsangebote. Darüber hinaus wurden der (handelswirtschaftliche) Handlungsbedarf und die hieraus ggf. abzuleitende Einbeziehung von Potenzialflächen berücksichtigt.

In der Stadt Dormagen prägt wie dargestellt mit dem Hauptzentrum Innenstadt ein zentraler Versorgungsbereich die Versorgungsbedeutung des Mittelzentrums in besonderem Maße. Im Hauptzentrum wird ein breites und tiefes Warenangebot aller Bedarfsbereiche vorgehalten. Dabei übernimmt das Hauptzentrum auch eine wichtige Nahversorgungsfunktion.

Daneben sind unter Beachtung der Anforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich, die sich insbesondere aus der Rechtssprechung der letzten Jahre ergeben, weitere Nahversorgungszentren in der Stadt Dormagen abzugrenzen:

- der Ortskern Hackenbroich mit altem Ladenzentrum und jüngerer Entwicklung am Kiefernwäldchen
- der gewachsene Ortskern Horrem
- der Ortskern Ückerath, geprägt durch einen Lebensmittel-SB-Betrieb und die Nahversorgung ergänzende Nutzungen
- der in jüngerer Zeit entwickelte Einzelhandelsstandort Stürzelberg, geprägt durch zwei Lebensmittel-SB-Betriebe und ergänzende Nutzungen

Dagegen kann für den gewachsenen Ortskern Nievenheims kein Nahversorgungszentrum abgegrenzt werden. Durch das Fehlen eines die Nahversorgung erfüllenden Lebensmittel-SB-Betriebs erfüllt der Ortskern Niveneheim keine Versorgungsfunktion, die im Sinne des BauGB als Schutzgut zu bewerten ist. Trotz der wahrgenommenen Versorgungsfunktion wird somit auf die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs verzichtet, da diese bei einer gerichtlichen Beurteilung des Einzelhandelskonzepts nicht hinreichend zu begründen wären.

Aufgrund der dispersen Siedlungsstruktur der Stadt Dormagen ist auf weitere Einzelhandelsstandorte im Stadtgebiet zu verweisen, die ebenfalls (Nah-)Versorgungsfunktionen übernehmen, aber aufgrund der fehlenden Einzelhandelsausstattung und/oder der zu geringen Ausstattung mit Komplementärnutzungen in ihrem Standortumfeld, ihrer Lage und siedlungsräumlichen Einbindung oder des fehlenden ÖPNV-Anschlusses ebenfalls nicht den Anforderungskriterien eines zentralen Versorgungsbereichs gerecht werden. Hierzu zählen insbesondere die Einzelhandelsbestände in den Stadtteilen Delhoven, Zons, Delrath und Rheinfeld.

Als relevante Standorte einer anzustrebenden flächendeckenden Versorgung der Bevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfs werden sie jedoch teilweise im Kapitel 7 „Ergänzende Nahversorgung“ thematisiert.

*weitere Einzelhandelsstandorte im Stadtgebiet*



## 6.11 Ziele der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Dormagen

Grundvoraussetzung für eine räumliche Steuerung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung ist die Formulierung allgemeingültiger Ziele für die Stadt Dormagen. Nur unter konsequenter Einhaltung dieser Ziele bei zukünftigen Entscheidungs- und Genehmigungsprozessen kann eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung in Dormagen gelingen. Konsequente Entscheidungen schaffen Investitionssicherheit für Investoren und Betreiber. Daher sollten die nachfolgenden Ziele vom Rat der Stadt Dormagen beschlossen werden, um die darauf aufbauende bauleitplanerische und genehmigungsrelevante Steuerung zu legitimieren.

*Grundvoraussetzung für räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung*

Für die Erfüllung des städtebaulichen Ziels im Sinne des § 1 (6) Nr. 4 BauGB zentrale Versorgungsbereiche zu entwickeln und zu erhalten, übernimmt das Dormagener Hauptzentrum als wichtiger zentraler Versorgungsbereich der Stadt eine übergeordnete Rolle. Angestrebt werden sollte sowohl eine quantitative als auch eine qualitative Verbesserung der Versorgung, um die Attraktivität des Hauptzentrums zu erhalten bzw. weiter steigern zu können. Die wesentlichen Handelsentwicklungen sind insbesondere bei den zentrenrelevanten Sortimenten auf das Hauptzentrum zu konzentrieren, um die Zentralität perspektivisch zu erhöhen.

*Stärkung und Entwicklung des Hauptzentrums Dormagen Innenstadt*

Um die Entwicklungschancen des Dormagener Einzelhandels auf den Stadtkern zu lenken, sollten dort künftig möglichst viele Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Kernsortiment angesiedelt werden. Auch Betriebe unterhalb der Großflächigkeit sollten hier konzentriert werden, um einerseits den Ausbau dieses zentralen Versorgungsbereichs zu unterstreichen und andererseits Synergieeffekte für die Betriebe zu optimieren.

*Konzentration der zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsentwicklung auf das Hauptzentrum*

Neben dem Dormagener Hauptzentrum sollten auch die Nahversorgungszentren Hackenbroich, Horrem, Ückerath und Stürzelberg stabilisiert bzw. gestärkt werden. Hier sollte die Entwicklung von nahversorgungsrelevanten Nutzungen im Vordergrund stehen.

*Stabilisierung und Stärkung der Nahversorgungszentren Hackenbroich, Horrem, Ückerath und Stürzelberg*

Der gewachsene Ortskern Nievenheims sollte ebenfalls stabilisiert und in seiner Bedeutung für die Nahversorgung in Dormagen gestärkt werden. Bei der Ansiedlung eines Lebensmittel-SB-Betriebs am erwähnten Potenzialstandort und einer entsprechenden städtebaulichen Anbindung könnte auch in Nievenheim die Qualität eines Nahversorgungszentrums erreicht werden. Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs sollte dann geprüft werden.

*Stabilisierung und Stärkung der Versorgungslage Nievenheim*

Ziel ist grundsätzlich eine möglichst flächendeckende wohnungsnah Grundversorgung, insbesondere im Bereich Nahrungs- und Genussmittel, auch unter dem Gesichtspunkt der demografischen Entwicklung. Diese Absicht umfasst die Verbesserung des Nahversorgungsangebots an integrierten Lagen in Wohnquartieren. Aufgrund der Siedlungsstruktur der Stadt Dormagen wird die für die Tragfähigkeit moderner Lebensmittel-SB-Betriebe erforderliche

*Sicherung einer fußläufig erreichbaren Nahversorgung, auch durch Stärkung in den Ortschaften*

Einwohnerzahl in vielen Siedlungsbereichen nicht erreicht. Bestehende kleinteilige Anbieter sollten daher erhalten und ggf. alternative Versorgungskonzepte geprüft werden, um dieses Ziel umzusetzen.

Einzelhandelsvorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sind für die Funktionsfähigkeit eines zentralen Versorgungsbereichs nicht zwingend erforderlich und dort häufig auch nicht verträglich unterzubringen, da sie einen hohen Flächenbedarf und teilweise erheblichen Verkehr erzeugen. Daher können diese Vorhaben auch außerhalb der Zentren angesiedelt werden.

Bei der Wahl der Standorte für den großflächigen Einzelhandel (z. B. bei Ansiedlungs- und Verlagerungsvorhaben) sollten folgende Entwicklungen umgangen werden:

- Vermeidung einer Stärkung bestehender großflächiger Einzelhandelsstandorte mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb des Hauptzentrums, wie zum Beispiel im Gewerbegebiet TOP-West
- Erhöhung der Bodenpreise durch Einzelhandelsentwicklungen.

*Standorte des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment*

## 6.12 „Dormagener Liste“

Um die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche der Städte und Gemeinden nicht zu beeinträchtigen, spielt die Sortimentsausstattung von geplanten Einzelhandelsprojekten bei der Bewertung möglicher Auswirkungen eine maßgebliche Rolle. Die Ableitung einer ortstypischen Sortimentsliste ist richterlich und wissenschaftlich als Steuerungsinstrument für die Einzelhandelsentwicklung anerkannt. Sie dient maßgeblich dazu, die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Dormagen dahingehend zu schützen, dass Einzelhandelsentwicklungen mit Warensortimenten, die derzeit die Funktionsfähigkeit dieser Lagen sichern, außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ausgeschlossen werden.

*Ziel der „Dormagener Liste“*

Nach ständiger Rechtsprechung<sup>40</sup> des OVG NRW bedarf es bei der Definition einer ortstypischen – hier der „Dormagener“ – Liste einer individuellen Betrachtung der jeweiligen Situation. Die im Einzelhandelserlass NRW gegebenen Empfehlungen zu den zentrenrelevanten Leitsortimenten können als Orientierungshilfe genutzt werden, müssen jedoch zwingend auf die spezifischen Besonderheiten der Stadt Dormagen zugeschnitten werden. Erst mit Vorliegen einer solchen spezifischen „Dormagener Liste“ kann im Rahmen der Bauleitplanung oder im Baugenehmigungsverfahren über zulässige, begrenzt zulässige oder nicht zulässige Vorhaben entschieden werden.

<sup>40</sup> OVG NRW, Urteil v. 03.06.2002 – 7 a D 92/99.NE, seither ständige Rechtsprechung des OVG NRW

Bei der Abgrenzung der „Dormagener Liste“ sind die bestehende räumliche Flächenverteilung der Sortimente sowie die Entwicklungsziele für die zentralen Versorgungsbereiche von Bedeutung. Zudem ist bei der Herleitung der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente zu berücksichtigen, dass Sortimente nicht nur separat betrachtet und bewertet werden sollten. Vielmehr kann die Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz einzelner Sortimente ggf. auch durch die Kopplung mit anderen Sortimenten begründet werden. Darüber hinaus sind planerische Überlegungen zur weiteren Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche in die Argumentation einzubeziehen. Somit können auch Sortimente als zentrenrelevant eingestuft und begründet werden, die derzeit noch nicht oder nur in geringem Maße in den zentralen Versorgungsbereichen vorhanden sind, wenn diese im Rahmen der Entwicklungsziele künftig dort verstärkt angesiedelt werden sollen.

*Abgrenzung der „Dormagener Liste“*

Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie einen geringen Flächenanspruch haben, viele Besucher anziehen, häufig im Zusammenhang mit anderen Innenstadtnutzungen nachgefragt werden und in der Innenstadt oder in den Nebenzentren am stärksten vertreten sind. Es handelt sich meistens um ein sog. Handtaschensortiment. Weiterhin sind sie häufig für einen attraktiven Branchenmix notwendig und benötigen - sofern sie auf kleinteiliger Fläche angeboten werden - einen Frequenzbringer sowie weitere Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe im Standortumfeld, um das notwendige Absatzpotenzial zu erreichen.

*Merkmale von zentrenrelevanten Sortimenten*

Unter Berücksichtigung der o. a. Kriterien sowie der örtlichen Einzelhandelsstruktur sind für die Stadt Dormagen folgende Sortimente als zentrenrelevant abzugrenzen:<sup>41</sup>

*zentrenrelevante Sortimente in Dormagen*

- Bekleidung, Lederwaren, Schuhe
- Bücher, Schreibwaren
- Orthopädische Artikel, Sanitätswaren
- Foto und Optik
- (Hörgeräte-) Akustik
- Haus- und Heimtextilien (einschl. Kurzwaren)
- Haushaltswaren (Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat), Einrichtungszubehör (ohne Möbel)
- Uhren, Schmuck
- Spielwaren, Sportartikel (ohne Sportgroßgeräte)
- Bastelbedarf
- Parfümerieartikel
- Leuchten
- Antiquitäten, Kunstgegenstände, Bilder, Rahmen
- kleinteilige Babyartikel und Kinderwagen

<sup>41</sup> Zur Differenzierung von zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten, siehe auch „Dormagener Liste“ im Anhang.

Zur weiteren Attraktivierung des Hauptzentrums sowie zur Sicherung einer wohnungsnahen Versorgung werden folgende Sortimente ebenfalls für Einordnung als zentrenrelevant empfohlen:

- Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Elektrohaushaltswaren (Kleingeräte)
- Musikinstrumente

Die Einzelhandelsausstattung des Hauptzentrums sollte perspektivisch mit diesen Sortimenten ergänzt werden.

Als grundsätzliche Begründung wird aufgeführt, dass vor dem Hintergrund eines rezessiven Einzelhandels im Bundesgebiet auch im Dormagener Hauptzentrum Flächenaufgaben gegebenenfalls nicht auszuschließen sind. Um weiterhin möglichst viele (Quantität) und unterschiedliche (Qualität) Angebote in diesem Standortbereich vorhalten zu können, wird eine weitere Diversifizierung angestrebt.

Nahversorgungsrelevante Sortimente sind Waren des täglichen Bedarfs, die wohnungsnah angeboten werden sollen. Sie sind aufgrund ihrer Eigenschaften nahezu immer auch als zentrenrelevant einzustufen. Jedoch kommt diesen Sortimenten im Hinblick auf die Gewährleistung einer adäquaten wohnungsnahen Grundversorgung mit Waren des kurzfristigen Bedarfs im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge eine besondere Aufgabe zu.

*nahversorgungsrelevante  
Sortimente in Dormagen*

Als nahversorgungsrelevante Sortimente werden in Dormagen eingestuft:

- Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Reformwaren
- Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel
- Körperpflegemittel
- Pharmazeutische Artikel (Arzneimittel)
- Zeitungen und Zeitschriften
- Schnittblumen und -grün

Diese nahversorgungsrelevanten Sortimente werden derzeit im Hauptzentrum Dormagen, sowie großteils ebenfalls in den Nahversorgungszentren Hackenbroich, Horrem, Ückerath und Stürzelberg angeboten.

Nicht zentrenrelevante Sortimente stellen im Gegensatz zu nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten auch an Standorten außerhalb der Zentren keine wesentliche Gefährdung für die zentralen Versorgungsbereiche dar. Zentrenatypische Sortimente prägen i. d. R. nicht die zentralen Standorte, weisen eine niedrige Flächenproduktivität auf und induzieren nur im geringen Umfang Kopplungskäufe. Aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit sowie dem hiermit zu begründenden großen Platzbedarf einschließlich der Notwendigkeit des Transportes mit Pkws oder Kleintransportern und der hierdurch hervorgerufenen Verkehrsfrequenz werden sie aus planerischer Sicht meist außerhalb der Zentren angeboten und sind

*nicht zentrenrelevante Sortimente in  
Dormagen*

unter Umständen an dezentralen Standorten sogar erwünscht.  
Hierzu zählen in Dormagen:

- Fahrräder und Fahrradzubehör
- Tiernahrung, Tiere und Zoobedarf
- Bau- und Gartenmarktsortimente
- Kfz-Zubehör
- Sport- und Freizeitgroßgeräte, Campingartikel
- Elektrogroßgeräte („weiße Ware“)
- Möbel
- Tapeten und Bodenbeläge (inkl. abgepasste Teppiche und Läufer)

Außerdem können nicht-zentrenrelevante Sortimente (auch großflächig) in zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden.

## 7 Ergänzende Nahversorgung

Unter „Nahversorgung“ wird die Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs verstanden. Zur Grund- und Nahversorgung zählen in erster Linie Einzelhandelsbetriebe mit dem Sortimentsschwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, einschließlich der Betriebe des Nahrungsmittelhandwerks sowie der Betriebe mit Drogerie- und Kosmetikwaren.

*Nahversorgung*

Die Nahversorgung umfasst im weiteren Sinne auch Dienstleistungen des täglichen Bedarfs wie Postdienste, Geldinstitute und Gastronomieangebote. Die Nahversorgung ist ein wichtiger Bestandteil der gesellschaftlichen Teilhabe. Ihre Sicherstellung gewährleistet die im Grundgesetz geforderte „Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse“. Das Wegbrechen von Versorgungsstrukturen geht daher mit einem Verlust an Wohn- und Lebensqualität einher.

*„Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse“*

Für die Bewertung der Nahversorgungssituation ergeben sich folgende Kriterien:

*Bewertungskriterien*

- Verkaufsflächenausstattung
- Vielfalt des Angebots, unterschiedliche Betriebsformen
- Erreichbarkeit
- Integrierte Lage und städtebauliche Qualität

Die Bewertung konzentriert sich auf die Lebensmittelbranche, da sie Leitfunktion für die Nahversorgungsqualität und die Funktionsfähigkeit von Nahversorgungslagen übernimmt.

Neben den Lebensmittel-SB-Betrieben, die sich in den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Dormagen befinden, und in den entsprechenden Kapiteln beschrieben wurden, befinden sich einige weitere Lebensmitteldiscounter und Lebensmittelvollsortimenter innerhalb des Stadtgebiets.

*Lebensmittel-SB-Betriebe im Stadtgebiet*

Die Nahversorgungsrelevanz dieser Betriebe wird im Folgenden überprüft.

### 7.1 Nahversorgungsstandorte in der Stadt Dormagen

Über die zentralen Versorgungsbereiche und den Versorgungsstandort Nievenheim hinaus bestehen in der Stadt Dormagen weitere Versorgungsstandorte, welche die nahversorgungsrelevante Angebotsstruktur stärken. Für sie sind folgende Kriterien von Bedeutung:

*Kriterien nahversorgungsrelevanter Ergänzungsstandorte*

- Angebote des täglichen Bedarfs sollten vorgehalten werden: Besatz besteht aus Solitärbetrieb (Discounter, Supermarkt), oft mit ergänzenden kleinteiligen Angeboten (z. B. Bäckerei, Metzgerei)
- Evtl. können einzelne wohnungsnahe Dienstleister und/oder gastronomische Betriebe vorhanden sein

- Fußläufige Erreichbarkeit ist gegeben; wünschenswert (weil perspektivisch zur Tragfähigkeit eines größeren Nahversorgungsbetriebs erforderlich) sind ca. 4.000 Einwohner im Nahbereich

In Bezug auf die fußläufige Erreichbarkeit wird in der Stadt Dormagen ein 700 m-Radius als maximal zumutbare fußläufige Entfernung zu einem Lebensmittelanbieter definiert; dies entspricht ca. 10 - 15 Gehminuten. Der tatsächliche Zeitaufwand hängt dabei neben der topografischen Situation auch vom Alter, gesundheitlichem Zustand der Kunden und den tatsächlichen Wegebeziehungen ab.

*fußläufige Erreichbarkeit*

In der folgenden Karte wurden die 700 m-Radien aller strukturprägenden Lebensmittelanbieter der Stadt Dormagen dargestellt, um auch die Nahversorgungsangebote unter Entfernungsaspekten bewerten zu können. Der Karte ist zu entnehmen, dass die strukturprägenden Lebensmittelanbieter in Dormagen den Großteil der Einwohnerschaft fußläufig versorgen können. Insbesondere in den Stadtteilen Mitte, Horrem und Ückerath/Nievenheim/Delrath wird die flächendeckende Versorgung durch die Überschneidung der Einzugsbereiche mehrerer Betriebe deutlich. Außerhalb dieser Lagen verfügt die Bevölkerung über keine adäquaten Nahversorgungsangebote.

*strukturprägende  
Lebensmittelanbieter*

In der folgenden Tabelle sind alle Standorte von Lebensmittel-SB-Betrieben in Dormagen nochmals aufgeführt und entsprechend ihre Lagekriterien integriert (d.h. in einem zentralen Versorgungsbereich), wohnungsnah und dezentral zugeordnet. Dieser Zuordnungen zu ist die Bedeutung für die wohnungsnah Versorgung zu entnehmen.

*nahversorgungsrelevante Versorgungsstandorte*

In beiden Darstellungen werden zwei Betriebe berücksichtigt, die im Januar 2012 noch nicht in Betrieb waren, deren Realisierung jedoch sichergestellt war.

*Berücksichtigung von Betriebseröffnungen*

Tabelle 47 Lage und Nahversorgungsrelevanz der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in Dormagen

Stadtteil		Einwohner			Strukturprägende Lebensmittel-SB- Betriebe (VK)	Lage	Lebensmittel- SB-Betriebe in Planung
Karten- nummer	Name	Gesamt	davon inner- halb der Ver- sorgungsradien	davon außer- halb der Versor- gungsradien			
11	Mitte	10.206	7.419	2.787	Edeka (915 qm VK)	integriert	
					Netto ( 700 qm VK)	integriert	
					Aldi (1.025 qm VK)	integriert	
12	Hackenbroich	7.970	4.641	3.329	Netto (640 qm VK)	integriert	
					Aldi (1.025 qm VK)	integriert	
13	Hackhausen	443	429	14			
15	Delhoven	3.959	2.456	1.503	Rewe (1.100 qm VK)	wohnungsnah	
16	Horrem	8.001	7. 234	767	Edeka (500 qm VK)	integriert	Netto
					Hit (5.890 qm VK)	dezentral	
					Aldi (1.020 qm VK)	dezentrale	
18	Rheinfeld	5.328	3.831	1.497	Lidl (800 qm VK)	wohnungsnah	
21	Straberg	2.707	0	2.707			
22	Knechtsteden	70	35	35			
31	Gohr	2.092	0	2.092			
32	Broich	272	0	0			
41	Nievenheim	6.575	6.422	153	Aldi (1.000 qm VK)	wohnungsnah	Edeka



Stadtteil		Einwohner			Strukturprägende Lebensmittel-SB- Betriebe (VK)	Lage	Lebensmittel- SB-Betriebe in Planung
Karten- nummer	Name	Gesamt	davon inner- halb der Ver- sorgungsradien	davon außer- halb der Versor- gungsradien			
42	Ückerath	2.603	1.800	803	Edeka (1.500 qm VK)	integriert	
43	Delrath	2.957	1.454	1.503	Edeka (645 qm VK)	wohnungsnah	
51	Stadt Zons	5.378	4.644	734	Rewe (1.015 qm VK)	wohnungsnah	
53	St. Peter	419	380	39			
54	Stürzelberg	4.115	2.412	1.703	Edeka (910 qm VK)	integriert	
					Lidl (750 qm VK)	integriert	
Summe		63.095	43.157	19.938	-	-	-

Quelle: Datengrundlage Einwohnerzahlen Stadt Dormagen (Stand: 31.12.2011), Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

Der vorangegangenen Tabelle sowie der folgenden Abbildung ist zu entnehmen, dass insbesondere in folgenden Stadtteilen nicht die gesamte Einwohnerschaft innerhalb eines Versorgungsradius lebt:

- Stadtteil Mitte: westlich und nordwestlich des Hauptzentrums, ca. 2.800 Einwohner, nicht innerhalb eines Versorgungsradius
- Hackenbroich: nördlich des Nahversorgungszentrums, ca. 3.330 Einwohner, nicht innerhalb eines Versorgungsradius
- Delhoven: ca. 1.500 Einwohner, nicht innerhalb eines Versorgungsradius
- Rheinfeld: ca. 1.500 Einwohner, nicht innerhalb eines Versorgungsradius
- Straberg: gesamte Einwohnerschaft, ca. 2.710, nicht innerhalb eines Versorgungsradius
- Gohr: gesamte Einwohnerschaft, ca. 2.090, nicht innerhalb eines Versorgungsradius
- Delrath: ca. 1.500 Einwohner, nicht innerhalb eines Versorgungsradius
- Stürzelberg: östlich des zentralen Versorgungsbereichs ca. 1.700 Einwohner, nicht innerhalb eines Versorgungsradius

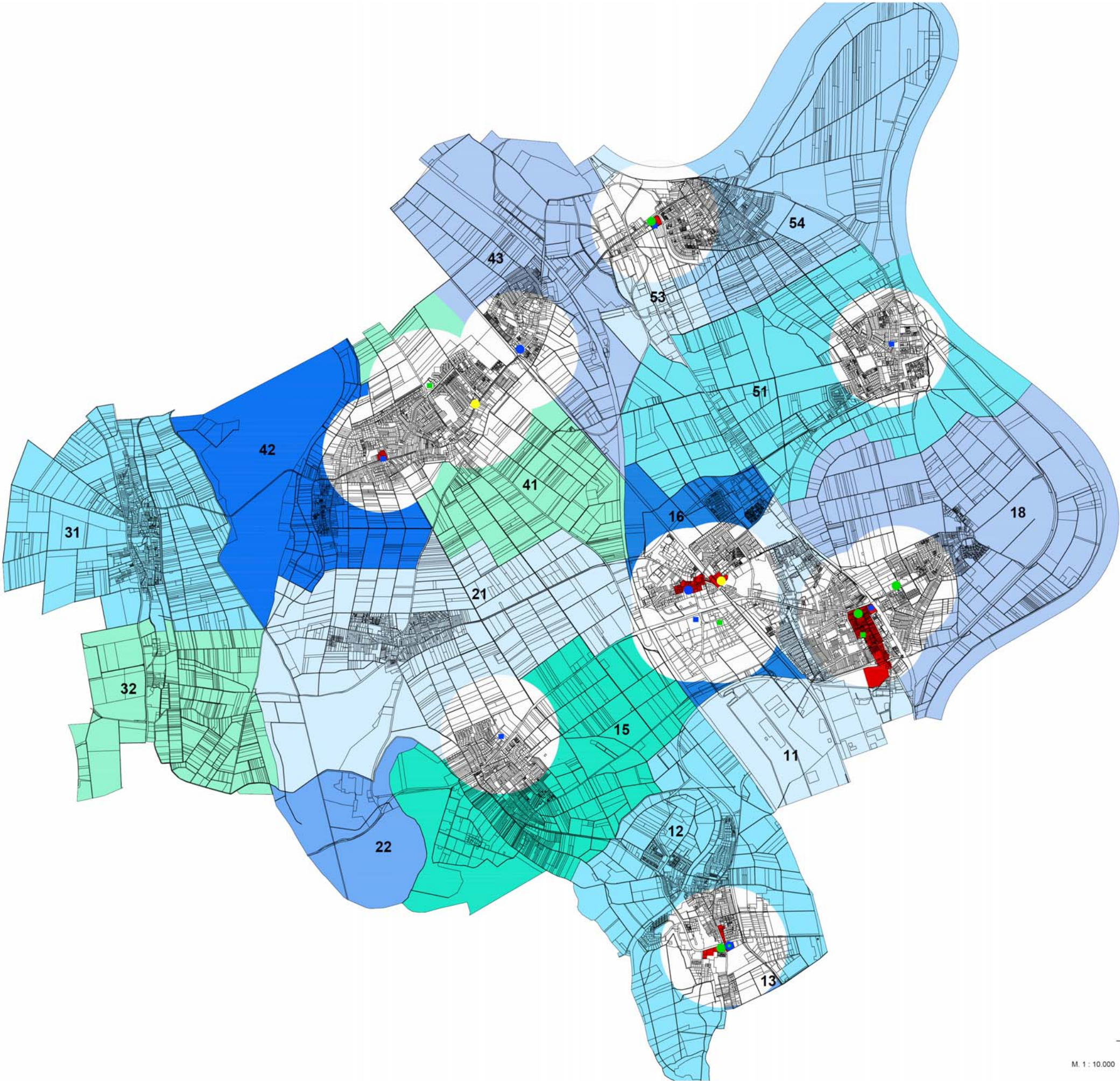
Insgesamt lebten im Jahr 2011 ca. 19.900 Einwohner Dormagens – dies entspricht fast einem Drittel der Gesamtbevölkerung der Stadt – außerhalb der 700 m-Versorgungsradien, sodass für diesen Bevölkerungsteil keine fußläufig erreichbare Nahversorgung gewährleistet werden kann.





Einzelhandelskonzept Stadt Dormagen

Karte Stadt Dormagen Copyright © 2012 Stadt Dormagen Kommune Dormagen

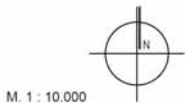


- Größenklassen der Einzelhandelsbetriebe**
- < 800 qm Verkaufsfläche
  - > 800 qm Verkaufsfläche
- Lebensmittel-SB-Betriebe**
- Lebensmittel-Vollsortimenter
  - Lebensmittel-Discounter
  - Planstandort
- 700 m Radius um einen Lebensmittel-SB-Betrieb
- Zentraler Versorgungsbereich
- 15 Stadtteil  
(Nr. siehe zugehörige Tabelle)

Stadt Dormagen

Einzelhandelskonzept  
Wohnungsnahe  
Lebensmittelversorgung

Stadt- und Regionalplanung  
Dr. Jansen GmbH  
Nähe: 401 50007 Köln  
Fax: 0221 9457210, Fax: 0221 9457218  
info@stadtplanung-dr-jansen.de  
www.stadtplanung-dr-jansen.de



M. 1 : 10.000

Köln, April 2012



## 7.2 Exkurs: Standortentscheidungen und Tragfähigkeit von frequenzstarken Nahversorgungsbetrieben

Das Ziel einer flächendeckenden und differenzierten Grundversorgung ist mit den heutigen Standortanforderungen größer und überdurchschnittlich leistungsfähiger Lebensmittel-SB-Anbieter immer schwieriger in Einklang zu bringen. Galten früher ca. 3.500 Einwohner als Untergrenze der Tragfähigkeit für einen Lebensmittelmarkt, so sind es heute meist mindestens 5.000 Einwohner. Im Discountbereich liegt der betriebswirtschaftliche Zielwert oftmals darüber. Dabei überlagern sich die Einzugsbereiche bestehender Betriebe zum Teil erheblich, was sich zulasten der Tragfähigkeit neuer Märkte auswirkt. Die Größe der Betriebseinheiten, die im Zusammenhang mit den gestiegenen Anforderungen an die Tragfähigkeit steht, hat sich dabei in den letzten Jahren sukzessive erhöht. Neue Lebensmitteldiscounter fordern heute eine Verkaufsfläche von 800 bis 1.200 qm, 5.000 qm Grundstücksfläche und die Lage an einer Hauptverkehrsstraße mit umfangreichem Parkplatzangebot. Vollsortimenter werden aktuell meist in Größenordnungen zwischen 1.200 qm und 2.500 qm Verkaufsfläche realisiert. Für diese Betriebsgrößen ist es zunehmend schwierig geworden, adäquate Entwicklungsflächen in den gewachsenen Zentren zu finden. Dies betrifft auch mögliche Erweiterungsflächen bestehender Betriebe.

Derzeit verlaufen im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel folgende vier Entwicklungstrends parallel:

Das Ernährungs- und Einkaufsverhalten der Verbraucher ist im Umbruch. Immer mehr große Vollsortimenter profilieren sich mit hochwertigem Food-Service für den Sofortverzehr mit einer sogenannten Markt-Gastronomie. Dies wird sich auf die Flächenansprüche der Anbieter auswirken.

Neue City-Märkte werden auf einer Verkaufsfläche von ca. 500 bis 1.000 qm etwa 8.000 Artikel anbieten, darunter ein überdurchschnittliches Angebot an Obst, Gemüse und Convenience-Produkten. Auch Bedientheken für Fleisch, Wurst und Käse werden wieder eingeführt. Das Unternehmen Rewe sieht in Deutschland ein Potenzial von 400 innerstädtischen Supermärkten. Noch offen ist, ob sich vergleichbare Konzepte auch in dünner besiedelten Gebieten durchsetzen lassen.

Es wurden daher in der Vergangenheit eine Reihe von Ansätzen entwickelt, um in Siedlungsbereichen, in denen die Tragfähigkeit für einen Lebensmittelvollsortimenter nicht gegeben ist, die gewünschte Nahversorgung mit sogenannten Nachbarschaftsläden zu sichern. Erfolgreich sind solche Modelle dann, wenn ein hohes Engagement der Betreiber gegeben ist, eine Ergänzung des Nahrungsmittelangebots durch Kooperation mit Ladenhandwerkern erfolgt und ergänzende Leistungen wie z. B. Postagentur, Reinigungsannahme, Pflegedienst, Bankautomaten, Lotto- und Totoannahme

*Entwicklungstrends*

*Große Vollsortimenter*

*neue Konzepte für innerstädtische Supermärkte*

*Nachbarschaftsläden*

sowie Dienstleistungen der Stadtverwaltung bereitgestellt werden. Funktionierende Beispiele belegen, dass die Konzepte immer auf die jeweilige örtliche Situation zugeschnitten und angepasst werden müssen.<sup>42</sup>

Beispiele für Integrationsmärkte sind CAP-Märkte.<sup>43</sup> Hierbei werden die Märkte teilweise mit behinderten Mitarbeitern betrieben. Voraussetzung für die Realisierung eines solchen Marktes sind eine Mindesteinwohnerzahl im Einzugsbereich, eine ausreichende Verkaufsfläche und direkt zugeordnete Parkplätze. Allerdings steht bei den Integrationsmärkten anders als bei herkömmlichen Angebotsformen das Ziel der Integration behinderter Menschen in den Arbeitsmarkt und weniger die reine Gewinnmaximierung im Vordergrund.

*Integrationsmärkte*

In Ergänzung der Lebensmittel-SB-Betriebe übernehmen auch Drogeriemärkte eine wichtige Funktion für die Angebotssicherung und Frequenz von Nahversorgungslagen. Während die Verkaufsstellen der Fachdrogerien von 12.500 im Jahr 1975 auf etwa 3.400 im Jahre 2006 gesunken sind, ist die Anzahl der Drogeriemärkte im Zeitraum von 1980 bis 2006 von fast 1.500 auf 14.300 angestiegen. Gleichzeitig haben sich aber auch die Anforderungen an die Flächengröße deutlich verändert. So sieht z. B. das Anforderungsprofil der leistungsstarken Drogeriemarktkette dm 20.000 Einwohner im Einzugsbereich, Nahversorgungszentren mit Geschäften des täglichen Bedarfs, eine Mindestgröße von ca. 300 qm ebenerdiger Verkaufsfläche zuzüglich 80 bis 100 qm Nebenfläche vor. Dagegen wählte der mittlerweile insolvente Betreiber Schlecker in der Vergangenheit für seine Kleinflächenkonzepte Standorte ab ca. 130 qm in Orten ab ca. 2.000 Einwohnern.

*Drogeriemärkte*

---

<sup>42</sup> DSSW-Leitfaden, Nahversorgung als Basis der Zentrenbildung. Aktuelle Modelle, Strategien und Konzepte gegen weg brechende Handels- und Dienstleistungsnutzungen, DSSW-Schriften 56, Berlin 2007

<sup>43</sup> Der Name CAP-Markt leitet sich von Handicap ab, der englischen Bezeichnung für Benachteiligung.

## 8 Agglomerationsstandorte des großflächigen Einzelhandels

Nachdem die zentralen Versorgungsbereiche sowie die fußläufige Nahversorgung in der Stadt Dormagen beschrieben worden sind, ist in Ergänzung dieser integrierten Standorte auf den Agglomerationsstandort des großflächigen Einzelhandels Gewerbegebiet TOP-West zu verweisen, der in Teilen als Konkurrenzlage, in Teilen jedoch auch als sinnvolle Angebotsergänzung fungiert.

Das Gewerbegebiet befindet sich im Stadtteil Horrem, südlich des dort zur Abgrenzung empfohlenen zentralen Versorgungsbereichs und wird begrenzt durch die A 57 im Westen, die Provinzialstraße im Norden, die Bahnschienen im Westen sowie die Kreisstraße K 18 im Süden, die im weiteren Verlauf als Nettergasse und Europastraße in die Innenstadt führt. Die Erreichbarkeit mit dem motorisierten Individualverkehr ist durch die nur wenige Meter entfernte und über die Provinzialstraße zu erreichende Anschlussstelle Dormagen der A 57 als sehr gut zu bewerten.

*Lage und verkehrliche Erreichbarkeit*

Im Gewerbegebiet TOP-West sind derzeit 35 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 45.390 qm und einer Umsatzleistung von ca. 109,1 Mio. EUR angesiedelt. Damit nimmt der Einzelhandelsstandort eine übergeordnete Funktion im Stadtgebiet Dormagens wahr. Er stellt einen Betriebsanteil von rund 11 %, durch den auf etwa 46 % der Dormagener Verkaufsfläche ein Umsatzanteil von ca. 37 % erwirtschaftet wird.

*Einzelhandelsausstattung*

**Tabelle 49 Einzelhandelsausstattung des dezentralen Agglomerationsstandorts Gewerbegebiet TOP-West**

Branche	Anzahl der Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	in qm	in %
Nahrungs- und Genussmittel	6	17,2%	7.870	17,3%
Gesundheit, Körperpflege	2	5,7%	530	1,2%
Blumen, Zoobedarf	2	5,7%	725	1,6%
Bücher, Schreibwaren, Büro	1	2,9%	60	0,1%
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	4	11,4%	1.950	4,3%
Sport, Spiel, Freizeit	2	5,7%	1.475	3,3%
Elektrowaren	2	5,7%	2.020	4,5%
Möbel, Einrichtung	9	25,7%	15.950	35,1%
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	7	20,0%	14.810	32,6%
<b>Summe</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>	<b>45.390</b>	<b>100%</b>

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

Der Angebotsschwerpunkt liegt entsprechend der Einzelhandelsfunktion im langfristigen Bedarf. In rund der Hälfte der Betriebe im Gewerbegebiet TOP-West kann ein Verkaufsflächenanteil von etwa 72 % beziffert werden.

*Angebotsschwerpunkt*

Allerdings ist zu betonen, dass durch die andere Hälfte der Betriebe vornehmlich nahversorgungsrelevante Sortimente und solche Sortimente angeboten werden, die typischerweise als zentrenprägend und innenstadtrelevant angenommen werden.

Tabelle 50 Einzelhandelsausstattung nach Bedarfsbereichen im Gewerbegebiet TOP-West

	Betriebe	Betriebe	Verkaufsfläche	Verkaufsfläche
Bedarfsbereich	abs.	(in %)	(in qm)	(in %)
überwiegend kurzfristiger Bedarf	10	28,6%	9.125	20,1%
überwiegend mittelfristiger Bedarf	7	20,0%	3.485	7,7%
überwiegend langfristiger Bedarf	18	51,4%	32.780	72,2%
<b>Summe</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>	<b>45.390</b>	<b>100%</b>

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012, Erhebungsstand: Januar 2012

In TOP-West sind einige Einzelhandelsbetriebe verortet, von denen eine frequenzerzeugende Magnetwirkung angenommen werden kann. Für den Bereich des kurzfristigen Bedarfs sind hier ein SB-Warenhaus und eine Lebensmitteldiscounter herauszuheben, die mit Verkaufsflächen von über 5.000 bzw. über 1.000 qm als leistungsstarke Konkurrenz für den integrierten Lebensmitteleinzelhandel zu nennen sind.

*Magnetbetriebe*

Die Branchen Bekleidung, Schuhe, Schmuck und Sport, Spiel, Freizeit werden durch sechs Fachmärkte – zwei davon großflächig - repräsentiert. Mit Ausnahme eines Schuhfachmarkts fehlen allerdings Filialbetriebe, von denen besonders starke frequenzerzeugende Wirkungen anzunehmen sind. Dennoch ist für diese Branchen insbesondere eine intensive Wettbewerbsbeziehung zum Hauptzentrum Dormagen festzustellen.

Demgegenüber ist der Bereich des langfristigen Bedarfs vornehmlich durch Betriebe besetzt, die typischerweise als nicht-zentrenrelevant gelten. Hier sind 13 Betriebe zu nennen, deren Verkaufsfläche eine planungsrechtliche Großflächigkeit erreicht: eine Elektronikfachmarkt, sechs Fachmärkte aus dem Bereich Möbel und Einrichtung sowie weitere sechs Fachmärkte der Branche Bau- und Heimwerkerbedarf. Aufgrund Ihrer Magnetfunktion herauszuheben sind ProMarkt, Bernskötter Polster Arena, Möbel Roller und Hagebaumarkt.

Da der Standort außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs in der Stadt Dormagen liegt, sollten weitere Ansiedlungen von Betrieben mit nahversorgungs-/zentrenrelevantem Kernsortiment im Gewerbegebiet TOP-West verhindert werden. Auch dem derzeitigen Einzelhandelsbestand mit diesen Sortimenten sollten keine Erweiterungsmöglichkeiten eingeräumt werden.

#### *Handlungsempfehlung*

Die in Aufstellung befindlichen Ziele der Landesplanung berücksichtigend, ist bei Agglomerationsstandorten auf das 5., 7. und 8. Ziel des Entwurfs zum Sachlichen Teilplan Großflächiger Einzelhandel zum Landesentwicklungsplan 2025 zu verweisen. Danach sollen in Sondergebieten für Vorhaben i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment die zentrenrelevanten Randsortimente auf maximal 10 % der Verkaufsfläche begrenzt werden (vgl. Ziel 5).

Zudem soll durch Nutzung des entsprechenden planungsrechtlichen Instrumentariums der Verfestigung und Erweiterung zentrenschädlicher Agglomerationen (von jeweils nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben) mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche entgegengewirkt werden (vgl. Ziel 8). Weiterhin soll eine Überplanung bestehender Einzelhandelsstandorte zur Beschränkung auf den durch vorliegende Baugenehmigungen belegten Bestand erfolgen (vgl. Ziel 7)

Generell hat die Landesplanung in Nordrhein-Westfalen vorgesehen, dass die planerische Ausweisung von Sondergebieten für Vorhaben gem. § 11 Abs. 3 BauNVO mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment nur in allgemeinen Siedlungsbereichen gemäß Regionalplan (ASB) ermöglicht werden kann. Deshalb wurde auf Antrag der Stadt Dormagen die 68. Regionalplanänderung des GEP 99 des Regierungsbezirks Düsseldorf durchgeführt und der ehemals für das Gewerbegebiet TOP-West festgesetzte GIB-Bereich in einen ASB-Bereich geändert.



## 9 Allgemeine Empfehlungen zur Einzelhandelssteuerung in Dormagen

Die Formulierung von Zielvorstellungen und strategischen Ausrichtungen für die Stadt Dormagen ist Grundlage für die weitere funktionale und räumliche Entwicklung des Einzelhandels und damit für die Standort- und Zentrenkonzeption sowie deren Umsetzung. Um das Instrumentarium u.a. des § 9 Abs. 2 a BauGB erfolgreich einsetzen zu können, wurden folgende Schritte erarbeitet:

- Eine räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Dormagen ist nicht nur unter Einzelhandelsaspekten, sondern auch unter Berücksichtigung der komplementären Dienstleistungsangebote/Infrastruktur, der städtebaulichen Situationen und den Zielen sowie der Entwicklungspotenziale erfolgt.
- Die „Dormagener Liste“ mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten, die vorrangig im Hauptzentrum der Stadt Dormagen angeboten werden, wurde erstellt.
- Die Ziele für die Einzelhandelsentwicklung im Stadtgebiet, insbesondere für die zentralen Versorgungsbereiche, wurden formuliert.

Aufbauend auf diesen Arbeitsgrundlagen sollte die systematische Umsetzung des Konzepts erfolgen. Hierzu zählen:

- Erhalt und Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche in handelswirtschaftlicher, nutzungsstruktureller und städtebaulicher Hinsicht, um die gewünschte Konzentration zentren- bzw. nahversorgungsrelevanter Sortimente zu erzielen.
- Einsatz des bauplanungsrechtlichen Instrumentariums zur Steuerung unerwünschter Entwicklungen im Stadtgebiet.
- Beobachtung der Einzelhandelsentwicklung und Einzelhandelsplanungen im Umland sowie die Nutzung der dabei gegebenen Einflussmöglichkeiten.

Der Handlungsbedarf in den zentralen Versorgungsbereichen sowie in der Versorgungslage Nievenheim wurde dargestellt. Darauf aufbauend sind im Folgenden Bereiche zu definieren, in denen Steuerungsbedarf aufgrund akuter Ansiedlungswünsche oder eines perspektivischen Handlungsdrucks gegeben ist.

Die Bebauungspläne der Standortbereiche, die als potenziell gefährdend einzustufen sind, sollten auf ihre einzelhandelsbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten überprüft werden. Insbesondere Bereiche mit GE-Festsetzungen und BauNVO vor 1990 sollten möglichst kurzfristig im vereinfachten Verfahren auf die aktuelle BauNVO umgestellt werden.

- In Gewerbegebieten sollte grundsätzlich von der Steuermöglichkeit des Einzelhandels Gebrauch gemacht werden, um auch keine bodenrechtlichen Spannungen hervorzurufen. Die

*Formulierung von Zielvorstellungen und strategischen Ausrichtungen*

*Überprüfung von Bebauungsplänen*

Skala der planungsrechtlichen Steuerungsmöglichkeiten reicht vom völligen Ausschluss über die ausnahmsweise Zulässigkeit zur Versorgung der dort Beschäftigten (Kiosk oder Tankstellen-shop) bis zur Zulässigkeit räumlich und funktional untergeordneten Einzelhandels.

- Unbeplante Innenbereiche gemäß § 34 BauGB, die einem potenziellen Ansiedlungsdruck aufgrund ihrer Lage oder wegen des bereits vorhandenen Einzelhandelsbestands unterliegen, sollten auf planerischen Handlungsbedarf, insbesondere bei Ansiedlungsvorhaben und die Steuerungsmöglichkeiten im Rahmen des § 9 Abs. 2 a BauGB überprüft werden.

Zu empfehlen ist dabei der vollständige Ausschluss nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche in den Standortlagen, die durch hohen Ansiedlungsdruck geprägt sind. Hierzu zählen grundsätzlich Standorte an den Einfallstraßen und dezentrale Lagen mit einer Vorprägung durch Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten. Eine Ausnahmesituation kann für den Standort Nievenheim, auch in Bezug auf dortige Ansiedlungsmöglichkeiten festgehalten werden.

## 10 Zusammenfassung der Ergebnisse

Als Fazit der vorliegenden Untersuchung werden nachfolgend die vorrangigen Ergebnisse der Bestandsanalyse und die Handlungsempfehlungen zusammengefasst:

- Die Stadt Dormagen, die im Jahr 2011 über ein Bevölkerungspotenzial von rund 63.000 Einwohnern verfügte, wird in der landesplanerischen Hierarchie als Mittelzentrum eingestuft. Die verkehrstechnische Erreichbarkeit mit dem MIV und dem ÖPNV ist überdurchschnittlich gut. Trotz einer prognostizierten rückläufigen Einwohnerentwicklung sind durch eine Verbesserung der Marktsituation Impulse für den Einzelhandelsstandort Dormagen 2025 zu erwarten.
- Die Einzelhandelsposition der Stadt Dormagen in der Region wird durch ihre Lage in Ballungsraum zwischen den Oberzentren Köln und Düsseldorf geprägt. Diese beiden Städte sind so auch hauptsächlich als Wettbewerbsstandorte zu nennen. Darüber hinaus bestehen jedoch auch intensive Wettbewerbsbeziehungen zu den Mittelzentren Neuss, Langenfeld, Monheim und Pulheim. Das potenzielle Kerneinzugsgebiet Dormagens umfasst somit das eigene Stadtgebiet sowie aufgrund der räumlichen Nähe Wohngebiete benachbarter Gemeinden und Städte.
- Die Einzelhandelsausstattung der Stadt Dormagen umfasst aktuell insgesamt 318 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 99.710 qm und einer Bruttoumsatzleistung von ca. 297,9 Mio. EUR (im Jahr 2011). Das größte flächenbezogene Angebot in der Stadt Dormagen erstreckt sich auf die Branchen Nahrungs- und Genussmittel, Möbel und Einrichtung sowie Bau-, Gartenbedarf und Autozubehör. Der großflächige Einzelhandel nimmt in der Stadt Dormagen mit einem Flächenanteil von ca. 67 % im interkommunalen Vergleich eine überdurchschnittliche Bedeutung ein.
- Die Versorgungsfunktionen des Mittelzentrums Dormagen beziehen sich aufgrund der Wettbewerbssituation hauptsächlich auf das eigene Stadtgebiet. Bei einer Einwohnerzahl von rund 63.000 Einwohnern resultiert ein Kaufkraftpotenzial von ca. 355,1 Mio. EUR. Insbesondere zur Vergleichbarkeit mit der Einzelhandelsuntersuchung der GMA aus dem Jahr 2009 kann zudem ein Bereich abgeschwächter Nutzungsintensität für das Einzugsgebiet der Stadt Dormagen betrachtet werden. Die Zone bildet sich aus Stadt- und Ortsteilen der Städte Neuss, Köln, Pulheim und Rommerskirchen mit einer Gesamtbevölkerung von rund 81.630 Einwohnern und einem Kaufkraftpotenzial von ca. 475,6 Mio. EUR: Eine Gesamtzentralität von rund 83,9, die sich aus dem Verhältnis von Umsatztätigkeit und Kaufkraft der Dormagener Einwohner ergibt, ist unter Berücksichtigung der spezifischen Wettbewerbssituation als bedingt ausbaufähig zu bewerten.

*übergeordnete Rahmenbedingungen*

*regionale Wettbewerbssituation*

*Einzelhandelsausstattung der Stadt Dormagen*

*Einzugsbereich, Kaufkraftpotenzial und Zentralität*

- Von dem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial in der Stadt Dormagen (ca. 355,1 Mio. EUR) werden durch den ansässigen Einzelhandel aktuell ca. 68 % gebunden (ca. 240,8 Mio. EUR). Mit auswärtigen Kunden wird ein Umsatzanteil von ca. 19 % erzielt. Der Kaufkraftabfluss aus Dormagen bewegt sich über alle Branchen in einer Größenordnung von ca. 114,2 Mio. EUR (ca. 32 % der in der Stadt Dormagen vorliegenden Kaufkraft).
- Für die Stadt Dormagen kann bis zum Jahr 2025 eine Bevölkerungszahl zwischen 60.000 und 63.000 Einwohnern prognostiziert werden.
- Vor dem Hintergrund des „Positivszenarios“ einer stagnierenden Entwicklung der Bevölkerungs- und der Kaufkraftzahlen, kann durch einen systematischen Ausbau der Marktanteile sowie Ansiedlungen von leistungsstarken Einzelhandelsbetrieben zusätzlicher Verkaufsflächenbedarf generiert werden.
- Im Rahmen des Zentrenkonzepts für die Stadt Dormagen konnte die Innenstadt als zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum abgegrenzt werden. Die Dormagener Innenstadt stellt den mittelzentral bedeutsamsten Nutzungsschwerpunkt der Stadt dar, Sie repräsentiert mit ca. 37 % der Betriebe den zahlenmäßig größten Anteil aller städtischen Einzelhandelslagen. Bezüglich eines Anteils von ca. 27 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche und ca. 29 % des Gesamtumsatzes muss dem Gewerbegebiet TOP-West jedoch eine noch stärkere Funktion beigemessen werden.
- Die disperse Siedlungsstruktur der Stadt Dormagen hat einerseits zur Entwicklung von gewachsenen Stadtteil- und Ortszentren geführt. Daneben sind auch geplant Einzelhandelsstandorte entwickelt worden. So werden in Hackenbroich, Horrem, Ückerath und Stürzelberg die strukturellen und funktionalen Gegebenheiten eines Nahversorgungszentrums erfüllt, sodass die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs erfolgen konnte. Dagegen kann im bevölkerungsstarken Stadtteil Nievenheim keine Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs vorgenommen werden, weil Ausstattung und Funktion nicht den Anforderungen genügen, die sich aus der erfolgten Rechtsprechung zu zentralen Versorgungsbereichen ergeben.
- Der Stabilisierung und Weiterentwicklung der Dormagener Innenstadt als Einkaufsschwerpunkt der Stadt ist eine Schlüsselrolle für die künftige Positionierung im regionalen Wettbewerb beizumessen. Zur Stärkung des Hauptzentrums sollten einerseits weitere Magnetbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten angesiedelt und andererseits leerstehende Ladenlokale wieder einer Nutzung zugeführt werden. So wird der Gefahr eines Frequenz- und Substanzverlustes entgegengewirkt. Unter Berücksichtigung eines errechneten Verkaufsflächenbedarfs von mehr

*Kaufkraftbewegungen in der Stadt Dormagen*

*Bevölkerungsprognose bis 2025*

*Verkaufsflächenzusatzbedarf bis 2025*

*zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Dormagen*

*Nahversorgungszentren Hackenbroich, Horrem, Ückerath und Stürzelberg*

*Erhalt und Weiterentwicklung des Ortskerns als Einkaufsschwerpunkt*

als 10.000 qm wird mit dem Potenzialstandort an der Europastraße ein geeignetes Areal für mehrere großflächige Betriebe bereitgestellt. Um damit tatsächlich die Innenstadt funktional aufzuwerten, sollten sowohl die empfohlenen Sortimente als auch die Prämisse einer optimalen städtebaulichen Anbindung der Potenzialfläche an die Kölner Straße berücksichtigt werden.

- Für die räumliche Steuerung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung wurden folgende Ziele für die Stadt Dormagen formuliert:
  - Stärkung und Entwicklung des Hauptzentrums Dormagen Innenstadt
  - Konzentration der zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsentwicklung auf das Hauptzentrum
  - Stabilisierung und Stärkung der Nahversorgungszentren Hackenbroich, Horrem, Ückerath und Stürzelberg
  - Stabilisierung und Stärkung der Versorgungslage Nievenheim
  - Sicherung einer fußläufig erreichbaren Nahversorgung, auch durch Stärkung in den Ortschaften
  - Kennzeichnung geeigneter Standorte für großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment
- Zur Sicherung und Stärkung des Hauptzentrums sowie der Nahversorgungszentren ist eine konsequente bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung, insbesondere in Bezug auf die Standorte mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten erforderlich. So kommt der Reglementierung nah- und zentrenrelevanter Sortimente an Standorten außerhalb der abgegrenzten, städtebaulich integrierten Versorgungsbereiche in Anbetracht der verschärften gesetzlichen Vorschriften des Baugesetzbuchs eine Schlüsselrolle für eine städtebaulich ausgerichtete Einzelhandels- und Standortentwicklung zu. Der Stadt Dormagen wird daher empfohlen, zumindest die Zentrenhierarchie, die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs und die „Dormagener Liste“ durch den Rat der Stadt zu beschließen (Selbstbindung der Stadt).

*Ziele der Einzelhandelsentwicklung*

*bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung*

..



## 11 ANHANG

### 11.1 „Dormagener Liste“

#### *Zentrenrelevante Sortimente*

Branche	Sortiment	Nr. nach WZ* 2008	Bezeichnung nach WZ 2008 (Anmerkung)	im Hauptzentrum Dormagen verortet
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel einschl. Reformwaren	47.11.1	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken u. Tabakwaren ohne ausgeprägten Schwerpunkt	✓
		47.2.0	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken u. Tabakwaren	✓
Gesundheit/ Kör- perpflege	Wasch- Putz- und Reinigungsmittel	47.75.0	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln	✓
	Körperpflegemittel	47.78.9	sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (hier nur Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Bürstenwaren und Kerzen)	✓
	Pharmazeutische Artikel (Arzneimittel)	47.73.0	Apotheken	✓
	Orthopädische Artikel, Sanitätswaren	47.74.0	Einzelhandel mit medizinische und orthopädischen Artikeln	✓
	Optik, Hörgeräteakustik	47.78.1	Augenoptiker (hier zzgl. Akustiker)	✓
Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf	Schnittblumen und -grün	47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (hier nur Blumen)	✓
Bücher, Zeit- schriften, Büro	Bücher	47.61.0	Einzelhandel mit Büchern	✓
	Zeitungen, Zeitschriften	47.62.1	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen	✓
	Papier-, Büro-, Schreibwaren/ Büroartikel sowie Künstler- und Bastelbedarf	47.62.2	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln	✓



Branche	Sortiment	Nr. nach		im Hauptzentrum Dormagen verortet
		WZ* 2008	Bezeichnung nach WZ 2008 (Anmerkung)	
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	Bekleidung (inkl. Sport-, Arbeitsschutz- und Berufsbekleidung)	47.71.0	Einzelhandel mit Bekleidung (inkl. Babybekleidung)	✓
	Schuhe (inkl. Sportschuhe)	47.21.1	Einzelhandel mit Schuhen	✓
	Lederwaren	47.21.2	Einzelhandel mit Lederwaren und Reisegepäck	✓
	Sonstig. Bekleidung, Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten	47.79.9	Einzelhandel mit sonstig. Gebrauchtwaren (hier nur Bekleidung)	✓
	Uhren/Schmuck	47.77.0	Einzelhandel mit Uhren und Schmuck	✓
Sport, Spiel, Freizeit	Sportartikel	47.64.2	Einzelhandel mit Sport- u. Campingartikeln ohne Campingmöbel (hier ohne Campingartikel u. Sportgroßgeräte)	✓
	Freizeit/ Spielwaren	47.65.0	Einzelhandel mit Spielwaren	✓
		47.78.9	sonstiger Facheinzelhandel anderweitig nicht genannt (hier nur Einzelhandel mit Handelswaffen u. Munition)	
		47.64.2	Einzelhandel mit Sport- u. Campingartikeln ohne Campingmöbel (hier nur Anglerbedarf)	✓
		47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen u. Geschenkartikeln (hier nur Briefmarken u. Münzen)	✓
		47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien	
Elektrowaren	Elektrokleingeräte	47.54.0	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (hier nur Elektrokleingeräte)	✓
	Unterhaltungselektronik, Musik, Video	47.43.0	Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik	✓
		47.63.0	Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern	✓
	Computer und Zubehör	47.41.0	Einzelhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Gerä-	



Branche	Sortiment	Nr. nach WZ* 2008	Bezeichnung nach WZ 2008 (Anmerkung)	im Hauptzentrum Dormagen verortet
			ten und Software	
	Foto	47.78.2	Einzelhandel mit Foto- u. optischen Erzeugnissen (hier ohne Augenoptiker)	✓
	Telekommunikationsartikel	47.42.0	Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten	✓
Möbel, Einrichtung	Haushaltswaren (inkl. GPK, Geschenkartikel)	47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (hier ohne Einzelhandel mit Bedarfsartikeln für den Garten, Möbeln u. Grillgeräten für Garten u. Camping, Kohle-, Gas- u. Ölöfen)	✓
		47.59.2	Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen u. Glaswaren	✓
		47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerbl. Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen u. Geschenkartikeln (hier nur Geschenkartikel)	✓
		47.51.0	Einzelhandel mit Textilien (hier nur Haus-/ Bett-/ Tischwäsche)	✓
	Heimtextilien/ Gardinen, (ohne abgepasste Teppiche und Läufer)	47.53.0	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (hier nur Vorhänge, Gardinen)	✓
		47.51.0	Einzelhandel mit Textilien (hier nur Möbel- und Dekorations- stoffe u. ä.)	✓
		47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerbli- chen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln (hier nur Kunstgegenstände, kunstgewerbliche Erzeugnisse)	✓
	Wohneinrichtungsbedarf, Kunst, Antiquitä- ten (ohne Möbel)	47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (hier nur Holz-, Kork-, Flecht- oder Korbwaren)	
		47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen (hier nur Antiquitäten)	





Branche	Sortiment	Nr. nach		im Hauptzentrum Dormagen verortet
		WZ* 2008	Bezeichnung nach WZ 2008 (Anmerkung)	
	Leuchten	47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (hier nur Leuchten, Lampen)	✓
	Kinderwagen	47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (hier nur Kinderwagen)	✓

\* Klassifikation der Wirtschaftszweige, Statistisches Bundesamt, Wiesbaden, Dezember 2008

Quelle: Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012 auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung im Januar 2012


*Nicht zentrenrelevante Sortimente*

<b>Branche</b>	<b>Sortiment</b>	<b>Nr. nach WZ* 2008</b>	<b>Bezeichnung nach WZ 2008 (Anmerkung)</b>	<b>im Hauptzentrum Dormagen verortet</b>
Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf	Tiernahrung, Tiere und zoolog. Bedarf	47.76.2	Einzelhandel mit zoologischem Bedarf u. lebenden Tieren (inkl. Tiernahrung)	(√)
Sport, Spiel, Freizeit	Sportartikel	47.64.1	Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen u -zubehör	(√)
	Sport- und Freizeitgroßgeräte	47.64.2	Einzelhandel mit Sport- u. Campingartikeln ohne Campingmöbel (hier nur Sport- u. Campinggroßgeräte ohne kleinteilige Sportartikel)	(√)
Elektrowaren	Elektrogroßgeräte	47.54.0	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (hier nur Elektrogroßgeräte)	√
Möbel, Einrichtung	abgepasste Teppiche und Läufer	47.53.0	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (hier nur abgepasste Teppiche, Läufer)	√
	Möbel	47.59.1	Einzelhandel mit Wohnmöbeln (inklusive Büro- und Babymöbel, Kinderwagen)	√
		47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (hier nur Garten- u. Campingmöbel)	√
		47.79.7	Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen (hier nur Möbel)	
		47.51.0	Einzelhandel mit Textilien (hier nur Matratzen und Bettwaren wie z. B. Oberbetten und Kopfkissen)	√
Bau- und Gartenbedarf, KFZ-Zubehör	Bau- und Gartenmarktsortimente	47.52.1	Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt	
		47.52.3	Einzelhandel mit Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf	



Branche	Sortiment	Nr. nach		im Hauptzentrum Dormagen verortet
		WZ* 2008	Bezeichnung nach WZ 2008 (Anmerkung)	
		47.53.0	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (hier nur Fußbodenbeläge und Tapeten)	✓
		47.59.1	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (hier nur Einzelhandel mit Bedarfsartikeln für den Garten, Möbeln u. Grillgeräten für Garten u. Camping, Kohle-, Gas- u. Ölöfen)	✓
	Kfz- und Kraftradzubehör	45.32.0	Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör	
		45.40.0	Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und –zubehör (hier nur Einzelhandel mit Kraftradteilen und –zubehör)	

\* Klassifikation der Wirtschaftszweige, Statistisches Bundesamt, Wiesbaden, Dezember 2008

Quelle: Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2012 auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung im Januar 2012



# Einzelhandelskonzept Stadt Dormagen

Karte Stadt Dormagen: Copyright © 2012 Stadt Dormagen - Kennzeichen Vermessung

## Größenklassen der Einzelhandelsbetriebe

- < 800 qm Verkaufsfläche
- > 800 qm Verkaufsfläche

## Einzelhandelsbranchen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, Zoobedarf
- Bücher, Schreibwaren, Büro
- Bekleidung, Schuhe
- Sport, Freizeit, Spiel
- Elektrowaren
- Möbel, Einrichtung
- Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Autozubehör

## Komplementärnutzungen

- ▼ Gastronomie, Hotellerie
- ▲ Dienstleistungen
- ✕ Kultur, Freizeit
- ✚ Bildung, Gesundheit

## Sonstige

- Leerstand
- ✕ Mindernutzung

## Stadt Dormagen

Einzelhandelskonzept

Nutzungsstruktur  
Innenstadt



Stadt- und Regionalplanung  
Dr. Jansen GmbH  
Neumarkt 49, 50967 Köln  
Tel 0221 9407210, Fax 0221 9407219  
info@stadtplanung-dr-jansen.de  
www.stadtplanung-dr-jansen.de

Köln, April 2012

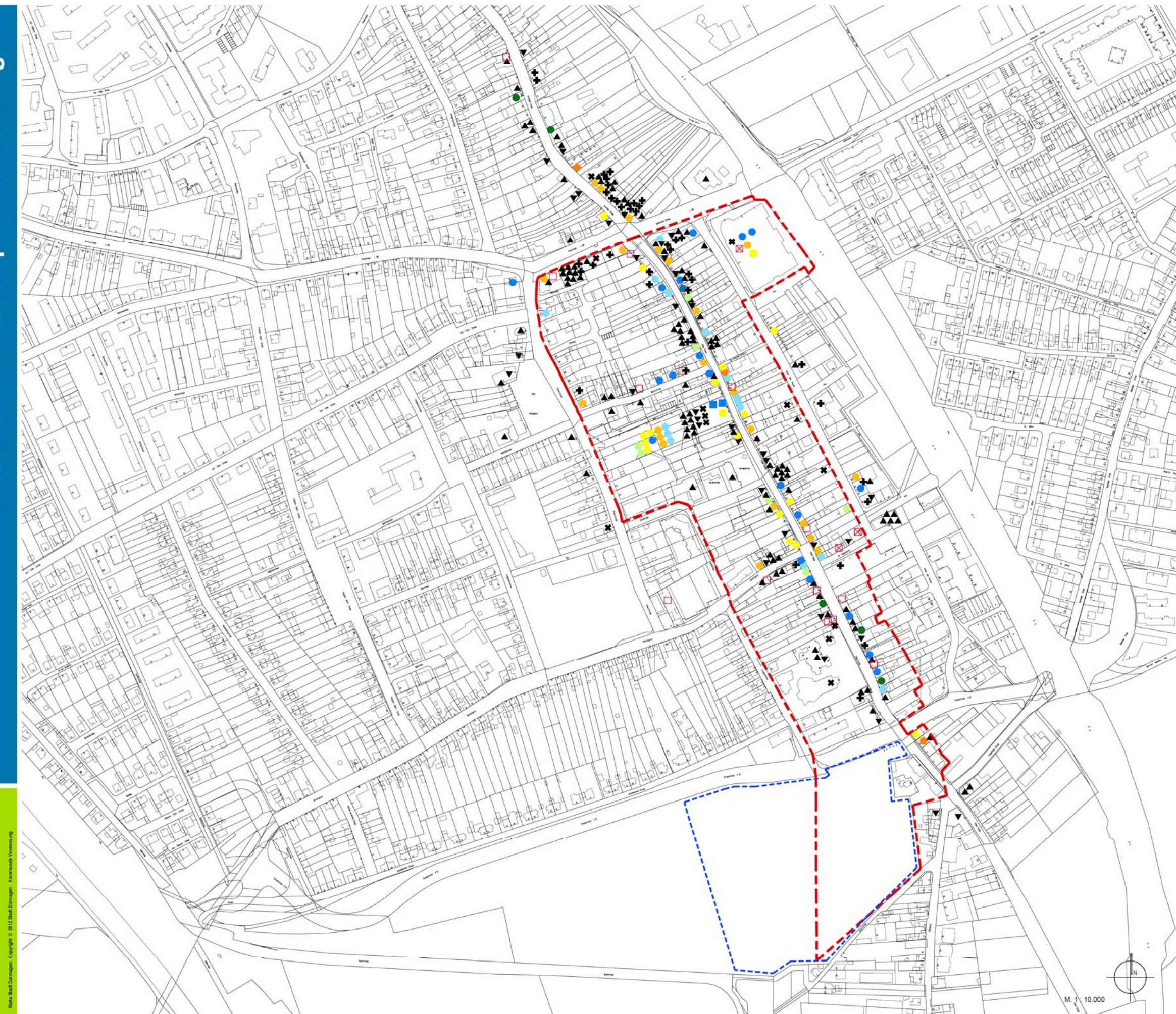
M. 1:10.000





# Einzelhandelskonzept Stadt Dormagen

Karte Stadt Dormagen. Copyright © 2012 Stadt Dormagen - Kommunale Vermögens



## Größenklassen der Einzelhandelsbetriebe

- < 800 qm Verkaufsfläche
- > 800 qm Verkaufsfläche

## Einzelhandelsbranchen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, Zoobedarf
- Bücher, Schreibwaren, Büro
- Bekleidung, Schuhe
- Sport, Freizeit, Spiel
- Elektrowaren
- Möbel, Einrichtung
- Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Autozubehör

## Komplementärnutzungen

- ▼ Gastronomie, Hotellerie
- ▲ Dienstleistungen
- ✕ Kultur, Freizeit
- ✚ Bildung, Gesundheit

## Sonstige

- Leerstand
- ✕ Mindernutzung
- Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich
- Potenzialstandort

## Stadt Dormagen

### Einzelhandelskonzept

### Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Stadt- und Regionalplanung  
Dr. Jansen GmbH  
Neumarkt 45, 50967 Köln  
Tel: 0221 9402710, Fax: 0221 9402718  
info@stadtplanung-dr-jansen.de  
www.stadtplanung-dr-jansen.de

Köln, April 2012



## 11.4 Glossar

### *Betriebsform/-typ*

Betriebsformen/-typen des Einzelhandels werden im institutionellen Sinne mit Bezug auf die von ihnen eingesetzten absatzpolitischen Instrumente (z. B. Bedienungsform), Branche, Fläche und Standort definiert. So gibt es deutliche Ähnlichkeiten der Betriebe innerhalb einer Betriebsform, während sich Betriebsformen in einem oder mehreren Merkmalen stark voneinander unterscheiden. Durch eine Dynamik in den Betriebsformen entstehen neue Betriebsformen während alte ausscheiden. Zu den Betriebsformen im Einzelhandel zählen z. B. das Fachgeschäft, das Spezialgeschäft, der Fachmarkt, das Warenhaus, das Kaufhaus, der Discounter, der Supermarkt, der Verbrauchermarkt und das SB-Warenhaus.

### *Einkaufslagen*

Einkaufslagen werden u. a. nach folgenden Kriterien abgegrenzt:

- Passantenfrequenz
- Besatzdichte
- Attraktivität des Besatzes
- Branchen- und Betriebstypenmix
- Ladenleerstandsquote, nichtadäquate Nutzungen u. ä.

### *Einzelhandel*

Im funktionalen Sinne liegt Einzelhandel vor, wenn Marktteilnehmer Güter, die sie i. d. R. nicht selbst be- oder verarbeiten, von anderen Marktteilnehmern beschaffen und an private Haushalte absetzen.

Im institutionellen Sinne umfasst der Einzelhandel jene Institutionen, deren wirtschaftliche Tätigkeit ausschließlich oder überwiegend dem Einzelhandel im funktionellen Sinne zuzurechnen sind. Ein Betrieb wird dem Einzelhandel zugerechnet, wenn die Wertschöpfung der Einzelhandelstätigkeit größer ist als aus sonstigen Tätigkeiten.

### *Fachgeschäft*

Das Fachgeschäft ist ein Einzelhandelsbetrieb, der ein branchenspezifisches oder bedarfsspezifisches Sortiment in großer Auswahl und in unterschiedlichen Qualitäten und Preislagen anbietet. Entscheidender Unterschied zu Fachmärkten sind die hier angebotenen ergänzenden Serviceleistungen (z. B. Kundendienst). Die Verkaufsfläche liegt i. d. R. deutlich unter 800 qm.

### *Fachmarkt*

Der Fachmarkt ist ein meist großflächiger und im allgemeinen ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und tiefes Sortimentsangebot aus einem Warenbereich (z. B. Bekleidungsfachmarkt, Elektrofachmarkt), einem Bedarfsbereich (z. B. Sportfachmarkt, Baufachmarkt) oder einem Zielgruppenbereich (z. B. Möbel-

und Haushaltswarenfachmarkt für designorientierte Kunden) in übersichtlicher Warenpräsentation bei tendenziell niedrigen bis mittlerem Preisniveau anbietet. Die Standorte sind meist autokundenorientiert, davon einige Sortimente innenstadtnah (Drogeriewaren), andere isoliert in gewachsenen oder geplanten Zentren. Die Größenordnung variiert je nach Fachmarkttyp (z. B. Drogeriefachmärkte ca. 800 qm, Elektrofachmärkte 1.500 bis 4.000 qm, Möbelmarkt bis zu 50.000 qm).

#### *Filialunternehmen*

Ein Filialunternehmen (Filialbetrieb) verfügt über mindestens fünf unter einheitlicher Leitung stehenden Verkaufsfilialen an unterschiedlichen Standorten. Bei zehn und mehr Filialen gilt das Unternehmen als Großbetriebsform des Einzelhandels.

#### *Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben*

Der Begriff der Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben orientiert sich am § 11 Abs. 3, Satz 3, BauNVO 1990. Bei einer Geschossfläche von mehr als 1.200 qm werden in der hierin enthaltenen Vermutungsregel Auswirkungen auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung unterstellt. Nach einem Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 ist die Großflächigkeit eines Handelsbetriebs über 800 qm Verkaufsfläche gegeben.

#### *Kaufhaus*

Ein größerer Einzelhandelsbetrieb, der überwiegend im Wege der Bedienung Waren aus zwei oder mehr Branchen, davon wenigstens eine Branche in tiefer Gliederung, anbietet. Am stärksten verbreitet sind Kaufhäuser mit Textilien, Bekleidung und verwandten Bedarfseinrichtungen. Im Vergleich zum Warenhaus erfolgt eine stärkere Konzentration auf ausgewählte Branchen, wobei ein größeres Lebensmittelangebot i. d. R. nicht vorhanden ist. Die Verkaufsfläche liegt bei mehr als 1.000 qm.

#### *Kaufkraft*

Die Geldmenge, die den privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraums zur Verfügung steht. Errechnet wird die Kaufkraft aus den Nettoeinnahmen zuzüglich der Entnahmen aus Ersparnissen und aufgenommenen Krediten abzüglich der Bildung von Ersparnissen und der Tilgung von Schulden.

#### *Kaufkraftbindung*

Der Teil der Kaufkraft einer Region, der in dieser Region im hier ansässigen Einzelhandel ausgegeben wird. Ein Kaufkraftzufluss liegt vor, wenn Kaufkraftanteile von außerhalb der Region zufließen; ein Kaufkraftabfluss liegt vor, wenn ein Teil der regionalen Kaufkraft außerhalb ausgegeben wird.

### *Kaufkraftkennziffer*

Die Kaufkraftkennziffer stellt das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial einer Kommune im Vergleich zum Bundesdurchschnitt dar. Übersteigt die örtliche Kaufkraftkennziffer den Bundesdurchschnitt von 100, verfügt die Kommune über ein um den entsprechenden Prozentsatz höheres Kaufkraftniveau und umgekehrt.

### *Ladenhandel*

Der Ladenhandel umfasst alle Ladengeschäfte des institutionellen Einzelhandels ohne Berücksichtigung der Branchen „Kraftstoffe, Fahrzeuge und Brennstoffe“; hinzu kommen Geschäfte des Ladenhandwerks wie Bäcker, Fleischer, Optiker/Akustiker (hier nur die reine Verkaufsfläche ohne Café oder Werkstatt) und Apotheken und Sanitätshäuser/Orthopädietechnik, Tankstellenshops, Kioske und Hofläden.

### *Lebensmitteldiscounter*

Lebensmitteldiscounter bieten ein spezialisiertes, auf raschen Umschlag ausgerichtetes Sortiment zu niedrigen Preisen an. Bei hoher Werbeintensität ähnelt die Angebotsstrategie einer permanenten Sonderangebotsstrategie. Weitere Merkmale sind Selbstbedienung, funktionale Ladenausstattung und aggressive Marketingstrategien. Die Verkaufsfläche liegt pro Betrieb in der Regel bei 500-800 qm mit steigender Tendenz. Der Umsatzanteil mit Nonfood-Artikeln liegt zwischen 10 und 15 %.

### *SB-Warenhaus*

Das SB-Warenhaus ist ein großflächiger und meist ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb. Das Sortiment ist umfassend und bietet im Bereich des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs bis zu 100.000 Artikel an. Der Umsatzschwerpunkt liegt mit mindestens 50 % im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel. Der Nonfood-Anteil beim Umsatz liegt bei ca. 35-50 %, bei der Verkaufsfläche bei ca. 60-75 %. Das SB-Warenhaus bietet seine Waren ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst mit hoher Werbeaktivität in Sonderangebotspreispolitik an. Der Standort ist grundsätzlich autokundenorientiert, entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren. Die Verkaufsfläche liegt nach der amtlichen Statistik bei mindestens 3.000 qm.<sup>44</sup>

### *Supermarkt*

Der Supermarkt ist ein Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 qm Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren (z. B. Obst, Gemüse, Südfrüchte, Fleisch) und ergänzend Waren des täglichen und des kurzfristigen Bedarfs anderer Branchen vorwiegend in Selbstbedienung anbietet. Nach der

---

<sup>44</sup> Laut Definition des EHI Handel aktuell 2008/09, liegt die Verkaufsfläche eines SB-Warenhauses bei mindestens 5.000 qm.



amtlichen Statistik hat der Supermarkt höchstens eine Verkaufsfläche von 1.000 qm, wobei hinsichtlich der Verkaufsflächenobergrenze in der Handelsfachliteratur divergierende Auffassungen erkennbar sind.<sup>45</sup>

#### *Trading-Down*

Beim Trading-Down handelt es sich um Maßnahmen, durch die sich ein Handelsbetrieb geänderten Präferenzen der Konsumenten (z. B. aufgrund eines konjunkturellen Nachfragerückgangs) anpassen kann. Zu den Maßnahmen zählen u. a. Senkung des Qualitäts- und Preisniveaus, Reduzierung der Auswahl und Dienstleistungen, Verminderung der Mitarbeiterzahl als Voraussetzung für niedrigere Kosten und möglicherweise eine niedrigere Handelsspanne.

Weiterhin ist der Begriff im Zusammenhang mit der Beschreibung der Entwicklung von Einkaufslagen zu gebrauchen. Hier bezeichnet Trading-Down den Trend zum Ersatz hoch- bzw. höherwertiger und durch niedrigpreisige Anbieter. Damit verbunden ist die Verflachung des Angebots, der Warenpräsentation, des Qualifikationsniveaus der Beschäftigten und der Außenwirkung im Hinblick auf die Werbung.

#### *Verbrauchermarkt*

Der Verbrauchermarkt ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs überwiegend in Selbstbedienung anbietet; häufig wird entweder auf eine Dauerniedrigpreispolitik oder auf eine Sonderangebotspolitik abgestellt. Die Verkaufsfläche liegt nach der amtlichen Statistik bei mindestens 1.000 qm.<sup>46</sup> Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert, entweder in Alleinlage oder innerhalb von Einzelhandelszentren.

#### *Verkaufsfläche*

Das Bundesverwaltungsgericht hat den Begriff für diejenigen Fälle präzisiert, in denen in der verbindlichen Bauleitplanung keine Begriffsbestimmung erfolgte. Nach dem Urteil des BVerwG (4 C 10.04 vom 24. November 2005) umfasst die Verkaufsfläche eine Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf. Zusätzlich zu der durch die Kunden zu betretenden reinen Flächen umfasst die Verkaufsfläche die Flächen für Warenpräsentation, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für ihn sichtbar ausliegt (z. B. Thekenbereiche). Zudem sind der Kassenvorraum mit „Pack- und Entsor-

---

<sup>45</sup> Laut Definition des EHI Handel aktuell 2008/09, liegt die Verkaufsflächenobergrenze eines Supermarktes bei mindestens 1.500 qm.

<sup>46</sup> Laut Definition des EHI Handel aktuell 2008/09, liegt die Verkaufsfläche eines Verbrauchermarktes bei mindestens 1.500 qm.

gungszone“ und der Windfang zur Verkaufsfläche zu zählen. Nicht dazu gehören reine Lagerflächen und Flächen, die der Vorbereitung/Portionierung der Waren dienen sowie Sozialräume, WC-Anlagen, etc.

#### *Warenhaus*

Das Warenhaus ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der in der Regel auf mehreren Etagen breite und überwiegend tiefe Sortimente mehrerer Branchen mit tendenziell hoher Serviceintensität und eher hohem Preisniveau an Standorten in der Innenstadt oder in Einkaufszentren anbietet. Die Warensortimente umfassen überwiegend Waren der Bereiche Bekleidung, Heimtextilien, Sport, Hausrat, Möbel, Einrichtung, Kosmetik, Drogeriewaren, Schmuck, Unterhaltung sowie oft auch Lebensmittel. Dazu kommen Dienstleistungssortimente der Bereiche Gastronomie, Reisevermittlung und Finanzdienstleistungen.

#### *Zentrale Versorgungsbereiche*

In Anlehnung an die Rechtsprechung (z. B. § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO) sind zentrale Versorgungsbereiche gesetzlich begründeter Gegenstand der Bauleitplanung. Zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen die Innenstadt-, Neben-, Stadtteil- oder Ortsteilzentren und die Nahversorgungszentren.

#### *Zentralität*

Verhältnis zwischen Umsatz- und Kaufkraftpotenzial in einem Gebiet. Werte über 100 % weisen bei Städten auf eine Anziehungskraft hin, die diese auf ihr Umland ausübt und dessen Bewohner stärker zum Einkauf in ihrem Einzelhandel bewegt, als umgekehrt die eigene Bevölkerung ihre Kaufkraft nach außen trägt.