

Stadt Hilden Fortschreibung des Einzelhandels- und Nahversorgungskonzepts

Stadtentwicklungsausschuss am
1. Februar 2017

Dipl.-Geogr. Timo Grebe



Agenda

Das möchten wir heute vorstellen

- Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung/–steuerung
- Einzelhandelsbestandssituation und -entwicklung
- Zentrenkonzept für die Stadt Hilden
- Hildener Sortimentsliste

Vorgaben der Raumordnung

1. Auf Bundesebene

Schutzgut: Zentraler Versorgungsbereich

- u.a. nach § 11 (3) BauNVO, § 2 Abs. 2 BauGB und § 34 Abs. 3 BauGB

Schutzgut: Wohnungsnahe Versorgung

- u.a. nach § 9 Abs. 2a BauGB

Status Einzelhandelskonzept

- u.a. § 1 Abs. 6 BauGB Nr. 11

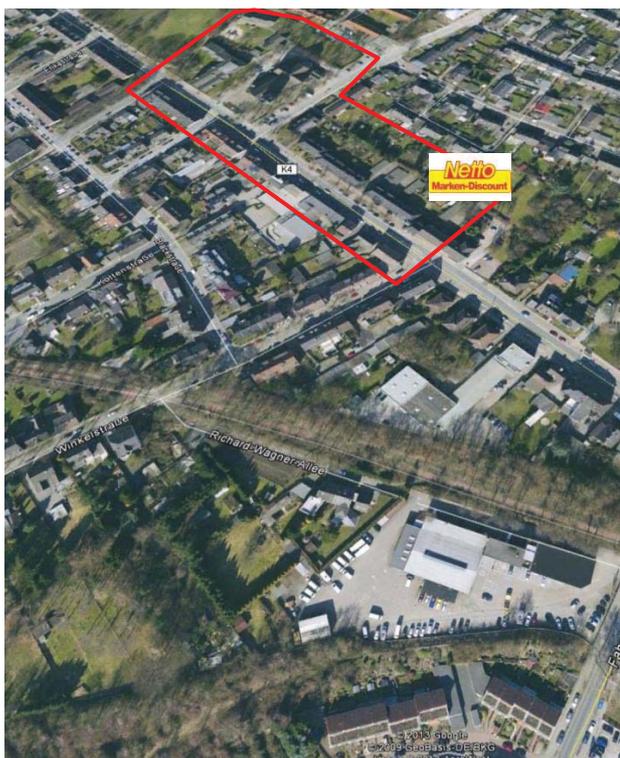
2. Auf Landesebene

Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel zum LEP 2025

- 10 Ziele und Grundsätze, die der räumlichen Steuerung des großflächigen Einzelhandels dienen
- Im Fokus: Schutz zentraler Versorgungsbereichen, Konzentration zentrenrelevanter Sortimente in zentralen Versorgungsbereichen

EHNK Hilden – Zwischenbericht Seite 3

Anforderungen an Zentrale Versorgungsbereiche: OVG Münster Urteil vom 15.02.2012 – 10 D 32/ 11 NE



Bebauungsplan für materiell unwirksam erklärt:

Fehlinterpretation des Begriffs
Zentraler Versorgungsbereich

Somit die Grenze des
Planungsermessens überschritten

„Ein zentraler Versorgungsbereich
muss einen gewissen, über seine
eigenen Grenzen hinaus reichenden
räumlichen Einzugsbereich mit
städtebaulichen Gewicht haben und
damit über den unmittelbaren
Nahbereich hinaus wirken...“

Ausstattung des ZVB nicht geeignet!

Quelle: Google Earth Pro, Stand: 2009

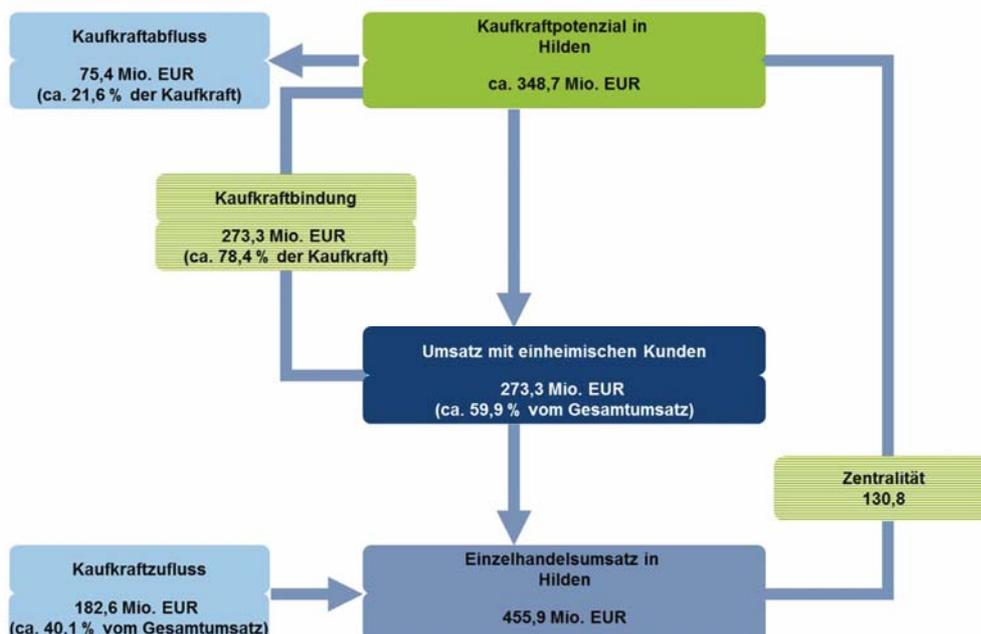
EHNK Hilden – Zwischenbericht Seite 4

Einzelhandelsausstattung in Hilden (Betriebe nach Angebotsschwerpunkt, Verkaufsfläche und Umsatz bereinigt)

Warengruppe	Anzahl Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
	abs.	in %	in m ²	in %	in Mio. EUR	in %
Nahrungs- und Genussmittel	105	31,2	20.065	15,0	114,9	25,2
Gesundheit/Körperpflege	40	11,8	7.315	5,5	59,6	13,1
Blumen/Zoobedarf	15	4,4	2.490	1,9	6,8	1,5
Bücher/Schreibwaren/Büro	9	2,4	1.715	1,3	7,0	1,5
Bekleidung/Schuhe/Schmuck	90	26,5	20.745	15,5	63,7	14,0
Sport/Freizeit/Spiel	11	3,2	2.490	1,9	8,9	2,0
Elektrowaren	28	8,5	7.715	5,8	28,8	6,3
Möbel/Einrichtung	35	10,0	58.890	44,0	139,8	30,7
Bau-/Gartenbedarf/Autozubehör	7	2,1	12.340	9,2	26,3	5,8
Summe	340	100,0	133.765	100,0	455,9	100,0

Anm: Verkaufsflächen auf 5 m² und Umsatz auf 100.000 EUR gerundet

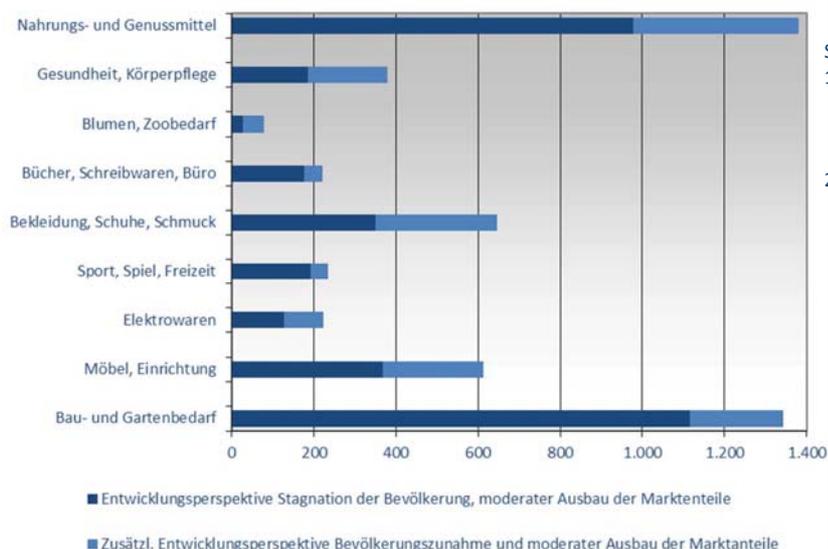
Kaufkraftbewegungen Hilden



Leistungskennzahlen Gesamtstadt: 2005 zu 2016

Parameter	2005	2016	Entwicklung
Einwohner	57.656 (nach Melderegister der Stadt Hilden)	57.199 (nach Melderegister der Stadt Hilden)	- 0,8 %
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	335,9 Mio. EUR (Kennziffer 113,5)	348,7 Mio. EUR (Kennziffer 109,4)	+ 3,8 %
Anzahl EH-Betriebe	411	340	- 17,3 %
Verkaufsfläche	98.200 m ²	133.765m ²	+ 36,2 %
Umsatz	324,4 Mio. EUR	455,9 Mio. EUR	+ 40,5 % (real ca. + 23 %)
Zentralität	0,97	1,31	+ 35,1 %
Verkaufsfläche/ Einwohner	1,74 m ²	2,34 m ²	+ 34,5 %
Anzahl/ Vkf großflächiger EH-Betriebe (2005 ab 700 m ²)	14 Betriebe, 53.900 m ²	28 Betriebe, 94.905 m ²	+ 100 % / + 76,1 %
Verkaufsfläche/ Einwohner Nahrungs- und Genussmittel	0,27 m ²	0,38 m ² (0,35 m ² bereinigt)	+ 40,7 % (+ 29,6 %)
Verkaufsfläche/ Einwohner Bekleidung	0,24 m ²	0,31 m ² (0,29 m ² bereinigt)	+ 29,2 % (20,8 %)

Perspektiven der Verkaufsflächenentwicklung bis 2030 (nach Branchen, in m² Verkaufsfläche)



Szenarien:

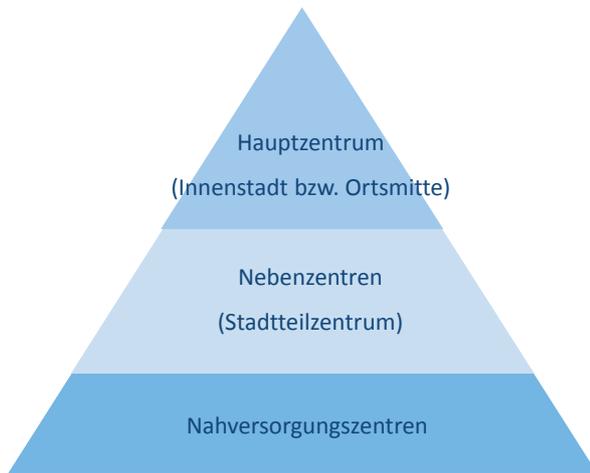
1. Stagnation der Bevölkerung und leichter Ausbau der Marktanteile
2. Bevölkerungszunahme um 1,6 % bis 2030 (IT.NRW) und leichter Ausbau der Marktanteile

Zentrenkonzept: Standortkategorie

SCHUTZWÜRDIG (i. S. d. §§ 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und 11 (3) BauNVO)

NICHT SCHUTZWÜRDIG

Zentrale Versorgungsbereiche



Nahversorgungsrelevante
Ergänzungsstandorte

Streulagen

Sonderstandorte des großflächigen
Einzelhandels

EHNK Hilden – Zwischenbericht Seite 9

Hilden



Größenklassen der Einzelhandelsbetriebe
○ < 800 qm Verkaufsfläche
□ ≥ 800 qm Verkaufsfläche

Einzelhandelsbranchen
 ● Nahrungs- und Genussmittel
 ● Gesundheit, Körperpflege
 ● Blumen, Zoobedarf
 ● Bücher, Zeitschriften, Zeitungen
 ● Bekleidung, Schuhe
 ● Sport, Freizeit, Spiel
 ● Elektronikwaren
 ● Möbel, Einrichtung
 ● Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Autozubehör

Komplementärnutzungen (Erdgeschoss)
 ▼ Gastronomie, Hotellerie
 ▲ Dienstleistung
 ✕ Kultur, Freizeit, Bildung
 + Gesundheit
 Sonstige
 □ Leerland
 ■ Mindernutzung

--- Abgrenzung ZVB
Hauptzentrum

■ Potenzialfläche

--- Potenzieller
Erweiterungsbereich ZVB

Einzelhandels- und Zentrenkonzept
für die Stadt Hilden
Fortschreibung

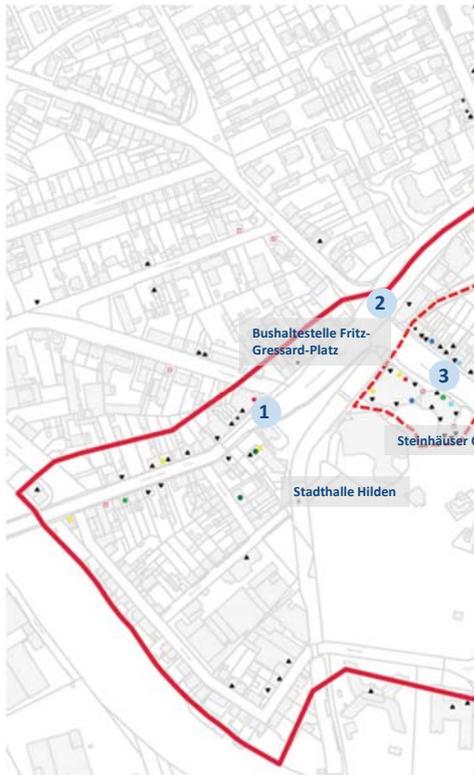
Zentraler Versorgungsbereich
Innenstadt Zentrum

Köln, 09.2016

Hauptzentrum Innenstadt



Stadt- und Regionalplanung
Dr. Jansen GmbH



1



2



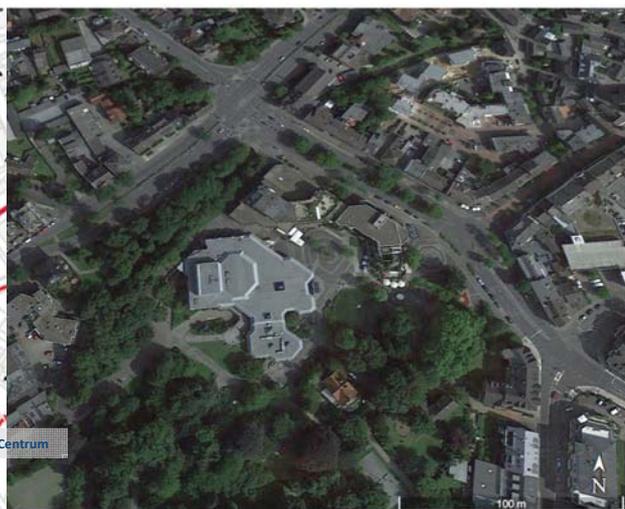
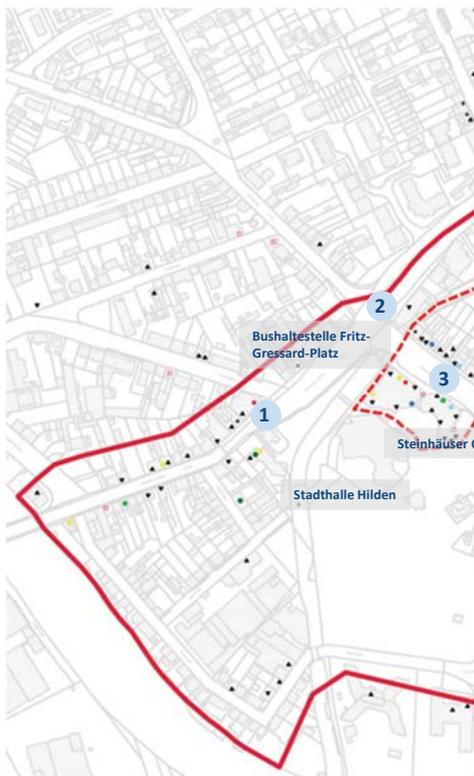
3



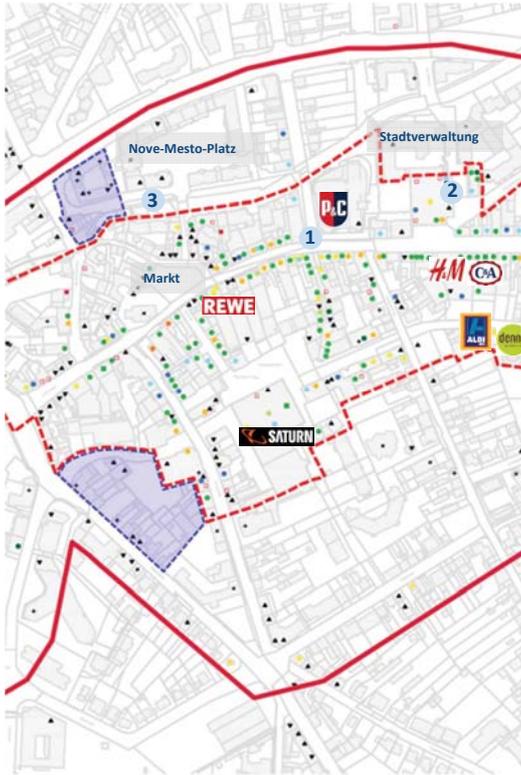
Hauptzentrum Innenstadt



Stadt- und Regionalplanung
Dr. Jansen GmbH



Hauptzentrum Innenstadt



1



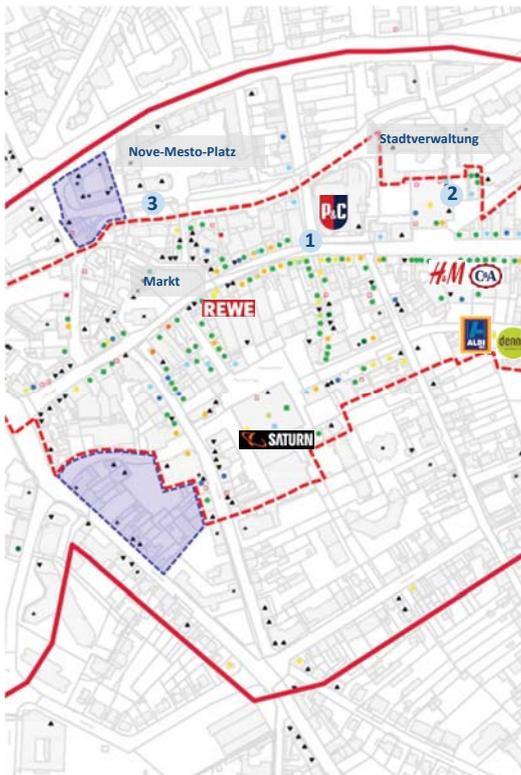
2



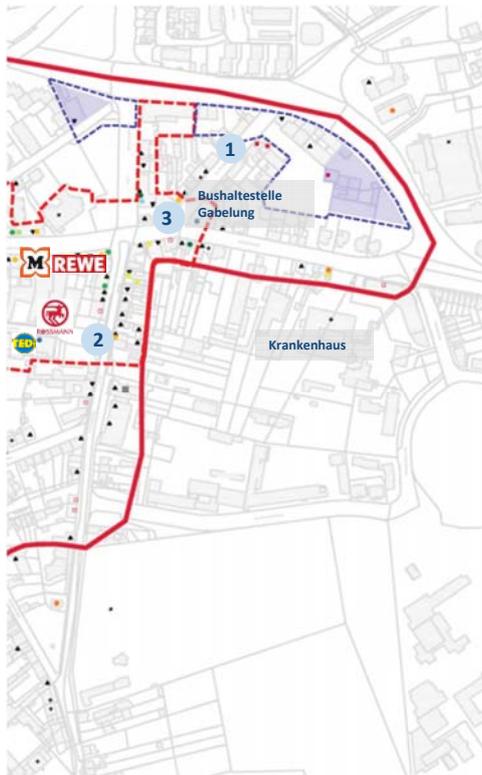
3



Hauptzentrum Innenstadt



Hauptzentrum Innenstadt



1



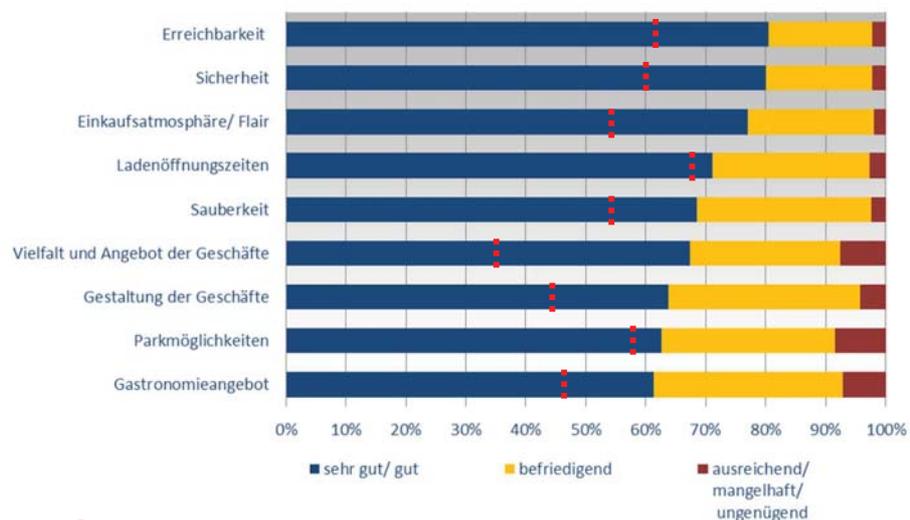
2



3



Beurteilung Einkaufsstandort Innenstadt im Vergleich (in %)



■ = Markierung des Durchschnittswerts der Bewertungen mit „sehr gut/ gut“ in Vergleichsstädten, auf Basis vorliegender Befragungsergebnisse (ca.-Wert)

Einkaufsorientierung nach Sortimenten im Vergleich (in %)



■ = Markierung des Durchschnittswerts der Einkaufsorientierung auf die „eigene“ Kommune in Vergleichsstädten, auf Basis vorliegender Befragungsergebnisse (ca.-Wert)

IFH Passantenbefragung 2014/2016 in %, Wohnorte der Befragten, 2014: n=157, 2016: n = 322



Quelle: IFH-Studie Vitale Innenstädte 2014 und 2016

Nahversorgungszentrum Ost



Stadt- und Regionalplanung
Dr. Jansen GmbH

Hilden



Größenklassen der Einzelhandelsbetriebe
○ < 800 qm Verkaufsfläche
□ ≥ 800 qm Verkaufsfläche

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

- Komplementärnutzungen (Erdgeschoss)
- ▼ Gastronomie, Hotellerie
 - ▲ Dienstleistung
 - × Kultur, Freizeit, Bildung
 - ⊕ Gesundheit
- Sonstige
- Leerland
 - Mindernutzung

--- Abgrenzung ZVB
Nahversorgungszentrum

■ Potenzialfläche

Einzelhandels- und Zentrenkonzept
für die Stadt Hilden
Fortschreibung

Walder Straße

Köln, 09.2016



Nahversorgungszentrum Nord



Stadt- und Regionalplanung
Dr. Jansen GmbH

Hilden



Größenklassen der Einzelhandelsbetriebe
○ < 800 qm Verkaufsfläche
□ ≥ 800 qm Verkaufsfläche

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

- Komplementärnutzungen (Erdgeschoss)
- ▼ Gastronomie, Hotellerie
 - ▲ Dienstleistung
 - × Kultur, Freizeit, Bildung
 - ⊕ Gesundheit
- Sonstige
- Leerland
 - Mindernutzung

--- Abgrenzung ZVB
Hauptzentrum

■ Potenzialfläche

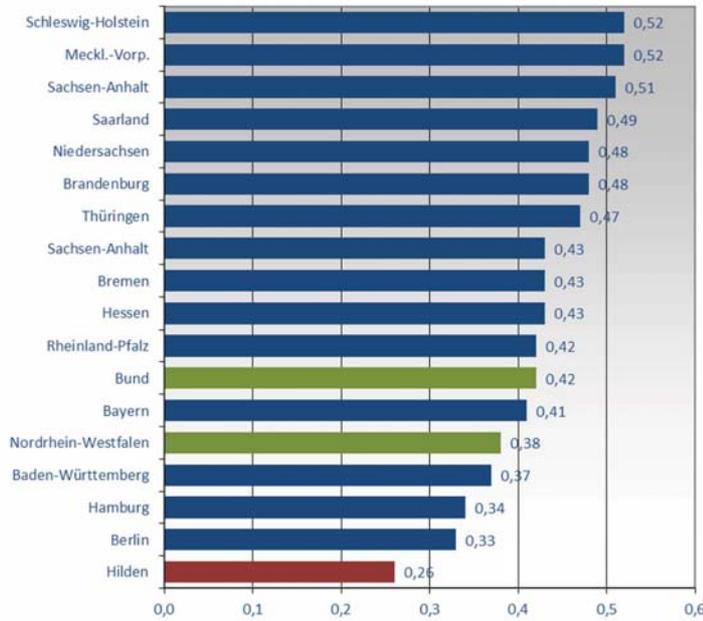
Einzelhandels- und Zentrenkonzept
für die Stadt Hilden
Fortschreibung

Zentraler Versorgungsbereich
Innenstadt Zentrum

Köln, 09.2016

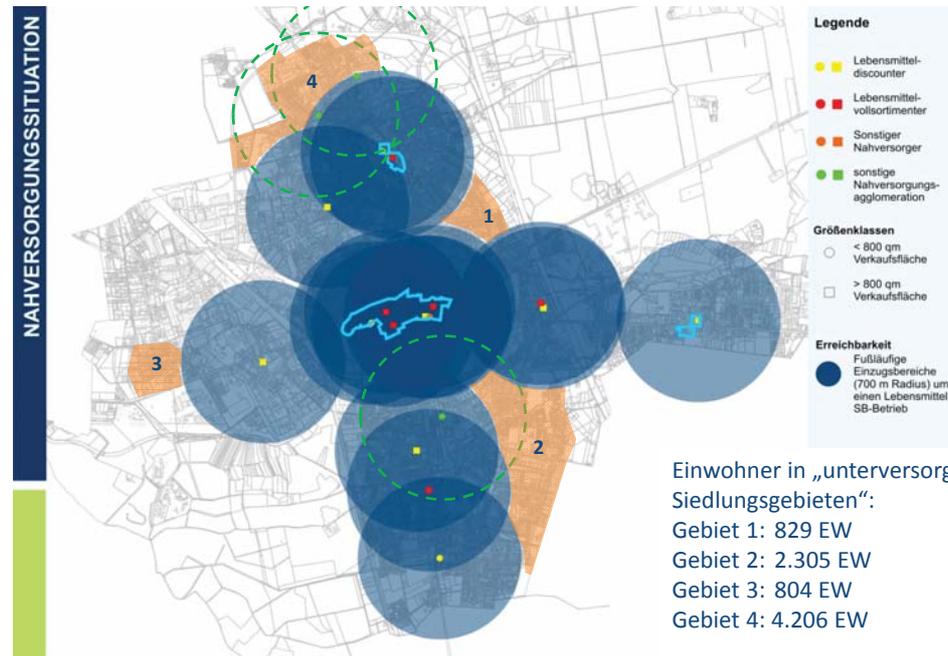


Verkaufsflächenausstattung Lebensmitteleinzelhandel (in Lebensmitteleinzelhandelsbetrieben > 400 m²)



Quelle: bulwiengesa AG 2015, ergänzt durch eigene Daten

Nahversorgungssituation im Jahr 2016 (700m – Radius)





Agenda

Das möchten wir heute vorstellen

- Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung/–steuerung
- Methodisches Vorgehen
- Einzelhandelsbestandssituation und -entwicklung
- Zentrenkonzept für die Stadt Hilden
- Hildener Sortimentsliste

EHNK Hilden – Zwischenbericht Seite 23

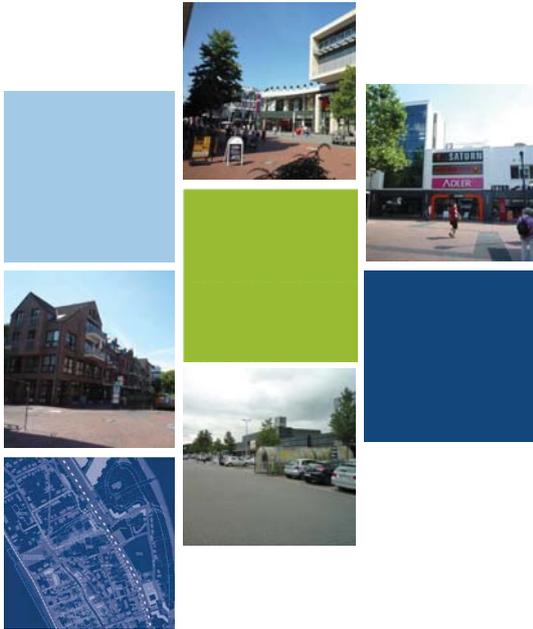
„Hildener Liste“ (Entwurf 2016)

Nahversorgungs- und zentrenrelevante Einzelhandelssortimente	(nur) Zentrenrelevante Einzelhandelssortimente
<ul style="list-style-type: none">▪ Nahrungs- und Genussmittel▪ Gesundheits- und Körperpflegeartikel (inkl. Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel)▪ Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren▪ medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel▪ Blumen▪ Zeitungen/ Zeitschriften▪ Tiernahrung/ Zoobedarf für Haustiere*	<ul style="list-style-type: none">▪ Bücher▪ Bekleidung, Wäsche▪ Schuhe, Lederwaren▪ Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik▪ Spielwaren▪ Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Teilsortimente Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte)*▪ Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto – ohne Elektrogroßgeräte*, Leuchten)▪ Uhren, Schmuck▪ Optik/ Akustik▪ Lampen/ Leuchten▪ Bettwaren▪ Musikinstrumente▪ Haus- und Heimtextilien▪ Wohnaccessoires▪ Kunst, Antiquitäten▪ Spiegel, Bilder, Rahmen

*Abweichungen von Hildener Liste 2005

Änderungen gegenüber „Hildener Liste“ aus 2005:

- Fahrräder und –zubehör sind nicht mehr zentrenrelevant.
- Die Sortimente Angelartikel, Campingartikel, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte sind nicht mehr zentrenrelevant.
- Elektrogroßgeräte sind nicht mehr zentrenrelevant.
- Zoobedarf für Haustiere wird neu in die Liste der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente aufgenommen.



**Vielen Dank für
Ihre Aufmerksamkeit!**