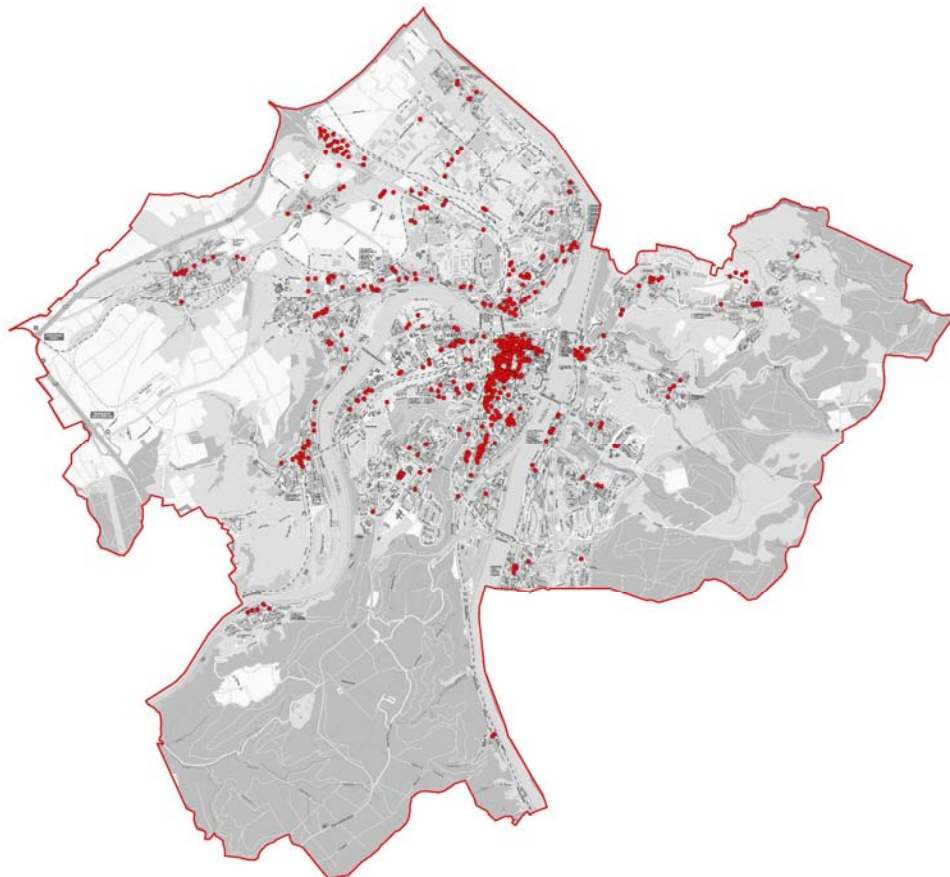


Einzelhandels- und Zentrenkonzept Koblenz



KOBLENZ - Magnet am Deutschen Eck
Die Stadt zum Bleiben.

www.koblenz.de

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Koblenz

Juni 2009

Borchert GeoInfo GmbH
Olympische Str. 10
14052 Berlin

Dr. Niklas Martin
Dipl.-Geogr. Arne Köcher
Heike Sehmisch
Stephani Rotermundt

030-3300733-0

info@borchert-geo.de
www.borchert-geo.de

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|------------|---|-----------|
| I | Einleitung und Aufbau | 7 |
| II | Allgemeine Entwicklungen und Rahmenbedingungen des Einzelhandels | 9 |
| 1 | Phänomene des Strukturwandels im Einzelhandel | 9 |
| 1.1 | Verkaufsflächenwachstum | 9 |
| 1.2 | Betriebsrückgang | 10 |
| 1.3 | Betriebsformenwandel und Filialisierung | 11 |
| 2 | Ursachen des Strukturwandels..... | 12 |
| 3 | Veränderungen der Standortstruktur im Einzelhandels..... | 15 |
| 4 | Aktuelle Entwicklungen im Einzelhandel | 16 |
| 5 | Schlussfolgerungen | 20 |
| III | Rechtliche Grundlagen | 21 |
| 1 | Begriff „zentraler Versorgungsbereich“..... | 21 |
| 2 | Bestimmungen des BauGB und der BauNVO..... | 21 |
| 3 | Bestimmungen der Landes- und Regionalplanung | 22 |
| 4 | Schlussfolgerungen | 26 |
| IV | Strukturdaten und Einzugsgebiet | 27 |
| 1 | Allgemeine Strukturdaten der Stadt Koblenz..... | 27 |
| 2 | Einzugsgebiet des Koblenzer Einzelhandels | 29 |
| 3 | Einfluss demografischer Entwicklungen..... | 34 |
| 3.1 | Rahmenbedingungen der demografischen Entwicklungen in Deutschland | 34 |
| 3.2 | Demografische Entwicklungen in Koblenz und im Einzugsgebiet | 38 |
| 4 | Kaufkraft im Einzugsgebiet des Koblenzer Einzelhandels | 45 |
| 5 | Touristisches Kaufkraftpotenzial..... | 47 |
| 6 | Schlussfolgerungen | 50 |

| | | |
|------------|--|-----------|
| V | Einzelhandelsbestand – gesamtstädtische Analyse | 52 |
| 1 | Methodische Hinweise | 52 |
| 2 | Einzelhandelsbestand in Koblenz..... | 53 |
| 3 | Nahversorgung in Koblenz..... | 60 |
| 4 | Umsatz und Zentralität des Koblenzer Einzelhandels..... | 66 |
| 5 | Kommunaler Kennziffernvergleich | 68 |
| 6 | Schlussfolgerungen | 75 |
| VI | Zentren- und Sortimentskonzept | 78 |
| 1 | Ziele und Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung in Koblenz..... | 78 |
| 2 | Zentrenhierarchie..... | 79 |
| 3 | Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche..... | 84 |
| 4 | Sortimentsliste für Koblenz..... | 85 |
| VII | Teilräumliche Analysen und Handlungsempfehlungen | 91 |
| 1 | Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt..... | 91 |
| 1.1 | Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt | 91 |
| 1.2 | Räumliche Gliederung der Innenstadt..... | 94 |
| 1.3 | Weitere Strukturmerkmale der Koblenzer Innenstadt..... | 100 |
| 1.4 | Mobilitätsmuster der Passantenströme in der Innenstadt | 109 |
| 1.5 | Aktuelle Entwicklungen des Zentralplatzes | 112 |
| 1.6 | Stärken-Schwächen-Analyse und Entwicklungsziele der Innenstadt | 119 |
| 2 | Zentrale Versorgungsbereiche außerhalb der Innenstadt..... | 130 |
| 2.1 | Stadtteilzentrum Karthause | 130 |
| 2.2 | Stadtteilzentrum Ehrenbreitstein | 136 |
| 2.3 | Stadtteilzentrum Güls | 140 |
| 2.4 | Stadtteilzentrum Rauental | 144 |
| 2.5 | Stadtteilzentrum südliche Vorstadt | 149 |
| 2.6 | Stadtteilzentrum Asterstein..... | 153 |
| 2.7 | Stadtteilzentrum Lützel | 157 |

| | | |
|------|--|-----|
| 3 | Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels..... | 162 |
| 3.1 | Gewerbepark Koblenz-Nord..... | 163 |
| 3.2 | Dienstleistungszentrum Bubenheim (IKEA, FCC)..... | 167 |
| 3.3 | Gewerbegebiet B9 (Fachmarktstandort Andernacher Straße)..... | 171 |
| 4 | Ortskernlagen der Nahversorgung..... | 175 |
| 4.1 | Ortskern Rübenach..... | 178 |
| 4.2 | Ortskern Bubenheim..... | 180 |
| 4.3 | Ortskern Kesselheim..... | 182 |
| 4.4 | Ortskern Wallersheim..... | 184 |
| 4.5 | Ortskern Neuendorf..... | 186 |
| 4.6 | Metternich Oberdorf..... | 188 |
| 4.7 | Ortskern Metternich Unterdorf..... | 190 |
| 4.8 | Metternich Eulendorst..... | 191 |
| 4.9 | Ortskern Lay..... | 192 |
| 4.10 | Ortskern Moselweiß..... | 194 |
| 4.11 | Ortskern Goldgrube..... | 196 |
| 4.12 | Oberwerth..... | 198 |
| 4.13 | Stolzenfels..... | 200 |
| 4.14 | Ortskern Horchheim..... | 202 |
| 4.15 | Ortskern Horchheimer Höhe..... | 204 |
| 4.16 | Ortskern Pfaffendorf..... | 206 |
| 4.17 | Ortskern Pfaffendorfer Höhe..... | 208 |
| 4.18 | Ortskern Arzheim..... | 210 |
| 4.19 | Ortskern Niederberg..... | 212 |
| 4.20 | Ortskern Arenberg..... | 214 |
| 4.21 | Ortskern Immendorf..... | 216 |
| 5 | Sonstige Handlungsbereiche..... | 218 |
| 5.1 | Gewerbegebiet B9 – Bubenheim (B-Plan 159)..... | 220 |
| 5.2 | DLZ Bubenheim – Bereich B-Plan 228 (2. Bauabschnitt im Verfahren)..... | 224 |

| | | |
|--|--|------------|
| 5.3 | Gewerbegebiet B9 (Bereich „Automeile“ an der Andernacher Str.) | 227 |
| 5.4 | Gewerbegebiet B9 (Bereich Am Sender, südwestlich der B9) | 229 |
| 5.5 | Potenzieller Nahversorgungsstandort Wallersheim-Neuendorf..... | 231 |
| 5.6 | Solitärstandorte Wallersheimer Weg / Andernacher Straße..... | 233 |
| 5.7 | Solitärstandorte im Gewerbegebiet Metternich-Nord (I+II) | 235 |
| 5.8 | Güls – ehem. Stieffenhofer | 237 |
| 5.9 | Südliche Karthause..... | 239 |
| 5.10 | Moselgüterbahnhof..... | 241 |
| 5.11 | Büropark Moselstausee | 243 |
| 5.12 | Gewerbegebiet Rauental-Ost / Franz-Weis-Straße | 245 |
| 5.13 | Ehem. Handelshofgelände | 247 |
| 5.14 | Potenzieller Nahversorgungsstandort Gneisenau-Kaserne / B49 | 249 |
| VIII Zusammenfassung | | 251 |
| Verzeichnisse | | 261 |
| 1 | Tabellenverzeichnis | 261 |
| 2 | Abbildungsverzeichnis..... | 261 |
| 3 | Kartenverzeichnis | 262 |
| Anhang: Erhebungssystematik | | 265 |



I Einleitung und Aufbau

Das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Koblenz aktualisiert und ergänzt die Einzelhandelsstrukturuntersuchung aus dem Jahr 2000 und soll die Akteure der Stadtentwicklung als Steuerungsinstrument des Einzelhandels in der Praxis unterstützen. Es dient als Informationsquelle für Fachinteressierte, Ansiedlungswillige und Einzelhändler, als Argumentations- und Entscheidungshilfe für Politik und Verwaltung und nicht zuletzt als Ausdruck des Willens der Stadt Koblenz, ein funktionsfähiges Standortgefüge mit einer starken Innenstadt als Kern des Oberzentrums zu sichern.

Der Untersuchungsbericht gliedert sich in acht Abschnitte. Die ersten fünf, deskriptiv-analytischen Kapitel enden jeweils mit zusammenfassenden Schlussfolgerungen für die Weiterentwicklung der Stadt Koblenz als Einzelhandelsstandort. Kapitel II beleuchtet allgemeine Phänomene der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland unter Berücksichtigung von Veränderungen der Angebots- und Nachfrageseite. Die rechtlichen Rahmenbedingungen auf Bundes-, Landes- und Regionalebene sind Gegenstand des Kapitels III. Im Kapitel IV werden wesentliche sozio-ökonomische Strukturdaten der Stadt Koblenz und das erschließbare Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet dargestellt. Eine gesamtstädtische Analyse der Einzelhandelsstruktur in der Stadt Koblenz bildet den Schwerpunkt des Kapitels V. Die vorangegangenen Strukturanalysen sind Basis des Zentren- und Sortimentskonzepts im Kapitel VI. Kapitel VII analysiert die zahlreichen teilräumlichen Einzellagen in Koblenz, für die jeweils separate Handlungsempfehlungen formuliert werden. Dazu zählen die Koblenzer Innenstadt, weitere zentrale Versorgungsbereiche, Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels, gewachsene Ortskernlagen und sonstige Standortbereiche, für die sich aktuell oder zukünftig Handlungsanforderungen ergeben können. Der Bericht schließt im Kapitel VIII mit einer Zusammenfassung.

Die Untersuchung basiert auf einer Gegenüberstellung der einzelhandelsrelevanten Angebots- und Nachfragestrukturen sowie einer Formulierung von Zielen und Handlungsempfehlungen für die mittel- bis langfristige Einzelhandelsentwicklung in Koblenz. Als Datengrundlage dient eine gesamtstädtische Vollerhebung des Einzelhandels in Koblenz, die im Juli/August 2008 in Zusammenarbeit von Borchert GeoInfo und Mitarbeitern der Stadt Koblenz durchgeführt wurde. In den zentralen Versorgungsbereichen und Ortsteilkernen erfolgte darüber hinaus eine Bestandserfassung relevanter Komplementärangebote. Dazu zählen die öffentlichen und privaten Dienstleistungseinrichtungen, Gastronomiebetriebe und Einrichtungen für Bildung, Kultur, Freizeit und Sport. Die Daten sind vollständig geo-referenziert und liegen in einem digitalen Format vor, das es Mitarbeitern der Stadt Koblenz ermöglicht, zukünftige Veränderungen des Einzelhandelsbestands kontinuierlich zu erfassen, fortzuschreiben und zu analysieren.

Für die Bevölkerungs-, Kaufkraft-, Tourismus- und Wirtschaftsstatistiken wurden Daten der kommunalen Statistikstelle der Stadt Koblenz, der Stadt Koblenz, der Koblenz-Touristik, des statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz, des statistischen Bundesamtes sowie sekundärstatische Daten des Bundesamtes für Bauwesen und Raumordnung (BBR), Acxiom Deutschland GmbH und der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) verwendet. Mitarbeiter des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz und der kommunalen Statistikstelle der Stadt Koblenz haben die Analyse der Bevölkerungsentwicklung in Koblenz und im übrigen Einzugsgebiet mit Sonderauswertungen



unterstützt. Darüber hinaus wurden im Rahmen der Bearbeitung der vorliegenden Analyse zahlreiche untersuchungsrelevante Dokumente ausgewertet, u.a. empirische Untersuchungen des dwif zu den touristischen Ausgaben in Deutschland, das Leitbild der Stadt Koblenz sowie die 1998/1999 entwickelten Maßnahmenvorschläge zur Realisierung der im Leitbild festgesetzten Ziele, mehrere Einzelhandelskonzepte von deutschen Städten ähnlicher Größenordnung wie Koblenz, das Einzelhandelskonzept der GMA von 2000, das Innenstadtentwicklungskonzept der GMA von 2007, die GMA-Auswirkungsanalyse von 2009, das Parkraumkonzept Koblenz 2008, Analysen der TU Delft von 2008 zur Fußgängermobilität in der Koblenzer Innenstadt und diverse Planungsunterlagen der Ämter 80 und 61 sowie des Landes Rheinland-Pfalz.

Die Zwischenergebnisse der Untersuchung wurden projektbegleitend im Rahmen sechs Sitzungen des Arbeitskreises Einzelhandelskonzept vorgestellt und diskutiert. Anregungen aus den Sitzungen des Arbeitskreises sind in den vorliegenden Bericht eingeflossen. Zu den Teilnehmern zählten u.a. Vertreter folgender Institutionen und Wirtschaftsbereiche:

- Ämter für Wirtschaftsförderung, Stadtentwicklung und Bauordnung,
- Aufbaugesellschaft Koblenz mbH,
- Einzelhandelsverband Mittelrhein,
- Einzelhandelsverband Koblenz,
- Koblenz-Stadtmarketing GmbH,
- Stadtforum - Alle lieben Koblenz e.V.,
- Fraktionen des Stadtrats,
- Industrie- und Handelskammer Koblenz,
- Handwerkskammer Koblenz,
- Haus & Grund für Koblenz und Umgebung e.V.

Am 04.06.2009 hat der Koblenzer Stadtrat das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept beschlossen. Weiterhin sieht der Stadtratbeschluss vor, dass die Empfehlungen zu den Stadtteilzentren Karthause (Kapitel VII 2.1, S. 130 ff), Rauental (Kapitel VII 2.4, S. 144 ff) und Lützel (Kapitel VII 2.7, S. 157 ff), sowie für den Gewerbepark Koblenz-Nord (Kapitel VII 3.1, S. 163 ff) weiterentwickelt und den entsprechenden Ausschüssen zur Beratung vorgelegt werden.

Eine Veröffentlichung des Untersuchungsberichts bedarf der schriftlichen Zustimmung des Auftragnehmers.



Karte 10: Zentrenkonzept der Stadt Koblenz

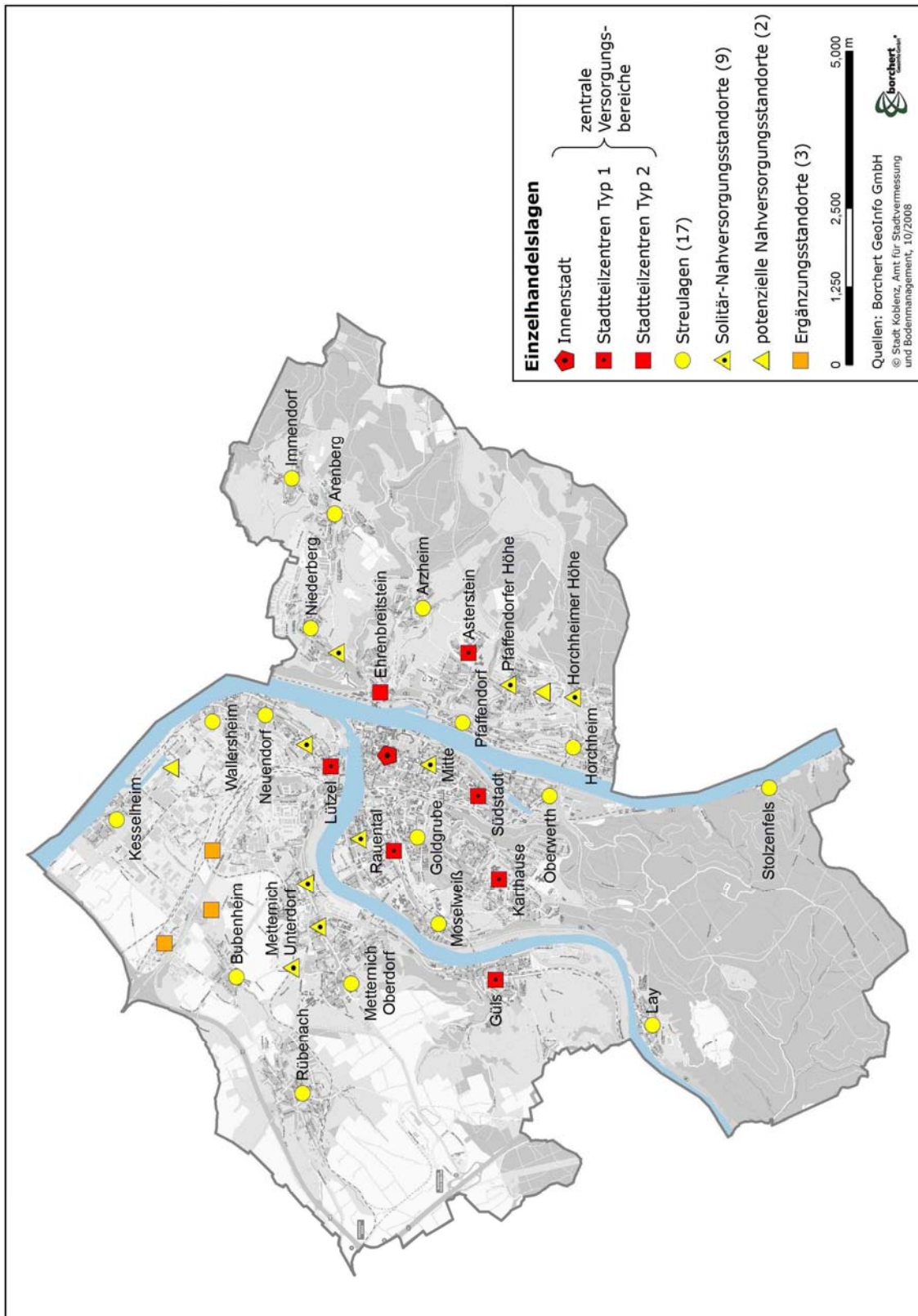




Tabelle 6: Koblenzer Sortimentsliste

| innenstadtrelevante Sortimente |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf (ohne Bürotechnik und -möbel) ▪ Bücher ▪ Oberbekleidung, Wäsche, Kurzwaren, Wolle, Stoffe, sonstige Bekleidung ▪ Schuhe, Lederbekleidung, Lederwaren, Modewaren (z.B. Hüte, Accessoires und Schirme), Orthopädieprodukte, Second-Hand-Bekleidung ▪ Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Sportgroßgeräte) ▪ Campingartikel (überwiegend nicht-sperrige Angebote, z.B. Wanderbekleidung, Trekking-Ausrüstung etc.) ▪ Spielwaren und Bastelartikel, Baby- und Kinderartikel ▪ Musikinstrumente, Musikalien ▪ Unterhaltungselektronik („braune Ware“), Telekommunikationsgeräte, Computer, Ton- und Bildträger, Videospiele ▪ Elektrokleingeräte / Leuchten ▪ Fotogeräte, Videokameras, Fotowaren, optische Erzeugnisse ▪ Heimtextilien, Gardinen und Zubehör (ohne Betten) ▪ Uhren, Schmuck, Silberwaren ▪ Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik, Geschenkartikel ▪ Kunst, Antiquitäten, Briefmarken, Bilderrahmen ▪ Waffen und Jagdbedarf ▪ Gebrauchtwaren |
| zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahrungs- und Genussmittel (Lebensmittel, Getränke, Tabakwaren, Reformwaren) ▪ Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel), Kosmetika, Parfümeriewaren, pharmazeutische Artikel, Sanitätswaren ▪ Schnittblumen ▪ Zeitschriften/Zeitungen |
| nicht-innenstadtrelevante Sortimente |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Elektrogroßgeräte (Weiße Ware), Installationsbedarf ▪ Bürotechnik / Büromöbel / Kopiergeräte ▪ Möbel, Matratzen, Betten ▪ Fahrräder ▪ Campingartikel (überwiegend sperrige Angebote, z.B. Wohnwagen- und Reisemobilbedarf) ▪ Wassersportartikel (Boote, Bootszubehör; nicht: Schwimm- und Tauch-Ausrüstung) ▪ Teppiche ▪ Baumarkt- und Gartenmarkt-spezifisches Sortiment (ohne innenstadtrelevante Randsortimente) ▪ Baustoffe, Holz, Fliesen ▪ Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten ▪ Autozubehör ▪ zoologischer Bedarf ▪ Erotikartikel |

Quelle: Zusammenstellung Borchert GeoInfo 2008.

Ein verbreitetes Phänomen des nicht-innenstadtrelevanten, großflächigen Einzelhandels sind die sog. **Randsortimente**. Damit werden üblicherweise innenstadtrelevante Angebote bezeichnet, die das nicht-innenstadtrelevante Kernsortiment eines Einzelhandelsbetriebs ergänzen und abrunden. Die Landesplanung empfiehlt eine Begrenzung der Randsortimente auf max. zehn Prozent der Verkaufsfläche bzw. bis zur Schwelle der Großflächigkeit (vgl. LEP IV, Abschnitt III 3.2.3, Begründungen zu den Zielen 59 und 60). In bau- und planungsrechtlichen Verfahren sind häufig Geneh-

VIII Zusammenfassung

Das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Koblenz aktualisiert und ergänzt die Einzelhandelsstrukturuntersuchung aus dem Jahr 2000 und soll die Akteure der Stadtentwicklung als Steuerungsinstrument des Einzelhandels in der Praxis unterstützen. Es dient als Informationsquelle für Fachinteressierte, Ansiedlungswillige und Einzelhändler, als Argumentations- und Entscheidungshilfe für Politik und Verwaltung und nicht zuletzt als Ausdruck des Willens der Stadt Koblenz, ein funktionsfähiges Standortgefüge mit einer starken Innenstadt als Kern des Oberzentrums zu sichern.

Die Untersuchung basiert auf einer Gegenüberstellung der einzelhandelsrelevanten Angebots- und Nachfragestrukturen sowie einer Formulierung von Zielen und Handlungsempfehlungen für die mittel- bis langfristige Einzelhandelsentwicklung in Koblenz. Als Datengrundlage dient eine gesamtstädtische Vollerhebung des Einzelhandels in Koblenz, die im Juli/August 2008 in Zusammenarbeit von Borchert GeoInfo und Mitarbeitern der Stadt Koblenz durchgeführt wurde. Die wesentlichen Ergebnisse der Untersuchung werden im Folgenden zusammengefasst:

Entwicklungstrends im Einzelhandel und im Konsumentenverhalten

Die allgemeinen Entwicklungen des Einzelhandels in Deutschland setzen Rahmenbedingungen für die Funktion der Stadt Koblenz als Versorgungsstandort. Der voran schreitende Strukturwandel im Einzelhandel wird sich auch zukünftig im Koblenzer Einzelhandelsbestand niederschlagen. Die weiterhin dynamische Entwicklung der Verkaufsflächen und der expandierenden, innovativen Betriebsformen prägt die Ausstrahlungskraft der innerstädtischen Zentren und resultiert in einem steigenden interkommunalen Wettbewerb. Die Attraktivitätssteigerung der Koblenzer Innenstadt ist in diesem Zusammenhang als wichtigstes Ziel für die Positionierung gegenüber konkurrierender Mittel- und Oberzentren zu formulieren.

Die Ausprägungen des Konsumentenverhaltens sind als „große Unbekannte“ für die Einzelhandelsentwicklung einzustufen. Zahlreiche Faktoren wie Einkommensentwicklung, Sparquote, Mobilitätsverhalten, Differenzierung der Lebensstile, die Affinität zu besonderen Betriebstypen oder Einkaufsstandorten sowie die sich ständig wandelnden Präferenzen der Verbraucher für bestimmte Produkte wirken unmittelbar auf die Umsatzsituation der Einzelhandelsbetriebe. Diese Faktoren lassen sich kaum zufriedenstellend prognostizieren und ebenso wenig durch stadtentwicklungspolitische Regelungen beeinflussen.

Rechtliche Rahmenbedingungen

Die wesentlichen Rechtsgrundlagen für die Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandortes Koblenz stellen die entsprechenden Ausführungen des Baugesetzbuches, der Baunutzungsverordnung sowie die landes- und regionalplanerischen Bestimmungen dar. Das Baurecht bietet Städten und Gemeinden mit der Einführung des Begriffs „zentraler Versorgungsbereich“ ein wirksames Instrument zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels. Für Innenstädte und Stadtteilzentren wird damit ein besonderer städtebaulicher Schutzbedarf festgelegt, der es den Städten und Gemeinden erlaubt, zukünftige Einzelhandelsprojekte mit innenstadtrelevanten Sortimenten auf die zentralen Versorgungsbereiche zu konzentrieren.



Der zentralörtliche Status als Oberzentrum drückt die raumordnerische Zielstellung einer regional übergeordneten Bedeutung der Stadt Koblenz als Versorgungs- und Einzelhandelsstandort aus und impliziert die anzustrebende Stärkung des Einzelhandelsstandortes Koblenz gegenüber seinem Umland.

Marktgebiet und Bevölkerungsentwicklung

Die günstige wirtschaftliche Gesamtsituation der Stadt Koblenz und ihres Umlandes resultiert in langfristigen Vorteilen für den interkommunalen Wettbewerb um Einwohner und Unternehmen. Die landschaftlich reizvolle Lage an Rhein und Mosel befördert zudem eine dynamische Entwicklung der Tourismusbranche. Angesichts des weiter voranschreitenden demografischen Wandels stärken diese Faktoren das langfristig verfügbare Kaufkraftpotenzial und sind als zentraler Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen, wirtschaftlich weniger gut aufgestellten Regionen einzustufen.

Das Einzugsgebiet des Koblenzer Einzelhandels wird geprägt von der regionalen Wettbewerbssituation, insbesondere von der Lage der Stadt Koblenz zu den benachbarten Oberzentren. Das Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet beläuft sich auf ca. 969.000 Personen. Innerhalb des Einzugsgebietes ist die großflächige Fachmarkttagglomeration in Mülheim-Kärlich, unmittelbar nordwestlich des Koblenzer Stadtgebietes, als bedeutender Wettbewerbsstandort einzustufen, der Kaufkraft in erheblichem Umfang bindet und damit die Zentralität des Oberzentrums Koblenz mindert. Mittel- bis langfristig kann zudem eine spürbare Verschärfung der regionalen Wettbewerbssituation durch die Realisierung des FOC Montabaur nicht ausgeschlossen werden. Vor dieser überörtlichen Wettbewerbskulisse ist eine Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandortes Koblenz mit dem Ziel einer Stärkung der regionalen Ausstrahlungskraft und einer Steigerung der Gesamtattraktivität als Einkaufsstandort zu verfolgen.

Auf Basis der vorliegenden Prognosen ist festzuhalten, dass die Bevölkerung der Stadt Koblenz im Zeitraum von 2005 bis 2020 vermutlich um ca. 3,2 % abnehmen wird. Die Prognosen für das übrige Einzugsgebiet schwanken zwischen einer leicht positiven und einer leicht negativen Entwicklung des Bevölkerungspotenzials bis 2020. Für die Jahre danach ist voraussichtlich mit einem stärkerem Rückgang der Einwohnerzahlen zu rechnen, allerdings werden die langfristigen Prognosen von schwer einschätzbaren Faktoren möglicher Wanderungsgewinne aus dem Ausland und der intra-nationalen Migration erschwert. Im Vergleich zu anderen Regionen in Deutschland wird sich die mittel- bis langfristige Entwicklung der Einwohner im Einzugsgebiet damit insgesamt in einer überschaubaren Größenordnung bewegen. Dies hängt u.a. mit der Wirtschaftskraft der Region Koblenz und der damit verknüpften, hohen Bedeutung von Koblenz als Arbeitsplatzstandort zusammen.

Die Entwicklung des langfristig verfügbaren Kaufkraftpotenzials für den Koblenzer Einzelhandel wird deswegen neben einer begrenzten Veränderung des Einwohnerpotenzials primär von der Entwicklung der gesamtwirtschaftlichen Situation in Deutschland bestimmt. Sie beeinflusst wesentlich die Einkommensstrukturen und damit das einzelhandelsrelevante Konsumverhalten im Einzugsgebiet. Insgesamt ist davon auszugehen, dass die positive oder negative Entwicklung der pro-Kopf-Kaufkraft in ihrer Wirkung deutlich stärker ausgeprägt sein wird als die absolute Veränderung des Einwohnerpotenzials in Koblenz bzw. im übrigen Einzugsgebiet. Trotz dieser Unwägbarkeiten ist für die Gesamtentwicklung des Koblenzer Einzelhandels zu konstatieren, dass die prognostizierte



langfristige Entwicklung des Einwohnerpotenzials im Einzugsgebiet zunächst keine Hinweise für die Notwendigkeit eines quantitativen Ausbaus der Einzelhandelsangebote in Koblenz liefert.

Die Stadt Koblenz verfügt im Vergleich zu anderen Städten ähnlicher Größenordnung allerdings über ein außerordentlich großes Einzugsgebiet. Dem Koblenzer Einzelhandel steht damit ein überdurchschnittliches Kaufkraftpotenzial zur Verfügung. Maßnahmen zur Erhöhung der Gesamtattraktivität des Einkaufs- und Dienstleistungsstandortes Koblenz können seine Marktanteile im Einzugsgebiet steigern und die Abschöpfung der vorhandenen touristischen Kaufkraftpotenziale erhöhen. Die entsprechenden Kaufkraftzuflüsse stärken den Koblenzer Einzelhandel und erhöhen die Einzelhandelszentralität des Oberzentrums Koblenz.

Mit großer Sicherheit lässt sich zudem festhalten, dass sich der demografische Wandel auch in Koblenz in Form zunehmender Anteile der oberen Altersgruppen niederschlagen wird. Angesichts einer alternden Stadtbevölkerung stehen Planung und Politik vor der Aufgabe, wohnungsnaher Versorgungsstrukturen zu sichern und weiter zu entwickeln. In stadträumlicher Hinsicht ist dabei zu berücksichtigen, dass sich bereits heute mehrere Stadtteile durch eine relativ starke Überalterung auszeichnen. Die voraussichtlich im Sommer 2009 vorliegenden neuen Prognosedaten für die Koblenzer Stadtteile werden weitere Hinweise für den mittel- bis langfristigen Handlungsbedarf aufzeigen. Die Zunahme der oberen Altersgruppen wird sich auch auf das Konsumverhalten auswirken. Handlungsbedarf ergibt sich daraus nicht nur für die Stadtentwicklungspolitik (Stichwort: Sicherung der Nahversorgung für eingeschränkt mobile Bevölkerungsgruppen) sondern auch für die Einzelhandelsbetriebe, die sich mit innovativen Strategien zur Entwicklung der Sortimente, der Warenpräsentation und des Service zunehmend den Einkaufsbedürfnissen älterer Kundinnen und Kunden anpassen müssen.

Einzelhandelsbestand in Koblenz auf gesamtstädtischer Ebene

Im Stadtgebiet Koblenz waren zum Erhebungszeitpunkt im Sommer 2008 insgesamt 992 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 274.500 m² ansässig. Mit rund einem Viertel der Betriebe sind die meisten Geschäfte dem Lebensmittelsektor zuzurechnen. Bekleidungsgeschäfte und Anbieter von Hausrat / Geschenken / Einrichtung rangieren bezüglich der Betriebszahl auf den folgenden Plätzen; im Hinblick auf die Verkaufsflächen repräsentieren diese Geschäfte jedoch das größte Angebot, was auf die höhere durchschnittliche Betriebsgröße zurückzuführen ist. Rund die Hälfte der Betriebe ist an Standorten der Koblenzer Innenstadt etabliert. Die Geschäfte der Fachmarktstandorte an der B9 sind hinsichtlich ihrer Anzahl von geringerem Stellenwert. Im übrigen Stadtgebiet sind 43 % der Betriebe ansässig. Ein Blick auf die Verkaufsflächen zeigt, dass sich die Angebotsschwerpunkte mit jeweils etwa zwei Fünfteln der Verkaufsflächen an innerstädtischen Standorten und an den Fachmarktstandorten an der B9 befinden. Auf das übrige Stadtgebiet entfällt mit ca. einem Fünftel der Verkaufsflächen ein kleinerer Anteil.

Im Vergleich mit anderen Städten ähnlicher Größenordnung verfügt Koblenz über ein außerordentlich großes Einzugsgebiet, das sich auch in dem hohen Reichweitenkoeffizienten niederschlägt. Dadurch ergeben sich grundsätzlich günstige Rahmenbedingungen zur Steigerung der Koblenzer Einzelhandelszentralität. Allerdings ist die durchschnittliche Verkaufsflächenausstattung je Einwohner bereits relativ hoch. Obwohl diese absolute Verkaufsflächenausstattung in hohem Maße von den großflächigen Anbietern nicht-innenstadtrelevanter Sortimente an der B9 erzeugt wird, sind im Falle der Ansiedlung zusätzlicher Einzelhandelsflächen in Koblenz mögliche negative städtebauliche



Effekte zu berücksichtigen. Zudem sollte die Beseitigung von Angebotslücken bei der Planung dieser Entwicklungen im Vordergrund stehen.

Die Angebotssituation in den einzelnen Warengruppen des Einzelhandels lässt sich wie folgt zusammenfassen:

- Im für die Nahversorgung maßgeblichen Lebensmittelbereich ist in Koblenz auf gesamtstädtischer Ebene eine gute Versorgungsquote zu konstatieren. Im Lebensmittelsektor stehen in Koblenz ca. 0,47 m² Verkaufsfläche pro Einwohner zur Verfügung (Vergleich Bundesdurchschnitt: 0,36 m²). Hinter dem gesamtstädtisch guten Koblenzer Ausstattungsgrad im Nahrungs- und Genussmittelsektor verbergen sich jedoch auf der einen Seite räumliche Angebotskonzentrationen in bestimmten Stadtteilen und auf der anderen Seite entsprechend ausgedünnte Versorgungsstrukturen in einigen Stadtteilen. Als Entwicklungsziel ist eine flächendeckende wohnungsnahe Grundversorgung in Koblenz anzustreben. Dass die Konstellationen von Angebot und Nachfrage in Koblenz diesem Idealzustand in der Realität nicht überall entsprechen, ist in dem für moderne Lebensmittelmärkte notwendigen Mindest-Marktpotenzial begründet, das in dünn besiedelten Wohngebieten oder in peripheren Stadtteilen oftmals nicht vorhanden ist. Für mehrere Stadtgebiete werden teilräumliche Handlungsansätze diskutiert. Vor allem in peripher gelegenen Stadtteilen mit geringer Bevölkerung wird jedoch die Etablierung eines modernen Lebensmittelmarktes auch mit intensiven Ansiedlungsbemühungen durch die Stadt nicht zu realisieren sein. Hier sind ggf. die Chancen alternativer Betriebs- und Versorgungskonzepte des Lebensmitteleinzelhandels zu prüfen.
- Die Warengruppe Blumen / zoologischer Bedarf weist insgesamt eine geringe Kaufkraftbindung auf, wobei sich mögliche Handlungsansätze zur Aufwertung der Versorgungsstrukturen auf den zoologischen Bedarf konzentrieren sollten: Produkte des zoologischen Bedarfs werden in Koblenz im Wesentlichen von vereinzelt kleinteiligen Zoofachgeschäften, den Tiernahrungsangeboten der Lebensmittel- und Drogeriemärkte sowie den entsprechenden Abteilungen der Bau- und Gartenmärkte abgedeckt. Ein großflächiger Zoofachmarkt, der diese Sortimente in zeitgemäßer Breite und Tiefe führt, ist in Koblenz bislang noch nicht vorhanden.
- Die Warengruppe Schreibwaren / Zeitschriften / Bücher präsentiert sich ebenfalls mit einer unterdurchschnittlichen Kaufkraftbindung. Eine Ergänzung der Angebote wäre insgesamt wünschenswert, da sich der Bestand auf relativ wenige Betriebe beschränkt. In diesem Sinne ist die aktuelle Ansiedlung einer weiteren Buchhandlung in der Löhrrstraße zu begrüßen. Ein großflächiger Bürofachmarkt war in Koblenz zum Zeitpunkt der Erhebungen noch nicht etabliert.
- Der Bekleidungseinzelhandel präsentiert sich in Koblenz mit einem hohen Verkaufsflächenbestand und erfreulicherweise hohen Anteilen der Innenstadt. Neben zahlreichen unternehmergeführten Fachgeschäften ist der Textilsektor in der Innenstadt in leistungsfähigen, großflächigen Magnetbetrieben etabliert, darunter Warenhäuser und mehrere Textilkaufläden. Im Hinblick auf das Markenportfolio ist der mittelpreisige Angebotsbereich in der Koblenzer Innenstadt gut vertreten, auf der anderen Seite sind im Bereich des gehobenen Markensegments einzelne Angebotslücken erkennbar.



- Im Vergleich zum flächenmäßig gut ausgestatteten Textilsektor stellt sich der Schuheinzelhandel in Koblenz – vor allem in der Innenstadt – als ausbaufähig dar.
- Die Angebote für Sportartikel und -bekleidung sind in Koblenz vergleichsweise unterrepräsentiert. Dies betrifft vor allem die Innenstadt, in der ein großflächiger Sportfachmarkt bislang fehlt.
- Im ebenfalls innenstadtrelevanten Spielwarenereich ist in Koblenz zwar insgesamt eine hohe Verkaufsfläche vorhanden, die allerdings in Gestalt des Anbieters Toys'R'Us überwiegend in Gewerbegebietslage an der B9 verortet ist. Eine räumliche Verlagerung dieses Schwerpunkts in die Innenstadt wäre wünschenswert.
- Durch insgesamt vier großflächige Elektrofachmärkte bietet Koblenz ein umfangreiches Angebot für Unterhaltungselektronik, Haushaltselektrogeräte und weiße Ware. Leider sind diese prinzipiell innenstadtprägenden Angebote größtenteils außerhalb der Innenstadt angesiedelt. Falls sich Möglichkeiten zur Stärkung dieses Sortimentsbereichs in der Innenstadt ergeben, sollten diese daher genutzt werden.
- Der Möbeleinzelhandel ist in Koblenz gut aufgestellt. Mehrere leistungsfähige Anbieter tragen zur überörtlichen Ausstrahlungskraft des Einkaufsstandortes Koblenz bei.
- Beim baumarktspezifischen Sortiment ist in Koblenz von Kaufkraftabflüssen auszugehen. Handlungsmöglichkeiten stehen allerdings nicht in befriedigendem Umfang zur Verfügung, da außerhalb der bereits gut ausgestatteten Fachmarktlagen an der B9 kaum geeignete Standorte im Stadtgebiet zur Aufwertung der räumlichen Versorgungsstrukturen im baumarktspezifischen Sortiment zur Verfügung stehen.
- Weitere Angebotslücken im Spektrum des Koblenzer Einzelhandels sind ein Babyfachmarkt und ein Computerfachmarkt.

Die Analyse der Betriebsgrößen hat gezeigt, dass kleinteilige Anbieter den Geschäftsbesatz dominieren und mittelflächige Betriebe von 400-799 m² nur in relativ geringem Umfang vertreten sind. Eine Ergänzung der Größenstruktur in diesem Segment wäre vor allem in der Innenstadt sinnvoll.

In der gesamtstädtischen Betrachtung würde eine Erweiterung der Einzelhandelsangebote in den oben genannten Bereichen das Versorgungsangebot verbessern und die Zentralität des Koblenzer Einzelhandels stärken.

Zentren- und Sortimentskonzept Koblenz

Für die mittel- und langfristige Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Koblenz wurde ein Zentren- und Sortimentskonzept formuliert, das ein städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Absatz 6 Nr. 11 BauGB darstellt und als übergeordneter Orientierungs- und Steuerungsrahmen und als Abwägungsgrundlage für zukünftige Bauleitverfahren dienen kann. Als übergeordnete Entwicklungsziele wurden darin zunächst die Sicherung und Stärkung der Koblenzer Innenstadt, der Stadtteilzentren, der Nahversorgungsstrukturen und der zentralörtlichen Versorgungsfunktion des Oberzentrums Koblenz benannt. Unter Berücksichtigung der Ziele von Raumordnung, Landes- und Regionalplanung lassen sich daraus die folgenden wesentlichen Grundsätze und Strategien für die Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandortes Koblenz ableiten:



- Räumlich-funktionale, zentrenverträgliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Koblenz
- Konzentration des Einzelhandels in den zentralen Versorgungsbereichen
- Bestimmung und geordnete Entwicklung geeigneter integrierter Standorte zur Ergänzung der Nahversorgung
- Vermeidung zusätzlicher innenstadtrelevanter Einzelhandelsangebote außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und der definierten potenziellen Nahversorgungsstandorte
- Bestimmung und geordnete Entwicklung von Fachmarktstandorten für nicht-innenstadtrelevante Einzelhandelsangebote, für die in den zentralen Versorgungsbereichen kein Standort gefunden werden kann (Ergänzungsstandorte im Sinne des LEP IV, Z 59); räumliche Konzentration dieser Einzelhandelsangebote auf die drei Standortbereiche Koblenz-Nord, IKEA/FCC und Andernacher Straße/B9; stärkere Profilierung der Angebotsstruktur dieser drei Standortbereiche
- keine „Verhinderung“ von Wettbewerb, sondern Konzentration des Einzelhandels auf bestimmte Standortbereiche im Sinne einer geordneten Stadtentwicklung

Die Grundsätze und Strategien bilden gleichzeitig die Grundlage für die Formulierung zahlreicher standortbezogener Entwicklungsziele und für die Planung und Umsetzung von Richtlinien, Projekten und Handlungsansätzen zur operativen Umsetzung dieser Entwicklungsziele durch die Akteure aus Politik und Verwaltung.

Die einzelnen Lagen des Koblenzer Einzelhandels wurden in Form eines Zentrenkonzepts gegliedert. Dabei handelt es sich um eine generalisierende, hierarchische Gliederung der Einzelhandelsstruktur in mehrere räumlich getrennte Gebiete bzw. Standorte. Die Sicherung und Entwicklung einer flächendeckenden, ausgewogenen und funktional gegliederten Versorgungsstruktur im gesamten Stadtgebiet mit einem starken innerstädtischen Zentrum, vitalen Stadtteilzentren und möglichst geringer Distanz der Einzelhandelseinrichtungen zu den Wohnstandorten steht dabei als Zielstellung im Mittelpunkt.

Die Koblenzer Zentrenhierarchie definiert die Koblenzer Innenstadt sowie ausgewählte Stadtteilzentren als zentrale Versorgungsbereiche. Das Koblenzer Zentrenkonzept lenkt die Einzelhandelsentwicklung in räumlich definierte Bereiche. Es definiert dafür die Innenstadt und ausgewählte Stadtteilzentren als städtebaulich schützenswerte zentrale Versorgungsbereiche und als räumliche Schwerpunkte des innenstadtrelevanten Einzelhandels. Darüber hinaus berücksichtigt das Zentrenkonzept auch zahlreiche Streulagen im Stadtgebiet und weist potenzielle Nahversorgungsstandorte sowie Ergänzungsstandorte für vorzugsweise nicht-innenstadtrelevante Einzelhandelsangebote aus.

Die räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche erfolgte zunächst auf der Grundlage der vorhandenen funktionalen und städtebaulichen Gegebenheiten (=Bestandssituation). Dabei wurden teilweise funktionale und städtebauliche Gegebenheiten des Bestands auf der einen Seite und die Zielstellung einer kompakten räumlichen Struktur auf der anderen Seite gegeneinander abgewogen. Anschließend wurde unter Berücksichtigung der Entwicklungsziele des zentralen



Versorgungsbereichs geprüft, ob die Einbeziehung geeigneter Potenzialflächen in der direkten Umgebung des Bestands erforderlich/sinnvoll ist.

Für die Prüfung der Genehmigungsfähigkeit von Einzelhandelsvorhaben ist die Differenzierung des Sortimentsspektrums in innenstadtrelevante und nicht-innenstadtrelevante Sortimente notwendig. Unter Berücksichtigung der Vorgaben des LEP IV, der vorhandenen Bestandsstrukturen und der Zielvorstellungen für die zentralen Versorgungsbereiche ergibt sich eine „Koblenzer Sortimentsliste“, die das Spektrum der Einzelhandelssortimente in nahversorgungsrelevante, innenstadtrelevante und nicht-innenstadtrelevante Sortimente gliedert und als Richtlinie und Orientierungsrahmen für die Stadtentwicklung und für Investoren einzusetzen ist.

Im Hinblick auf innenstadtrelevante Randsortimente von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-innenstadtrelevantem Kernsortiment empfiehlt sich für zukünftige Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben großflächiger Einrichtungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche eine Begrenzung der innenstadtrelevanten Randsortimente auf insgesamt max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche, maximal jedoch 800 m² Verkaufsfläche des jeweiligen Vorhabens/Betriebs. Im Falle von Erweiterungsvorhaben sollten zusätzliche innenstadtrelevante Randsortimente in diesem Sinne nur dann genehmigt werden, wenn auf einzelbetrieblicher Ebene der bereits vorhandene Bestand der Randsortimente den Anteil von 10 % bzw. 800 m² nicht überschreitet.

Einzelhandelsstandort Koblenz Innenstadt

Der letzte Hauptteil der Untersuchung beleuchtet im Detail bestimmte Einzelhandelslagen und -standorte in Koblenz. Entsprechend der übergeordneten Versorgungsfunktion widmet sich ein umfangreiches Kapitel dem Koblenzer Zentrum. In der Koblenzer Innenstadt konzentrieren sich die gesamtstädtisch und regional bedeutsamen Einrichtungen für Einzelhandel, Dienstleistungen, Verwaltung, Kultur, Tourismus, Gastronomie und Freizeit. Der strukturprägende Einzelhandel umfasst alle innenstadttypischen Sortimente und bietet Auswahlmöglichkeiten. Auch zukünftig sind diese Einrichtungen mit gesamtstädtischer oder überörtlicher Bedeutung bevorzugt in der Innenstadt anzusiedeln. In der Innenstadt ist die höchste Passantenfrequenz zu beobachten. Die Innenstadt nimmt aufgrund ihres übergeordneten Stellenwertes im Standortsystem des Koblenzer Einzelhandels die oberste Position innerhalb der Zentrenhierarchie ein.

Im zentralen Versorgungsbereich der Koblenzer Innenstadt waren zum Erhebungszeitpunkt 496 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 114.400 m² ansässig. Der Textilsektor dominiert den Betriebs- und Verkaufsflächenbestand in der Innenstadt. Ca. 28 % der Betriebe und mehr als die Hälfte der Verkaufsflächen sind dieser Warengruppe zuzuordnen. Etwa ein Zehntel der Betriebe und der Verkaufsflächen entfällt auf den Nahrungs- und Genussmittelbereich. Die Warengruppen Schuhe / Lederwaren und Unterhaltungselektronik / IT sind in der Koblenzer Innenstadt vergleichsweise unterrepräsentiert. Auffällig ist außerdem der hohe Anteil für Hausrat / Geschenke / Einrichtung, der in Koblenz stark vertreten ist. Eine große Zahl von Antiquitätengeschäften prägt den Bestand dieser Warengruppe.

Der Zentralplatz ist seit Mitte der 90er Jahre mindergenutzt bzw. brachgefallen und wird deshalb seiner raumstrukturellen Funktion als Drehscheibe bzw. Scharnier zwischen Altstadt, Schloss und den südlich und westlich angrenzenden Einzelhandelslagen nicht mehr in befriedigendem Umfang gerecht. Die Stadt Koblenz strebt daher seit längerem eine Revitalisierung des Zentralplatzes an. Der Rat der Stadt Koblenz hat im Herbst 2008 eine Entwicklung des Zentralplatzes durch die



Realisierung des Forums Mittelrhein beschlossen. Der ausgewählte Wettbewerbsbeitrag sieht in der nördlichen Hälfte des Platzes die Errichtung eines öffentlich genutzten Gebäudes für kulturelle Nutzungen vor. Die südliche Hälfte des Grundstücks wird entsprechend der Planungen vollständig von einem Einkaufszentrum besetzt. Das geplante dreigeschossige Center wird eine Gesamtverkaufsfläche von max. 20.000 m² (inkl. einzelhandelsnahe Dienstleistungen und zzgl. weiterer Flächen für Gastronomie etc.) aufweisen und die Verkaufsfläche der Innenstadt um rund 18.000 m² erhöhen. Dies entspricht in Relation zum Gesamtbestand in Koblenz einer Vergrößerung des Verkaufsflächenbestands um ca. 6-7 % bzw. 15-16 % im Verhältnis zum Bestand der Innenstadt.

Auf Basis der vorliegenden Unterlagen ist aus gutachterlicher Sicht davon auszugehen, dass die Stadt Koblenz mit dem Forum Mittelrhein eine grundlegende städtebauliche Aufwertung dieses zentralen Innenstadtquartiers erreichen wird. Mit dem Kulturbaustein wird ein neues kulturelles Zentrum an prominenter räumlicher Position geschaffen. Das geplante Einkaufszentrum wird voraussichtlich die Position eines zusätzlichen Kundenmagneten einnehmen. Durch die zu erwartende starke Anziehungskraft des Zentralplatzes werden sich die gegenwärtig überwiegend linearen Passantenströme der Koblenzer Innenstadt räumlich ausweiten. Es ergeben sich mehrere neue Rundlaufmöglichkeiten, die auch zur Belebung bislang benachteiligter Bereiche der Innenstadt beitragen werden, dazu zählen insbesondere die Schloßstraße, die Viktoriastraße und die Clemensstraße. In der Summe der städtebaulichen Aufwertung, der neuen zentralen Kulturangebote und der zusätzlichen Einzelhandelsangebote wird das Oberzentrum Koblenz auf regionaler Ebene seine Position im interkommunalen Wettbewerb stärken.

Es ist zu erwarten, dass die Realisierung des Vorhabens die Konkurrenzfähigkeit der Koblenzer Innenstadt gegenüber den nicht-integrierten Fachmarktstandorten entlang der B9 (sowohl die Fachmarktstandorte in Koblenz als auch die im angrenzenden Mülheim-Kärlich) und gegenüber anderen Innenstädten im Umland steigern wird. Das geplante Einkaufszentrum auf dem Zentralplatz wird daher zu einer gewissen Steigerung der Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet beitragen. Die dadurch erzielten Kaufkraftzuflüsse werden auch als Kundenzuführungseffekte für den etablierten Einzelhandel wirksam.

Einen weiteren (erheblichen) Umsatzanteil wird das Vorhaben im Rahmen der wettbewerblichen Auseinandersetzung gegenüber den bestehenden Einzelhandelsgeschäften erwirtschaften. Vor allem in den Warengruppen Bücher/Schreib-/Spielwaren, Bekleidung/Schuhe/Sport und Elektrowaren liegen die entsprechenden Umsatzumverteilungsquoten im kritischen Bereich. Da es sich dabei um innenstadtprägende Sortimente handelt, können spürbare Umsatzschmälerungen mit sichtbaren Bestandsveränderungen und zumindest temporären städtebaulichen Auswirkungen nicht grundsätzlich ausgeschlossen werden.

Eine Bilanzierung der Chancen und Risiken des Vorhabens lässt sich in Form von zwei gegensätzlichen Perspektiven, „Bestandsschutz“ und „Forum Mittelrhein“, verdichten. Beide Szenarien enthalten belastbare Argumente sowie Chancen und Risiken, die im Rahmen politischer Entscheidungen abzuwägen sind.

Die räumlich differenzierten Eigenschaften der einzelnen Innenstadtlagen wurden in inhaltlicher Hinsicht durch die Gegenüberstellung von Stärken und Schwächen verdichtet, aus denen sich Entwicklungsziele ableiten lassen. Teilweise existieren für die Umsetzung der Entwicklungsziele bereits Planungen bzw. Handlungsansätze, die u.a. von den Koblenzer Einzelhandelsbetrieben, der



Stadtverwaltung Koblenz und der Koblenz-Stadtmarketing GmbH vorangebracht werden. Die formulierten Entwicklungsziele betreffen verschiedene inhaltliche Bereiche. Dazu zählen das innerstädtische Einzelhandelsangebot, die Komplementärangebote, die räumliche Struktur der Innenstadt, die Qualität des öffentlichen Raumes sowie die Bereiche Architektur / Fassaden und verkehrliche Erreichbarkeit.

Weitere Einzelhandelslagen in Koblenz

Die im Zentrenkonzept definierten Stadtteilzentren in Koblenz übernehmen wesentliche stadtteilbezogene und teilweise stadtteilübergreifende Aufgaben der Nahversorgung. Sie unterliegen daher einem besonderen städtebaulichen Schutzbedarf. Die folgenden Lagen in Koblenz wurden als Stadtteilzentren eingestuft: Stadtteilzentrum Karthause, Stadtteilzentrum Ehrenbreitstein, Stadtteilzentrum Güls, Stadtteilzentrum Rauental, Stadtteilzentrum südliche Vorstadt, Stadtteilzentrum Asterstein und Stadtteilzentrum Lützel. Aus der Bestandsanalyse und -bewertung der Stadtteilzentren wurden zahlreiche standortbezogene Entwicklungsziele abgeleitet.

Über die zentralen Versorgungsbereiche hinaus existieren in Koblenz weitere Einzelhandelsstandorte. Als Streulagen werden insbesondere die zahlreichen Ortskernbereiche der Koblenzer Stadtteile eingestuft, die nur (noch) einen rudimentären Restbestand an Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben aufweisen. Die als Streulagen eingestuften Bereiche bieten aufgrund der vorhandenen städtebaulichen oder topographischen Gegebenheiten gegenwärtig keine günstigen Rahmenbedingungen für eine umfassende Weiterentwicklung zu einem leistungsstarken und zukunftsfähigen Stadtteilzentrum. Als Entwicklungsziel für die meisten Streulagen steht daher die Bestandssicherung im Vordergrund. Sofern sich jedoch durch umfangreiche städtebauliche Veränderungen in bestimmten Streulagen neue Rahmenbedingungen bzw. Potenziale für die Weiterentwicklung als nahversorgungs-orientierter Einzelhandelsstandort ergeben, kann eine Neubewertung dieser Streulagen mit dem Ziel einer Einstufung als Stadtteilzentrum geprüft werden. Neben den integrierten Versorgungslagen und den Streulagen sind in Koblenz mehrere großflächige Einzelhandelsagglomerationen an den dezentralen Standorten im nördlichen Stadtgebiet an der B9 vorhanden. Zu den Ergänzungsstandorten des großflächigen Einzelhandels zählen der Gewerbepark Koblenz-Nord, das Dienstleistungszentrum Bubenheim (IKEA, FCC) und das Gewerbegebiet B9 (Fachmarktstandort Andernacher Straße). Neben dem innerstädtischen Einzelhandel tragen diese dezentralen Handelsagglomerationen wesentlich zur regionalen Ausstrahlungskraft des Einzelhandelsstandortes Koblenz bei. Dies ist durch den Bestand großflächiger Magnetbetriebe des langfristigen Bedarfs mit überörtlichem Einzugsgebiet begründet. Die Ansiedlung zentren- und nahversorgungsrelevanter Einzelhandelsangebote ist an den Ergänzungsstandorten aus stadtentwicklungspolitischer Sicht grundsätzlich unerwünscht. Vielmehr übernehmen die Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels in gesamtstädtischer Betrachtung die Funktion von Ergänzungsstandorten für großflächige Angebote des nicht-innenstadtrelevanten Einzelhandels, die aufgrund ihrer betrieblichen Standortanforderungen in den zentralen Versorgungsbereichen keine geeigneten Flächen vorfinden. Insgesamt sind für die drei Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels in Koblenz stärkere inhaltliche Profilierungen der Angebote anzustreben. Einem weiteren Ausbau innenstadtrelevanter Angebote sollte entgegengewirkt werden. Im Falle von Betriebsschließungen einzelner Anbieter sollten stets die Möglichkeiten eines Ansiedlungsmanagements zur Akquirierung eines Betriebes mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten genutzt werden.



Neben den etablierten Einzelhandelslagen gibt es in Koblenz eine größere Anzahl von Standorten bzw. Standortbereichen, die nicht zu den Einzelhandels-Hauptlagen zählen, für die aber bereits mögliche Einzelhandelsentwicklungen diskutiert wurden oder für die sich zukünftig mit größerer Wahrscheinlichkeit entsprechende Entwicklungen ergeben können (sog. sonstige Handlungsbereiche). Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurden diese sonstigen Handlungsbereiche analysiert. Die relevanten Standorteigenschaften und Planungen wurden zusammengestellt und durch Luftbilder und Pläne ergänzt. Die Ausführungen münden in der Formulierung von Entwicklungszielen für die einzelnen Standorte bzw. Standortbereiche.