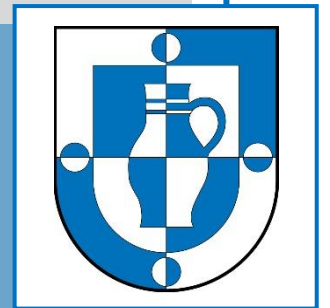


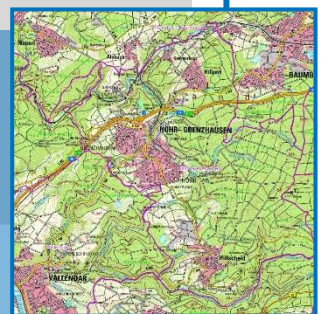
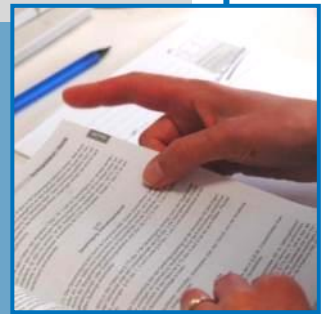
# Einzelhandels- und Zentrenkonzept

für die

## Verbandsgemeinde Höhr-Grenzhausen



*Fortschreibung 2019*





**Einzelhandels- und Zentrenkonzept**  
für die  
**Verbandsgemeinde Höhr-Grenzhausen**

***Fortschreibung 2019***

***Beschlussfassung***  
**vom 10.02.2020**

**Ausarbeitungsstand**  
**Januar 2020**

---

Thilo Becker (Bürgermeister)

---

**ISU**

Immissionsschutz, Städtebau, Umweltplanung  
Hermine-Albers-Straße 3  
54634 Bitburg

Telefon 06561/9449-01  
Telefax 06561/9449-02

E-Mail [info@i-s-u.de](mailto:info@i-s-u.de)  
Internet [www.i-s-u.de](http://www.i-s-u.de)



## INHALTSVERZEICHNIS

<b>1</b>	<b>EINFÜHRUNG .....</b>	<b>2</b>
1.1	Ausgangssituation.....	2
1.2	Methodische Vorgehensweise .....	2
<b>2</b>	<b>ÜBERGEORDNETE STANDORTRELEVANTE RAHMENBEDINGUNGEN .....</b>	<b>3</b>
2.1	Allgemeine Entwicklung des Einzelhandels in den zurückliegenden Jahren .....	3
2.2	Aktuelle Entwicklungstrends im Einzelhandel .....	4
2.3	Vorgaben der Landesplanung .....	8
2.4	Vorgaben der Regionalplanung .....	10
<b>3</b>	<b>HÖHR-GRENZHAUSEN ALS EINZELHANDELSSTANDORT IN DER REGION .....</b>	<b>13</b>
3.1	Einwohnerzahlen .....	13
3.2	Einzugsbereiche .....	13
<b>4</b>	<b>ANGEBOTSSITUATION DES EINZELHANDELS.....</b>	<b>16</b>
4.1	Allgemeine Angebotssituation .....	16
4.2	Struktur des Einzelhandelsangebotes.....	17
<b>5</b>	<b>NACHFRAGESITUATION DES EINZELHANDELS .....</b>	<b>18</b>
5.1	Kaufkraftpotenzial.....	18
5.2	Kaufkraftbindung .....	19
5.3	Bewertung des Einzelhandelsstandortes .....	22
5.4	Weitere Rahmenbedingungen für die Entwicklung des Einzelhandels in Höhr-Grenzhausen .....	23
<b>6</b>	<b>GUTACHTERLICHE AUSWERTUNG.....</b>	<b>24</b>
6.1	Zahlenwerk .....	24
6.2	Absatzwirtschaftliche Entwicklungsspielräume, Potenziale und Restriktionen.....	24
6.3	Fazit.....	35
<b>7</b>	<b>EINZELHANDELS- UND ZENTRENKONZEPT.....</b>	<b>36</b>
7.1	Ziele und Grundsätze der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung .....	36
7.2	Ausweisung der zukünftigen zentralen Versorgungsbereiche.....	38
7.3	Lokalspezifische Sortimentsliste .....	44
<b>8</b>	<b>SCHLUSSWORT .....</b>	<b>50</b>
<hr/>		
	<b>ANHANG.....</b>	<b>51</b>

# 1 EINFÜHRUNG

## 1.1 Ausgangssituation

Im Jahr 2016 hat die Verbandsgemeinde Höhr-Grenzhausen ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept nach den Vorgaben des LEP IV und des damaligen Raumordnungsplans aufgestellt. Dieses Konzept regelte die Definition und Lage der zentralen Versorgungsbereiche in der Verbandsgemeinde. Dabei wurden sowohl bestehende Zentren als auch planerische Zielsetzungen von Stadt und Verbandsgemeinde Höhr-Grenzhausen berücksichtigt. Die zugehörige Sortimentsliste war ebenfalls bereits im Konzept verankert. Das bestehende Konzept diente bereits als bauleitplanerische Grundlage für Entscheidungen der kommunalen Gremien.

Aktuell stehen Veränderungen in der Einzelhandelslandschaft Höhr-Grenzhausens an. Daher soll das Konzept auf einen aktuellen Stand gebracht und den aktuellen Anforderungen entsprechend fortgeschrieben werden. Im stetig laufenden Prozess der Stadtentwicklung Höhr-Grenzhausens bildet die Integration der Einzelhandelskonzeption einen wichtigen Baustein. Insofern sollen die aktuellsten Erkenntnisse als neue Grundlage für richtungsweisende Entscheidungen der Gremien dokumentiert werden. Hieraus folgt die anstehende, vorliegende Fortschreibung 2019 des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.

## 1.2 Methodische Vorgehensweise

Der vorliegende Konzeptentwurf baut auf dem Konzept aus dem Jahr 2016 auf. Die seinerzeit durchgeführten Bestandserhebungen, Berechnungen und konzeptionellen Empfehlungen werden vor dem Hintergrund der seither eingetretenen Entwicklungen und aktuellen Planungsabsichten auf ihre Zukunftsfähigkeit hin analysiert und kritisch bewertet. Dazu erfolgen folgende planerisch-gutachterliche Schritte:

- Verifizierung der Daten über bestehende Betriebe und Einrichtungen in der Verbandsgemeinde Höhr-Grenzhausen
- Einbeziehung aktuellster Kaufkraftdaten der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) mit Stand 2018
- Berücksichtigung der aktuellsten Bevölkerungszahlen vom 31.12.2018
- Berechnungen der Kaufkraftbindungsquoten und Ableitung der Entwicklungspotenziale für den Einzelhandel vor dem Hintergrund aktuellster wissenschaftlicher Studien, Prognosen und Statistiken
- Bewertung der Definitionen der Zentralen Versorgungsbereiche, Ergänzungsstandorte und der Sortimentslisten sowie ggf. Neufassung dieser Ziele städtebaulicher Entwicklung
- Diskussion und Beschlussfassung der neuen Konzeption als Grundlage für die städtebauliche Planung

Bei der Fortschreibung 2019 werden der aktuelle Stand des LEP IV und der seit 2017 geltende Raumordnungsplan Mittelrhein-Westerwald berücksichtigt. Ebenfalls berücksichtigt werden die aktuelle Rechtsprechung und zwischenzeitliche Veränderungen in Höhr-Grenzhausen sowie den umliegenden Städten und Gemeinden.

## 2 ÜBERGEORDNETE STANDORTRELEVANTE RAHMENBEDINGUNGEN

### 2.1 Allgemeine Entwicklung des Einzelhandels in den zurückliegenden Jahren

Der Strukturwandel im Einzelhandel hält nach wie vor an, auch wenn bestimmte Entwicklungen zwischenzeitlich bereits mehrfach für beendet erklärt worden sind. Insbesondere während der vergangenen dreieinhalb Jahrzehnte haben sich dabei massive Veränderungen der Einzelhandelslandschaft ergeben, die das Gesicht unserer Städte und Gemeinden nachhaltig prägen.

Während in den 80er und 90er Jahren des vergangenen Jahrhunderts insbesondere Lebensmitteldiscounter und bestimmte Fachmärkte (z.B. aus dem Bereich „Bekleidung / Textilien“, „Schuhe / Lederwaren“ u.ä.) auf die „grüne“ oder „graue Wiese“ drängten, ist immer noch eine weitergehende Diversifizierung der Sortimente und Betriebskonzepte festzustellen, die seit einigen Jahren dazu führt, dass sich mittlerweile auch Geschäfte, die früher ausschließlich in den Ortskernen zu finden waren, gerne neben „Magnetbetrieben“ des Lebensmitteleinzelhandels oder anderer Branchen ansiedeln. Dieser Trend führte zu einer immer stärker ausschließlich autokundenorientierten Standortwahl, die regelmäßig eine sehr große Anzahl an Stellplätzen forderte und damit zu einem erhöhten Flächenverbrauch führte.

Außerdem wurden preisaggressive Kernsortimente immer stärker durch gezielte, wöchentlich ein- oder zweimal wechselnde „Angebotsware“ ergänzt, die so günstig verkauft wird, dass dadurch der eingesessene Einzelhandel der jeweils betroffenen Branche massiv unter Druck geriet. Lebensmitteldiscounter erreichten durch solche Sortimentsergänzungen mit Non-Food-Artikeln nicht selten Marktanteile von bis zu 50 % für den Angebotszeitraum und stellten somit eine erhebliche Konkurrenz zu den anderen Anbietern in den jeweiligen Warengruppen dar. Dieser Trend hält bis heute unvermindert an.

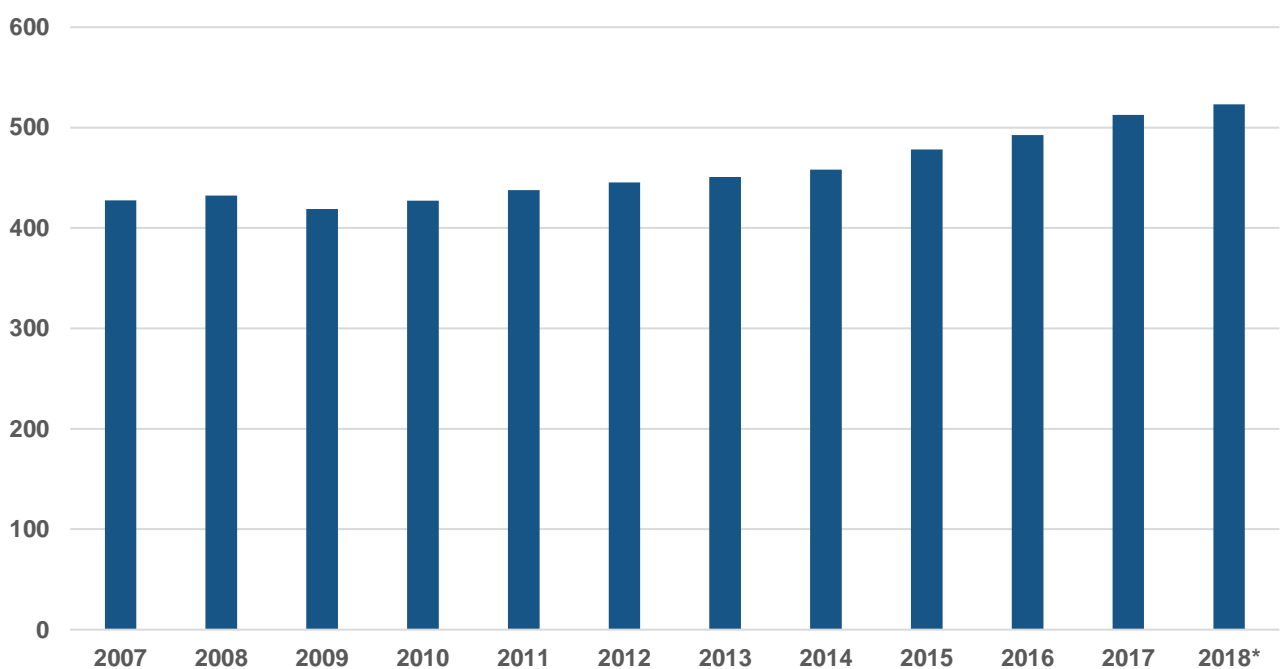


Abbildung 1: Einzelhandelsumsätze in Deutschland in Mrd. € seit 2007  
 (Quelle: einzelhandel.de | Umsatzentwicklung Einzelhandel | \* Prognose für 2018 | Stand April 2018  
 | Zugriff in 08.2018 | eigene Darstellung)

## 2.2 Aktuelle Entwicklungstrends im Einzelhandel

### 2.2.1 Allgemeine Entwicklung

Viele Städte und Gemeinden haben erkannt, dass eine gezielte Steuerung des Einzelhandels notwendig ist, um den aktuellen Entwicklungen entgegen zu wirken und die Anziehungskraft der Innenstädte zu erhalten oder zu attraktivieren. Auch anhand der Nachfragen durch Investoren, welche häufig im Zuge einer Wiederbelebung vorhandener Strukturen die innerstädtischen Potenziale nutzen möchten, lässt sich eine Rückbesinnung des Einzelhandels in die Städte erkennen.<sup>1</sup> Zwar ist diese Entwicklung grundsätzlich als positiv zu erachten, dennoch gilt es natürlich die damit einhergehenden Faktoren wie zum Beispiel gegebenenfalls steigende Lärm- oder Abgasimmissionen durch ein erhöhtes Verkehrsaufkommen zu berücksichtigen und in die Abwägung einzustellen, um nicht nur eine zentrale und bewohnerfreundliche Nahversorgungsstruktur zu fördern, sondern auch die weiteren öffentlichen Belange zu sichern und zu erhalten.

Zudem ist auch die Entwicklung von größeren Einzelhandelsstandorten außerhalb der gewachsenen Zentrenstrukturen, die in vielen Fällen zu einer Schwächung der Ortskerne führen können, noch nicht abgeschlossen. Zwar entstehen nur noch in den wenigsten Fällen Neuansiedlungen einzelner Discounter oder Vollsortimenter und es handelt sich eher um Betriebserweiterungen oder agglomerationsfördernde Ansiedlungen in Nebenzentren oder in Cityrandlagen, jedoch können die hier gegebenenfalls entstehenden, größeren „Fachmarktzentren“ mit einer Kombination von Märkten verschiedener Branchen<sup>2</sup>, häufig städtebauliche Risiken bergen. Die Gefahr des Attraktivitätsverlustes gewachsener Zentren besteht demzufolge nach wie vor; Geschäfte werden aufgegeben und durch zunehmende Leerstände beginnt ein „Teufelskreis“ an dessen Ende oft der „Tod“ der Innenstadt steht.

Problematisch ist neben diesen städtebaulichen Auswirkungen auch die unter anderem daraus resultierende Verschlechterung der wohnungsnahen Grundversorgung in vielen Gemeinden. Während in den 60er und 70er Jahren des vergangenen Jahrhunderts in nahezu jeder noch so kleinen Gemeinde ein „Tante Emma Laden“ existierte, und auch Vollsortimenter mit Verkaufsflächen um 400 m<sup>2</sup> zur Versorgung eines Stadt- oder Ortsteils keine Seltenheit waren, ist diese Kategorie heute nahezu gänzlich ausgestorben. Dies ist insbesondere für ältere, weniger mobile Menschen ein Problem und hinsichtlich des demografischen Wandels in Zukunft noch kritischer zu bewerten.

Da der Versorgungseinkauf fast nur noch mit dem Pkw erledigt wird, drängen immer noch Betriebe, die sich durch Kopplungskäufe eine Steigerung ihres Umsatzes versprechen (z.B. Blumen- oder Tabak- und Zeitschriftenläden, Apotheken, Optiker, ...), an die entsprechenden Standorte. Diese „Fachmarktzentren“ sind mit immer breiter gestreuten Angeboten ausgestattet, die oft durch zahlreiche kleine Läden und Dienstleister (z.B. Reinigung, Änderungsschneiderei, ...) in unmittelbarer Zuordnung „schleichend“ ergänzt werden. So können zahlreiche Erledigungen des täglichen Bedarfs „nebenher“ über das für die Kundschaft attraktive und von ihr erwünschte „One-Stop-Shopping“ erfolgen, was einen Besuch des Ortskerns zunehmend erübrigt.

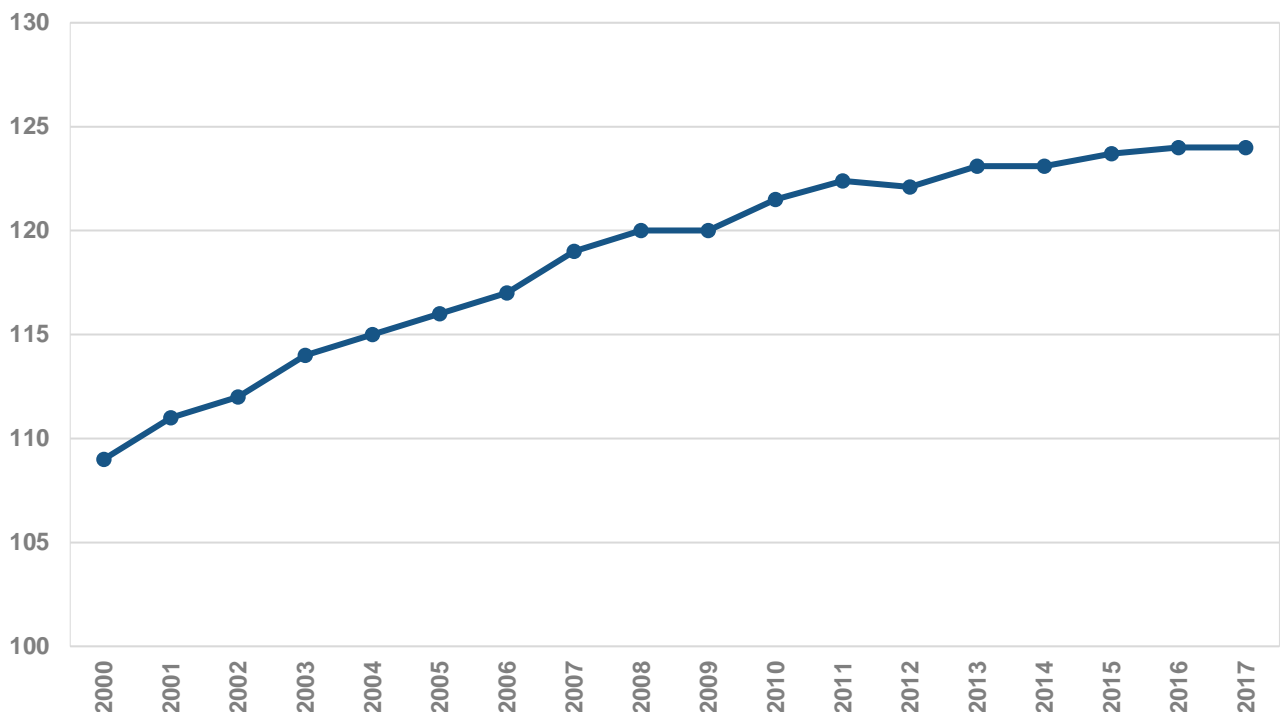
---

<sup>1</sup> vgl. HWWI 2013: Handel im Wandel

<sup>2</sup> In den meisten Fällen werden heute ein Vollsortimenter (z.B. EDEKA oder REWE) mit einem Lebensmitteldiscountmarkt (z.B. ALDI oder LIDL), einem Drogeriemarkt (z.B. DM oder ROSSMANN) und weiteren Discountmärkten verschiedener Branchen (z.B. KIK oder TAKKO aus dem Textilbereich, DEICHMANN oder SCHUHMARKE aus dem Bereich Schuhe / Lederwaren) und einigen kleineren Läden (Bäcker, Metzger, Tabak / Zeitschriften, ...) kombiniert. Vielfach tritt zur Abrundung des Sortiments noch ein Getränkemarkt hinzu. In größeren Städten wird nicht selten zusätzlich ein Elektrofachmarkt angesiedelt.

Zugleich spielt andererseits die ÖPNV-Anbindung sowie die fahrrad- oder fußläufige Erreichbarkeit eines Standortes auch in Folge eines ökologischen Umdenkens in der Gesellschaft eine immer größere Rolle im Einkaufsentscheidungsverhalten, sodass hier voraussichtlich Einzelhandelsstandorte in Innenstadtlagen wieder eine größere Rolle spielen können.

Ein aktueller Trend betrifft auch die Vergrößerung der Verkaufsflächen, die sich früher oft am seinerzeit geltenden Maßstab der Großflächigkeit orientierten und damit häufig unter 700 m<sup>2</sup> lagen.<sup>3</sup> Durch Wünsche der Kunden nach mehr Übersichtlichkeit bei der Warenpräsentation sowie mehr Einkaufskomfort (z.B. breitere Gänge, Vermeidung hoher Regale, Erhöhung der Anzahl der Kassen u.ä.) und durch immer strengere gesetzliche Anforderungen (z.B. Pfandrücknahmepflicht, Entsorgung von Batterien und Leuchtmitteln, Entsorgung von Verpackungsmaterial u.ä.) beantragen daher heute selbst klassische Lebensmitteldiscounter wie ALDI, LIDL, PENNY u.a. zunehmend Verkaufsflächen von 1.000 bis zu 1.400 m<sup>2</sup> oder darüber hinaus und nähern sich so zunehmend den Vollsortimentern wie EDEKA, REWE, WASGAU u.a. an.



**Abbildung 2: Entwicklung der Verkaufsflächen im Einzelhandel in Millionen Quadratmeter**  
(Quelle: einzelhandel.de | Verkaufsflächenentwicklung Stand Juli 2018 | Zugriff in 30.10.2018 | eigene Darstellung)

Diese benötigen teilweise sogar noch deutlich größere Flächen, da hier die angebotene Warenpalette erheblich breiter ist als bei den Discountern und meist noch Frischeprodukte u.ä. hinzukommen. Die Ansiedlungen solcher großflächiger Betriebe auf der „grünen Wiese“ (dies betrifft Lebensmittelläden, Fachmärkte und Einkaufszentren) bedürfen großer Parkplätze und generieren

<sup>3</sup> Im Jahr 2005 hatte sich das BVerwG mit der Fragestellung zu beschäftigen, ab welcher Größe ein Einzelhandelsbetrieb als „großflächig“ gilt. Bis dahin wurde meist davon ausgegangen, dass – obwohl eine feste Grenze nicht existierte – ein Schwellenwert von 700 m<sup>2</sup> nicht überschritten werden darf. Mit den Entscheidungen vom 24. November 2005 – 4 C 10/04 und 4 C 14/04 – wurde erstmalig eine verbindliche Grenze definiert, die seitdem bei 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche liegt. Hierbei ist jedoch zu beachten, dass heute auch verschiedene Flächenanteile (z.B. Kassenvorzone) zur Verkaufsfläche hinzuzurechnen sind, die früher bei deren Bestimmung gerne außen vor gelassen wurden.



somit eine erhöhte Flächenversiegelung. Zudem schwächt diese Ansiedlung am Stadtrand den zentral angesiedelten, gewachsenen Einzelhandel in den Innenstädten.

Aus diesen Gründen sind Lebensmittelgeschäfte in den Stadtkernen heute vielerorts nicht mehr oder nur noch vereinzelt zu finden. Auch Standorte, die erst vor wenigen Jahren eröffnet wurden, aber keine Erweiterungsmöglichkeiten mehr bieten, um den aktuellen Trends Rechnung zu tragen, werden aufgegeben. Dies betrifft sowohl Lagen im Ortszentrum, als auch Ansiedlungen in den Randbereichen, die oft genug nur wenige Jahre betrieben werden. Viele inhabergeführte oder alteingesessene Betriebe müssen dem Wettbewerb nachgeben, sodass Leerstände entstehen können. Die Problematik eines damit eventuell einhergehenden Trading-Down-Effektes gilt es zwingend zu vermeiden. Hierbei ist allerdings zu beachten, dass eine pauschale Beurteilung über die Innenstadtverträglichkeit eines Einkaufszentrums zu verneinen ist<sup>4</sup> und einer Einzelfallprüfung bedarf.

Die Schnelllebigkeit der Handelswelt zeigt sich auch in umgekehrter Sache. In Folge eines der allgemeinen Entwicklung und dem damit ansteigenden Konkurrenzdruck nachgebenden fehlgeschlagenen Versuches über XL-Märkte den Konkurrenten Paroli zu bieten hat 2012 die bekannte und bis dato standortstärkste Drogeriemarktkette SCHLECKER durch ihre Insolvenz und den damit verbundenen Ladenschließungen für eine Dynamik am Markt gesorgt, die vielfach zu Veränderungen in der Grundversorgung im ländlichen Raum geführt hat. Nachdem in 2011 noch ca. 10.250 Drogerien am Markt waren, wurden 2012 nur noch 3.855 Standorte verzeichnet<sup>5</sup>. Kleinere Orte, in denen SCHLECKER Filialen schlossen, konnten häufig keine Drogeriewaren mehr vorhalten. Nach der Insolvenz musste der Markt in der Warengruppe neu aufgeteilt werden, was insbesondere für die bereits existierenden Konkurrenzunternehmen interessant wurde.

Vor allem DM und Rossmann haben hier profitiert und ihr Standortnetz ausgebaut. Ein weiterer Profiteur ist die Kette Müller; mit häufig kaufhausähnlichen Marktgrößen hat sich das Ulmer Unternehmen an dritter Stelle des bundesweiten Marktes etabliert. Jedoch zeigt das Beispiel des mittlerweile als viertem Player am Markt etablierten Unternehmens Budnikowsky, dass eine Rückbesinnung auf kleinere Standorte ebenfalls sinnvoll ist, um die durch die Schlecker Insolvenz entstandenen Versorgungslücken flächendeckend zu füllen<sup>6</sup>. Insgesamt betrachtet besteht jedoch nach wie vor Bedarf, um die ehemals als nahezu ideal zu bewertende Versorgungssituation in dieser nahversorgungsrelevanten Branche wieder herzustellen.

### 2.2.2 Faktor Online-Handel

Weitere Dynamik erhält der Einzelhandelsmarkt durch das rasante Wachstum des Einzelhandels im Online Segment. So nimmt der Anteil des Online-Handels weiter zu. Lag der Umsatz in 2012 bei etwa 33 Mrd. € und damit ca. 8% des Gesamtumsatzes in Deutschland, wurde bereits für 2018 nahezu einer Verdoppelung erreicht.

---

<sup>4</sup> vgl. BMVBS 2013: Weißbuch Innenstadt – Umsetzung gestalten, S.10

<sup>5</sup> Handelsdaten.de

<sup>6</sup> Hahn Gruppe Research 2014 – Retail Real Estate Report Germany



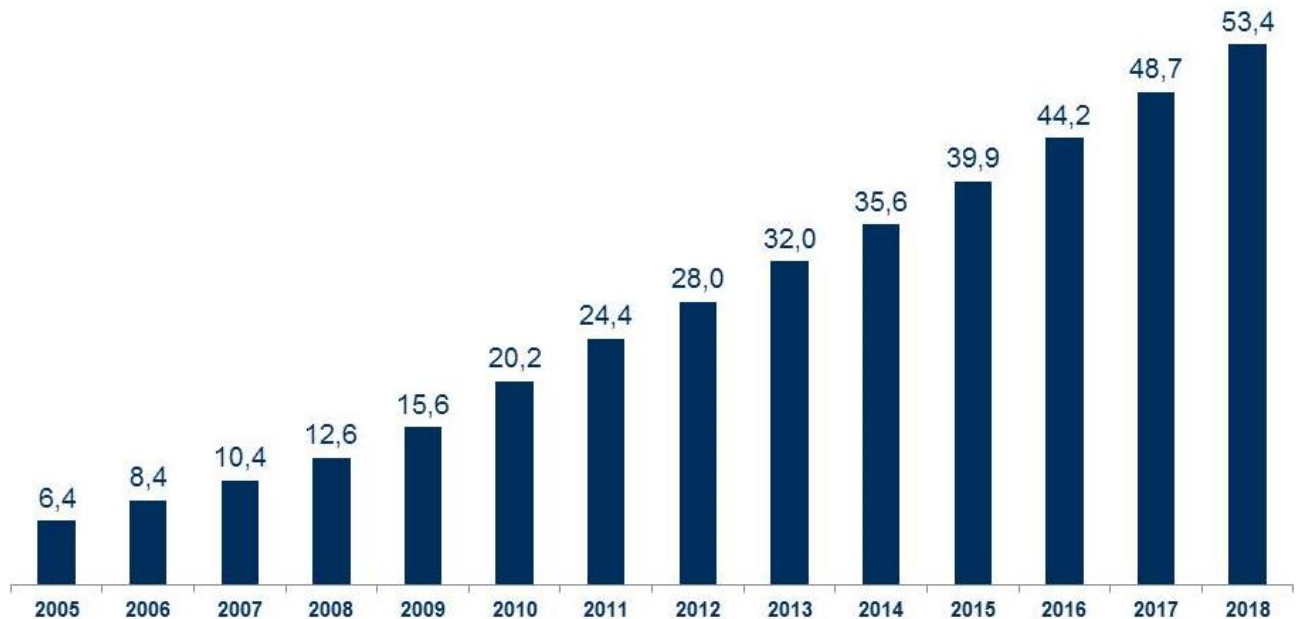


Abbildung 3: Umsatz im Online-Handel wächst 2018 um zehn Prozent (Zahlen ohne Umsatzsteuer)  
(Quelle: Handelsverband Deutschland: HDE-Prognose, IFH;)

Eine Unterscheidung zwischen den Anteilen der Non-Food-Segmente und der Food-Segmente am Gesamtanteil des Online Umsatzes ist hier allerdings dringend zu beachten. In Folge der Gesamtstrukturentwicklung, welche stark durch den Wandel hin zum Online-Handel geprägt wird, ist vor allem der Fachhandel von rückläufigen Kundenzahlen betroffen. So schätzen 40 Prozent der an einer im Frühjahr 2014 durchgeführten Konjunkturumfrage teilnehmenden Einzelhändler<sup>7</sup> die Kundenfrequenzen als sinkend ein, 17 Prozent bewerten die Kundenfrequenzen sogar als deutlich sinkend. Die Folgen für die jeweiligen Branchen sowie die aus dieser Entwicklung resultierenden Umsatzverteilungen sind teilweise dramatisch.

Die Sortimente Bücher, Spielwaren und Unterhaltungselektronik sind im Online-Handel als etabliert zu bezeichnen.<sup>8</sup> Dabei ist Elektronik eines der Segmente bei denen bereits erste Sättigungstendenzen zu verzeichnen sind. Bekleidung und Mode hingegen entwickeln sich weiterhin mit einer hohen Dynamik. Fraglich ist zudem, wie sich die Warengruppen positionieren, deren aktueller Online Anteil noch verhältnismäßig gering ist, wie z.B. Nahrungsmittel mit nur ca. 0,4 % Online Anteil.<sup>9</sup>

Generell machen sich die Auswirkungen der Online Entwicklung jedoch bereits seit längerem in den Innenstädten sowohl durch die Schließung kleinerer privater Händler aber auch aktuell von Filialen großer Buchhandlungen bemerkbar. Setzt sich dieser Trend auch in den anderen Branchen fort, so ist die weitere Zunahme der Leerstände in den Innenstädten nur noch eine Frage der Zeit.

In Kombination mit den Auswirkungen des demografischen Wandels wächst der bereits jetzt vorhandene Druck auf den stationären, innerstädtischen Handel daher weiter an. Der demografische Wandel kann hier jedoch auch als Chance gesehen werden. So werden für die zukünftig wachsende Zielgruppe älterer Menschen in Zukunft eine gute fußläufige Erreichbarkeit, die Erreichbarkeit zum

<sup>7</sup> vgl. GfK 2014: Einzelhandel wächst 2014 nur durch Online.

<sup>8</sup> vgl. IHK Frankfurt 2014: Neue Trends im Einzelhandel

<sup>9</sup> vgl. Website HDE Handelsverband Deutschland: Online-handel-wächst-2015-um-12-prozent, 19.11.2014

ÖPNV sowie bequeme Parkmöglichkeiten eine wichtige Rolle bei der Einkaufsentscheidung spielen und diese Aspekte folglich zu einem wichtigen Faktor im Wettbewerb um diese Zielgruppe im stationären Einzelhandel werden.<sup>10</sup> Betrachtet man die generellen Auswirkungen der Dynamiken des Einzelhandels, bedarf es einer gezielten Steuerung der Ansiedlungsprozesse in einer Stadt oder Gemeinde, welche auch durch das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Verbandsgemeinde Hör-Grenzhausen festgelegt, untermauert und umgesetzt werden sollte.

### 2.3 Vorgaben der Landesplanung

Durch das im LEP IV verankerte Ziel Z°40 wird der Stadt Hör-Grenzhausen die Funktion eines Mittelzentrums innerhalb des Mittelbereiches des Oberzentrums Koblenz im Verdichtungsraum Koblenz / Lahnstein zugewiesen. Um dem damit verbundenen Versorgungsauftrag nachzukommen, wird das Konzept auf Grundlage der Vorgaben und Rahmenbedingungen für Mittelzentren mit entsprechender Zielsetzung entwickelt.

Hör-Grenzhausen ist dabei Teil des mittelzentralen Verbundes der kooperierenden Ober- und Mittelzentren Koblenz (OZ), Lahnstein (MZ), Vallendar (MZ), Bendorf (MZ) und eben Hör-Grenzhausen (MZ).

Dabei sollen gemäß G 41 „diejenigen kooperierenden Zentren, die über kein umfassendes Angebot an mittelzentralen Einrichtungen verfügen, ein breit gefächertes Angebot ergänzender Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen vorhalten“<sup>11</sup>.

Die Versorgung auf der mittelzentralen Ebene soll durch die kooperierenden Mittelzentren gemeinsam in vertraglich geregelten oder wie im Falle von Hör-Grenzhausen informeller Aufgabenteilung (Verdichtungsraum Koblenz/ Lahnstein) stattfinden. Die Mindestversorgungsstandards sind dabei der Tabelle 5 des LEP IV zu entnehmen. Als Orientierungsrahmen kann darüber hinaus Tabelle 6 des LEP IV berücksichtigt werden. Für den Einzelhandel wird hier auf Einzelhandelseinrichtungen innerstädtischer Art sowie beispielhaft die Ausstattung mit Fachmarktzentren verwiesen.

Dies kann auch der Sicherung einer umfassenden, möglichst wohnortnahen Versorgung / einer Versorgung in annehmbarer Erreichbarkeit unter Einbeziehung ergänzender Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen in den aktuellen Mittelzentren beitragen.

Dem LEP IV sind unter Kapitel 3.2.3 *Öffentliche Einrichtungen und Dienstleistungen (großflächiger Einzelhandel)* folgende Zielaussagen zu entnehmen, die über die Bestimmungen des § 1 Abs. 4 Baugesetzbuch (BauGB) als „Ziele der Raumordnung“ bei der Aufstellung von Bauleitplänen verbindlich zu beachten sind

**Z 57** definiert eine absolute Obergrenze der Verkaufsflächen bzw. eine bindende Orientierung für großflächige Einzelhandelsbetriebe an der zentralörtlichen Funktion der Gemeinde. Für die Stadt Hör-Grenzhausen ist diese Vorgabe demnach insofern relevant, als dass auch Betriebe mit mehr als 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (VK) im „Mittelzentrum des Ergänzungsnetz“ ausdrücklich angesiedelt werden dürfen.

---

<sup>10</sup> vgl. HWWI 2013: Handel im Wandel

<sup>11</sup> vgl. Ministerium des Innern und für Sport Rheinland-Pfalz, Oberste Landesplanungsbehörde: Landesentwicklungsprogramm (LEP IV), Mainz, 2008, S. 86 ff

**Z 58**, das sogenannte „städtebauliche Integrationsgebot“, fordert bei Ansiedlungen großflächiger Betriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten eine Lage innerhalb eines „zentralen Versorgungsbereiches“. Diese Bereiche sind im Zuge dieses Konzeptes entsprechend abzugrenzen und verbindlich festzulegen. Zu den diesbezüglichen Anforderungen wird auch auf die Ausführungen in den nachfolgenden Kapiteln verwiesen.

**Z 57** Die Errichtung und Erweiterung von Vorhaben des großflächigen Einzelhandels ist nur in zentralen Orten zulässig (**Zentralitätsgebot**). Betriebe mit mehr als 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche kommen nur in Mittel- und Oberzentren in Betracht. Ausnahmsweise sind in Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion mit mehr als 3.000 Einwohnerinnen und Einwohnern großflächige Einzelhandelsvorhaben bis zu insgesamt 1.600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zulässig, wenn dies zur Sicherung der Grundversorgung der Bevölkerung erforderlich ist.

**Z 58** Die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten ist nur in städtebaulich integrierten Bereichen, das heißt in Innenstädten und Stadt- sowie Stadtteilzentren, zulässig (städtebauliches Integrationsgebot). Die städtebaulich integrierten Bereiche (zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des BauGB) sind von den zentralen Orten in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen. Diese Regelungen müssen auch eine Liste innenstadtrelevanter und nicht innenstadtrelevanter Sortimente umfassen.

**Z 59** Die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten ist auch an **Ergänzungsstandorten** der zentralen Orte zulässig. Diese sind ebenfalls von den Gemeinden in Abstimmung mit der Regionalplanung festzulegen und zu begründen. Innenstadtrelevante Sortimente sind als Randsortimente auf eine innenstadtverträgliche Größenordnung zu begrenzen.

**Z 60** Durch die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben dürfen weder die Versorgungsfunktion der städtebaulich integrierten Bereiche der Standortgemeinde noch die der Versorgungsbereiche (Nah- und Mittelbereiche) benachbarter zentraler Orte wesentlich beeinträchtigt werden (**Nichtbeeinträchtigungsgebot**). Dabei sind auch die Auswirkungen auf Stadtteile von Ober- und Mittelzentren zu beachten.

**Z 61** Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe, deren Verkaufsfläche in der Summe die Grenze der Großflächigkeit überschreitet, sind wie großflächige Einzelhandelsbetriebe zu behandeln. Der Bildung von Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche ist durch Verkaufsflächenbegrenzungen in der Bauleitplanung entgegenzuwirken (**Agglomerationsverbot**). Haben sich bereits Agglomerationsbereiche außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche gebildet, so sind diese als Sondergebiete des großflächigen Einzelhandels in der Bauleitplanung auszuweisen und in ihrem Bestand festzuschreiben.

**Z 59** definiert Vorgaben für die Ansiedlung von Betrieben mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten (z.B. Baustoffmärkte u.ä.), die auf Grund ihres Angebotes innenstadtrelevante Sortimente als Randsortimente in einem verträglichen Maße führen dürfen. Dieses Maß ist im Konzept ebenfalls zu bestimmen. Auch hier ist zu beachten das Betriebe mit einer VK von über 2.000 m<sup>2</sup> in Mittelzentren zulässig sind.

**Z 60**, das sogenannte „Nichtbeeinträchtigungsgebot“, bekräftigt, dass durch geplante Ansiedlungen großflächiger Betriebe weder die zentralen Versorgungsbereiche der Standortgemeinde selbst, noch die benachbarter Kommunen – entsprechend dem jeweiligen Versorgungsauftrag, der sich aus der zentralörtlichen Funktionszuweisung ergibt – wesentlich beeinträchtigt werden dürfen.

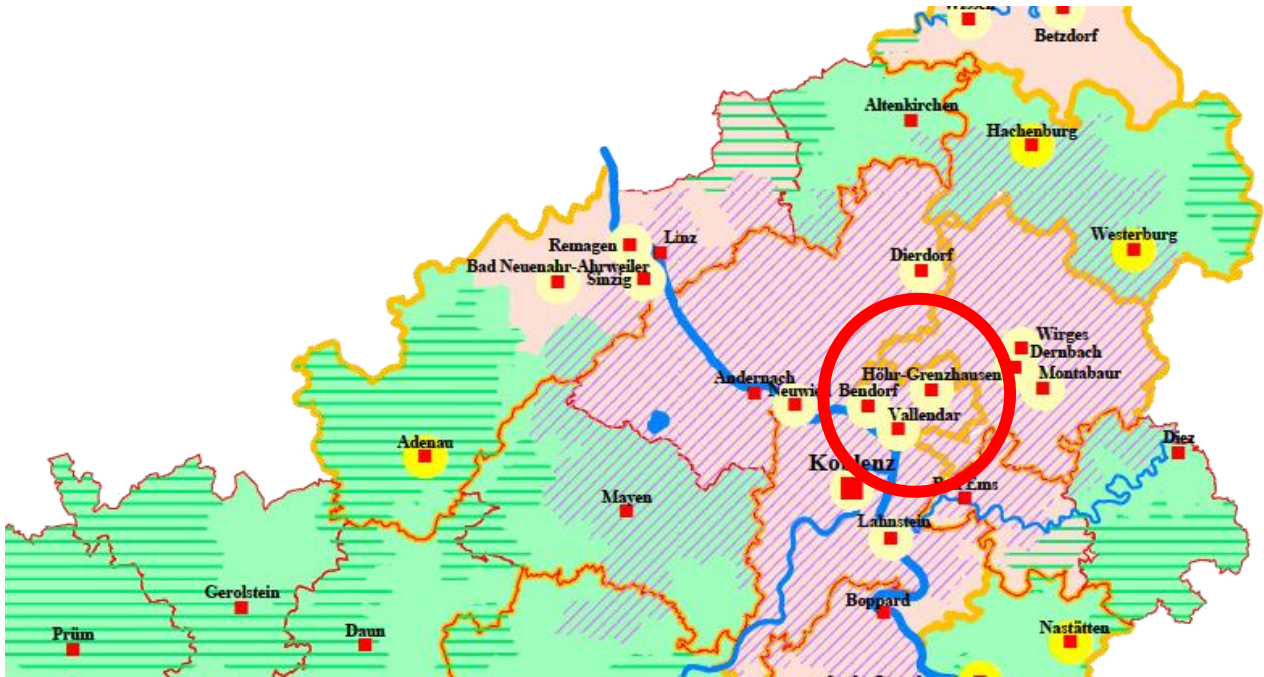


Abbildung 4: Leitbild Daseinsvorsorge – Zentrale Orte, Mittelbereiche und mittelzentrale Verbünde  
(Quelle: LEP IV, Karte 6 (Ausschnitt))

**Z 61** sieht vor, dass auch bei nicht innenstadtrelevanten Einzelhandelsbetrieben außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches räumliche Häufungen, also sog. Agglomerationen, nicht auftreten sollen. Dem ist durch entsprechende Flächenbeschränkungen Rechnung zu tragen. Bei bereits bestehenden Agglomerationen ist dieser Zustand als maximale Ausdehnung bauleitplanerisch zu sichern. Entsprechende Empfehlungen sollen Teil dieses Konzeptes sein. Dabei sind gemäß Änderung des LEP IV vom 22.08.2015 nunmehr auch Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe, deren Verkaufsfläche in der Summe die Grenze der Großflächigkeit überschreiten wie großflächige Einzelhandelsbetriebe zu behandeln. Für die Bewertung als Agglomeration ist unter anderem ein räumlicher und funktionaler Zusammenhang erforderlich, welcher z.B. auch anhand der Luftliniendistanz zwischen den Eingängen der einzelnen Betriebe - unter 150 m - bewertet wird.

## 2.4 Vorgaben der Regionalplanung

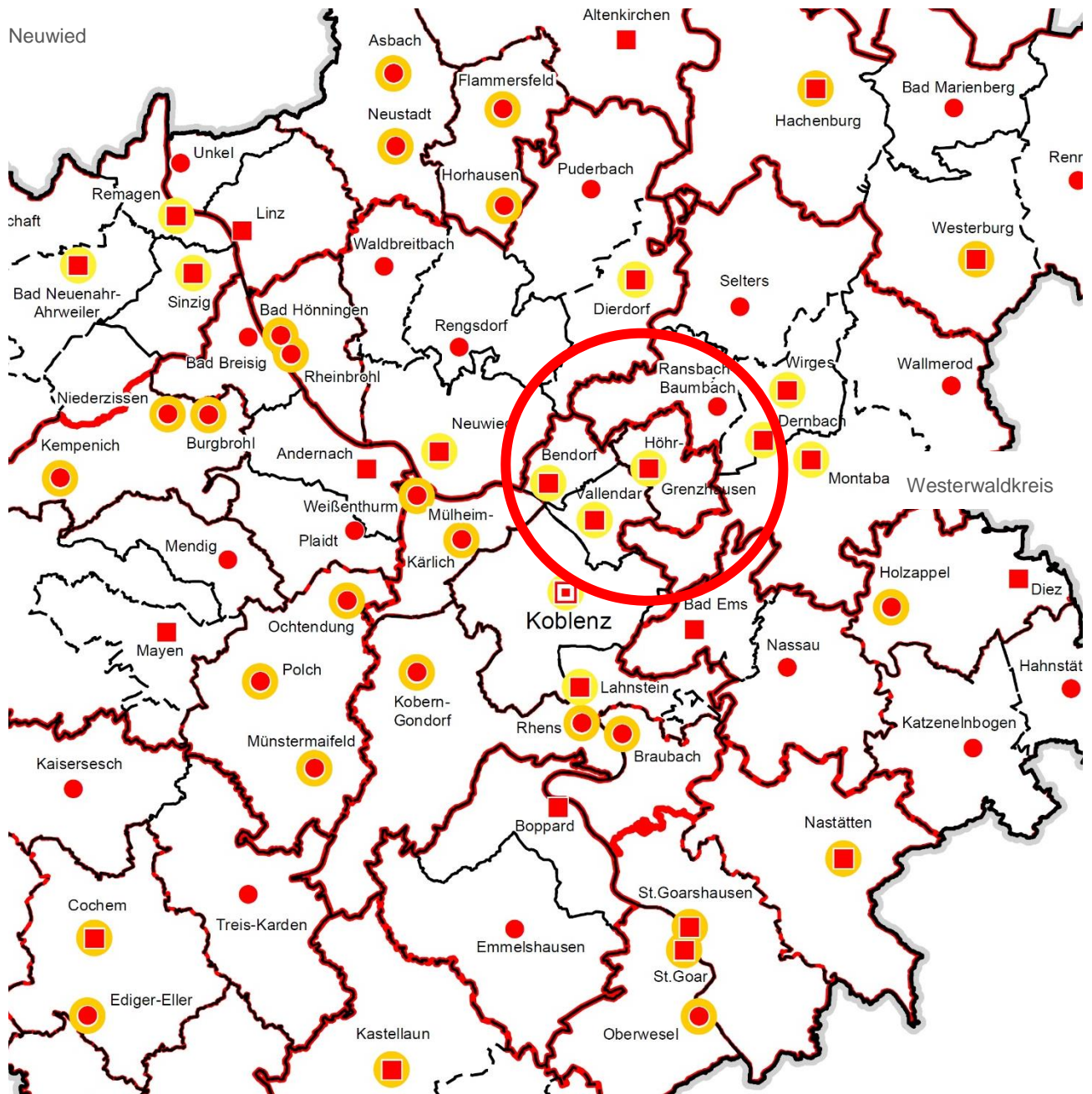
Der Regionale Raumordnungsplan (RROP) Mittelrhein-Westerwald 2017<sup>12</sup> trifft in Kapitel 1.3.4 dezidierte Aussagen zum großflächigen Einzelhandel und der Nahversorgung in der räumlichen Planung. Dabei wird Bezug genommen auf das zentralörtliche System der Region, welches maßgeblich die Funktion der Gemeinden auch im Hinblick auf den Versorgungsauftrag gegenüber der Bevölkerung regelt.

Wichtige zu beachtende Aussagen enthält das Ziel Z 23 aus Kapitel 1.3.1. Es gibt vor, dass die Stadt Höhr-Grenzhausen als freiwillig kooperierendes Mittelzentrum (KMF) im Mittelbereich Koblenz (Oberzentrum) eingestuft wird. Die Mittelbereiche stellen demnach einen Mindestrahmen für mögliche Kooperationen dar, schließen jedoch darüber hinaus gehende Kooperationen nicht aus.

<sup>12</sup> Planungsgemeinschaft Mittelrhein-Westerwald: Regionaler Raumordnungsplan Mittelrhein-Westerwald, verbindlich seit 11. Dezember 2017



In Folge der direkten Zuordnungen der Nahbereiche, die sich aus Tabelle 1 und Karte 03 ergeben, wird unterschieden zwischen den Versorgungsaufträgen zur Nahversorgung und der Versorgung mit mittel- bis langfristigen Bedarfswaren in den Mittelbereichszuweisungen. Die exakte Zuordnung der Mittelbereiche selbst ist dabei den Aussagen des LEP IV zu entnehmen.



**Abbildung 5: Zentrale Orte und Versorgungsbereiche**  
(Quelle: Regionaler Raumordnungsplan Mittelrhein-Westerwald, 2017)

Die für Höhr-Grenzhausen daraus resultierenden Rahmenbedingungen geben auch im Hinblick auf den Einzelhandel einen Versorgungsauftrag vor, der von der Stadt zu erfüllen ist. Als Mittelzentrum wird Höhr-Grenzhausen als Sitz der Verbandsgemeindeverwaltung eine den eigenen Versorgungsbereich vollständig abdeckende sowie darüber hinaus gehende Versorgungsfunktion zugewiesen. Dies bedeutet Höhr-Grenzhausen hat unter anderem die Aufgabe den Schwerpunkt der Grundversorgung für den zugehörigen Nahbereich zu stellen. Zudem übernimmt Höhr-Grenzhausen als Mittelzentrum auch eine Teilversorgungsfunktion des gehobenen Bedarfs für den

zugehörigen Mittelbereich im freiwillig kooperierenden mittelzentralen Verbund und somit einen Versorgungsauftrag gemäß eines Mittelzentrums über die Grundversorgung hinaus.

Durch die Vorgaben des LEP IV sind dabei spezifische Sortimentslisten für jede Gemeinde individuell zu erstellen und den örtlichen Bedürfnissen und Gegebenheiten anzupassen, sowie Abweichungen zu begründen. Dabei ist nach innenstadtrelevanten und nicht innenstadtrelevanten Sortimenten zu differenzieren.

Das vorliegende Konzept berücksichtigt diese Vorgaben und erstellt auf Basis einer detaillierten Bestandserhebung den Bedarfen Rechnung tragende Sortimentslisten im Kontext der jeweiligen Versorgungsbereiche.

Die in Kapitel 1.3.4 aufgeführten Vorgaben zum großflächigen Einzelhandel und zur Nahversorgung stellen Grundsätze dar. Diese greifen im Wesentlichen die Zielaussagen des LEP IV auf und sind als Grundsätze selbst hingegen im Zuge der Abwägung bei der Bauleitplanung zu beachten, nicht jedoch verbindlich zu berücksichtigen. Durch die Deckungsgleichheit mit den Zielen des LEP IV ist dies hingegen unbeachtlich.



### 3 HÖHR-GRENZHAUSEN ALS EINZELHANDELSSTANDORT IN DER REGION

An den grundsätzlichen Gegebenheiten der Lage Höhr-Grenzhausens hat sich seit dem Konzept 2016 nichts verändert. Nachfolgend wird daher nur auf die kleineren Veränderungen eingegangen.

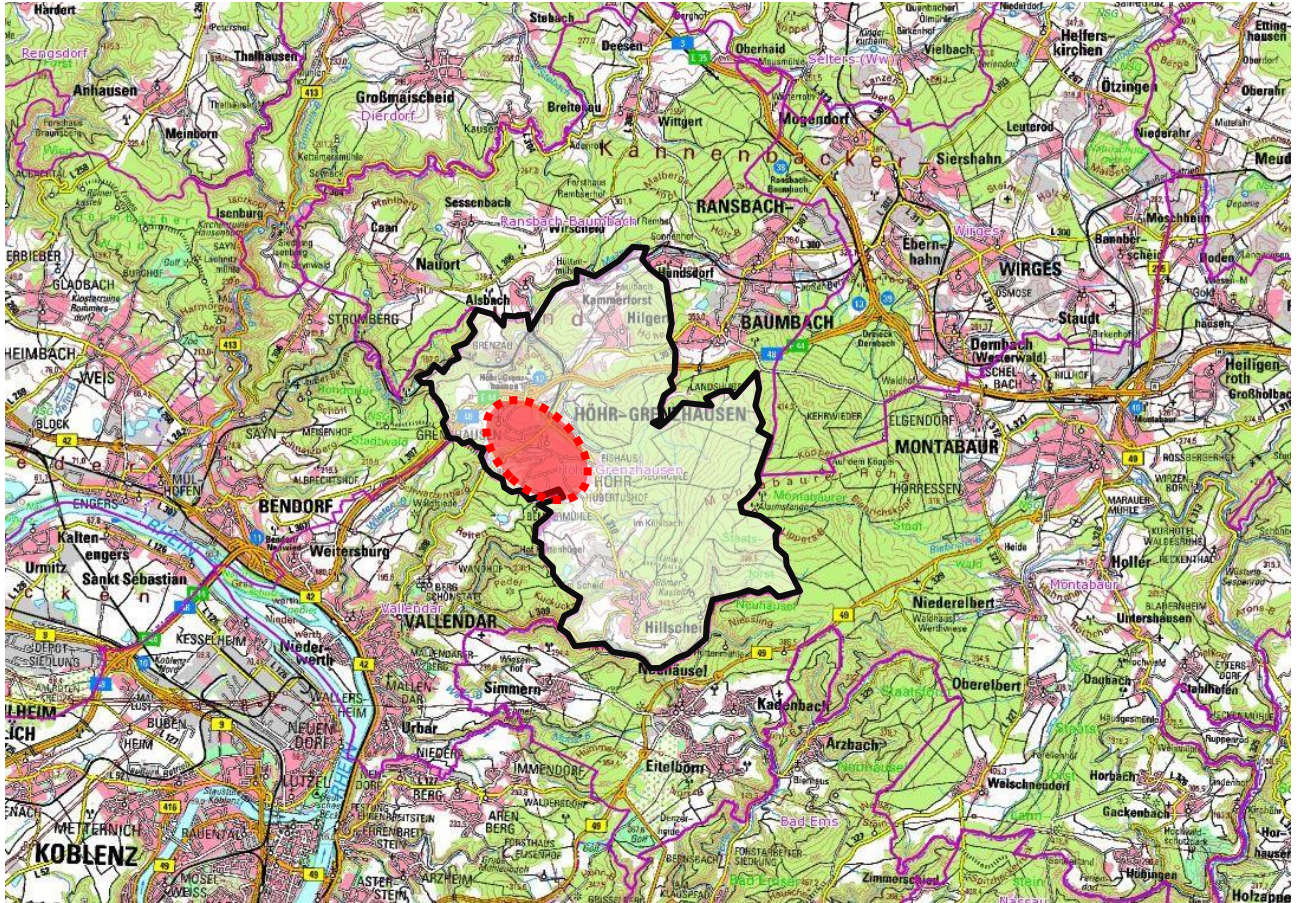


Abbildung 6: Lage der Stadt und der Verbandsgemeinde Höhr-Grenzhausen im Raum  
(Quelle: TK 50 | eigene Darstellung)

#### 3.1 Einwohnerzahlen

Die Verbandsgemeinde Höhr-Grenzhausen hat 13.556 Einwohner bei einer Größe von 35,89 km<sup>2</sup>, die Stadt Höhr-Grenzhausen als Sitz der VG 9.319 Einwohner mit Hauptwohnsitz bei einer Fläche von 15,89 km<sup>2</sup>.<sup>13</sup> Im Raumordnungsplan ist der Stadt Höhr-Grenzhausen die Funktion eines freiwillig kooperierenden Mittelzentrums im mittelzentralen Verbund mit dem Oberzentrum Koblenz und den freiwillig kooperierenden Mittelzentren Bendorf, Vallendar sowie Lahnstein, welche gemeinsam mit Koblenz den Mittelbereich bilden, zugewiesen.

Weitere Zentren im Mittelbereich sind die Grundzentren Rhens, Kobern-Gondorf, Weißenthurm, Braubach und Mühlheim-Kärlich. Insgesamt leben im Mittelbereich ca. 244.500 Personen.

#### 3.2 Einzugsbereiche

Die Einzugsbereiche der Stadt Höhr-Grenzhausen haben sich seit dem Jahr 2016 nicht verändert. Es werden die gleichen Ansätze verfolgt. Zum einen wird der Standort nach seiner tatsächlichen

<sup>13</sup> Quelle Einwohnerzahlen: RLP Direkt | Flächengrößen: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz | Stand 31.12.2018

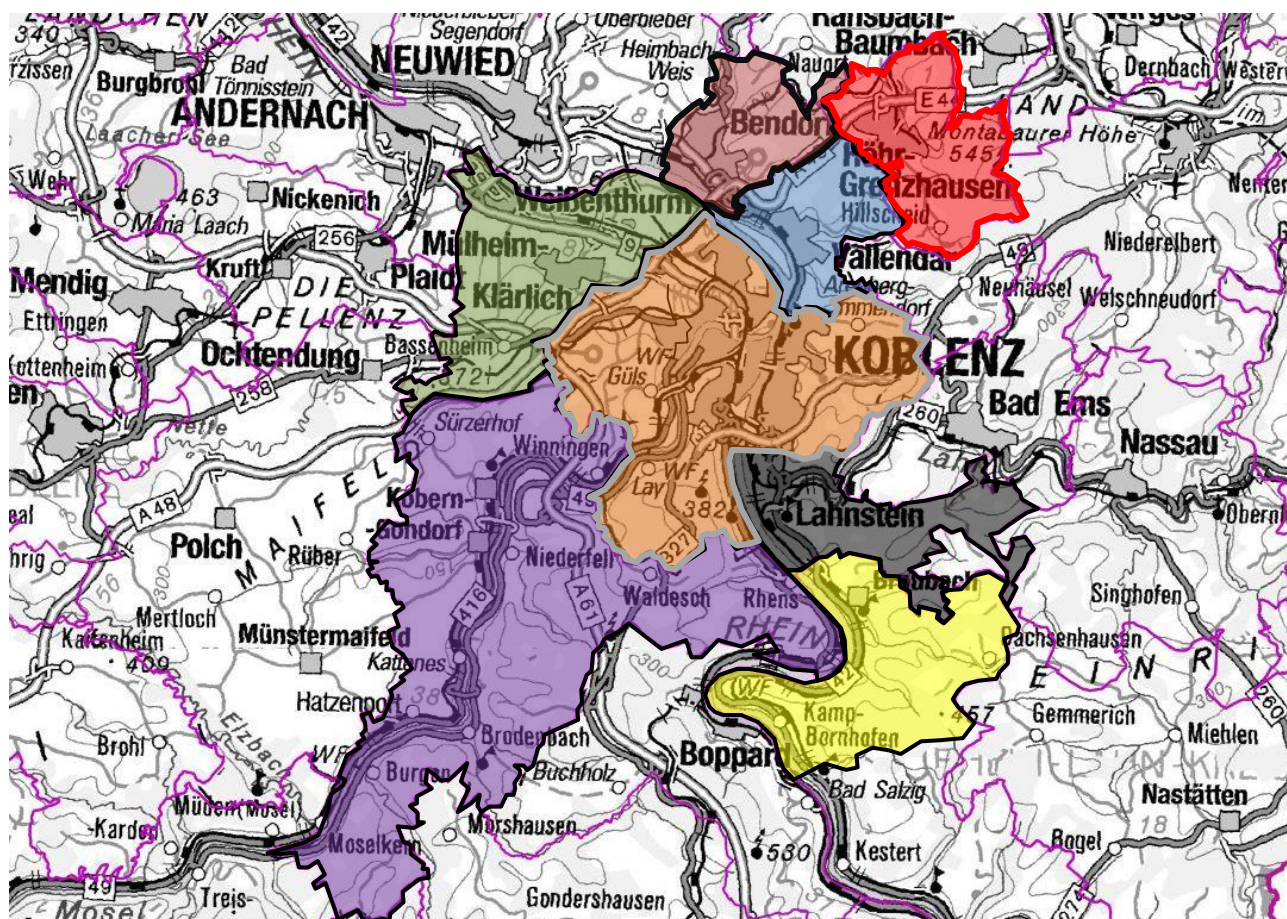


Erreichbarkeit zu bewerten sein. Maßgebliche Vorgabe ist hingegen die Bewertung nach den Abgrenzungen des Raumordnungsplans. Trotz dessen Neuaufstellung hat sich allerdings am Einzugsbereich nichts verändert.

### → Ermittlungsansatz 1 (Fahrzeiten)

Nach dieser Herangehensweise ergibt sich für den Standort Hör-Grenzhausen für die Versorgung im **Nahbereich** sowohl mit Waren des kurzfristigen Bedarfs als auch mit Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs noch immer ein Einzugsbereich von ca. **13.556 Einwohnern gemäß RROP**. Für die Versorgung mit mittelbereichsrelevanten Sortimenten wird hier nun ein erweiterter Einzugsbereich von **26.500 Einwohnern** angenommen. Dies resultiert aus dem Abzug der Einwohner von Koblenz und entspricht einem Fünftel der verbleibenden im gesamten Mittelbereich des Oberzentrums Koblenz wohnhaften Einwohnerzahl (ca. 135.500 von 244.500) und somit einer gleichmäßigen Aufteilung der Einwohner gemäß mittelzentralem Verbund auf die hier eingebundenen Städte unter Berücksichtigung einer starken Magnetwirkung des Oberzentrums Koblenz.

### → Ermittlungsansatz 2 (administrative Zuordnung)



Legende:	<span style="display:inline-block; width:15px; height:10px; background-color:orange; border:1px solid black;"></span> Koblenz (OZ)	<span style="display:inline-block; width:15px; height:10px; background-color:red; border:1px solid black;"></span> Hör-Grenzhausen (MZ)	<span style="display:inline-block; width:15px; height:10px; background-color:brown; border:1px solid black;"></span> Bendorf (MZ)
	<span style="display:inline-block; width:15px; height:10px; background-color:grey; border:1px solid black;"></span> Lahnstein (MZ)	<span style="display:inline-block; width:15px; height:10px; background-color:blue; border:1px solid black;"></span> Vallendar (MZ)	<span style="display:inline-block; width:15px; height:10px; background-color:green; border:1px solid black;"></span> Weißenthurm & Mülheim-Kärlich
	<span style="display:inline-block; width:15px; height:10px; background-color:yellow; border:1px solid black;"></span> Braubach	<span style="display:inline-block; width:15px; height:10px; background-color:purple; border:1px solid black;"></span> Kobern-Gondorf & Rhens	

Abbildung 7: Mittelbereich Oberzentrum Koblenz und Nahbereiche umliegender Mittel- und Grundzentren (Quelle: TK 25 | Raumordnungsplan Mittelrhein-Westerwald 2017 | eigene Darstellung)

Die vorstehende Grafik verdeutlicht die Lagebeziehung der einzelnen zentralen Orte und deren Einzugsbereiche nach den Vorgaben von LEP IV und Regionalem Raumordnungsplan.

Die Aufgabe des freiwillig kooperierenden Mittelzentrums Höhr-Grenzhausen ist es, die Versorgung des eigenen Nahbereiches, respektive der eigenen Verbandsgemeinde, zu decken. Zudem hat Höhr-Grenzhausen als Mittelzentrum auch einen Versorgungsauftrag für Mittel- bis langfristige Waren.

Nach dieser Herangehensweise ergibt sich für Höhr-Grenzhausen für die Versorgung des Nahbereiches ein Einzugsbereich von **13.556 Einwohnern**.

Die Berechnung des Einzugsbereiches für mittel- bis langfristige Waren ist anhand der regionalplanerischen Vorgaben nicht möglich, da hier keine exakten Vorgaben zur rechnerischen Abgrenzung des Höhr-Grenzhausen zugeordneten Mittelbereiches getroffen wurden.

Im Folgenden werden die Einzugsbereiche nach Vorgabe des ROP und des LEP IV für die Erarbeitung des Konzeptes im Kontext der Nahversorgung zugrunde gelegt. Es wird dabei berücksichtigt, welche Bedeutung die Stadt in der Realität für die Versorgung der Bevölkerung in der Umgebung hat. Für die Ermittlung der Bedarfe und Potenziale hinsichtlich mittel- bis langfristiger Warengruppen wird hier auf die über die über die Fahrzeiten ermittelte Einwohneranzahl von 26.500 argumentativ zurückgegriffen.

## 4 ANGEBOTSSITUATION DES EINZELHANDELS

Insgesamt ist die Verbandsgemeinde Höhr-Grenzhausen hinsichtlich ihrer sozialen und weiteren Infrastruktur gut aufgestellt. Dabei kommt eine besondere Rolle der Stadt Höhr-Grenzhausen als Sitz der Verbandsgemeindeverwaltung zu, welche in vielen Bereichen den Großteil der angebotenen Strukturen stellt und ihrer Funktion als Mittelzentrum im mittelzentralen Verbund größtenteils gerecht wird. Hinsichtlich der sozialen und bildungsspezifischen Infrastruktur ist die mittelzentrale Funktionsausprägung ersichtlich. Hinsichtlich des mittelzentralen Versorgungsauftrages besteht jedoch großes Entwicklungspotenzial. Seit der Konzeption im Jahr 2016 hat sich diese Situation im Bestand bereits verändert.

### 4.1 Allgemeine Angebotssituation

Zur Erstellung der vorliegenden Konzeptfortschreibung wurde zunächst im Januar 2019 im Gebiet der Verbandsgemeinde Höhr-Grenzhausen die detaillierte Bestandsaufnahme der Einzelhandelssituation aus den Jahren 2014 / 2015 überprüft und die Daten angepasst. Dabei wurde der gesamte Untersuchungsbereich durch eine Begehung aufgenommen. Darüber hinaus wurde aus einer Datenauswertung der Einzelhandelsbestand in der Umgebung der Verbandsgemeinde berücksichtigt. Das Konzept stützt sich auf eine Gliederung der angebotenen Waren in Sortimente und Warengruppen. Letztere sind in die folgenden Kategorien eingeteilt:

Warengruppen	
Nahrungs- und Genussmittel	Foto / Optik
Gesundheits- und Körperpflege	Schuhe / Lederwaren
Baumarktspezifische Waren	Informationstechnologie
Bekleidung	Sport / Camping
Einrichtungsbedarf	Glas / Porzellan / Keramik
Bücher / Schreibwaren	Uhren / Schmuck
Unterhaltungselektronik / elektronische Medien	Telekommunikation
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	Baby- / Kinderartikel
Spielwaren / Hobby	

Tabelle 1: Warengruppen als Grundlage für die Einzelhandelsuntersuchung  
(Quelle: Gesellschaft für Konsumforschung GfK)

Die gewonnenen Daten wurden nach der Festlegung der Einzugsbereiche für dieses Konzept entsprechend angepasst, in die Warengruppen einsortiert und zur Bewertung der Einzelhandels-situation herangezogen. Im Folgenden wird daher unterschieden zwischen den Angeboten

- im Stadtgebiet,
- im Nahbereich (entspricht der Verbandsgemeinde) und
- in der Umgebung (Berücksichtigung des Mittelbereiches).

Des Weiteren unterscheidet die Konzeption zwischen den beiden typischen Bedarfsarten, nämlich den Angeboten zur Deckung

- des kurzfristigen Bedarfs (für den Nahbereich) und
- des mittel- bis langfristigen Bedarfs (für die Grundversorgung und im regionalen Kontext).

Die Sortimentsgruppen „Nahrungs- und Genussmittel“ sowie „Gesundheits- und Körperpflege“ sind dabei vollständig dem kurzfristigen Bedarf zuzurechnen. Hinzu kommen einige untergeordnete

Einzel assortimente, wie etwa „Blumen“ und „Bücher / Zeitschriften“ aus anderen Warengruppen. Alle übrigen Sortimente gehören zum mittel- bis langfristigen Bedarf.

## 4.2 Struktur des Einzelhandelsangebotes

Nach wie vor erstreckt sich das maßgebliche Angebot auf den Stadtbereich Höhr-Grenzhausen. Hier befinden sich die meisten Betriebe und Dienstleister sowie öffentliche Einrichtungen.

Wesentliche Veränderung seit der Konzeption 2016 stellen vor allem die Schließung eines örtlichen Discounters In der Trift und der Wegfall einzelner Läden in der Innenstadt Höhr dar. Zudem gab es Betriebsaufgaben aufgrund eines Brandschadens in einer Immobilie in der Rudolf-Diesel-Straße. Das Nahversorgungsangebot aber auch weitere Sortimente sind dadurch weniger präsent. Die Angebote haben demnach abgenommen. Das lässt auf eine potenzielle weitere Schwächung des Standortes schließen, was sich bereits aus einer Datenaktualisierung im Prozess der Aufstellung des Konzeptes 2016 abzeichnete, als durch eine Nacherhebung von 2014 auf 2015 ein Rückgang des lokalen Handels erkennbar wurde. Die Leerstände im Innenstadtbereich nehmen zu.

Die Stadt Höhr-Grenzhausen möchte daher zur Schließung der entstandenen und bereits vorher vorhandenen Lücken eine planerische Perspektive für den Standort Höhr-Grenzhausen schaffen, um den erkennbaren Rückgang des Handels aus Höhr-Grenzhausen bestmöglich zu unterbinden und den Trend umzukehren.

Zusammenfassend ergibt sich aus den vorangestellten Daten für Waren des kurzfristigen Bedarfs im Stadtgebiet Höhr-Grenzhausen eine Verkaufsfläche von **7.545 m<sup>2</sup>** und im restlichen Verbandsgemeindegebiet von **985 m<sup>2</sup>**. Insgesamt sind im Nahbereich damit **8.530 m<sup>2</sup>** Verkaufsfläche mit nahversorgungsrelevanten Angeboten vorhanden.

Für Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs mit Bedeutung für die Verbandsgemeinde und anteilig für den gesamten Mittelbereich ergibt sich eine Verkaufsfläche von **7.695 m<sup>2</sup>**



## 5 NACHFRAGESITUATION DES EINZELHANDELS

### 5.1 Kaufkraftpotenzial

In der Bundesrepublik Deutschland liegt die Kaufkraft einer Person bei durchschnittlich 5.825 € pro Jahr<sup>14</sup>. Für die Stadt Hör-Grenzhausen gilt auf Grund der regionalspezifischen Einkommenssituation ein durchschnittlicher Kaufkraftindex von 93,4 %<sup>15</sup>. Hieraus ergibt sich eine Kaufkraft von 5.441 € pro Person und Jahr im Nahbereich der Stadt Hör-Grenzhausen. Hiervon sind ~2.703 € für die Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs anzusetzen. Die übrigen ~2.738 € pro Person und Jahr sind im zugeordneten Nahbereich für die mittel- bis langfristigen Warengruppen anzusetzen. Gleichwohl kann ein Teil dieser Kaufkraft im Mittelzentrum gebunden werden. Zur Ermittlung der tatsächlichen Kaufkraftbindung in den Warengruppen wird die gesamte Kaufkraft für mittel- bis langfristige Sortimente in der Verbandsgemeinde in Ansatz gebracht. Diese Angaben werden im Folgenden den Berechnungen zu Grunde gelegt.

Warengruppe	Kaufkraft in €*	Kaufkraft-index in %	Kaufkraft in der Stadt Hör-Grenzhausen in €	Kaufkraft im übrigen Verbandsgemeindegebiet in €
Nahrungs- und Genussmittel	2.422	94,5	21.329.234	9.697.603
Gesundheits- und Körperpflege	472	96,2	4.231.422	1.923.869
Baumarktspezifische Waren	614	92,8	5.309.892	2.414.209
Bekleidung	420	93,9	3.675.227	1.670.988
Einrichtungsbedarf	487	96,0	4.356.819	1.980.882
Bücher / Schreibwaren	244	90,9	2.066.917	939.750
Unterhaltungselektronik und elektronische Medien	174	84,9	1.376.659	625.915
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	216	88,7	1.785.446	811.775
Spielwaren / Hobbys	109	84,4	857.311	389.787
Foto / Optik	113	95,4	1.004.607	456.757
Schuhe / Lederwaren	107	91,9	916.365	416.637
Informationstechnologie	93	95,4	826.800	375.915
Sport / Camping	120	84,6	946.065	430.140
Hausrat	90	93,0	780.000	354.637
Uhren / Schmuck	76	96,4	682.747	310.420
Telekommunikation	52	90,4	438.068	199.173
Baby-/ Kinderartikel	16	95,4	142.245	64.674
			<b>50.725.824</b>	<b>23.063.131</b>
			<b>73.788.955</b>	

Tabelle 2: Kaufkraft im Einzugsbereich der Stadt Hör-Grenzhausen  
(Quelle: eigene Berechnung)

Hinsichtlich der Einwohner im Einzugsbereich innerhalb der VG ergibt sich demnach ein Versorgungsauftrag für die Stadt Hör-Grenzhausen, der sich an den Potenzialen von ca. 37,2 Mio. € für die Nahversorgung und ca. 36,6 Mio. € für die Versorgung mit Gütern des mittel- bis

<sup>14</sup> Quelle: GfK, 2018

<sup>15</sup> Quelle: GfK, 2018

langfristigen Bedarfs orientiert. Eine entsprechende Versorgung in diesem Umfang steht Höhr-Grenzhausen sowohl hinsichtlich der Nahversorgung sowie der weiteren Versorgung zu, um das Potenzial am Ort zu halten und eine adäquate Versorgung der eigenen Bevölkerung sowie der umliegenden Ortsgemeinden sicherzustellen. Aufgrund des mittelzentralen Verbundes steht der Stadt für die mittel- bis langfristigen Waren jedoch nur ein Teil der vorhandenen Kaufkraft zu. Hierbei ist der mittelzentrale Status benachbarter Städte mit einer höheren zentralörtlichen Funktion zu beachten.

Insgesamt ergibt sich ein **Kaufkraftpotenzial** von ca. **73,8 Mio. €**

## 5.2 Kaufkraftbindung

Zur Ermittlung der Bindung der festgestellten Kaufkraft werden die Verkaufsflächen der erhobenen Einzelhandelsbetriebe herangezogen. Hierbei wird auf die sogenannte Flächenproduktivität zurückgegriffen, die den Umsatz pro Quadratmeter Verkaufsfläche angibt. Diese wurde auf Basis vorliegender Daten anhand einer Mittelwertanalyse für die einzelnen Warengruppen bestimmt.<sup>16</sup> Aus den gewonnenen Zahlen wird der Umsatz für jede Warengruppe im gesamten Einzugsbereich errechnet. Dieser lässt sich – bezogen auf die vorhandene Kaufkraft – in eine Kaufkraftbindungsquote umrechnen, welche einzeln betrachtet erste Rückschlüsse auf die Versorgungssituation je Warengruppe und in der Gesamtbetrachtung darauf aufbauend Aussagen über die tatsächliche Versorgungssituation sowie die weiteren Potenziale von Höhr-Grenzhausen ermöglichen.

Die Bindungsquoten in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel liegt mit 110 % bei einem für ein Mittelzentrum angemessenen Wert. Dieser ist seit der letzten Konzeption 2016 allerdings um über 10 % gesunken, was eher untypisch ist und auf die Schließung eines Discounters und ein Aufrüsten in den umliegenden Gemeinden zurückzuführen ist.

Insgesamt stellen die Zahlen dem Standort ein eher weniger gutes Zeugnis aus, da die Situation innerhalb von 3 Jahren deutlich schlechter geworden zu sein scheint. Die Bindungsquoten sind in den meisten Bereichen gefallen, ob wohl eine höhere Durchschnittskaufkraft zu verzeichnen ist. Allerdings kann dies auch mit dem gesunkenen Kaufkraftindex der GfK zusammenhängen. Auch die Umsätze der Betriebe vor Ort sind weniger stark angestiegen als in vergleichbaren Konkurrenzstandorten.

Nach den Zahlen ist davon auszugehen, dass die Unterversorgung im Bereich der mittelfristigen Sortimente und Warengruppen für eine starke Abwanderung von Kaufkraft aus dem Einzugsbereich in umliegende Zentren zu vermuten ist und dass sich dieser Trend teilweise verstärkt hat. Für ein Mittelzentrum ist dies eine eher ungewöhnliche Entwicklung. Zum anderen muss hier darauf hingewiesen werden, dass die Umsatzzahlen die Umsätze in der gesamten Verbandsgemeinde zeigen und nicht nur die des Verbandsgemeindeverwaltungssitzes, der Stadt Höhr-Grenzhausen. Daher ist die Kaufkraftbindung in der Stadt selbst auch in den nahversorgungsrelevanten Warengruppen geringer.

---

<sup>16</sup> Die Mittelwertanalyse basiert auf Erfahrungswerten, verschiedenen konkreten Umsatzangaben der Betriebe und Filialisten und branchenspezifischen Angaben der EHI Retail Institute GmbH, Köln.

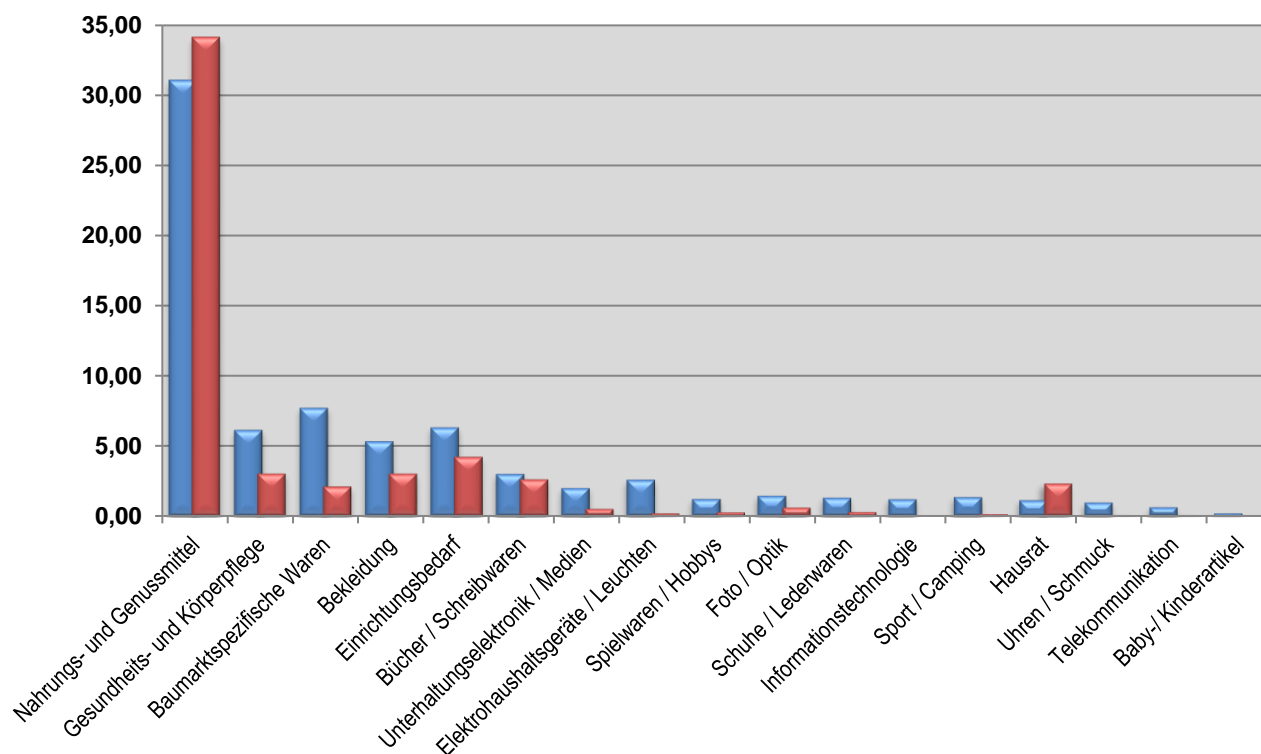


Abbildung 8: Kaufkraft (blau) und Umsätze (rot) in der Verbandsgemeinde Höhr-Grenzhausen in Mio. €  
(Quelle: eigene Darstellung)

Warengruppe	Kaufkraft im Einzugsbereich in €	Umsatz nach Flächenproduktivität in Mio. €	Kaufkraftbindungsquote in %
Nahrungs- und Genussmittel	31.026.837	34,15	110,1
Gesundheits- und Körperpflege	6.155.292	3,05	49,5
Baumarktspezifische Waren	7.724.100	2,13	27,6
Bekleidung	5.346.215	3,05	57,0
Einrichtungsbedarf	6.337.701	4,22	66,6
Bücher / Schreibwaren	3.006.667	2,63	87,3
Unterhaltungselektronik und elektronische Medien	2.002.574	0,52	25,9
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	2.597.221	0,20	7,7
Spielwaren / Hobbys	1.247.098	0,27	21,7
Foto / Optik	1.461.364	0,62	42,7
Schuhe / Lederwaren	1.333.002	0,30	22,4
Informationstechnologie	1.202.715	0,00	0,0
Sport / Camping	1.376.205	0,17	12,0
Hausrat	1.134.637	2,34	206,4
Uhren / Schmuck	993.167	0,10	10,5
Telekommunikation	637.240	0,10	15,7
Baby- / Kinderartikel	206.919	0,00	0,0
<b>Summe</b>	<b>73.788.955</b>	<b>53,84</b>	

Tabelle 3: Kaufkraftbindung im Einzugsbereich (VG Höhr-Grenzhausen)  
(Quelle: eigene Berechnungen)



Demnach füllt die Verbandsgemeinde Höhr-Grenzhausen den mittelzentralen Versorgungsauftrag nicht in seiner Fülle aus. Die hier betrachtete Struktur ist daher immer in Bezug zum gesamten Einzugsbereich zu sehen und zu beurteilen.

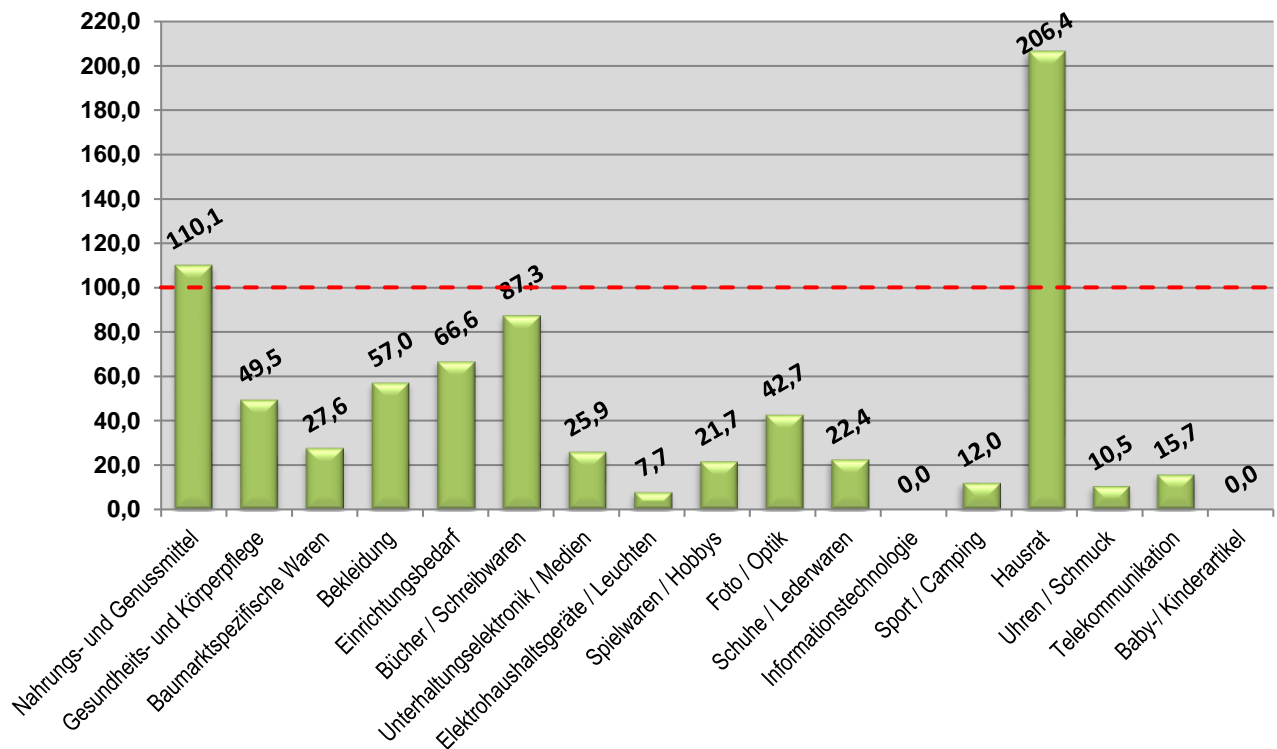


Abbildung 9: Kaufkraftbindungsquoten in % in der Verbandsgemeinde Höhr-Grenzhausen  
(Quelle: eigene Darstellung)

Bezugnehmend auf die einzelnen Warengruppen muss die errechnete Kaufkraftbindungsquote in einigen Fällen für die Ermittlung der sich daraus ergebenden Potenziale gutachterlich korrigiert werden. Dies bezieht sich insbesondere auf erkennbare Mängel oder besondere Stärken des Angebots einiger Läden.

Eine Strahlkraft über den Einzugsbereich hinaus oder die Abwanderung von Kaufkraft in die umliegenden Standorte kann nicht zu 100 % am eigenen Standort kompensiert werden. Des Weiteren resultieren die Bindungsquoten teilweise aus speziellen, vor Ort vorhandenen großen Angeboten einzelner Betriebe oder anderer Einflussfaktoren (hier z.B. hinsichtlich der Warengruppe „Hausrat“ wegen der Historie zu Glas- und Keramikproduktion). Dies bedeutet im Umkehrschluss, dass nicht alle Sortimente aus einer Warengruppe und in allen Qualitätsstufen auch tatsächlich vor Ort vorhanden sind. Hier gilt es also nachzusteuern und die in den Warengruppen summierten Angebote genauer zu analysieren.

Änderungen durch interne Umbaumaßnahmen, andere Gewichtungen innerhalb der angebotenen Waren, die Einrichtung von kurzfristigen Aktionsflächen u.ä. müssen dagegen unberücksichtigt bleiben und bedingen eine gewisse Unschärfe. Diese fällt jedoch – bezogen auf den gesamten Einzugsbereich und alle hier vertretenen Betriebe – voraussichtlich nicht ins Gewicht.

Es gilt zudem zu bedenken, dass die Flächenproduktivität bei kleinen Läden oder Fachgeschäften in aller Regel leicht über den Durchschnittswerten für deren Branche liegt, welche eher auf Großanbieter (z.B. große Elektrofachmärkte) bezogen sind. Gewisse Abweichungen von tatsächlichen Faktoren sind daher auch hier unvermeidlich, da konkrete Umsatzzahlen pro Fläche nur bedingt zur Verfügung stehen. Diese Unschärfen werden in einem weiteren Schritt gutachterlich

korrigiert und infolgedessen zu einer angemessenen Entwicklungsdarstellung führen. Dabei wird auch der zentralörtliche Status von Höhr-Grenzhausen vor dem Hintergrund der Gesamtversorgungs- und Konkurrenzsituation in der näheren Umgebung berücksichtigt.

### 5.3 Bewertung des Einzelhandelsstandortes

Die Bewertung eines Einzelhandelsstandortes stützt sich auf die bereits genannten Zahlen, aus welchen sich die Einzelhandelszentralität ermitteln lässt. Sie gibt die Bedeutung des Standortes für die Versorgung der Bevölkerung an, stellt aber nur einen statistischen Vergleichswert dar. Dieser Wert ermöglicht einen Vergleich verschiedener Standortgemeinden in Abhängigkeit von ihrem Einzugsbereich und ihrer eigenen Bevölkerungszahl.

Aus den vorliegenden Daten ergibt sich für die Verbandsgemeinde Höhr-Grenzhausen eine Kennziffer für die Einzelhandelszentralität von **73,0** was einem Rückgang von 6,7 Punkten entspricht seit dem Jahr 2016 entspricht. Dies bezieht sich auf alle Angebote im gesamten zugrunde gelegten Einzugsbereich und die Bevölkerungszahl der VG. Der Standort Stadt Höhr-Grenzhausen erfährt mit einer Zentralität von 98,1 nun eine unter das Maß der Vollversorgung der Stadt sinkende Zentralität. Diese nimmt im Vergleich zu 2016 um 10,3 Punkte ab. Die Zentralität ist allerdings nicht gleichbedeutend mit einer flächendeckenden Versorgung der Bevölkerung in der Verbandsgemeinde durch die Stadt Höhr-Grenzhausen, da hier alle Warengruppen berücksichtigt werden und keine Differenzierung nach kurz-, mittel- oder langfristigen Warengruppen erfolgt.

Basierend auf dem ermittelten Zentralitätswert von 73,0 (Verhältnis von Kaufkraft gemäß Einwohnerzahl zu Umsatzpotenzial innerhalb der VG) wird ersichtlich, dass hier noch deutliches Potenzial zur Erweiterung und Nachsteuerung gegeben ist, um eine dem Versorgungsauftrag des Mittelzentrums entsprechende, flächendeckende Versorgung sowohl des Nahbereiches als auch darüber hinaus im mittelzentralen Verbund zu gewährleisten.

Ausschlaggebend für die weitere Bewertung des Einzelhandelsstandortes ist hier demnach die für die Verbandsgemeinde Höhr-Grenzhausen ermittelte Zentralität.

Kaufkraft im Untersuchungsgebiet in Mio. €	Umsatz nach Flächenproduktivität in Mio. €	Ungebundene Kaufkraft und Abfluss in andere Zentren in Mio. € und in %	
73,79	53,84	- 19,95 Mio. €	- 27,0 %

Tabelle 4: Kaufkraftzu- / -abfluss  
(Quelle: eigene Berechnungen)

Das Angebot im Einzugsbereich ist größtenteils in den Stadtteilen Höhr und Grenzhausen sowie teilweise in Hillscheid gebündelt. In der Ortsgemeinde Hilgert sind vorrangig Dienstleistungen angeboten und auch Kammerforst hat lediglich ein Dienstleistungsangebot vorzuweisen.

Hierbei ist wesentlich, dass sich der Großteil der Angebote in Höhr-Grenzhausen dispers über das Stadtgebiet verteilt und daraus resultierend eine Vielzahl von Leerständen im Kern von Höhr vorliegt, sowie entlang der Rathausstraße. Darüber hinaus sind in Hillscheid einzelne Standorte von Bedeutung für den Einzelhandel innerhalb der Verbandsgemeinde. In Kammerforst als weiterer Ortsgemeinde befindet sich kein Einzelhandelsbetrieb. Grenzau als nahezu solitär zu betrachtender Stadtteil Höhr-Grenzhausens ist ebenfalls nicht durch einen Einzelhandelsbetrieb besetzt.

Die Versorgung der in den Ortsgemeinden Kammerforst sowie Hilgert und im Stadtteil Grenzau ansässigen Bevölkerung erfolgt dabei hauptsächlich durch das Mittelzentrum Höhr-Grenzhausen sowie in Hillscheid im Sinne der Selbstversorgung mit den wichtigsten nahversorgungsrelevanten

Waren, wie Backwaren oder Fleisch- und Wurstwaren. Hier befindet sich jedoch auch ein Lebensmittelmarkt, welcher eine wesentliche Rolle spielt und in Kombination mit den weiteren hier vorliegenden Angeboten einen eigenständigen Versorgungsbereich bilden kann.

#### **5.4 Weitere Rahmenbedingungen für die Entwicklung des Einzelhandels in Höhr-Grenzhausen**

Für die Entwicklung des Einzelhandels in der Region und in der Stadt Höhr-Grenzhausen sind neben den zuvor aufgezeigten Rahmenbedingungen auch andere Aspekte zu beachten. Sie sind zwar nicht in die Berechnungen zu Kaufkraft und Kaufkraftbindung einzubeziehen, machen aber in der Folge einige Entwicklungspotenziale einer kritischeren Betrachtung zugänglich. So sind die folgenden Themen und aktuellen Entwicklungen für die Stadt Höhr-Grenzhausen in ihrer Gesamtentwicklung sehr wichtig und prägen das städtische Gefüge und gleichsam die Handelslandschaft im Stadtgebiet:

- Starker Wirtschaftsstandort mit einer guten Einpendlerquote,
- Sehr gute soziale sowie Bildungs- und Schulinfrastruktur,
- Hohe Wohnraumnachfrage, insbesondere durch junge Familien,
- Historisch geprägtes, kulturelles sowie vereinsstrukturelles Angebot,
- Sehr gute lokale und überregionale verkehrliche Anbindung,
- Attraktive öffentliche Räume,
- Hohes politisches Engagement zur stetigen städtebaulichen Entwicklung,
- Neue Entwicklungen und Bauvorhaben im Stadtzentrum von Höhr,
- Diskussion über die planungsrechtliche Vorbereitung für ein Einkaufszentrum im Stadtgebiet.

Diese vorhandenen Standortmerkmale fließen als wichtige Standortattraktivitätsmerkmale in die weitere Konzeptbetrachtung ein und spielen bei der politischen Diskussion der Stadtentwicklung eine wichtige Rolle.

## 6 GUTACHTERLICHE AUSWERTUNG

### 6.1 Zahlenwerk

Zunächst ein kurzer Überblick über das bisherige Zahlenwerk:

■ Einwohner	Stadt Höhr-Grenzhausen	9.319
	Verbandsgemeinde	13.556
■ Kaufkraftindex der Stadt Höhr-Grenzhausen		93,4
■ Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Nahversorgung	2.703 € / Person / a
	sonstige Versorgung	2.738 € / Person / a
■ Kaufkraft	Nahversorgung	37,18 Mio. €
	Mittelbereichsversorgung	36,61 Mio. €
■ Verkaufsfläche nur Stadtgebiet	kurzfristiger Bedarf	7.545 m <sup>2</sup>
	mittelfristiger Bedarf	6.565 m <sup>2</sup>
■ Verkaufsfläche übrige VG	kurzfristiger Bedarf	985 m <sup>2</sup>
	mittelfristiger Bedarf	130 m <sup>2</sup>
■ Verkaufsfläche / Einwohner	Stadt Höhr-Grenzhausen	1,51 m <sup>2</sup>
	Verbandsgemeinde gesamt	1,12 m <sup>2</sup>
■ Einzelhandelszentralität	Stadt Höhr-Grenzhausen	98,1
	Verbandsgemeinde	73,0

### 6.2 Absatzwirtschaftliche Entwicklungsspielräume, Potenziale und Restriktionen

Die erhobenen Zahlen stützen sich auf derzeit bekannte Nutzungen und die hier vorhandenen Sortimente der einzelnen Warengruppen. Um aus diesen Zahlen eine gutachterliche Einschätzung der Situation ableiten zu können, müssen jedoch einige Korrekturen aufgrund der tatsächlichen Anbieterstruktur vorgenommen werden. Diese berücksichtigen – wie bereits erläutert –, aufgrund von Besonderheiten des Warenangebotes und bestimmter örtlicher Faktoren, eine Abweichung des theoretischen Zahlenwerks von der realen Situation.

Die folgende Tabelle zeigt zunächst die aus der Kaufkraftbindungsquote ermittelten Werte für den Kaufkraftab- bzw. zufluss in % und in Mio. €. Zu beachtende lokale Besonderheiten werden im Anschluss beschrieben.

Zu beachten ist, dass eine 100 %-ige Deckung des Bedarfs im Einzugsbereich nicht in allen Warengruppen erreicht werden kann, da hinsichtlich der Versorgungsfunktion im Mittelzentralen Verbund auch den kooperierenden Mittelzentren eine Versorgungsleistung zugestanden werden sollte.

Auch andere Versorgungsmöglichkeiten, wie etwa Online-Shopping, Tele-Shopping u.Ä., die gerade im Elektronikbereich einen immer größeren Stellenwert einnehmen, führen dazu, dass eine vollständige Bedarfsdeckung vor Ort in einigen Sortimenten als eher unrealistisch angenommen werden kann.

Warengruppe	Kaufkraft- bindungsquote in %	Kaufkraftab- und -zufluss in %	Kaufkraftab- und -zufluss in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	110,1	10,1	3,1
Gesundheits- und Körperpflege	49,5	-50,5	-3,1
Baumarktspezifische Waren	27,6	-72,4	-5,6
Bekleidung	57,0	-43,0	-2,3
Einrichtungsbedarf	66,6	-33,4	-2,1
Bücher / Schreibwaren	87,3	-12,7	-0,4
Unterhaltungselektronik und elektronische Medien	25,9	-74,1	-1,5
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	7,7	-92,3	-2,4
Spielwaren / Hobbys	21,7	-78,3	-1,0
Foto / Optik	42,7	-57,3	-0,8
Schuhe / Lederwaren	22,4	-77,6	-1,0
Informationstechnologie	0,0	-100,0	-1,2
Sport / Camping	12,0	-88,0	-1,2
Hausrat	206,4	106,4	1,2
Uhren / Schmuck	10,5	-89,5	-0,9
Telekommunikation	15,7	-84,3	-0,5
Baby-/ Kinderartikel	0,0	-100,0	-0,2
			<b>-19,9</b>

Tabelle 5: Kaufkraftab- und -zuflüsse im Einzugsbereich  
(Quelle: eigene Berechnungen)

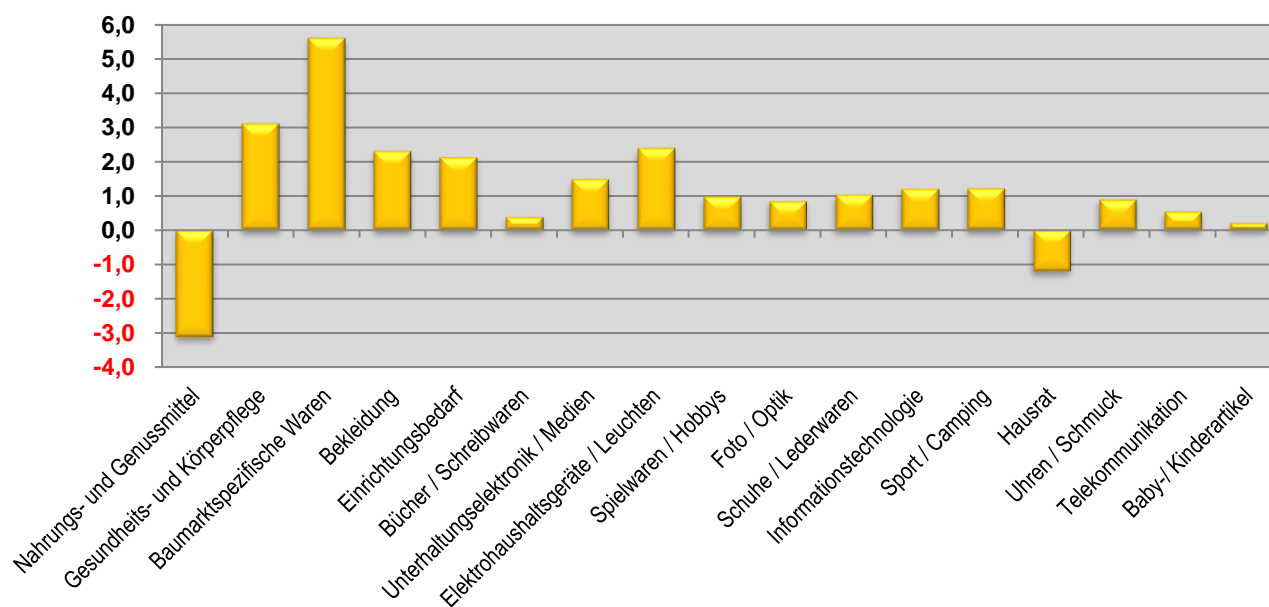


Abbildung 10: Umsatzpotenziale der einzelnen Warengruppen in Mio. € im Vergleich  
(Quelle: eigene Darstellung)

## 6.2.1 Nahversorgung

Die Deckung der wohnortnahen Nahversorgung ist Aufgabe der einzelnen Gemeinden, deren Versorgungsnetz nach Kräften zu erhalten und auszubauen ist. Eine weitergehende Schließung von

Lücken im Nahversorgungsangebot unterliegt hier dem Mittelzentrum Höhr-Grenzhausen. Entsprechend des mittelzentralen Status kann eine hohe Versorgungsleistung von bis zu 100 % Kaufkraftbindung und in vertraglichen Fällen auch darüber hinaus angestrebt werden.

### → **Nahrungs- und Genussmittel**

Der Bereich „Nahrungs- und Genussmittel“ liegt mit einer Kaufkraftbindungsquote von 110,1 % (Rückgang um 12,5 %) noch immer im Bereich der Vollversorgung. Derzeit fließen in dieser Warengruppe etwa 3,1 Mio. € der Verbandsgemeinde zu. Das bedeutet, dass die Nahversorgung durch die bestehenden Betriebe im Verbandsgemeindegebiet sowie etwas darüber hinaus gedeckt ist. Als Mittelzentrum ist jedoch auch eine höhere Kaufkraftbindungsquote noch als angemessen zu bezeichnen. Rein rechnerisch ist hier kein Potential mehr ermittelt, sondern eine „Überversorgung“ dargestellt. Dies wird faktisch jedoch der Funktion eines Mittelzentrums gerecht.

Die sich ständig wandelnde Handelswelt ist bei der Betrachtung der Flächenpotenziale immer zu berücksichtigen. Aus verschiedenen Gründen, die nicht stets mit einer Vergrößerung des Warenangebotes und damit mit mehr Umsatz verbunden sind, ist die Erweiterung bestehender Betriebe aus der derzeitigen Versorgungsstruktur der Stadt Höhr-Grenzhausen heraus nicht nur auf Basis des bereits rein rechnerischen Potenziales zu ermöglichen.

Durch Erweiterungen wird vielfach keine zusätzliche Kaufkraft in die Zentren gezogen. Vielmehr wird den Wünschen von Verbrauchern, einer geringeren Lagerhaltung oder einer besseren Präsentation der Waren entsprechend eine Erweiterung bestimmter Betriebstypen notwendig werden. Die alleinige Existenz oder das Fehlen bestimmter Betriebe können Einfluss auf die Kaufkraftbindung haben, weniger aber die Verkaufsfläche selbst; dies gilt insbesondere für Betriebserweiterungen.

Das errechnete Potenzial für die Verkaufsflächenentwicklung kann daher gutachterlich nach oben korrigiert werden. Die Unterbringung von insgesamt rund 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche wird als verträglich und tragfähig eingestuft, wobei hier vorrangig Erweiterungen bestehender Angebote ins Auge zu fassen sind. Dabei ist hinsichtlich der wohnortnahen Versorgung auch die Nachnutzung der vorliegenden Leerstände im Verbandsgemeindegebiet in Betracht zu ziehen.

Alternativ könnte zudem der Ersatz bestimmter Betriebe auch für eine städtebauliche Aufwertung spezifischer Bereiche sorgen. Dabei ist insbesondere auch die Nahversorgung im zentralen Versorgungsbereich Höhr sowie in Hillscheid zu berücksichtigen. Auch die weiteren Ortsgemeinden sollten von diesem Potenzial profitieren und ihren Standort stärken können.

Da die maßgebliche Nahversorgung jedoch vorrangig im Stadtgebiet von Höhr-Grenzhausen stattfindet, muss in erster Linie an dieser Stelle den Marktbedürfnissen in einem ausgewogenen Verhältnis nachgekommen werden, um die Funktion der Stadt Höhr-Grenzhausen innerhalb der VG sowie im mittelzentralen Verbund in Gänze zu stärken und zu sichern. Dabei sollten hier auch Umsiedlungen innerhalb der Verbandsgemeinde in Richtung zentraler Versorgungsbereiche sowie ergänzend kleinflächige Neuansiedlungen ermöglicht werden.

### → **Gesundheits- und Körperpflege**

Im Hinblick auf das Sortiment „Gesundheits- und Körperpflege“ wurden im Zuge der vorliegenden Untersuchung alle Betriebe berücksichtigt, die Angebote aus dieser Warengruppe führen. Dazu zählen auch die Discounter und Lebensmitteleinzelhändler im Einzugsbereich, die in ihrem Sortiment einen bestimmten Anteil an Produkten aus dieser Warengruppe anbieten. Des Weiteren zählen hierzu auch Apotheken, die i.d.R. zwar nur über eine kleine Verkaufsfläche verfügen, dafür



aber eine überdurchschnittliche Flächenproduktivität aufweisen sowie Waren anbieten, die nicht zum Einzelhandel zählen, da sie rezeptpflichtig sind.

Mit einem Kaufkraftabfluss von derzeit -50,5 % oder -3,1 Mio. €, bei einer Bindungsquote von lediglich 49,5 % ist hier noch immer von einer deutlichen Unterversorgung der Bevölkerung zu sprechen, die sich im Vergleich zu 2016 noch verschärft hat. Aus der ermittelten Kaufkraftbindung resultiert, dass rein rechnerisch ein Verkaufsflächenpotenzial in Höhe von 690 m<sup>2</sup> festzustellen ist.

Dieser Wert liegt aus gutachterlicher Sicht in einem angemessenen Bereich. Eine Erweiterung der Gesamtverkaufsfläche um maximal 800 m<sup>2</sup> in dieser Warengruppe ist als verträglich und realisierbar anzunehmen. Dieses Potenzial ist bei einer daraus gegebenenfalls dann resultierenden potenziellen Bindungsquote von leicht über 100 % alleine nicht geeignet eine negative Auswirkung auf die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt oder umliegender Zentren auszuüben. Einer Neuansiedlung eines Drogeriemarktes innerhalb zentraler Versorgungsbereiche kann darüber hinaus mit diesem Potenzial ebenfalls Raum gegeben werden, um die wohnortnahe Versorgung mit dieser nahversorgungsrelevanten Warengruppe zu unterstützen. Jedoch sollte das Potenzial vor allem für Erweiterungen bestehender Angebote oder die Nachnutzung leer stehender Ladenlokale in der Innenstadt zur Verfügung gestellt werden sofern sich ein solches Konzept realisieren lässt.

Da auch die Erweiterung von Vollsortimentern oder Discountern Verkaufsflächenvergrößerungen im Bereich der Gesundheits- und Körperpflege auslösen kann, ist rechnerisch auch bei einer solchen Erweiterung im Einzelfall die Verträglichkeit der Ausschöpfung eines geringen Potenzials nachzuweisen. Da eine Deckelung von Verkaufsflächen nicht bei einer Bindung der vorhandenen Kaufkraft zu 100 % sondern an dem unterbleibenden Auslösen von negativen Auswirkungen nach Z 60 des LEP IV zu orientieren ist, ist die geringe Zuschreibung von potenziellen Verkaufsflächen für Höhr-Grenzhausen als Stärkung des Standortes zu verstehen. Auswirkungen von einzelnen Vorhaben sind demnach für den Einzelfall nachzuweisen.

## 6.2.2 Mittel- bis langfristige Versorgung

Die weitergehende Versorgung der Bevölkerung obliegt der Stadt als Mittelzentrum nicht nur für den Bereich der VG sondern im mittelzentralen Verbund im Mittelbereich des Oberzentrums Koblenz auch für Bereiche darüber hinaus. Angebote mittel- bis langfristiger Warengruppen sind grundsätzlich den Mittelzentren vorbehalten. Zwar sind für konkrete Vorhaben und begründete Einzelfälle auch Entwicklungen in Grundzentren denkbar. Die Erforderlichkeit entsprechender Planverfahren ist für diese jedoch zu beachten und Höhr-Grenzhausen kann hier legitim Kaufkraft zurückerlangen, welche aktuell beispielsweise durch umliegende Grundzentren abgetragen wird.

### → Baumarktspezifische Waren

In diesem Bereich fließt derzeit eine Summe von etwa 5,6 Mio. € vom Standort Höhr-Grenzhausen ab, was zu einer Bindungsquote von nur 27,6 % führt. Hieraus ergibt sich ein Verkaufsflächenpotenzial von rechnerisch 4.142 m<sup>2</sup> für Neuansiedlungen, um eine 100 %-ige Versorgung in dieser Warengruppe zu gewährleisten.

Die Erweiterung von mittelbereichsrelevanten Sortimenten ist innerhalb des Mittelzentrums legitim. Eine Ausweisung der Potenzialfläche bis maximal 4.000 m<sup>2</sup> wird daher als angemessen erachtet. Dadurch wird auch der Rolle im mittelzentralen Verbund Rechnung getragen, da bei einer vollständigen Ausnutzung dieses Potenzials immer noch keine 100 % Kaufkraftbindung entstehen würde. Mit diesem Potenzial kann nicht nur den bestehenden Betrieben eine



Erweiterungsmöglichkeit gegeben werden, zudem ist auch für die Neuansiedlung eines kleineren Baumarktes in einem potenziellen Fachmarktzentrum oder Ergänzungsstandort Potenzial gegeben. Die Nutzung der ausgewiesenen Potenzialfläche sollte allerdings auf das Nutzungskonzept und die Sortimentsstruktur abgestimmt sein.

Anzumerken ist hierbei, dass die Sortimentsstruktur der Baumärkte von kleineren Anbietern zu großen Märkten stark wechselt, da betriebswirtschaftliche Zwänge und die Nachfrage der Kunden eine große Auswahl und damit einen höheren Flächenbedarf voraussetzen. Eine geeignete Struktur entsprechender Angebote ist insofern nicht nur an den Einzugsbereichen der Regional- und Landesplanung sondern auch an der Erreichbarkeit einzelner Standorte zu orientieren. Für konkrete Vorhaben ist also eine regionale Verträglichkeit nachzuweisen. Es genügt nicht alleine auf die freien Potenziale des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes abzustellen.

### → **Bekleidung**

In der Warengruppe „Bekleidung“ sind im Untersuchungsgebiet bereits einige Betriebe vorhanden. Es ist aber dennoch eine Unterdeckung des Bedarfs festzustellen. Die Kaufkraftbindungsquote beträgt derzeit 57,0 %, was einem Rückgang um 17,7 % entspricht, sodass sich für den Standort ein rechnerischer Kaufkraftabfluss von nun umgerechnet etwa 2,3 Mio. € (-43,0 %) ergibt. Dies entspricht einem rechnerischen Verkaufsflächenpotenzial von 806 m<sup>2</sup>.

Aus gutachtlicher Sicht sind Ansiedlungen insbesondere kleinerer Anbieter hochwertiger Bekleidungsartikel / Markenkleidung in der unmittelbaren Innenstadt sowie die weitere Deckung des Bedarfs an Bekleidungsartikeln aus unterschiedlichen Preissegmenten aktiv zu fördern, um eine ausgewogene Angebotsvielfalt vorhalten zu können. In Höhr-Grenzhausen existieren derzeit weitgehend inhabergeführte Betriebe in der Innenstadt. Diese Struktur gilt es zu fördern und gleichzeitig die Ansiedlung neuer Angebote oder den Ausbau bestehender Angebote zu steuern, um den Kundenwünschen entsprechend nachkommen zu können.

Die Stadt Höhr-Grenzhausen als Mittelzentrum im Verbund mit dem starken Oberzentrum Koblenz sollte eine Standortstärkung über bestimmte Warengruppen anstreben. Eine solche zu realisierende Stärkung kann durch die Warengruppe Bekleidung hergestellt werden. Es sollte daher eine potenzielle Entwicklung berücksichtigt werden, die unter der Voraussetzung der städtebaulichen Verträglichkeit im Rahmen von rund 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zu prüfen wäre. Da der Mittelbereich der zur Kooperation verpflichteten zentralen Orte insgesamt rund 244.500 Einwohner zählt und diesem Konzept in der Berechnung lediglich die Einwohner der Verbandsgemeinde zugerechnet wurden, ist eine Entwicklung über das Maß der eigenen VG in geringfügigem Umfang möglich, sofern keine schädlichen Auswirkungen zu erwarten sind.

### → **Einrichtungsbedarf**

Im Bereich der Warengruppe „Einrichtungsbedarf“ werden vom vorhandenen Potenzial 66,6 % am Standort gebunden, sodass hier ein Kaufkraftabfluss von rund 2,1 Mio. € vorhanden ist. Dies ergibt bei der zugrunde gelegten Flächenproduktivität ein Verkaufsflächenpotenzial von 821 m<sup>2</sup>. Insgesamt werden damit 33,4 % der möglichen Kaufkraft derzeit nicht in der Verbandsgemeinde Höhr-Grenzhausen gebunden.

Unter Berücksichtigung des mittelzentralen Status sowie der Rolle im mittelzentralen Verbund scheint ein Verkaufsflächenpotenzial von ca. 500 m<sup>2</sup> für Höhr-Grenzhausen angemessen zu sein. Hierdurch kann die betriebsbedingte Erweiterung bestehender Betriebe ermöglicht werden und eine

nachhaltige Stärkung der Einzelhandelsstruktur innerhalb der VG erreicht werden. Hier wird durch die etwas unterhalb des rein rechnerischen Potenzials liegende gutachterlich korrigierte Fläche erneut der Rolle im mittelzentralen Verbund Rechnung getragen und keine 100 % Kaufkraftbindungsquote angestrebt. Auch in Konkurrenz zum starken Oberzentrum Koblenz macht dies hinsichtlich der Tragfähigkeit potenzieller Betriebe Sinn.

### → **Bücher / Schreibwaren**

Bücher und Schreibwaren können als eigenständige Warengruppe nur unter Berücksichtigung der tatsächlichen Angebotsstrukturen realistisch erfasst und bewertet werden. So werden entsprechende (Teil-)Sortimente auch in allen Supermärkten, Warenhäusern, Discountern, Kiosken, Tankstellen und in weiteren Betrieben als Randsortiment angeboten, was tatsächlich zu einer deutlich höheren Kaufkraftabschöpfung führt, als es die rechnerisch ermittelten Werte vermuten lassen. Die Werte der Kaufkraftbindungsquote von 87,3 % und das sich hieraus ergebende endogene Potenzial von 0,4 Mio. €, bzw. ein rechnerisches Flächenpotenzial von 88 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche kann daher nicht als absolute Kenngröße herangezogen werden.

Geht man von einem tatsächlichen zusätzlichen Bedarf von maximal 150 m<sup>2</sup> aus, so lässt sich hieraus durchaus die Erweiterung bestehender Angebote in der Innenstadt ableiten.

Da in dieser Warengruppe der Vertrieb und das Bestellen über das Internet ein wichtiger zu beachtender Faktor ist, kann der Ausbau dieses Sortimentes nur unter gleichzeitiger Bewerbung des örtlichen Angebotes funktionieren. Hier ist beispielsweise Marketing über eine eigene Internetseite der Betriebe hilfreich. Zu berücksichtigen ist auch die Angebotsvielfalt in der Warengruppe. Um exaktere Aussagen tätigen zu können, ist hier eine differenziertere Nachfrageanalyse notwendig, um genauere Aussagen machen zu können. Diese Analyse zielt allerdings eher auf die Tragfähigkeit eines zusätzlichen Betriebes und weniger auf dessen Verträglichkeit ab.

### → **Unterhaltungselektronik und elektronische Medien**

Die Warengruppe „Unterhaltungselektronik und elektronische Medien“ weist eine besondere Charakteristik auf, denn neben den elektronischen Geräten zählen hierzu auch Zubehörartikel und Medien. Diese werden jedoch auch in den unterschiedlichsten Einzelhandelsbetrieben als Teil des dortigen Sortiments angeboten. So ist beispielsweise der Verkauf von DVDs und CDs bei Discountern und Lebensmitteleinzelhändlern, Warenhäusern und Drogeriemärkten heute bereits Standard, wenn auch nur als Randsortiment. Insofern muss zwischen den Medien und den eigentlichen Geräten genauer unterschieden werden, um ein realistisches Gesamtbild der tatsächlichen Angebotsstruktur zu erhalten.

Die Kaufkraftbindungsquote liegt hier bei 25,9 %. Daraus resultiert ein Kaufkraftabfluss von 1,5 Mio. €. Rein rechnerisch liegt hier ein Verkaufsflächenpotenzial von 401 m<sup>2</sup> vor. Da eine Versorgung mit diesen Sortimenten aktuell immer stärker über das Internet und die größeren Betriebe in Mittel- und Oberzentren stattfindet, ist es betriebstragfähigkeitsspezifisch sinnvoll dieses Potenzial gutachterlich nach unten zu korrigieren.

Schwieriger ist die Beurteilung des Angebotes von Waren der reinen Unterhaltungselektronik. Diese Geräte werden außer im Fachhandel auch in jedem Discounter und Vollsortimenter als Aktionsware in regelmäßigen Abständen gehandelt. Dadurch entsteht eine durchaus nennenswerte Konkurrenz zu Fachgeschäften, die kaum quantifiziert werden kann, aber dennoch nicht unterschätzt werden darf. Zu berücksichtigen ist auch der mittelzentrale Status von Höhr-Grenzhausen und der damit

einhergehende Versorgungsauftrag zwar über das Verbandsgemeindegebiet hinaus, jedoch im Verbund mit den weiteren Mittelzentren. Eine 100 % Kaufkraftbindung ist hier daher nicht anzustreben, auch aufgrund dessen, dass Angebote in den umliegenden Zentren eine starke Konkurrenz darstellen können, die eine tragfähige Ansiedlung in Höhr-Grenzhausen erschweren.

Ein als potenziell verträglich zu bewertendes Flächenpotenzial von maximal 300 m<sup>2</sup> kann daher als voraussichtlich tragfähig sowie für weitere Betriebe verträglich bewertet und demnach empfohlen werden.

Kombinierte Angebote mit Sortimenten aus anderen Warengruppen stellen hier eine gute Möglichkeit dar, aus mehreren Warengruppen einen angemessenen Anteil der Kaufkraft vor Ort zu binden. Bestehenden Betrieben sollte zudem die Möglichkeit eingeräumt werden Erweiterungen vorzunehmen.

### → **Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten**

In dieser Warengruppe werden derzeit etwa 7,7 % der Kaufkraft gebunden. Das entspricht einem ungebundenen Potenzial von 2,4 Mio. € und lässt rechnerisch ein Verkaufsflächenpotenzial von 959 m<sup>2</sup> erwarten.

Zusätzliche Ansiedlungen oder Erweiterungen in diesem Sortiment sind sinnvoll, um die Angebotsvielfalt und damit die Auswahl für den Kunden auszubauen. Die Kaufkraft wandert hier zu einem Großteil in umliegende Zentren ab.

Auch hier ist jedoch die starke Konkurrenz durch Online-Handel sowie das benachbarte Oberzentrum Koblenz zu beachten. Empfohlen wird hier daher lediglich ein zu realisierendes Potenzial von etwa 500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Damit lässt sich ohne eine zu starke Konkurrenzsituation aufzubauen eine Verdichtung des Angebotes innerhalb der VG Höhr-Grenzhausen erreichen, vornehmlich als Erweiterung der bestehenden Angebote oder als kleinflächige Neuansiedlung in einer der vorhandenen Leerstandsimmobilien. Allerdings ist auch hier in Kombination mit weiteren Angeboten eine größere Gesamtverkaufsfläche denkbar (z.B. Elektrofachmarkt).

### → **Spielwaren / Hobby**

Das Angebot der Warengruppe „Spielwaren / Hobby“ ist in der VG Höhr-Grenzhausen mit einer Bindungsquote von 21,7 % und damit einem rechnerischen Kaufkraftabfluss von 1,0 Mio. € ebenfalls als unterdurchschnittliches Angebot zu bewerten. Bei einem rein rechnerischen Verkaufsflächenpotenzial von 362 m<sup>2</sup> ist hier auch gutachterlich eine Erweiterungsmöglichkeit zu empfehlen.

Eine zusätzliche Ausweisung ist hier auch insbesondere vertretbar, da die vorhandenen Betriebe hier teilweise ein nur sehr spezifisches Angebot vorweisen. Durch die Erweiterungsmöglichkeit oder kleinflächige Neuansiedlungen, vorrangig im Kernbereich von Höhr oder Grenzhausen, wird demzufolge auch eine Diversifikation der Angebotsstruktur ermöglicht.

Dabei sollte ein zusätzliches Verkaufsflächenangebot von 300 m<sup>2</sup> hier jedoch nicht überschritten und gleichzeitig aktiv eine Sortimentserweiterung in der Angebotsstruktur gefördert werden.

### → **Foto / Optik**

In dieser Warengruppe wird ein für ein Mittelzentrum als geringfügig unterdurchschnittlich zu bezeichnender Wert mit einer Bindungsquote von 42,7 % und damit einem Kaufkraftabfluss von

0,8 Mio. € erzielt. Das entspricht im Umkehrschluss einem rechnerischen Verkaufsflächenpotenzial von 262 m<sup>2</sup>.

Da diese Warengruppe auch alle Optiker-Leistungen und Hörgeräte-Akustiker beinhaltet, wird hierdurch die Bilanz leicht verschoben. Allerdings enthält diese Warengruppe auch Angebote, die größere Elektronikmärkte bedienen. Sie sind somit vielfach in Oberzentren vorhanden oder werden im Internet verkauft. Da es auf Grund der Konkurrenz mit dem Internethandel, den Angeboten in benachbarten Zentren (insbesondere Koblenz) sowie der Rolle im mittelzentralen Verbund als schwierig erscheint das gesamte Potenzial innerhalb von Höhr-Grenzhausen zu binden, wird eine gutachterliche Korrektur vorgenommen welche potenziell zu einer für ein Mittelzentrum dieser Größe angemessenen Kaufkraftbindung führen kann. Daher wird ein als verträglich zu betrachtendes maximales Flächenpotenzial auf ca. 250 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche beschränkt. Damit könnte die Ansiedlung von kleineren Geschäften in den Kernbereichen (z.B. zur Nachnutzung von Leerständen) oder die Erweiterung bestehender Standorte realisiert werden. Alternativ sind diese Angebote als Teil von kombinierten Betrieben mit Elektronik und Medien vorstellbar. Auch Anbietern mit einem großen Anspruch auf Warenpräsentation kann so begegnet werden.

#### → **Schuhe / Lederwaren**

Das Angebot in dieser Warengruppe liegt mit einer Bindungsquote von 22,4 % und einem rechnerischen Kaufkraftabfluss von 1,0 Mio. € in einem für ein Mittelzentrum als bedenklich niedrig zu bewertenden Bereich. In vielen Fällen liegt bereits in Grundzentren eine höhere Bindungsquote in dieser Warengruppe vor. Das rechnerische Verkaufsflächenpotenzial beträgt hier dementsprechend 398 m<sup>2</sup>.

Aus gutachterlicher Sicht kann in dieser Warengruppe insgesamt ein Potenzial von etwa 400 m<sup>2</sup> eingeräumt werden. Der Stadt steht als Mittelzentrum die flächendeckende Versorgung in dieser Warengruppe innerhalb der Verbandsgemeinde sowie sogar darüber hinaus zu. Zudem kann durch den Ausbau dieses Segments die Attraktivität der Verbandsgemeinde Höhr-Grenzhausen gesteigert werden. Anzusetzen ist dieses Potenzial in erster Linie für die Ansiedlung in Leerständen hier insbesondere im Kernbereich von Höhr. Eine Reduzierung der errechneten Potenziale erfolgt hier auch mit Blick auf den Status im mittelzentralen Verbund sowie die direkte Konkurrenz zum Oberzentrum Koblenz.

#### → **Informationstechnologie**

In der Warengruppe „Informationstechnologie“ liegt in der Verbandsgemeinde Höhr-Grenzhausen trotz des mittelzentralen Status kein Angebot vor. Demnach beträgt die Kaufkraftbindungsquote hier 0,0 %. Daraus resultierend fließen derzeit 100 % oder 1,2 Mio. € der für diese Warengruppe zur Verfügung stehenden Kaufkraft vom Standort Höhr-Grenzhausen ab. Hieraus ergibt sich rechnerisch ein Verkaufsflächenpotenzial von 267 m<sup>2</sup>.

Dabei ist zu beachten, dass auch in dieser Warengruppe eine starke Konkurrenz durch den Online-Handel zum niedergelassenen Einzelhandel besteht. Daher sollte nicht zwingend eine Bindung von 100 % Kaufkraft angestrebt werden. Es ist zu erwarten, dass bei entsprechenden Angeboten in der Verbandsgemeinde Höhr-Grenzhausen auch weiterhin Einkäufe über das Internet und in den umliegenden weiteren Grund- und Mittelzentren sowie insbesondere dem eine starke Magnetwirkung entfaltenden Oberzentren Koblenz getätigt werden. Daher sollte trotz des rechnerisch ermittelten Flächenpotenzials aus gutachterlicher Sicht eine obere Empfehlungsgrenze von etwa 200 m<sup>2</sup> an zusätzlicher Verkaufsfläche nicht überschritten werden. Auch hier handelt es

sich um Angebote, die vorrangig in Kombination mit Sortimenten anderer Warengruppen angeboten werden oder als kleinflächige Neuansiedlungen im Sinne der Leerstandsnachnutzung realisiert werden können. Dies kann aus gutachterlicher Sicht regelmäßig empfohlen werden, um den Standort in Gänze zu stärken und marktfähige Betriebe am Handelsstandort zu entwickeln.

### → **Sport / Camping**

Die Bindungsquote von 12,0 % wird in der VG Höhr-Grenzhausen vorrangig als in einem großflächigen Sonderpostenmarkt vorliegendes Teilsortiment erreicht. Darüber hinaus gibt es nur ein geringfügiges ergänzendes Sportangebot. Rechnerisch ergibt sich in dieser Warengruppe ein Kaufkraftabfluss von 1,2 Mio. € und darauf aufbauend ein Verkaufsflächenpotenzial von 367 m<sup>2</sup>.

Zur Schließung der vorliegenden Versorgungslücken im Verbandsgemeindegebiet ist eine Realisierung von etwa 350 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche mit Sportartikeln empfehlenswert. Auch hinsichtlich der wichtigen Rolle im Tischtennissport sollte Höhr-Grenzhausen in dieser Warengruppe eine angemessene Kaufkraftbindungsquote anstreben.

Aufgrund kaum vorhandener Betriebe in der näheren Umgebung von Höhr-Grenzhausen ist eine Erweiterung oder auch kleinflächige Neuansiedlung in den Kernbereichen der Stadt Höhr-Grenzhausen unbedenklich.

### → **Hausrat**

Eine tendenziell in vielen Städten und Gemeinden eher schwach aufgestellte Warengruppe ist „Hausrat“. In der Verbandsgemeinde Höhr-Grenzhausen stellt sich dies jedoch aufgrund der historischen Bedeutung der Kannenbäckerei ganz anders dar. Die Vielzahl der Keramikbetriebe und der Angebote in dieser Warengruppe führen hier zu einer außergewöhnlich hohen Kaufkraftbindungsquote von 206,4 %. Dies entspricht einem Kaufkraftzufluss von 1,2 Mio. €. Rechnerisch ergibt sich demnach ein negatives Verkaufsflächenpotenzials von -832 m<sup>2</sup>.

Aufgrund der bereits vorliegenden exorbitant hohen Kaufkraftbindungsquote wäre eigentlich von einer weiteren Erhöhung der Verkaufsfläche abgeraten. Da die historische Beziehung zu diesem Thema jedoch einen Ausbau im Sinne der Standortstärkung für das produzierende Gewerbe rechtfertigt, wird eine Ansiedlung von weiteren rund 150 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche als angemessen erachtet.

### → **Uhren / Schmuck**

Die Warengruppe „Uhren / Schmuck“ weist mit einer Bindungsquote von derzeit 10,5 % einen Kaufkraftabfluss von 0,9 Mio. € und damit ein Verkaufsflächenpotenzial von 171 m<sup>2</sup> auf.

Hier handelt es sich um einen für ein Mittelzentrum ebenfalls eher unterdurchschnittlichen Bindungsgrad der lokalen Kaufkraft. Der mittelzentrale Versorgungsauftrag kann hier nicht erfüllt werden und bedarf erneut einer Potenzialflächenausweisung. Hinsichtlich des mittelzentralen Verbundes ist jedoch auch an dieser Stelle eine 100 % Kaufkraftbindungsquote nicht zielführend. Daher sollte lediglich ein für diese Warengruppe mittleres zusätzliches Potenzial zur Sicherung der Bestandsbetriebe in dieser Warengruppe freigestellt werden. Dabei ist eine Potenzialflächensumme von 100 m<sup>2</sup> als potenziell verträglich zu erachten, da geringfügige Anpassungen im Bestand oder Erweiterungen aufgrund eines Umzuges von Betrieben innerhalb der Innenstadt regelmäßig als verträglich zu erachten sind.



### → Telekommunikation

In der Warengruppe „Telekommunikation“ ist in Höhr-Grenzhausen ein für ein Mittelzentrum ebenfalls unterdurchschnittliches Angebot vorhanden. Daraus resultiert eine geringe Kaufkraftbindungsquote von 15,7 %. Das entspricht einem Kaufkraftabfluss von etwa 0,5 Mio. € und einem rechnerischen Verkaufsflächenpotenzial von 215 m<sup>2</sup>.

Entsprechende Angebote sind in dieser Warengruppe vorrangig auf kleinem Raum zu realisieren. Bekannt hierfür sind kleine Geschäfte von Mobilfunkanbietern (wie im Stadtgebiet vorhanden) oder Service-Betriebe, die neben dem Verkauf auch den gesamten Kundenservice für einen zugewiesenen Bereich abwickeln. Typischerweise können die Angebote dieser Warengruppe auch als integrierte Bestandteile von Elektronikmärkten und Fachgeschäften wahrgenommen werden. Zudem werden viele Käufe und Erledigungen im Hinblick auf die Telekommunikation auch über das Internet abgewickelt. Discounter und Supermärkte haben SIM-Karten und Guthaben für Prepaid-Programme als Randsortimente in ihrem Warenangebot. Es besteht also eine große Konkurrenz zwischen spezialisierten Fachgeschäften und den sonstigen Vertriebswegen. Daher kann gutachterlich zu einer Realisierung des offenen Potenzials in Höhe von etwa 150 m<sup>2</sup> geraten werden, wobei verschiedene Angebotsformen hierunter zu verstehen sind. Auch für diese Warengruppe kommt wieder die Kombination mit anderen Warengruppen in Frage, so z.B. in einem Elektrofachgeschäft.

### → Baby- / Kinderartikel

Die Warengruppe „Baby- / Kinderartikel“ ist in der gesamten Verbandsgemeinde Höhr-Grenzhausen nicht vertreten. Dementsprechend liegt die Kaufkraftbindungsquote hier bei 0,0 %. Der Kaufkraftabfluss in dieser Warengruppe beträgt demzufolge 0,2 Mio. €, was zu einem Verkaufsflächenpotenzial von 103 m<sup>2</sup> führt.

Für ein Mittelzentrum ist eine nicht vorhandene Kaufkraftbindung innerhalb jeglicher Warengruppe als zu gering zu bewerten. Allerdings sind Fachgeschäfte in dieser Warengruppe auch eher in Oberzentren sowie in einzelnen Fällen in gut aufgestellten Mittezentren angesiedelt. Es ist insofern zumindest anzustreben, dass Höhr-Grenzhausen einen eigenständigen Anbieter dieser Warengruppe akquirieren kann. Durch ergänzende Warengruppenangebote in vorhandenen Betrieben ist dabei gegebenenfalls eine Verbindung dieser Warengruppe mit anderen Angeboten (z.B. aus dem Bereich Bekleidung) zur teilweisen Deckung des örtlichen Bedarfs möglich. Insbesondere hinsichtlich der aktuellen Einwohnerentwicklung und einer ansonsten guten sozialen Infrastruktur auch für junge Familien ist ein Ausbau in dieser Warengruppe von Relevanz. Insofern kann eine Erhöhung der potenziellen Verkaufsfläche und eine Realisierung von rund 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ins Konzept eingestellt werden. Dieses Maß lässt nicht auf schädliche Auswirkungen in umliegenden Zentren schließen. Zugleich sollte die Realisierung in der Innenstadt erfolgen.

### → Zusammenfassung

Zusammengefasst ergeben sich aus den vorgenannten Betrachtungen die dargestellten und gutachterlich bereinigten Flächenpotenziale für die einzelnen Warengruppen. Diese sind jedoch nicht als absolute „Grenzwerte“, sondern eher als *aus aktueller Sicht heranzuziehendes Bewertungsszenario* für Neuansiedlungen und Erweiterungen zu verstehen. Die Verbandsgemeinde sollte langfristig versuchen, die noch offenen Potenziale komplett in den Markt einzustellen, um eine bedarfsgerechte Deckung und eine Stärkung des Standortes und nicht zuletzt die Erfüllung des mittelzentralen Versorgungsauftrages im mittelzentralen Verbund herbeizuführen. Dabei muss

klargestellt sein, dass die aufgezeigten Potenziale eine auf dem Ansatz des Einzugsbereichs basierende Betrachtung darstellen. Sie sind für konkrete Vorhaben im Einzelfall zu prüfen.

Warengruppe	Flächenpotenzial in m <sup>2</sup> (ca.) EZK 2016		Flächenpotenzial in m <sup>2</sup> (ca.) Fortschreibung 2019		Veränderung in m <sup>2</sup>	
	Errechnet	Korrigiert	Errechnet	Korrigiert	Errechnet	Korrigiert
Nahrungs- und Genussmittel	-1.599	800	-693	1.200	+ 906	+ 400
Gesundheits- und Körperpflege	627	700	690	800	+ 63	+ 100
Baumarktspezifische Waren	3.851	3.500	4.142	4.000	+ 291	+ 500
Bekleidung	541	1.000	806	1.200	+ 265	+ 200
Einrichtungsbedarf	705	500	821	500	+ 116	---
Bücher / Schreibwaren	110	150	88	150	- 22	---
Unterhaltungselektronik / Medien	543	300	401	300	- 142	---
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	889	500	959	500	+ 70	---
Spielwaren / Hobbys	475	300	362	300	- 113	---
Foto / Optik	307	150	262	250	- 45	+ 100
Schuhe / Lederwaren	461	400	398	400	- 63	---
Informationstechnologie	360	150	267	200	- 93	+ 50
Sport / Camping	364	300	367	350	+ 3	+ 50
Glas / Porzellan / Keramik	-849	0	-832	150	+ 17	+ 150
Uhren / Schmuck	133	100	171	100	+ 38	---
Telekommunikation	222	100	215	150	- 7	+ 50
Baby- / Kinderartikel	100	150	103	200	+ 3	+ 50
<b>SUMME</b>	<b>7.130</b>	<b>9.100</b>	<b>8.528</b>	<b>10.750</b>	<b>+ 1.398</b>	<b>+ 1.650</b>

Tabelle 6: Flächenpotenziale nach Warengruppen (**errechnet** und **korrigiert**)  
(Quelle: eigene Ermittlungen)

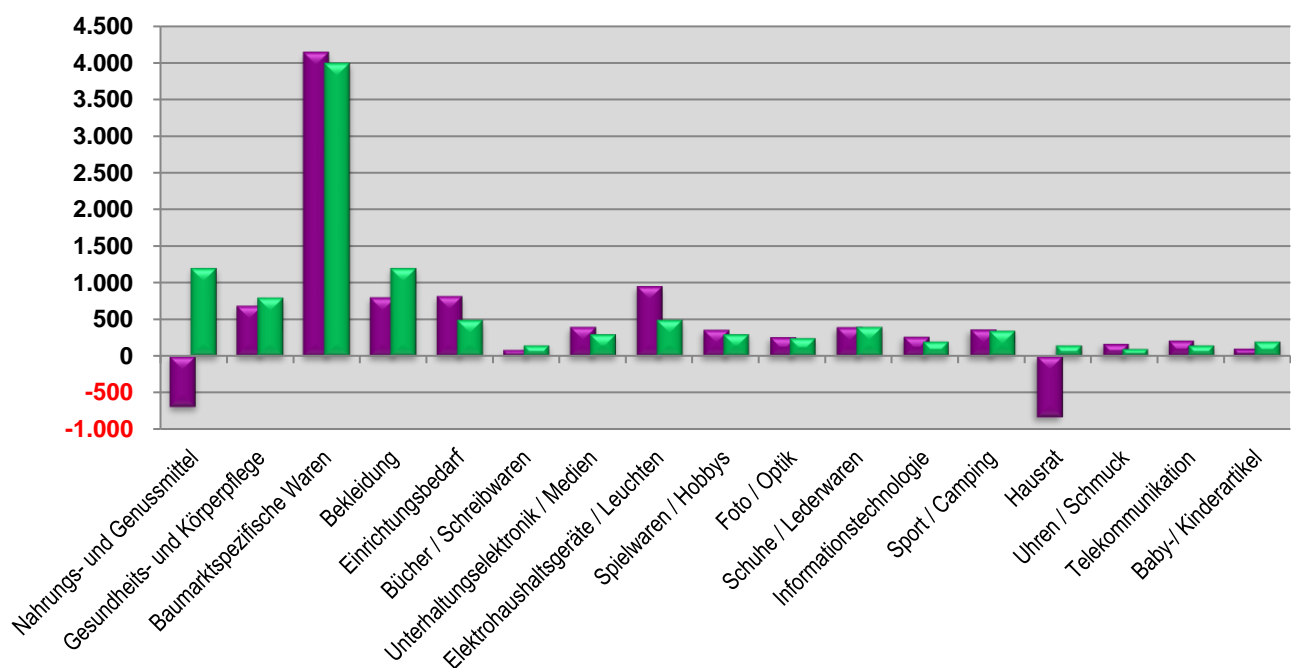


Abbildung 11: Verkaufsfächenpotenziale in m<sup>2</sup> errechnet (**rot**) und korrigiert (**grün**)  
(Quelle: eigene Darstellung)



Die Potenziale sollen in der Umsetzung einem hierarchischen System zentraler Versorgungsbereiche in der VG Höhr-Grenzhausen folgen, welches nachfolgend ausformuliert wird. Dabei ist innerstädtischen Strukturen im Sinne des Zentralitätsgebotes gemäß LEP IV die höchste Priorität einzuräumen.

### **6.3 Fazit**

Generell ist davon auszugehen dass die Einzelhandelsentwicklung in der Verbandsgemeinde im Stadtgebiet des Mittelzentrums Höhr-Grenzhausen stattfinden soll. Partielle Nutzungen der ausgewiesenen Flächen sollten allerdings auch für eine nachhaltige Stärkung der Ortsgemeinde HILLSCHIED zur Verfügung gestellt werden. Auch die weitere bestehende Versorgungsstruktur innerhalb der Ortsgemeinden der VG Höhr-Grenzhausen ist zu erhalten. Darüber hinaus ist den hier ansässigen Betrieben im Rahmen betriebstragfähigkeitsnotwendiger Erweiterungsabsichten ein angemessenes Erweiterungspotenzial zu genehmigen. Das Hauptaugenmerk ist jedoch auf die Stärkung des Einzelhandels in der Stadt Höhr-Grenzhausen als Hauptversorgungsträger innerhalb der VG Höhr-Grenzhausen zu richten. Auch dahingehend, dass Höhr-Grenzhausen seine Versorgungsleistung in Anbetracht der mittelzentralen Funktion deutlich ausbauen kann.

Für die exakte Zuordnung und Definition der zulässigen Sortimente ist ein System zentraler Versorgungsbereiche zu entwickeln, das die Bedürfnisse der einzelnen Sortimente berücksichtigt und den Schutz der Nahversorgung, der weiteren Versorgungsstrukturen sowie eine funktionierende Innenstadt zum Ziel hat. Der Ausbau einzelner nicht zentrenrelevanter Sortimente in Ergänzungsstandorten kann vor dem Hintergrund der mittelzentralen Funktion der Stadt Höhr-Grenzhausen ebenfalls in die weitere Entwicklung eingestellt werden, um hier die Rolle als Mittelzentrum zu stärken und Höhr-Grenzhausen auch über die Verbandsgemeindegrenzen hinaus als Versorger gut aufgestellt zu positionieren.

## 7 EINZELHANDELS- UND ZENTRENKONZEPT

### 7.1 Ziele und Grundsätze der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

#### 7.1.1 Übergeordnete Ziele

Die übergeordneten Leitlinien ergeben sich aus der einzelhandels- und zentrenspezifischen Situation der Verbandsgemeinde, der Stadt und des zugehörigen Nahbereiches, den daraus resultierenden Bewertungen sowie den weiteren allgemein formulierten Rahmenbedingungen. Für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung der Verbandsgemeinde Höhr-Grenzhausen ist es daher – in quantitativer, qualitativer sowie in räumlich-funktionaler Hinsicht – erforderlich verbindliche Ziele zugrunde zu legen.

Als vorrangige Ziele der Einzelhandelsentwicklung in der Verbandsgemeinde Höhr-Grenzhausen werden von gutachterlicher Seite zum einen die **Sicherung und Stärkung des Stadtzentrums von Höhr-Grenzhausen**, welches als Mittelzentrum einen maßgeblichen Nahversorgungsauftrag erfüllen muss und zum anderen die sinnvolle Sicherung der wohnortnahen Nahversorgung über die Bestandssicherung **der Versorgungsfunktion am Versorgungsstandort Hillscheid** sowie den weiteren entsprechenden Standorten gesehen. Dabei wird eine Fortentwicklung der zentrenunschädlichen Standorte zur weiteren Deckung des Bedarfs angestrebt, wobei hier darauf zu achten ist, die Randsortimente auf ein verträgliches Maß zu beschränken.

Zusammenfassend betrachtet ergibt sich aus den vorherigen Arbeitsschritten folgender übergeordneter Zielkatalog zur Einzelhandelsentwicklung in Höhr-Grenzhausen als Mittelzentrum und Hauptversorgungsträger des zugewiesenen Nahbereiches sowie im mittelzentralen Verbund über die Grenzen der Verbandsgemeinde hinaus:

- Sicherung und Stärkung der mittelzentralen Funktion der Stadt Höhr-Grenzhausen
- Sicherung und Stärkung der identifizierten Hauptgeschäftsbereiche sowie Entwicklung und Stärkung seiner Randbereiche (insbesondere bei Angebotslücken)
- Sicherung des Besatzes sowie Reduzierung und Vermeidung von Leerständen in zentralen Versorgungsbereichen von Höhr-Grenzhausen
- Erhaltung und Stärkung des identifizierten Nahversorgungsnetzes und der Schwerpunkte
- Sicherung und Ausbau eines attraktiven und vielschichtigen Einzelhandelsangebotes sowie der Einzelhandels- und Funktionsvielfalt
- Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk, Dienstleistungen und produzierendes Gewerbe
- Sicherung der mittelzentralen Funktion unter Berücksichtigung der Nahversorgungsstrukturen innerhalb der Nah- und Grundversorgungssortimente anbietenden Ortsgemeinden als Unterstützer des Hauptversorgungsträgers Stadt Höhr-Grenzhausen innerhalb des Nahbereiches
- Sicherung und besondere Berücksichtigung der Funktion des Einzelhandels in der Ortsgemeinde Hillscheid als wichtigem Unterstützer des Hauptversorgungsträgers

#### 7.1.2 Grundsätze zur räumlichen Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels

Im Hinblick auf eine den aufgeführten, übergeordneten Zielen entsprechende Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der VG sowie der Stadt Höhr-Grenzhausen sollten für die zukünftige räumliche Steuerung grundsätzliche Strategien entwickelt werden. Vor dem Hintergrund der o.g. Ziele und unter Berücksichtigung der Bewertung der Ausgangssituation einerseits sowie den

zukünftigen entwicklungsbestimmenden Faktoren andererseits, sollen für Höhr-Grenzhausen folgende Leitsätze zur räumlichen Einzelhandels- und Zentrenstruktur gelten und durch entsprechende politische Beschlüsse festgelegt werden. Erst mit diesem Schritt kann es gelingen, allen beteiligten Akteuren Planungs-, Investitions- und Rechtssicherheit zu geben und vor dem Hintergrund einer weiteren Attraktivierung der VG und der Stadt die erstrebenswerte Magnetwirkung zu entfalten.

Dabei soll im Hinblick auf die zukünftige bauleitplanerische Umsetzung darauf hingewiesen werden, dass das Einzelhandels- und Zentrenkonzept als abwägungsrelevantes, städtebauliches Konzept nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zwar eine wichtige Entscheidungsgrundlage darstellt, allerdings keine Rechtsverbindlichkeit im Hinblick auf die Steuerung von Einzelhandelsnutzungen entfaltet. Vielmehr gibt das Konzept Leitvorstellungen und Grundsätze vor, die mittels bauleitplanerischer Entscheidungen umgesetzt werden müssen. Somit wird die Gemeinde nicht von ihrer Pflicht entbunden, in jedem Einzelfall zu prüfen, welche bauleitplanerischen Festsetzungen städtebaulich gerechtfertigt und mit dem Abwägungsgebot vereinbar sind.

→ **Grundsatz 1: Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten nur noch in den zentralen Versorgungsbereichen**

Einzelhandelsbetriebe mit einem zentrenrelevanten Hauptsortiment sind grundsätzlich nur noch in den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichen zulässig. Diese Direktive soll aber auch für alle kleineren Betriebe gelten, die in ihrer Sortimentsstruktur eine gewisse „Systemrelevanz“ erkennen lassen. Ausgelöst wird eine solche Relevanz durch das Verhältnis einer Angebotsfläche des zu bewertenden Betriebs zu einer bereits vorhandenen Fläche in der Innenstadt und dem gesamten Stadtgebiet. Dies gilt generell für strukturprägende Betriebsgrößenordnungen, von denen an anderer Stelle Negative Auswirkungen auf den Stadtkern zu erwarten sind.

→ **Grundsatz 2: Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment**

Nahversorgungsrelevante Einzelhandelsbetriebe spielen bei der wohnortnahen Grundversorgung eine gewichtige Rolle. Sind diese großflächig, so sind sie nach den Vorgaben des LEP IV nur in zentralen Versorgungsbereichen zulässig. Diese Regelung soll grundsätzlich auch auf kleinere Betriebe ausgeweitet werden.

In der Verbandsgemeinde soll die flächendeckende Nahversorgung gezielt gesichert und gestärkt werden. So können an solitären Standorten, innerhalb des Gemeindegebietes aber außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment dann zulässig und sinnvoll sein, wenn sie der Nahversorgung der im unmittelbaren Umfeld vorhandenen Wohnbevölkerung dienen und keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche erwarten lassen. Auch eine Verlagerung von bereits bestehenden Nahversorgern zu diesem Zweck ist denkbar. Dabei sind außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im Wesentlichen Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) sowie kleinere Lebensmittelläden (Nachbarschaftsläden unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit) zulässig und sinnvoll, die zur Deckung des täglichen Bedarfs dienen. Die Ausweisung der zentralen Versorgungsbereiche ist an diesem Grundsatz zu orientieren.

→ **Grundsatz 3: Randsortimente an nicht integrierten Standorten**

Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten führen regelmäßig sogenannte Randsortimente. Während von nicht zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung des Hauptgeschäftsbereiches ausgeht, sind bei zentrenrelevanten

Randsortimenten außerhalb der städtebaulich festgelegten Zentren Auswirkungen auf den Hauptgeschäftsbereich zumindest möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes grundsätzlich widersprechen würde, ist ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat. Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und insbesondere dann, wenn ein direkter Bezug zum Hauptsortiment vorliegt, zulässig sein.

Bisher hat sich eine Begrenzung auf rund 10 % der gesamten Verkaufsfläche als praktikabel erwiesen. Es wird jedoch empfohlen, eine maximale Fläche von 800 m<sup>2</sup> für Randsortimente nicht zu überschreiten. Eine Koppelung dieser beiden Beschränkungen (max. 10 % und max. 800 m<sup>2</sup>) macht eine gezielte Steuerung der maximalen Flächengrößen von Randsortimenten möglich. Die genaue Beschränkung ist jedoch im Einzelfall in der Bauleitplanung zu entscheiden. Eine deutlich geringere Fläche für Randsortimente wäre zwar wünschenswert, unterliegt aber der jeweiligen Abwägung im Bauleitplanverfahren. Hierzu ist unter Umständen im Einzelfall die Verträglichkeit der Randsortimente zu prüfen.

→ **Grundsatz 4: Ansiedlungsperspektiven von Verkaufsstellen der Handwerks-, produzierenden und weiterverarbeitenden Gewerbebetriebe (Handwerkerprivileg)**

Ausnahmsweise sollen Verkaufsstellen von Handwerks-, produzierenden und weiterverarbeitenden Gewerbebetrieben, sogenannter Annex-Handel, in Ergänzungsstandorten zugelassen werden, sofern

- eine räumliche Zuordnung zum Hauptbetrieb besteht,
- die Errichtung im betrieblichen Zusammenhang erfolgt,
- eine deutliche flächen- und umsatzmäßige Unterordnung zum Hauptbetrieb gegeben ist und
- die Schwelle der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten wird.

## 7.2 Ausweisung der zukünftigen zentralen Versorgungsbereiche

Ein zentraler Punkt des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, die für die Verbandsgemeinde Höhr-Grenzhausen vorzunehmen ist. Diese basiert auf dem aktuellen Bestand der Einzelhandelsangebote und der beschriebenen Steuerungsabsicht der Verbandsgemeinde für die weitere Entwicklung des Einzelhandels.

Als Grundlage für die Abgrenzung der Versorgungsbereiche dient die Darstellung der aktuellen Standorte des lokalen Einzelhandels (Bestandsanalyseergebnis). Dabei können verschiedene Kategorien von Angebotsclustern unterschieden werden, je nachdem wie sie vom Verbraucher vor Ort wahrgenommen werden. Damit stellt die folgende Betrachtung auf eine Magnetwirkung von Standorten ab, die für die Abgrenzung der Versorgungsbereiche gesondert untersucht und bewertet werden muss.

### 7.2.1 Zentrale Versorgungsbereiche in der Stadt Höhr-Grenzhausen

Die hier abgebildeten Einheiten sind dabei nicht zwingend als parzellenscharf zu verstehen. Sie dienen der Verortung der Entwicklung des Einzelhandels im Stadtgebiet und lassen geringe Unschärfen bei der späteren Entwicklung zu. Aus Gründen der Eindeutigkeit sind sie dennoch parzellenscharf abgebildet. Eine spätere Einbeziehung von Randgrundstücken in die Bauleitplanung oder der Verzicht auf Teilbereiche ist im Rahmen der Abwägung denkbar.

Klar erkennbar ist der **Zentrale Versorgungsbereich Höhr** als Haupteinkaufsbereich der gesamten Stadt sowie der VG. Weitere Versorgungsbereiche sind der **Zentrale Versorgungsbereich Grenzhausen (Nahversorgung)** sowie der **Zentrale Versorgungsbereich Westerwaldstraße (Nahversorgung)**. Zudem wird im zentralen Stadtbereich der **Zentrale Versorgungsbereich Am Kreisel (Nahversorgung)** verankert.

Ein weiterer relevanter Standort ist der **Ergänzungsstandort Rudolf-Diesel-Straße** im östlich vom Ortskern gelegenen Gewerbegebiet. Hier sind zukünftig lediglich nicht zentrenrelevante Sortimente zulässig. Damit soll einem weiteren Vollsortimenter in diesem Areal entgegengewirkt und eine weitere Konzentration der wohnstandortnahen (Nah-)Versorgung andernorts angestoßen werden. Darüber hinaus können hier potenzielle Ansiedlungen von beispielsweise nicht zentrenrelevanten Nutzungen mit Warengruppen wie baumarktspezifischen Waren oder aber Tiernahrungsanbietern eine attraktive Lage vorfinden.

Eine bedeutende Rolle in der weiteren Einzelhandels- sowie infolgedessen auch gesamtstädtischen Entwicklung kann darüber hinaus der dargestellte **Zentrale Versorgungsbereich Rastal-Gelände (Eingeschränkt)** einnehmen.

Der **Zentrale Versorgungsbereich Höhr** beinhaltet entlang der Rathausstraße sowie der Rheinstraße im historisch gewachsenen Kern von Höhr die maßgeblichen nah- und mittelbereichsrelevanten Angebote in zentraler Ortslage und die dort in Form von bestehendem Leerstand gebundenen, vorhandenen Potenziale.

Die Einzelhandelsstruktur und der ergänzende Besatz sind als gut verdichtet zu bezeichnen. Der Bereich ist trotz seiner integrierten Lage und einem theoretischen räumlichen Bezug in sich nicht homogen. Trotz der räumlichen Dichte und der eindeutigen Funktion als Haupteinkaufsbereich ist hier ebenfalls eine hohe Zahl an Leerständen erfasst worden. Zudem besteht eine deutliche räumliche Distanz zu den weiteren Versorgungsbereichen innerhalb des Stadtraumes. Aufgrund der Verkehrslage sowie des Straßenverlaufes ist zudem bereits innerhalb des Versorgungsbereiches keine einheitliche Wahrnehmung eines einzelnen Haupteinkaufsbereiches zu erkennen. Vielmehr wirken sowohl die Rathausstraße und die Rheinstraße als eigenständige Bereiche.

Zwar ist die verkehrliche Situation bereits im Zuge der Sanierung verbessert worden, jedoch ist hier durch das hohe Verkehrsaufkommen und die Dominanz auch des ruhenden Verkehrs ein immer noch als mindestens „unbefriedigend“ zu bewertendes Einkaufserlebnis ohne Erholungsqualität vorhanden. Dies ist vermutlich auch bedingt durch topografische Begebenheiten und die daraus entstehende enorme Höhendifferenz zwischen Rheinstraße und Rathausstraße, welche zudem durch die dichte Bebauung nur schwierig eine konkrete Verbindung realisierbar macht. Somit ist trotz der faktischen räumlichen Nähe keine tatsächliche einheitliche Wahrnehmung des Versorgungsbereiches gegeben.

Für die weitere Entwicklung sollte daher ein Schwerpunkt auf eine auch durch das Erscheinungsbild untermauerte, attraktive Verbindung zwischen den innerhalb des Versorgungsbereiches bestehenden Haupteinkaufsbereichen gelegt werden. Ganz allgemein ist hier auch ein Schwerpunkt auf die sinnvolle Nachnutzung der in diesem Bereich liegenden Leerstände zu legen. Dabei sind jedoch auch die für diesen Bereich relevanten Ergebnisse des städtebaulichen Rahmenkonzeptes zu berücksichtigen. Auch alternative Lösungen zum Einzelhandel sollten zur Belebung des Bereichs ergriffen werden.



Der **Zentrale Versorgungsbereich Grenzhausen (Nahversorgung)** der in seiner Funktion bezüglich der zulässigen Sortimente für die weitere Entwicklung künftig auf die **Nahversorgung** beschränkt wird, liegt nordwestlich des zentralen Versorgungsbereiches Höhr im Stadtkern von Grenzhausen entlang der Rathausstraße. Hier findet sich die in Grenzhausen einzig ausgemachte Verdichtung differenzierter Nutzungen, welche die Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereiches erlaubt. Die weiteren in Grenzhausen vorliegenden einzelnen Betriebe entlang der Rathausstraße sind aufgrund ihrer „verstreuten“ Lage nicht mehr städtebaulich gerechtfertigt in den Versorgungsbereich einzubeziehen, da hier keine ausreichende Verdichtung und Zusammengehörigkeit mehr zu erkennen ist.

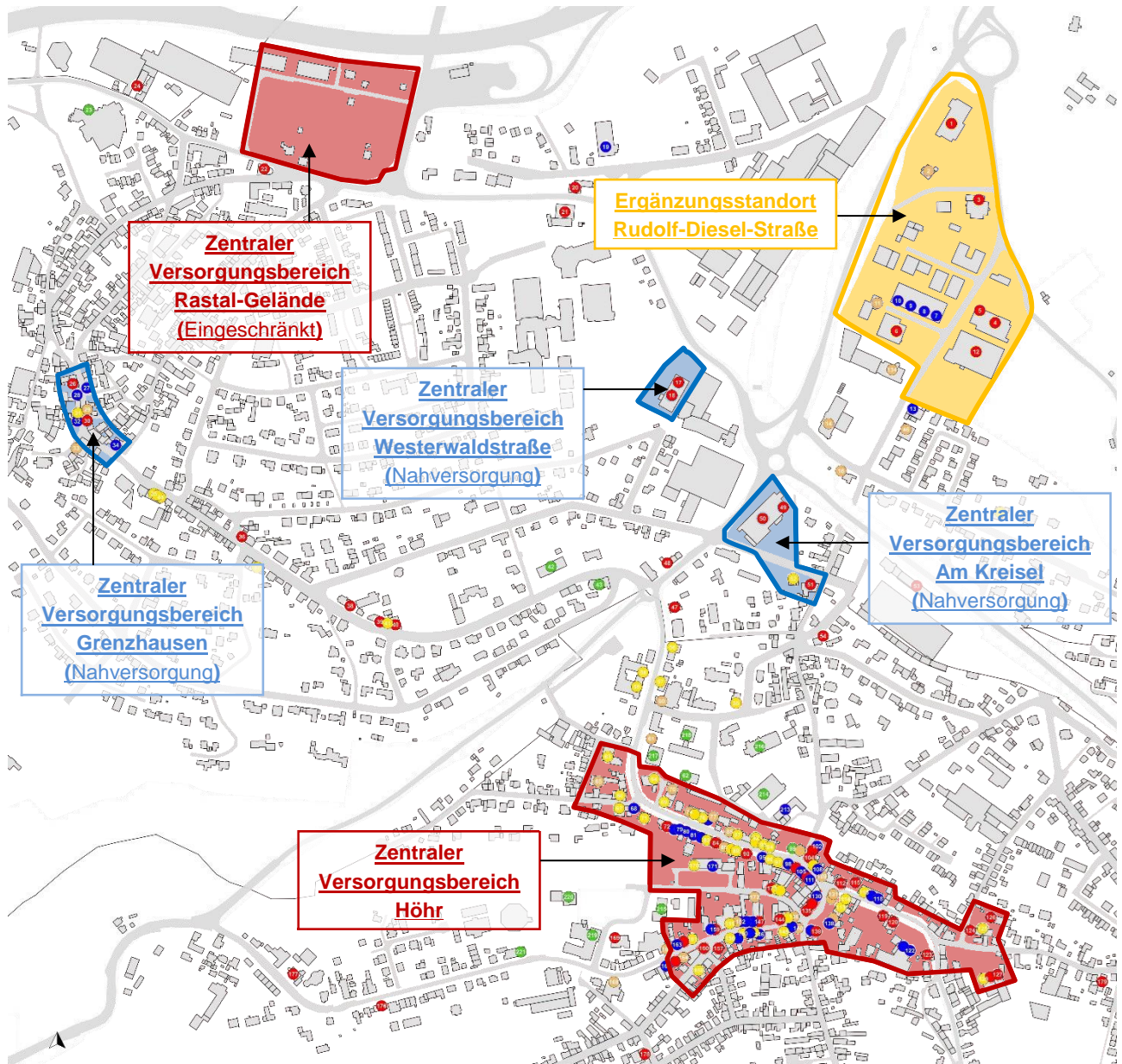


Abbildung 12: Neue Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in Höhr-Grenzhausen  
(Quelle: Alkis mit Bestandskartierung | eigene Darstellung)

Bedingt durch die Funktion als derzeit für die Nahversorgung relevanter Bereich zur Deckung des täglichen Bedarfs ist die Bedeutung des identifizierten **Zentralen Versorgungsbereichs Grenzhausen (Nahversorgung)** für den Einzelhandel in Höhr-Grenzhausen so hoch, dass eine Zentrenrelevanz nicht ausgeblendet werden darf.



Dennoch ist eine Einschränkung notwendig, um den **Zentralen Versorgungsbereich Höhr** als klaren Handelsschwerpunkt mit seiner Angebotsvielfalt in Zukunft zu erhalten und im Rahmen seiner Möglichkeiten angemessen weiter entwickeln zu können. Es wird voraussichtlich nicht gelingen, die Nahversorgung in den Kernbereich von Höhr zurück zu holen, da die weiteren Standorte innerhalb der Stadt bereits voll etabliert sind und teilweise hohe Magnetwirkung entfalten. Die Bereichsausweisung orientiert sich am Bestand und ist wegen der Bedeutung der hiesigen Betriebe insbesondere für die Verbandsgemeinde als wichtiger Handelsbereich zu sehen.

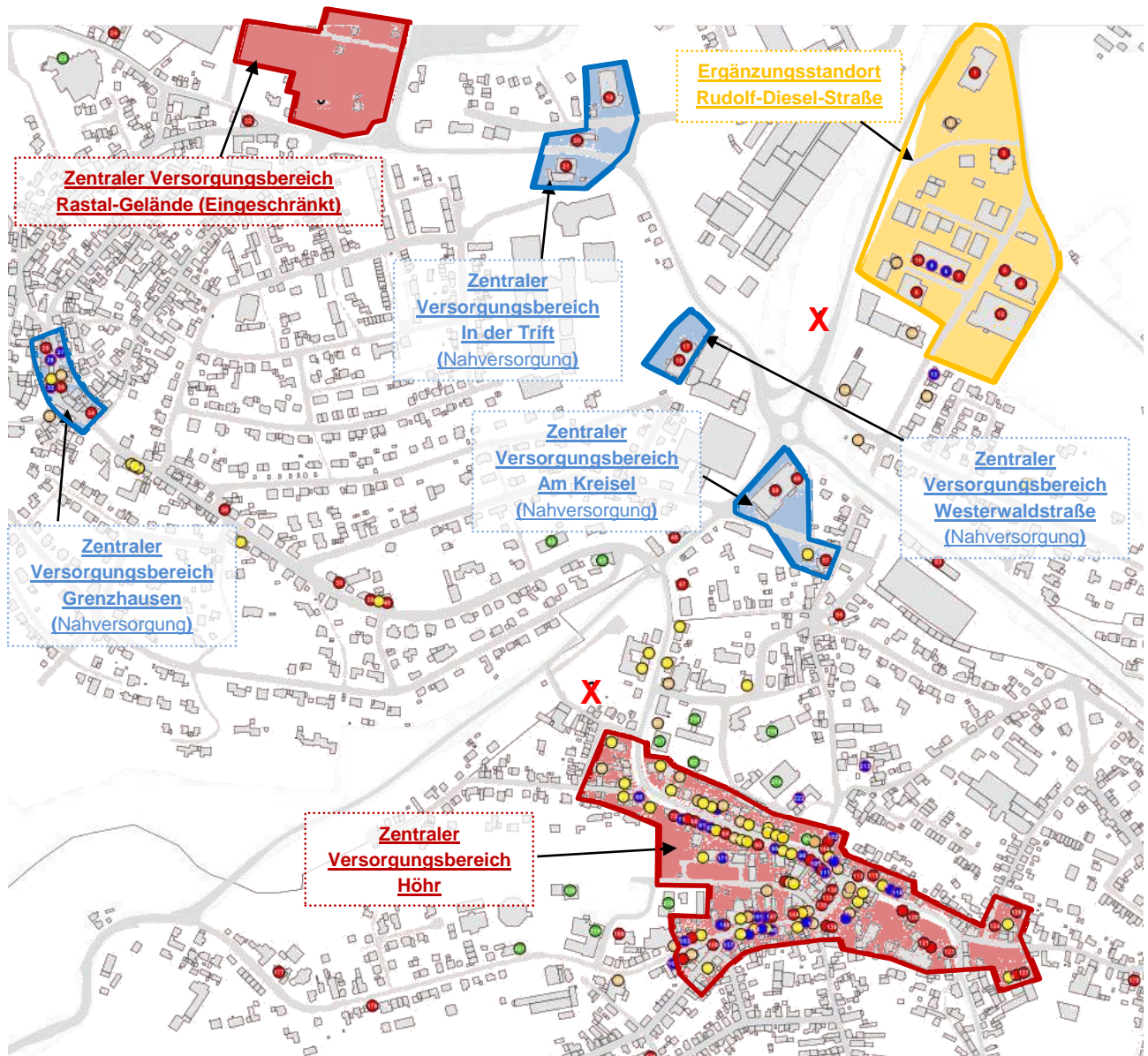


Abbildung 13: Bisherige Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in Höhr-Grenzhausen  
(Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2016)

Als weitere für die Nahversorgung bereits jetzt relevante sowie zukünftig zu schützende Versorgungsbereiche wurden der **Zentrale Versorgungsbereich Westerwaldstraße (Nahversorgung)** und der **Zentrale Versorgungsbereich Am Kreisel (Nahversorgung)** identifiziert. Die Standorte sind allesamt von hoher Relevanz für die Nahversorgung und halten entsprechende Angebote vor. Hier sind die Sortimente ebenfalls auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente

festzuschreiben und den Betrieben Entwicklungsmöglichkeiten im Rahmen wettbewerbsspezifischer Notwendigkeiten einzuräumen.

Für den **Zentralen Versorgungsbereich Am Kreisel (Nahversorgung)** sowie dem **Zentralen Versorgungsbereich Westerwaldstraße (Nahversorgung)** gelten ähnliche Voraussetzungen. Mit dem großflächigen Vollsortimenter (Rewe), dem Ärztehaus sowie einer Bäckerei ist hier in zentraler, verkehrstechnisch sehr guter Lage ein eigenständiger Versorgungsbereich identifiziert worden, welcher eine wichtige Rolle zur Nahversorgung spielt. Gleiches gilt für den in der Nähe vorliegenden zentrumsnahen Nahversorger (Netto), der erst kürzlich nach baulicher Erweiterung neu eröffnet hat. Diese Betriebe sind zu erhalten und der Bereich durch Erweiterungspotenziale zu unterstützen. Zudem sollte hier bei Bedarf gegebenenfalls auch kleinflächigen Neuansiedlungen oder Umsiedlungen kleinerer, aktuell außerhalb zentraler Versorgungsbereiche liegender Betriebe zugestimmt werden.

Aus der Ausweisung des Jahres 2016 entfallen ist der auf die Nahversorgung beschränkte Zentrale Versorgungsbereich In der Trift. Der hier mittlerweile aufgegeben Handelsstandort soll nicht weiter durch großflächigen Einzelhandel planerisch unterstützt werden.

Im **Ergänzungsstandort Rudolf-Diesel-Straße** ist der Großteil der aktuell im Stadt- und Verbandsgemeindegebiet vorzufindenden Einzelhandelsflächen verankert. Zwei Getränkemärkte, zwei Discounter, ein großflächiger Betrieb mit hauptsächlich mittel- bis langfristigen Waren verursachen hier eine starke Magnetwirkung. Die wichtige Rolle für die Nahversorgung sowie die weitere Versorgung ist hier eindeutig zu erfassen. Dennoch ist die Nahversorgung hier nicht optimal positioniert. Daher wird dieser Bereich lediglich als Ergänzungsstandort und nicht als Nahversorgungsstandort ausgewiesen. Bestandsbetriebe genießen dabei Bestandsschutz. Bestehende Genehmigungen sind dadurch nicht tangiert. Lediglich zukünftige Entwicklungen konzentrieren sich gemäß Konzeption nunmehr auf die Ansiedlung oder Erweiterung nicht zentrenrelevanter Warengruppen, welche nicht zwangsläufig fußläufige Erreichbarkeit benötigen sowie in Kernlagen auch selten entsprechenden Platz vorfinden. Der Standort liegt außerhalb der beiden Kernbereiche und ist darüber hinaus auch mit Dienstleistern sowie großen Showrooms überlokal bekannter Unternehmen durchmischt. Einer Schädigung der sonstigen nahversorgungsrelevanten Versorgungsbereiche sowie der zentralen Versorgungsbereiche wird dadurch entgegengewirkt, als dass hier keine weitere nahversorgungsrelevante Entwicklung zulässig ist. Getränkemärkte fallen aufgrund der Großgebäude dabei nicht unter die Zentrenrelevanz oder die Nahversorgungsrelevanz, sondern sind über die nicht zentrenrelevanten Sortimente auch weiterhin hier zulässig und nicht in Ihrer Entwicklung beschränkt.

Mit dem Bereich des als **Zentraler Versorgungsbereich Rastal-Gelände (Eingeschränkt)** gekennzeichneten Areals soll darüber hinaus die Möglichkeit geschaffen werden, Ansiedlungen zu verwirklichen, die keine schädlichen Auswirkungen auf die übrigen Strukturen, insbesondere den **Zentralen Versorgungsbereich Grenzhausen (Nahversorgung)** sowie den **Zentralen Versorgungsbereich Höhr** auslösen. An dem Standort kann größeren Ansiedlungen zur nachhaltigen Erweiterung und Verbesserung der Versorgungsleistung Raum gegeben werden, welche in den Kernbereichen aufgrund der Kleinteiligkeit der hier vorliegenden Leerstände nicht möglich wären. Dabei wurde der Bereich gegenüber der Konzeption aus dem Jahr 2016 geringfügig vergrößert, um das Flächenpotenzial in Gänze zu erfassen. Für den **Zentralen Versorgungsbereich Rastal-Gelände (Eingeschränkt)** ist eine eigenständige Sortimentsliste zu



erstellen, um dieser spezifischen Ausrichtung Rechnung zu tragen. Wesentlich ist dabei auch die für Hör-Grenzhausen vorzunehmende Definition der zentrenrelevanten Sortimente. Hier könnte die neue Schwerpunktsetzung für eine nachhaltige Stärkung des Standortes Hör-Grenzhausen als Mittelzentrum erfolgen. Natürlich ist darauf zu achten, dass bei einer Entwicklung des Bereiches schädliche Auswirkungen ausgeschlossen werden. So könnte über eine neue Konzentration von bereits bestehenden Nutzungen im Stadtgebiet an dieser Stelle nachgedacht werden.



Abbildung 14: Zentraler Versorgungsbereich Rastal-Gelände (Eingeschränkt)  
(Quelle: Likar | eigene Darstellung)

Das Gelände bietet demnach großes Potenzial zur Ansiedlung attraktiven großflächigen Einzelhandels, welcher im Kernbereich Hör-Grenzhausens, aber auch in den einzelnen Ortsgemeinden keinen Platz finden kann. Hierfür spricht sowohl die Lage als auch die verkehrliche Anbindung sowohl regional aber vor allem auch **lokal** hinsichtlich der Nahversorgung von insbesondere der Grenzhäuser Bevölkerung. Ein hier gegebenenfalls realisierbares Angebot kann auch eine breit gefächerte Nachverdichtung der Sortimentsstruktur mit sich bringen sowie als weiterer positiver Aspekt eine Magnetwirkung mit sich bringen und den Gesamtstandort Hör-Grenzhausen stärken.

## 7.2.2 Nahversorgungsstandort Hillscheid

In Hillscheid ist ebenfalls ein für die Versorgungsleistung der Verbandsgemeinde wesentlicher Versorgungsbereich identifiziert worden. Er ist insofern von Relevanz, da er nicht nur das Mittelzentrum Hör-Grenzhausen insgesamt unterstützt, sondern hier auch im Sinne der Selbstversorgung der Ortsgemeinde Hillscheid eine hohe Bedeutung hat.

Hier sind ein Lebensmittelmarkt, eine Apotheke und eine Bäckerei für die Nahversorgung von Relevanz. Dieser **Nahversorgungsstandort Hillscheid** wird daher ebenfalls verankert, um hier einen Schutz der wichtigen Versorgungsfunktion zu gewährleisten und eine Erweiterung der Einzelhandelsangebote im Sinne der Nahversorgung an diesem Standort zu unterstützen.

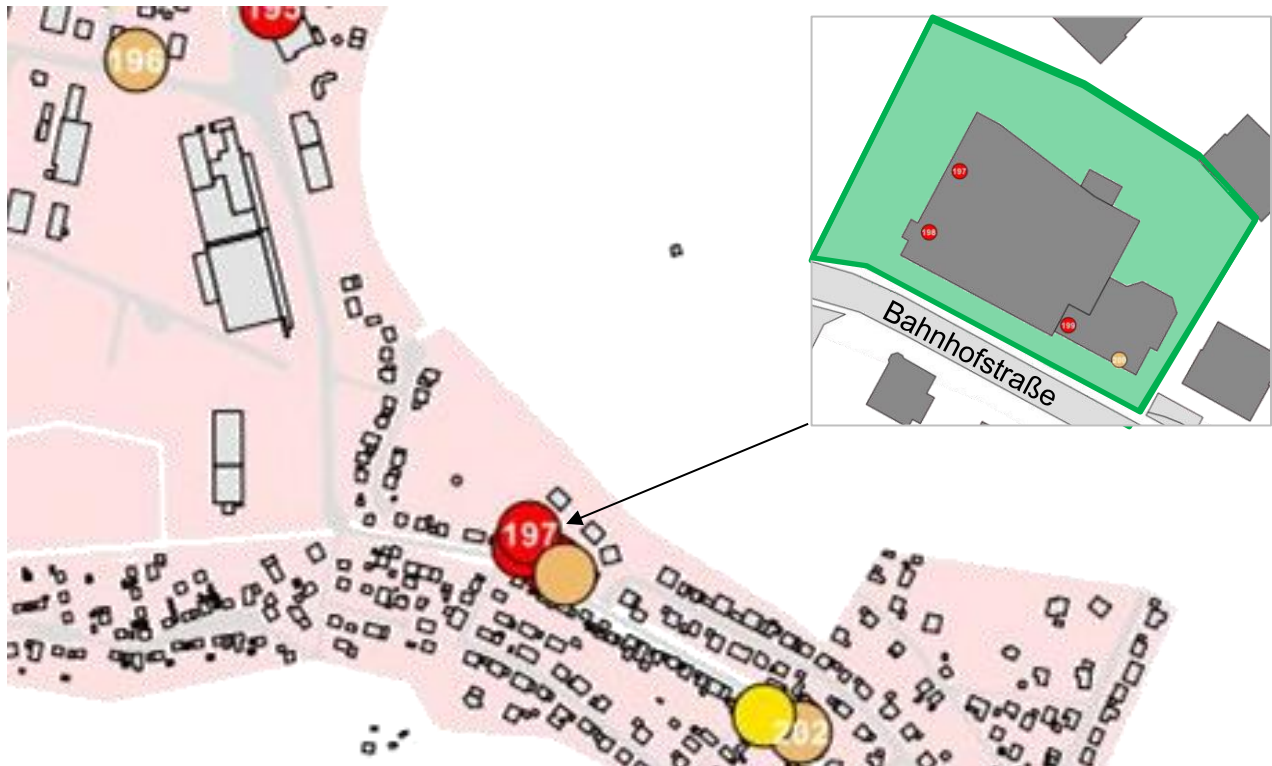


Abbildung 15: Lage und Abgrenzung des Versorgungsstandortes Hillscheid (Nahversorgung)  
(Quelle: Alkis, Eigene Erhebung | eigene Darstellung)

## 7.3 Lokalspezifische Sortimentsliste

### 7.3.1 System der Zentrenrelevanz

Die Aufteilung der Sortimente und Warengruppen des Einzelhandels in Sortimentslisten führt zu unterschiedlich strengen Auflagen im Hinblick auf das zulässige Angebot am jeweiligen Standort. Die Zentrenrelevanz einzelner Angebote lässt sich dabei nach den verschiedenen Versorgungsbereichen einer Gemeinde schichten. Nicht innenstadtrelevante Sortimente sind dabei immer auch in den zentralen Versorgungsbereichen zulässig.

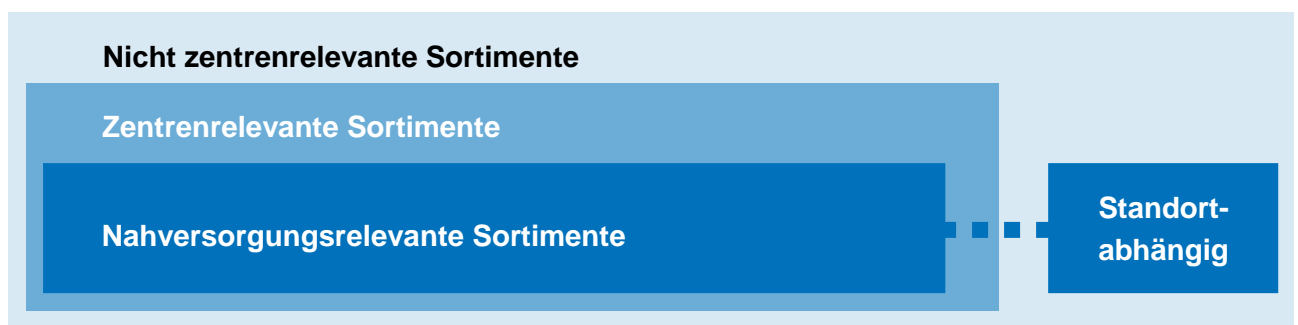


Abbildung 16: System der Zentrenrelevanz  
(Quelle: eigene Darstellung)

Allgemein ist es möglich, nahversorgungsrelevante Sortimente, die eigentlich in den Schutz des Zentrums gehören, auch außerhalb des Zentrums anzubieten, um hier eine wohnortnahe Nahversorgung der Bevölkerung sicherstellen zu können. Hiervon ausgenommen ist die Zulässigkeit von Randsortimenten, die an einem nicht zentralen Standort auch Angebote mit Zentrenrelevanz zulassen können. Dies bedarf allerdings einer bauleitplanerischen Steuerung zur Zulässigkeit nach Art und Maß dieser Angebote zum Kernsortiment.

Im vorliegenden Fall muss nun die Aufteilung der Sortimente auf die möglichen Versorgungsaufträge der einzelnen Bereiche der Stadt erfolgen. Hierzu können der Bedeutung für die Gesamtversorgung innerhalb des Einzugsbereichs diese Sortimente anhand der nachstehend grafisch aufgezeigten Zuordnung einem nachvollziehbaren System unterworfen werden, das eine transparente Entwicklungsidee für die Versorgung der Bevölkerung darstellt. Hierbei wird insbesondere der Steuerungswille im Hinblick auf den eingeschränkten Versorgungsbereich erkennbar. Diese Steuerung muss sich natürlich – wie im LEP IV gefordert – in Sortimentslisten wiederfinden, welche bei späteren Planungen als Vergleichs- und Prüfungsgrundlage für jeweiligen Vorhaben herangezogen werden können.

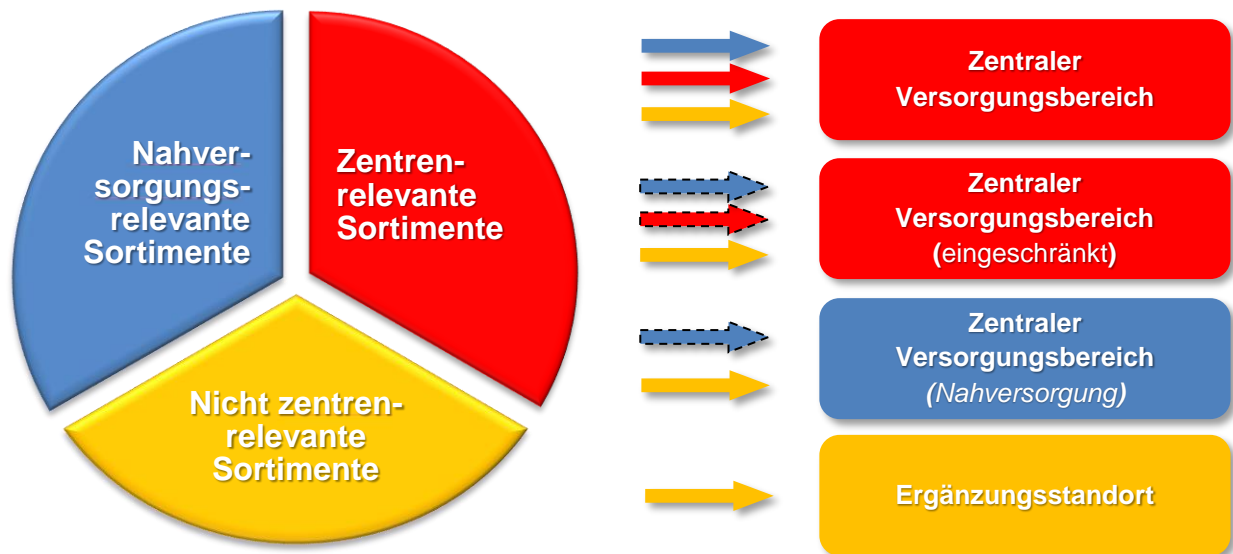


Abbildung 17: Zuordnungshierarchie von Sortimenten zu den unterschiedlichen Versorgungsbereichen (Quelle: eigene Darstellung)

### 7.3.2 Sortimentslisten der VG Hör-Grenzhausen

Aus dem ermittelten Einzelhandelsbestand in der Verbandsgemeinde, der Stadt Hör-Grenzhausen sowie der Gemeinde Hillscheid und den potenziellen Entwicklungsmöglichkeiten für die jeweiligen Versorgungsbereiche resultiert die folgende Liste der nahversorgungsrelevanten, allgemein zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimente für die Stadt und Verbandsgemeinde Hör-Grenzhausen.

Die Sortimentsliste regelt dabei lediglich die Neuansiedlung, Erweiterung und Nutzungsänderung von Einzelhandelsbetrieben. Bestehende Betriebe sind im Bestand zunächst geschützt.

Sie ist bei weiteren Planungen innerhalb der Verbandsgemeinde Hör-Grenzhausen in der Bauleitplanung und auf Genehmigungsebene im Rahmen der Abwägung zu beachten und umzusetzen.

#### → Nahversorgungsrelevante Sortimente

Warengruppe	Sortimente	Beispiele zur Erläuterung
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungsmittel, Genussmittel	Alle Arten von Lebens- und Genussmitteln (inkl. Kaffee, Tee, Tabakwaren, Reformhauswaren, etc.) frisches Obst und Gemüse, Back- und Konditoreiwaren, Metzgereiwaren



Gesundheits- und Körperpflege	Drogerie, Parfümerie, Wasch- und Putzmittel	Gesundheits- und Körperpflegeartikel, Drogeriewaren, Putz- und Reinigungsmittel, Waschmittel, Parfümerieartikel, freiverkäufliche Apothekenwaren im Einzelfall gehören hierzu auch medizinische und orthopädische Artikel und Sanitätsbedarf
Baumarktspezifische Waren	Blumen	Schnittblumen, Topfpflanzen, Gestecke
Bücher / Schreibwaren	Buchhandel	Zeitungen und Zeitschriften

→ **Zentrenrelevante Sortimente**

Warengruppe	Sortimente	Beispiele zur Erläuterung
Bekleidung	Damenoberbekleidung, Herrenmode, Kinderoberbekleidung, Wäsche, Strumpfwaren	Bekleidung aller Art (inkl. Lederbekleidung, etc.), Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren, Unterwäsche und Miederwaren, Strümpfe und Strumpfwaren, Bademoden
Einrichtungsbedarf	Haus- und Heimtextilien, Wohneinrichtungsbedarf	Gardinen, Heimtextilien, Dekostoffe, Haus-, Bett- und Tischwäsche sowie Kunstgewerbe, Bilder, Rahmen u.ä., hochwertige Bodenbeläge (Einzelware, wie z.B. Orientteppiche), Antiquitäten, Wohneinrichtungsbedarf
Bücher / Schreibwaren	Papier, Schreibwaren, Bürobedarf, Buchhandel	Schreibwaren und Büroartikel aller Art (außer Büroeinrichtung), Papier, Sortimentsbuchhandel
Unterhaltungselektronik und elektronische Medien	Rundfunk-, Fernseh-, phonotechnische Geräte; Bild- und Tonträger; Videospiele; "braune Ware"	Unterhaltungselektronik wie z.B. Rundfunk- und Fernsehgeräte, HiFi-Anlagen, Video- und Audiosysteme, Videokameras und Fotoartikel, Spielekonsolen, Unterhaltungssoftware, Computer- und Videospiele
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	Elektrokleingeräte, Leuchten, Lampen, Leuchtmittel	Elektrokleingeräte aller Art (Toaster, Kaffeemaschinen, Rühr- und Mixgeräte, Bügeleisen, Rasierer, Zahnbürsten, ...), Leuchten, Lampen, Leuchtmittel u.ä.
Spielwaren / Hobbys	Spielwaren, Hobby-, Bastelwaren, Musikinstrumente	Spielwaren aller Art, technisches Spielzeug, Hobby- und Bastelartikel im weitesten Sinne, Sammlerbriefmarken und Münzen, Musikinstrumente und Zubehör
Foto / Optik		Fotoapparate und Videokameras, Fotoartikel und -zubehör, optische Geräte, Ferngläser, Brillen, Hörgeräte u.ä.
Schuhe / Lederwaren		Schuhe, Sandalen, Stiefel, Lederwaren aller Art, Taschen, Koffer, Schirme
Informationstechnologie	Hard-/Software, Personal Computer, Peripheriegeräte	Computer aller Art und Computerzubehör sowie Peripheriegeräte (Bildschirme, Drucker, Tastaturen und sonstige Eingabegeräte, Festplatten u.ä.), Software einschl. Computerspiele, Navigationsgeräte

Sport / Camping	Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportkleingeräte, Fahrräder	Sportbekleidung und –schuhe, Sportartikel und –kleingeräte (Bälle, Schläger, ...), Waffen, Angler- und Jagdbedarf, Fahrräder und Zubehör
Hausrat	Glas / Porzellan / Keramik, Geschenkartikel	Haushaltswaren aller Art (Töpfe, Pfannen, Schneidwaren und Bestecke, ...), Glas, Porzellan, Vasen und Feinkeramik, sonstiger Hausrat, Geschenkartikel und Souvenirs
Uhren / Schmuck		Uhren, Zubehör, Schmuck, Modeschmuck
Telekommunikation		Mobiltelefone, Faxgeräte, Telefone, Internetzubehör
Baby- / Kinderartikel		Babybekleidung, Babyspielwaren, Babymöbel, Kinderwagen

### → Nicht zentrenrelevante Sortimente

Warengruppe	Sortimente	Beispiele zur Erläuterung
Nahrungs- und Genussmittel	Spirituosen, Getränke	Spirituosen, Getränke
Bekleidung	Berufsbekleidung, Funktionskleidung	Bekleidung für berufliche Tätigkeiten, Arbeitsschutzbekleidung
Einrichtungsbedarf	Möbel	Möbel (inkl. Büro-, Bad- und Küchenmöbel), Gartenmöbel und Polsterauflagen, Bettwaren, Matratzen, Bodenbeläge, Teppiche (Auslegeware)
Baumarktspezifische Waren	Baumarktspezifisches Sortiment; Tapeten, Lacke, Farben, Baustoffe, Werkzeuge, ... Pflanzen, Gartenbedarf; Kfz-Zubehör; Zoologischer Bedarf	Maschinen und Werkzeuge, Bauelemente, Baustoffe (inkl. Fenster, Türen, ...), Eisenwaren, Beschläge Elektroartikel und –installationsmaterial, Farben, Lacke, Fliesen und Zubehör, Sanitärbedarf, Gartenbedarf und Gartengeräte, einschl. Freilandpflanzen, Kamine und Kachelöfen, Pflanzen und Sämereien sowie sonstige baumarktspezifische Waren; Kfz- und Motorradzubehör, Zoologischer Bedarf
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	Öfen; Elektrogroßgeräte; "weiße Ware"	Elektrogroßgeräte (Kühl- und Gefrierschränke, Waschmaschinen, Wäschetrockner, Geschirrspülmaschinen, ...) und sonstige Elektrohaushaltsgeräte (Staubsauger, Wäשמangeln, ...) außer Elektrokleingeräte und „braune Ware“
Sport / Camping	Sportgroßgeräte	Camping- und Outdoorartikel, Zelte, Boote

Tabelle 7: Sortimentslisten der Stadt und Verbandsgemeinde Höhr-Grenzhausen  
(Quelle: eigene Darstellung)

### → Erläuterung zu den Abweichungen von der Sortimentsliste des LEP IV

Die Spirituosen und Getränke werden als nicht zentrenrelevant festgeschrieben, da sie vielfach nicht zu den Artikeln des „Handtaschenformates“ gehören (z.B. Getränkeboxen) und in der Regel mit dem PKW besorgt werden. Dies soll nicht zwangsläufig im Zentrum erfolgen müssen. Eine weitere Unterscheidung in diesen Sortimenten soll nicht erfolgen. Die Festlegung orientiert sich zudem an der Bestandsstruktur.

Zoologischer Bedarf kommt im ländlichen Raum in den meisten Fällen als kombiniertes Angebot in Baumärkten vor, die selbst nicht im Stadtzentrum liegen müssen oder sollten. Daher wird das Sortiment als nicht zentrenrelevant definiert. Dies hat auch keinen Einfluss auf den Bestand im Stadtgebiet.

Die Sortimente Berufsbekleidung und Funktionsbekleidung werden aus der sonstigen Bekleidung herausgelöst und als nicht zentrenrelevant deklariert, da die Möglichkeit bestehen soll, sie im Verbund mit baumarktspezifischen Waren anzubieten.

Die als nicht zentrenrelevant aufgenommen Artikel der Warengruppe Elektrohaushaltsgeräte/ Leuchten werden wegen der mangelnden Platzverhältnisse in der Stadtstruktur als nicht erforderlich für die Funktionsfähigkeit der Innenstadt gesehen; daher diese Abweichung in der Sortimentsliste.

Bei der Abweichung im Hinblick auf die Sportgeräte (hier Sportgroßgeräte) ist auf die bestehende Struktur der Stadt hinzuweisen. Entsprechende Angebote sind innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche lediglich im Bereich Rudolf-Diesel-Straße vorhanden. Eine Erweiterung des Sortimentes kann an dieser Stelle getragen werden. In den anderen Bereichen kann zudem auch eine Neuansiedlung erfolgen, da darüber hinaus kein Bedürfnis zum Schutz von bestehenden Strukturen besteht, da es sich hier lediglich um ein bestehendes Teilsortiment geringfügiger Größe in einem sehr großflächigen Bestandsbetrieb handelt. Zwar existiert noch ein weiterer Sportartikelanbieter in der VG, dieser ist aber hauptsächlich auf den Online-Handel ausgerichtet.

### 7.3.3 Sortimentsliste Zentraler Versorgungsbereich Rastal-Gelände

Aufgrund der spezifischen Ausrichtung des **Zentralen Versorgungsbereiches Rastal-Gelände (Eingeschränkt)** ist für diesen Bereich eine eigenständige Sortimentsliste zu erstellen. Hier sollen zwar nahezu alle Sortimentsbereiche zulässig sein, jedoch ist für alle Warengruppen mit Einschränkungen und Verträglichkeitsnachweisen sicherzustellen, dass die Hierarchie der Versorgungsbereiche in Höhr-Grenzhausen eingehalten wird. Dies gilt für alle denkbaren Ansiedlungsformen. Aktuell soll die Planung für ein Einkaufszentrum verfolgt werden, dessen Details in die Bauleitplanung einzustellen sind. Demzufolge stellt sich die regelmäßige Sortimentsliste für diesen Bereich wie folgt dar:

Warengruppe	Sortimente	Einschränkungen
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungsmittel, Genussmittel	Verträglichkeit ist nachzuweisen
Gesundheits- und Körperpflege	Drogerie, Parfümerie, Wasch- und Putzmittel	Keine großflächigen Neuansiedlungen; Verträglichkeit ist nachzuweisen
Baumarktspezifische Waren	Blumen	Keine selbständigen großflächigen Angebote; Verträglichkeit ist nachzuweisen
Bekleidung	Damenoberbekleidung, Herrenmode, Kinderoberbekleidung, Wäsche, Strumpfwaren	Nur in Ausnahmefällen, wenn keine anderen Flächen zur Verfügung stehen Verträglichkeit ist nachzuweisen
Einrichtungsbedarf	Haus- und Heimtextilien, Wohneinrichtungsbedarf	Tragfähigkeit und Verträglichkeit sind nachzuweisen
Bücher / Schreibwaren	Papier, Schreibwaren, Bürobedarf	Verträglichkeit ist nachzuweisen

Unterhaltungselektronik und elektronische Medien	Rundfunk-, Fernseh-, phonotechnische Geräte; Bild- und Tonträger; Videospiele; „braune Ware“	Verträglichkeit ist nachzuweisen
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	Elektrokleingeräte, Leuchten, Lampen, Leuchtmittel	Als Teilsortiment eines Kombinationsanbieters Verträglichkeit ist nachzuweisen
Spielwaren / Hobby	Spielwaren; Hobby- und Bastelwaren; Musikinstrumente	Verträglichkeit ist nachzuweisen
Foto / Optik		Verträglichkeit ist nachzuweisen
Schuhe / Lederwaren	Schuhe, Sandalen, Stiefel, Lederwaren aller Art, Taschen, Koffer, Schirme	Nur in Ausnahmefällen, wenn keine anderen Flächen zur Verfügung stehen Verträglichkeit ist nachzuweisen
Informationstechnologie	Hard-/Software, Personal Computer, Peripheriegeräte	Als Teilsortiment eines Kombinationsanbieters Verträglichkeit ist nachzuweisen
Sport / Camping	Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportkleingeräte	Nur in Ausnahmefällen, wenn keine anderen Flächen zur Verfügung stehen Verträglichkeit ist nachzuweisen
Hausrat	Glas / Porzellan / Keramik, Geschenkartikel	Verträglichkeit ist nachzuweisen
Telekommunikation		Verträglichkeit ist nachzuweisen
Baby- / Kinderartikel		Verträglichkeit ist nachzuweisen

\* *Zusätzlich sind alle nicht zentrenrelevanten Sortimente der Höhr-Grenzhäuser Sortimentsliste im eingeschränkten zentralen Versorgungsbereich Rastal-Gelände (Eingeschränkt) zulässig*

**Tabelle 8: Sortimentslisten des eingeschränkten zentralen Versorgungsbereiches Rastal-Gelände (eingeschränkt)**  
(Quelle: eigene Darstellung)

## 8 SCHLUSSWORT

Mit der vorliegenden Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes verfügt die VG Höhr-Grenzhausen über eine gute Ausgangsbasis für die weitere Sicherung der vorhandenen Einzelhandelsstandorte innerhalb der Stadt Höhr-Grenzhausen und den weiteren Ortsgemeinden sowie eine zielgerichtete Entwicklung in den kommenden Jahren. Zudem unterstützt das Konzept eine nachhaltige Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche und der gewachsenen Strukturen auch hinsichtlich des Versorgungsauftrages im kooperierenden mittelzentralen Verbund.

Insbesondere die historisch gewachsene Innenstadt von Höhr-Grenzhausen und hier der Kernbereich Höhr können dadurch als Haupteinkaufsbereiche und bedeutende zentrale Versorgungsbereiche langfristig entwickelt werden.

Die aufgezeigten Potenziale zur weiteren Einzelhandelsentwicklung lassen eine dynamische Zukunft in Höhr-Grenzhausen erwarten und ermöglichen eine langfristige Sicherung und Entwicklung der Versorgungsfunktion des Mittelzentrums Höhr-Grenzhausen, sowie damit einhergehend der die Versorgungsfunktion unterstützenden Gemeinde Hillscheid.

Zudem dient eine Sicherung der innerstädtischen Funktionen durch die Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche dem Schutz und Erhalt des Einzelhandels im Zentrum. Es wird außerdem auch der dispersen bisherigen Einzelhandelsentwicklung Rechnung getragen, indem die bestehenden und langjährig etablierten über das Stadtgebiet verteilten Standorte geschützt werden und eine Sicherung ihrer Versorgungsleistung ebenfalls zu einer positiven Entwicklung des Einzelhandels in Höhr-Grenzhausen beitragen kann.

Das Konzept ist ein wichtiger Baustein der integrierten Entwicklung der gesamten Verbandsgemeinde sowie der Stadt Höhr-Grenzhausen und bietet den verantwortlichen Akteuren aus Einzelhandel, Verwaltung und Politik einen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen, der zusammen mit der angemessenen bauleitplanerischen Absicherung die notwendige Rechtssicherheit vermittelt, um eine nachhaltige Einzelhandels- und Stadtentwicklungspolitik zu realisieren.

Durch den Beschluss des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes durch den Verbandsgemeinderat im Sinne einer Selbstbindung und der Zustimmung der zuständigen Genehmigungsbehörde werden die Empfehlungen in der künftigen Abwägung bindend. Zugleich entfalten die enthaltenen Instrumente hierdurch größtmögliche Wirkung und erleichtern die Aufstellung oder Änderung von Bauleitplänen sowie die Beurteilung einzelner Vorhaben im Rahmen zukünftiger Baugenehmigungen.

Alle Behörden, aber auch Handelstreibende, Eigentümer und Investoren sind aufgefordert, die aufgezeigten Anregungen und Perspektiven zur Entwicklung des Einzelhandels zusammen mit der Verwaltung und den Gremien zu diskutieren und im Konsens eine zeitnahe Umsetzung der Empfehlungen zu forcieren. Dabei sollte jeder der beteiligten Akteure seine spezifischen Möglichkeiten in diesen Umsetzungsprozess einbringen, um eine darauf aufbauende bestmögliche Entwicklung zu fördern.



## ANHANG

---

- Sortimentsliste des Einzelhandels
- Glossar
- Flächenproduktivitäten
- Abbildungsverzeichnis
- Tabellenverzeichnis

## Sortimentsliste des Einzelhandels

Warengruppe	Sortimente	Beispiele zur Erläuterung
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungsmittel, Getränke, Spirituosen, Genussmittel	alle Arten von Lebens- und Genussmitteln (inkl. Kaffee, Tee, Tabakwaren, Reformhauswaren etc.), frisches Obst und Gemüse, Back- und Konditoreiwaren, Metzgereiwaren sowie Getränke
Gesundheits- und Körperpflege	Drogerie, Parfümerie; Wasch-/Putzmittel	Gesundheits- und Körperpflegeartikel, Drogeriewaren, Putz- und Reinigungsmittel, Waschmittel, Parfümerieartikel, freiverkäufliche Apothekenwaren; im Einzelfall gehören hierzu auch medizinische und orthopädische Artikel und Sanitätsbedarf
Baumarktspezifische Waren	Blumen, Baumarktspezifisches Sortiment; Tapeten, Lacke, Farben, Baustoffe, Werkzeuge, ...; Pflanzen, Gartenbedarf; Kfz-Zubehör; Zoologischer Bedarf	Schnittblumen und Topfpflanzen sowie Gestecke; Maschinen und Werkzeuge, Bauelemente, Baustoffe (inkl. Fenster, Türen, ...), Eisenwaren, Beschläge Elektroartikel und -installationsmaterial, Farben, Lacke, Fliesen und Zubehör, Sanitärbedarf, Gartenbedarf und Gartengeräte, einschl. Freilandpflanzen, Kamine und Kachelöfen, Zoologischer Bedarf, lebende Tiere, Tierfutter, Pflanzen und Sämereien sowie sonstige baumarktspezifische Waren; hierunter fallen aber auch: Kfz-, und Motorradzubehör
Bekleidung	Damenoberbekleidung; Herrenmode; Kinderoberbekleidung; Wäsche; Strumpfwaren	Bekleidung aller Art (inkl. Lederbekleidung, Berufsbekleidung etc.), Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren, Unterwäsche und Miederwaren, Strümpfe und Strumpfwaren, Bademoden
Einrichtungsbedarf	Haus- und Heimtextilien; Möbel	Gardinen, Heimtextilien, Dekostoffe, Haus-, Bett- und Tischwäsche sowie Kunstgewerbe, Bilder, Rahmen u.ä., hochwertige Bodenbeläge (Einzelware, wie z.B. Orientteppiche), Antiquitäten; Möbel (inkl. Büro-, Bad- und Küchenmöbel), Gartenmöbel und Polsterauflagen, Bettwaren, Matratzen, Bodenbeläge, Teppiche (Auslegeware), Wohneinrichtungsbedarf
Bücher / Schreibwaren	Papier; Schreibwaren; Bürobedarf; Buchhandel	Schreibwaren und Büroartikel aller Art (außer Büroeinrichtung), Papier, Sortimentsbuchhandel, Zeitungen und Zeitschriften
Unterhaltungselektronik und elektronische Medien	Rundfunk-, Fernseh-, phonotechnische Geräte; Bild- und Tonträger; Videospiele; "braune Ware"	Unterhaltungselektronik wie z.B. Rundfunk- und Fernsehgeräte, HiFi-Anlagen, Video- und Audiosysteme, Videokameras und Fotoartikel, Spielekonsolen, Unterhaltungssoftware, Computer- und Videospiele
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	Elektrokleingeräte; "braune Ware"; Öfen; Elektrogroßgeräte; "weiße Ware"	Elektrokleingeräte aller Art (Toaster, Kaffeemaschinen, Rühr- und Mixgeräte, Bügeleisen, Rasierer, Zahnbürsten, ...), Leuchten, Lampen, Leuchtmittel u.ä., Elektrogroßgeräte (Kühl- und Gefrierschränke, Waschmaschinen, Wäschetrockner, Geschirrspülmaschinen, ...) und sonstige Elektrohaushaltsgeräte (Staubsauger, Wäschemangeln, ...) außer Elektrokleingeräte und „braune Ware“

Warengruppe	Sortimente	Beispiele zur Erläuterung
Spielwaren / Hobbys	Spielwaren; Hobby- und Bastelwaren; Musikinstrumente	Spielwaren aller Art, technisches Spielzeug, Hobby- und Bastelartikel im weitesten Sinne, Musikinstrumente und Zubehör, Sammlerbriefmarken und -münzen
Foto / Optik		Fotoapparate und Videokameras, Fotoartikel und -zubehör, optische Geräte, Ferngläser, Brillen, Hörgeräte u.ä.
Schuhe / Lederwaren		Schuhe, Sandalen, Stiefel, Lederwaren aller Art, Taschen, Koffer, Schirme
Informationstechnologie	Hard-/Software, Personal Computer, Peripheriegeräte	Computer aller Art und Computerzubehör sowie Peripheriegeräte (Bildschirme, Drucker, Tastaturen und sonstige Eingabegeräte, Festplatten u.ä.), Software einschl. Computerspiele, Navigationsgeräte
Hausrat	Glas / Porzellan / Keramik; Geschenkartikel	Haushaltswaren aller Art (Töpfe, Pfannen, Schneidwaren und Bestecke, ...), Glas, Porzellan, Vasen und Feinkeramik, sonstiger Hausrat, Geschenkartikel und Souvenirs
Sport / Camping	Sportbekleidung, -schuhe; Sportgeräte; Fahrräder	Sportbekleidung und -schuhe, Sportartikel und -kleingeräte (Bälle, Schläger, ...), Waffen, Angler- und Jagdbedarf; Camping- und Outdoorartikel, Zelte, Boote, Fahrräder und Zubehör
Uhren / Schmuck		
Telekommunikation	(Mobil-)Telefone; Faxgeräte	
Baby-/ Kinderartikel		

### Erläuterung:

Die Liste lehnt sich an die Definition der Warengruppen und Sortimente der GfK Marktdaten<sup>17</sup> an. Die in der rechten Spalte aufgeführten Beispiele dienen lediglich der Veranschaulichung und näheren Erläuterung dessen, was mit dem Sortiment gemeint ist.

Mit einer gutachterlich standortspezifischen Differenzierung der obigen Sortimentsliste soll eine einheitliche Steuerung von Einzelhandelsansiedlungen innerhalb der jeweiligen Gemeinde ermöglicht werden. In Verbindung mit der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sowie der ergänzenden Nahversorgungsstandorte ist somit eine klare und eindeutige Aussage möglich, welche Sortimente an welcher Stelle zulässig sind.

Basierend auf obiger Tabelle wird innerhalb des Gutachtens zwischen „zentrenrelevanten“ und „nicht zentrenrelevanten“ Sortimenten unterschieden. Die Zentrenrelevanz ergibt sich dabei vor allem aus der konkreten Verteilung der Einzelhandelsangebote in der betrachteten Gemeinde (Bestand) sowie einer städtebaulich wünschenswerten künftigen Entwicklung (Planung).

<sup>17</sup> GfK - Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung; Datenkatalog 2009; Deutschland

## Glossar

Begriff	Erläuterung
<b>Annex-Handel</b>	Verkauf der von Handwerks- und Gewerbetrieben selbst produzierten Waren in untergeordneten mit dem Hauptbetrieb zusammenhängenden Verkaufsflächen
<b>Bindungsquote</b>	Verhältnis zwischen Umsatz und Kaufkraftpotenzial: Sie indiziert einen Zufluss (>100 %) oder einen Abfluss (<100 %).
<b>Discounter</b>	Lebensmitteldiscounter zeichnen sich durch ein spezialisiertes Sortiment, niedriger Artikelzahl und aggressive Marketing-Strategien aus. Ergänzt wird das Sortiment durch Non-Food-Artikel.
<b>Einzelhandel</b>	Absatz von Waren an den Endverbraucher ohne Kraftfahrzeug-Handel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie rezeptpflichtige Apothekenwaren
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</b>	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Person.
<b>Ergänzungsstandort</b>	Gebiet, in dem auch großflächige Vorhaben realisiert werden können, die nicht zentrenrelevante Waren an Endverbraucher verkaufen
<b>Hauptgeschäftsbereich</b>	→ Lagekategorie
<b>Innenstadtbereich</b>	→ Lagekategorie
<b>Integrierte Lage</b>	→ Lagekategorie
<b>Kaufkraft</b>	Kaufkraft der Bevölkerung (Global- oder auch Gesamtkaufkraft): Geldmittel, welche einer Person in einem räumlich abgegrenzten Gebiet für Konsum- oder andere Zwecke während einer Zeitperiode tatsächlich zur Verfügung stehen. Sie wird auf die einzelnen Warengruppen umgerechnet.
<b>Kaufkraftbindung</b>	Bindung der Kaufkraft (des Umsatzes) an den Standort/ die Region; Er quantifiziert den Kaufkraftfluss: Ein Kaufkraftabfluss liegt vor wenn ein Teil außerhalb der Region ausgegeben wird. Wenn Kaufkraftanteile aus Fremdregionen dem Marktgebiet zufließen herrscht ein Kaufkraftzufluss vor.
<b>Kaufkraftindex-/ kennziffer</b>	Die Kaufkraftkennziffer einer Region gibt das Kaufkraftniveau pro Einwohner oder Haushalt im Vergleich zum nationalen Durchschnitt an. Sie zeigt an, ob die Gebietseinheit bei der Pro-Kopf-Kaufkraft über oder unter dem Bundesdurchschnitt liegt.
<b>Kaufkraftpotenzial</b>	sämtliche einem Haushalt zur Verfügung stehenden Geldmittel, einschließlich Transferzahlungen wie Familienbeihilfe oder Arbeitslosengeld, aber ohne Kreditaufnahme und Sparerträge. Das für Konsumausgaben verwendete Geld wird durch die Kaufkraft quantifiziert
<b>Nahversorgungszentrum</b>	→ Lagekategorie

Begriff	Erläuterung
<b>Nicht integrierte Lage</b>	→ <b>Lagekategorie</b>
<b>Lagekategorie</b>	<p>Man unterscheidet vier Lagekategorien:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Innenstadt- bzw. Hauptgeschäftsbereich:</b> innerstädtisches Geschäftszentrum</li> <li>• <b>Nahversorgungszentrum:</b> kleineres, vorwiegend der Grundversorgung der Bevölkerung des Stadtteils dienendes Zentrum</li> <li>• <b>integriert:</b> sonstige, den Wohnsiedlungsbereichen unmittelbar zugeordnete Standorte</li> <li>• <b>nicht-integriert:</b> Standorte ohne Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen (fehlende Einbettung), d.h. in der Regel Gewerbegebiete oder „Grüne-Wiese“-Standorte</li> </ul>
<b>Nebenzentrum</b>	Stadt- und Ortsteilzentren die über einen hohen Besitz an Einzelhandelsgeschäften verfügen. Darüber hinaus weisen sie Zentrenfunktionen und städtebauliche Zentrenmerkmale auf. Es grenzt sich über die Nutzungsdichte und die Lage im Stadtgebiet ab.
<b>One-Stop-Shopping</b>	<p>Möglichkeit an einem Standort durch singulären Parkvorgang den Großteil des Einkaufsbedarfes zu befriedigen.</p> <p>z.B.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• bei Einkaufszentren</li> <li>• an einem Standort mehrerer Einzelhandelsbetriebe (Hier: Saynbach Center)</li> </ul>
<b>Sortiment</b>	<p>Artikelstruktur eines Einzelhandelsunternehmens; Unterschieden wird in Kern- und Randsortiment:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Kernsortiment beinhaltet das eigentliche Sortiment, z.B. Gesundheits- und Körperpflege, mit dem der Hauptumsatz erzielt wird. In Ausnahmefällen kann ein Sortiment, das nicht als Kernsortiment betrachtet wird, den Hauptumsatz ausmachen, wenn sich dieser aus einer breiteren Aufstellung des Betriebes ergibt.</li> <li>• Beim Randsortiment ist der Anteil am Umsatz gering. Solche Artikel werden geführt, um den Kunden einen zusätzlichen Service zu bieten.</li> </ul>
<b>Zentraler Versorgungsbereich</b>	Zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen sämtliche städtebaulich-funktionale Zentren (Innenstadtzentrum, Nebenzentrum, Nahversorgungszentrum) Die Abgrenzung und der Schutz zentraler Versorgungsbereiche ist im § 34 Abs. 3 BauGB sowie § 11 Abs. 3 BauNVO gesetzlich begründet.
<b>Zentralität</b>	Die Einzelhandelszentralität quantifiziert die regionale Bedeutung des Einzelhandels einer Stadt oder Gemeinde. Sie leitet sich aus dem Umsatz pro Einwohner und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner ab. Erreicht die Einzelhandelszentralität einen Wert von mehr als 100, bedeutet dies eine überdurchschnittliche Einzelhandelszentralität aufgrund von Kaufkraftzuflüssen; liegt der Wert unter 100, fließt einzelhandelsrelevante Kaufkraft ab.



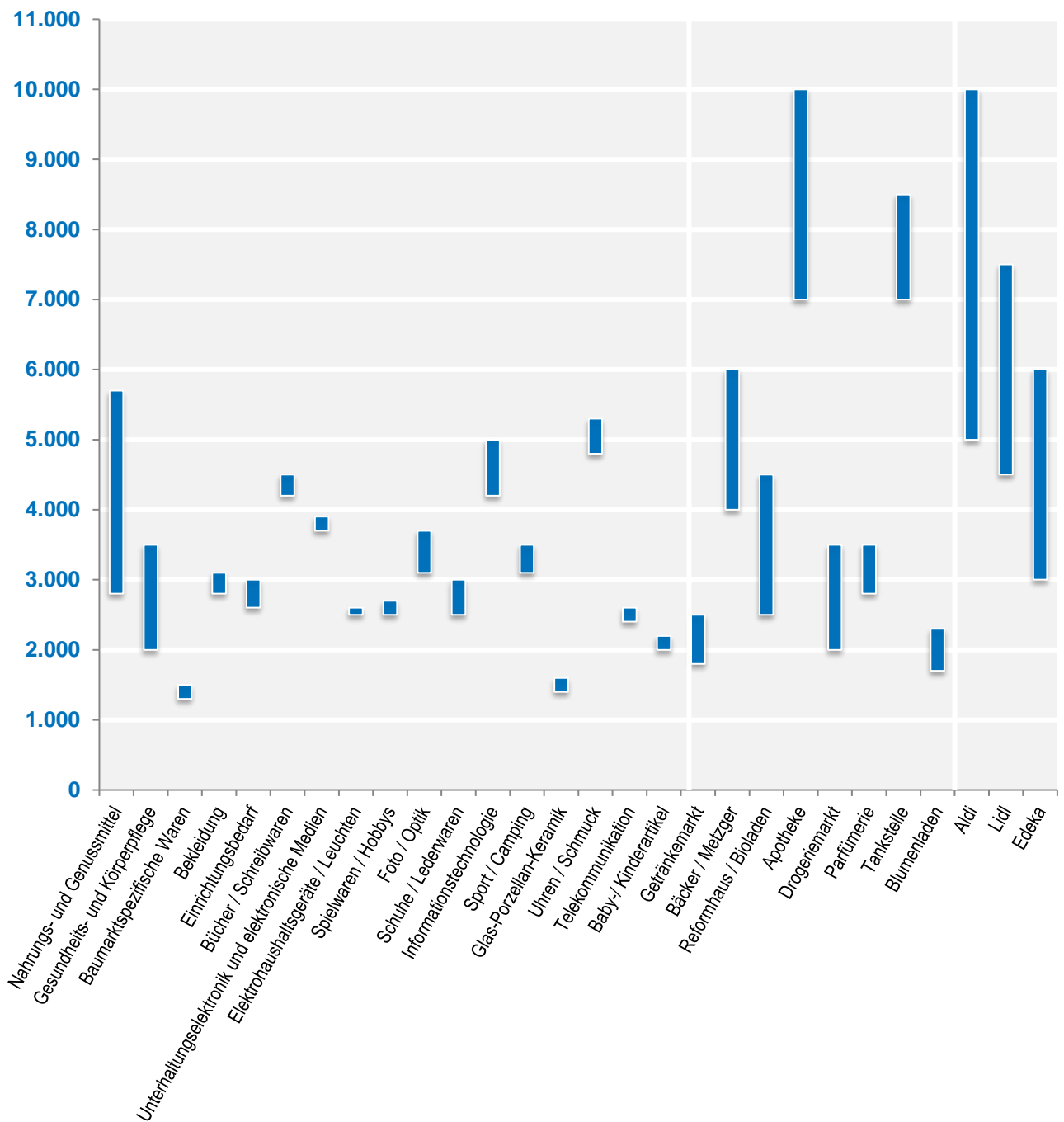
## Flächenproduktivitäten

### nach Betrieben und Warengruppen

Die folgenden Flächenproduktivitäten können für Berechnungen in Einzelhandelsuntersuchungen genutzt werden:

Warengruppe	Betriebstyp	Betrieb	Produktivität in € / m <sup>2</sup>	
			Minimum	Maximum
Nahrungs- und Genussmittel			2.800	5.700
Gesundheits- und Körperpflege			2.000	3.500
Baumarktspezifische Waren			1.300	1.500
Bekleidung			2.800	3.100
Einrichtungsbedarf			2.600	3.000
Bücher / Schreibwaren			4.200	4.500
Unterhaltungselektronik und elektronische Medien			3.700	3.900
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten			2.500	2.600
Spielwaren / Hobbys			2.500	2.700
Foto / Optik			3.100	3.700
Schuhe / Lederwaren			2.500	3.000
Informationstechnologie			4.200	5.000
Sport / Camping			3.100	3.500
Hausrat			1.400	1.600
Uhren / Schmuck			4.800	5.300
Telekommunikation			2.400	2.600
Baby-/ Kinderartikel			2.000	2.200
	Getränkemarkt		1.800	2.500
	Bäcker / Metzger		4.000	6.000
	Reformhaus / Bioladen		2.500	4.500
	Apotheke		7.000	10.000
	Drogeriemarkt		2.000	3.500
	Parfümerie		2.800	3.500
	Tankstelle		7.000	8.500
	Blumenladen		1.700	2.300
		Aldi	5.000	10.000
		Lidl	4.500	7.500
		Edeka	3.000	6.000

## Verhältnis der Flächenproduktivitäten



- (Quellen:**
- EHI-Handelsatlas 2008 / 2009 sowie 2009 / 2010
  - Angaben von Betrieben zu Einzeluntersuchungen
  - Erfahrungswerte aus Einzelhandelsuntersuchungen sowie Einzelhandels- und Zentrenkonzepten der ISU)

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Einzelhandelsumsätze in Deutschland in Mrd. € seit 2007 (Quelle: einzelhandel.de   Umsatzentwicklung Einzelhandel   * Prognose für 2018   Stand April 2018   Zugriff in 08.2018   eigene Darstellung) .....	3
Abbildung 2:	Entwicklung der Verkaufsflächen im Einzelhandel in Millionen Quadratmeter (Quelle: einzelhandel.de   Verkaufsflächenentwicklung Stand Juli 2018   Zugriff in 30.10.2018   eigene Darstellung) .....	5
Abbildung 3:	Umsatz im Online-Handel wächst 2018 um zehn Prozent (Zahlen ohne Umsatzsteuer) (Quelle: Handelsverband Deutschland: HDE-Prognose, IFH;) .....	7
Abbildung 4:	Leitbild Daseinsvorsorge – Zentrale Orte, Mittelbereiche und mittelzentrale Verbünde (Quelle: LEP IV, Karte 6 (Ausschnitt)) .....	10
Abbildung 5:	Zentrale Orte und Versorgungsbereiche (Quelle: Regionaler Raumordnungsplan Mittelrhein-Westerwald, 2017) .....	11
Abbildung 6:	Lage der Stadt und der Verbandsgemeinde Höhr-Grenzhausen im Raum (Quelle: TK 50   eigene Darstellung) .....	13
Abbildung 7:	Mittelbereich Oberzentrum Koblenz und Nahbereiche umliegender Mittel- und Grundzentren (Quelle: TK 25   Raumordnungsplan Mittelrhein-Westerwald 2017   eigene Darstellung) .....	14
Abbildung 8:	Kaufkraft (blau) und Umsätze (rot) in der Verbandsgemeinde Höhr-Grenzhausen in Mio. € (Quelle: eigene Darstellung) .....	20
Abbildung 9:	Kaufkraftbindungsquoten in % in der Verbandsgemeinde Höhr-Grenzhausen (Quelle: eigene Darstellung) .....	21
Abbildung 10:	Umsatzpotenziale der einzelnen Warengruppen in Mio. € im Vergleich (Quelle: eigene Darstellung) .....	25
Abbildung 11:	Verkaufsflächenpotenziale in m <sup>2</sup> errechnet (rot) und korrigiert (grün) (Quelle: eigene Darstellung) .....	34
Abbildung 12:	Neue Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in Höhr-Grenzhausen (Quelle: Alkis mit Bestandskartierung   eigene Darstellung) .....	40
Abbildung 13:	Bisherige Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in Höhr-Grenzhausen (Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2016) .....	41
Abbildung 14:	Zentraler Versorgungsbereich Rastal-Gelände (Eingeschränkt) (Quelle: Likar   eigene Darstellung) .....	43
Abbildung 15:	Lage und Abgrenzung des Versorgungsstandortes Hillscheid (Nahversorgung) (Quelle: Alkis, Eigene Erhebung   eigene Darstellung) .....	44
Abbildung 16:	System der Zentrenrelevanz (Quelle: eigene Darstellung) .....	44
Abbildung 17:	Zuordnungshierarchie von Sortimenten zu den unterschiedlichen Versorgungsbereichen (Quelle: eigene Darstellung) .....	45

## Tabellenverzeichnis

---

Tabelle 1:	Warengruppen als Grundlage für die Einzelhandelsuntersuchung (Quelle: Gesellschaft für Konsumforschung GfK) .....	16
Tabelle 2:	Kaufkraft im Einzugsbereich der Stadt Höhr-Grenzhausen (Quelle: eigene Berechnung) .....	18
Tabelle 3:	Kaufkraftbindung im Einzugsbereich (VG Höhr-Grenzhausen) (Quelle: eigene Berechnungen) .....	20
Tabelle 4:	Kaufkraftzu- / -abfluss (Quelle: eigene Berechnungen) .....	22
Tabelle 5:	Kaufkraftab- und -zuflüsse im Einzugsbereich (Quelle: eigene Berechnungen) .....	25
Tabelle 6:	Flächenpotenziale nach Warengruppen (errechnet und korrigiert) (Quelle: eigene Ermittlungen) .....	34
Tabelle 7:	Sortimentslisten der Stadt und Verbandsgemeinde Höhr-Grenzhausen (Quelle: eigene Darstellung) .....	47
Tabelle 8:	Sortimentslisten des eingeschränkten zentralen Versorgungsbereiches Rastal-Gelände (eingeschränkt) (Quelle: eigene Darstellung) .....	49