



STADT REMAGEN

Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes

*Vorstellung vor dem
Wirtschaftsförderungs- und Stadtentwicklungsausschuss der Stadt Remagen*

5.11.2019



Quelle: Facebook-Auftritt der Stadt Remagen

1



Fragestellungen & Konfliktfelder

2

Ein Einzelhandelskonzept soll die Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Remagen steuern



Die Konfliktfelder sind vielfältig:

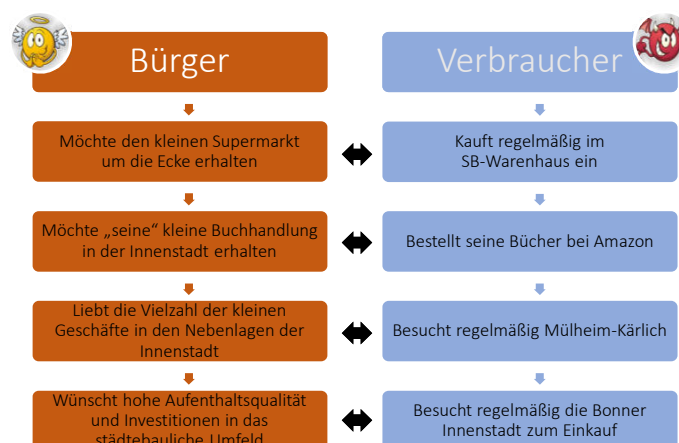


3

Ein Einzelhandelskonzept soll die Entwicklung des Einzelhandels steuern in der Stadt Remagen steuern EHK



Aus städtebaulicher Sicht ist eine Einflussnahme notwendig. Das freie Spiel der Marktkräfte wirkt zerstörerisch auf die gewachsenen Stadtstrukturen.



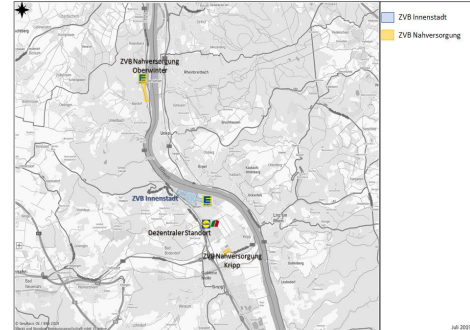
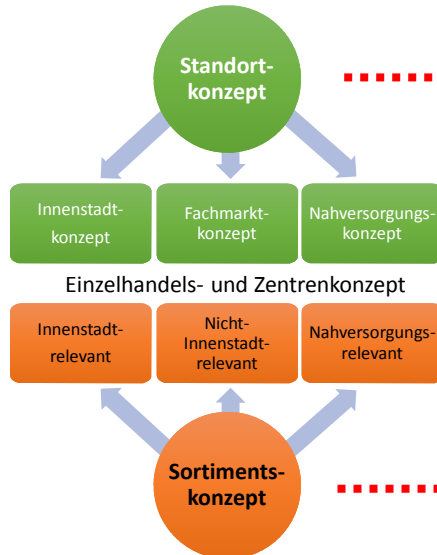
Absichtserklärungen von Bürgern können aus Sicht der Stadtentwicklung kaum eine Hilfe sein, weil sie als Verbraucher ihren eigenen Bedürfnissen folgen.

4

Ein Einzelhandelskonzept soll die Entwicklung des Einzelhandels steuern in der Stadt Remagen steuern EHK



Das Einzelhandelskonzept erarbeitet ein Standort- und Sortimentskonzept als Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels durch die Stadtplanung (Bauleitplanung)



Einzelhandelskonzept	Standort	Sortimentskonzept
Innenstadt-konzept	Innenstadt-relevant	Innenstadt-relevant
Fachmarkt-konzept	Nicht-Innenstadt-relevant	Nicht-Innenstadt-relevant
Nahversorgungs-konzept	Nahversorgungs-relevant	Nahversorgungs-relevant

Remagener
Liste

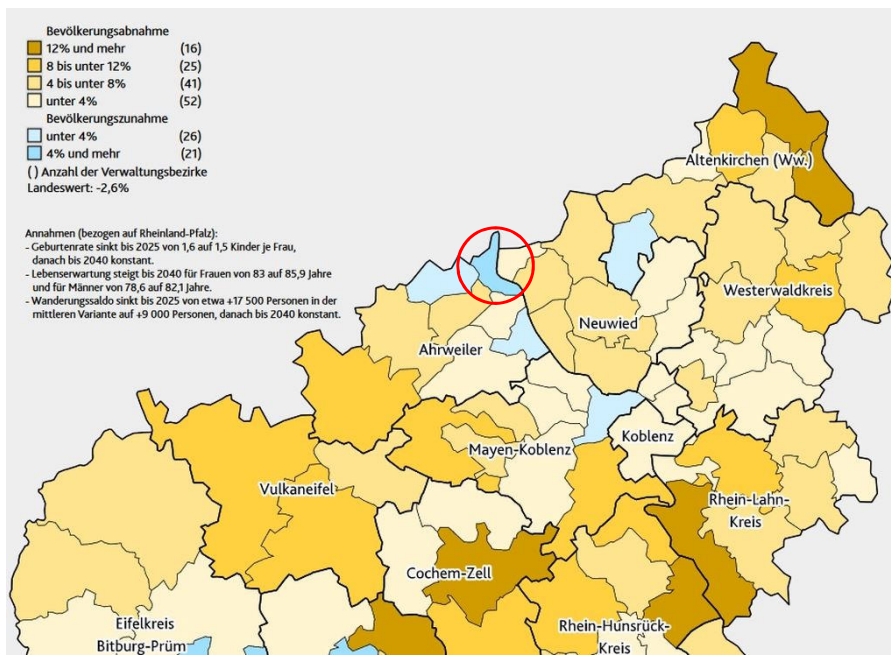
5

Bevölkerung
&
Kaufkraft



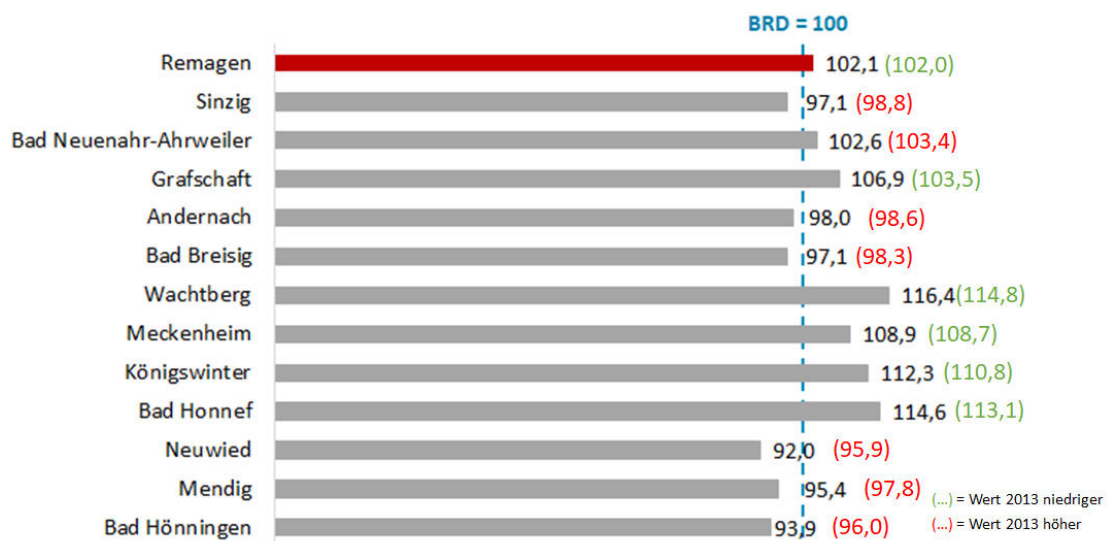
6

Demographische Entwicklung Stadt Remagen bis 2040



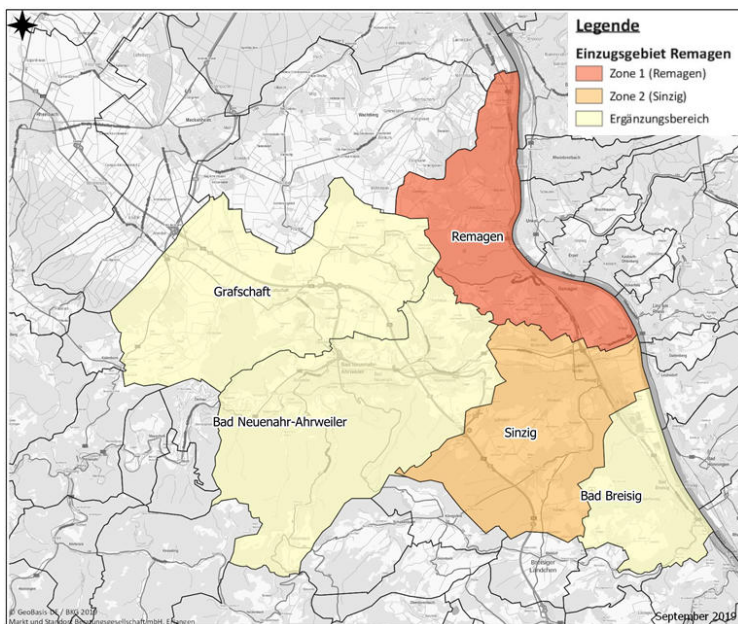
7

Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Region



8

Einzugsgebiet



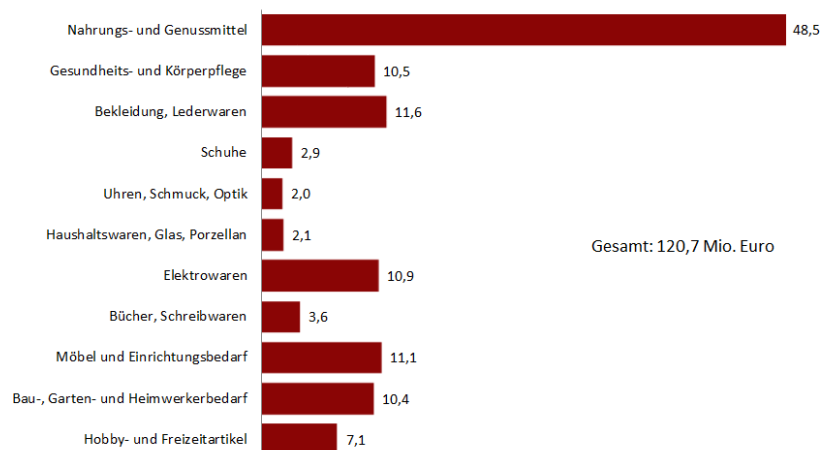
Gebiet	Einwohner 31.12.2018	Einzelhandels- relevanter Kaufkraftindex (gewichtet) 2019	Einzelhandel srelevante Kaufkraft in Mio. Euro
Zone 1 (Remagen)	17.765	102,1	120,7
Zone 2 (Sinzig)	17.614	97,1	113,8
Ergänzungsbereich	52.657	101,8	356,8
Gesamt	88.036	100,9	591,4

9

Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale der Stadt Remagen



Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Remagen (in Mio. Euro)



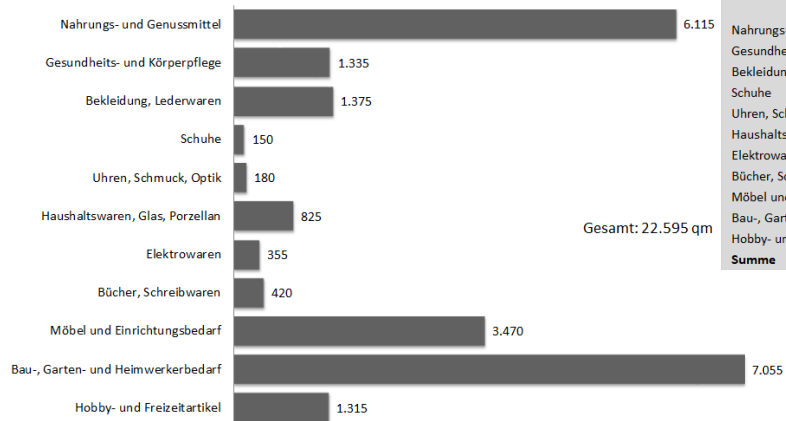
Anmerkung: Rechenweg ist Einwohner * Pro-Kopf-Ausgaben bereinigt um den Kaufkraftindex.

10

Umsatz & Zentralität

Verkaufsflächen, gesamt, nach Sortimenten

Verkaufsflächen in Remagen, gesamt (in qm)

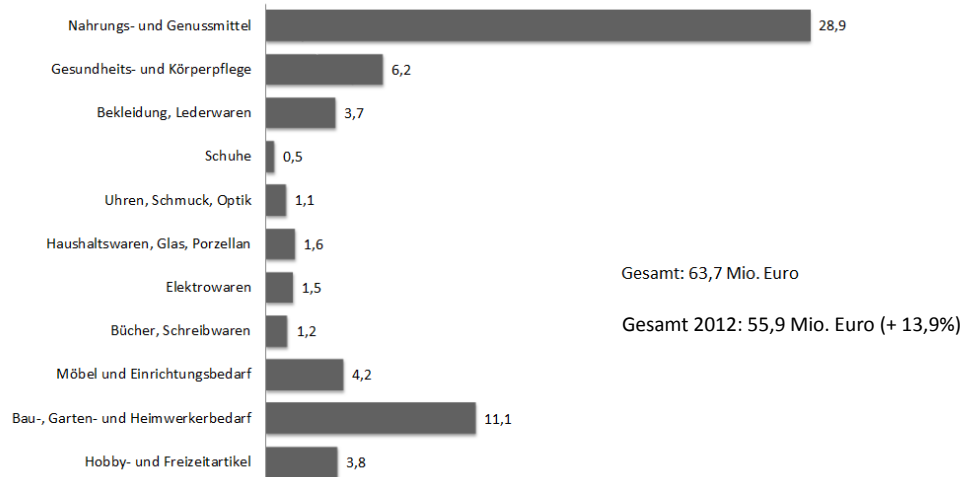


	2012	2019
Verkaufsfläche	Verkaufsfläche	Verkaufsfläche
in qm	in qm	in qm
Nahrungs- und Genussmittel	6.110	6.115
Gesundheits- und Körperpflege	1.430	1.335
Bekleidung, Lederwaren	1.180	1.375
Schuhe	85	150
Uhren, Schmuck, Optik	375	180
Haushaltswaren, Glas, Porzellan	590	825
Elektrowaren	435	355
Bücher, Schreibwaren	420	420
Möbel und Einrichtungsbedarf	2.195	3.470
Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf	6.915	7.055
Hobby- und Freizeitartikel	555	1.315
Summe	20.290	22.595

Umsätze, gesamt nach Sortimenten

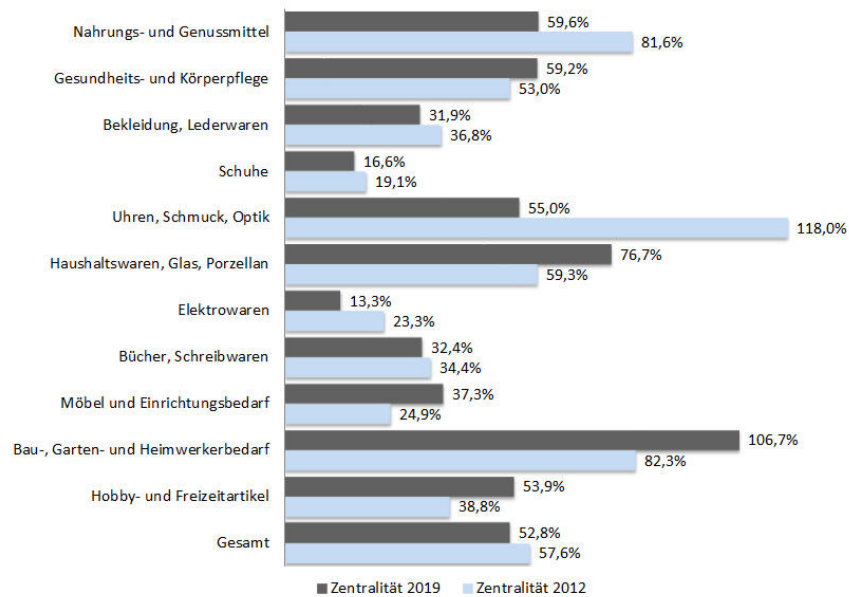


Einzelhandelsumsätze in Remagen, gesamt (in Mio. Euro)



13

Zentralität im Zeitvergleich nach Sortimenten

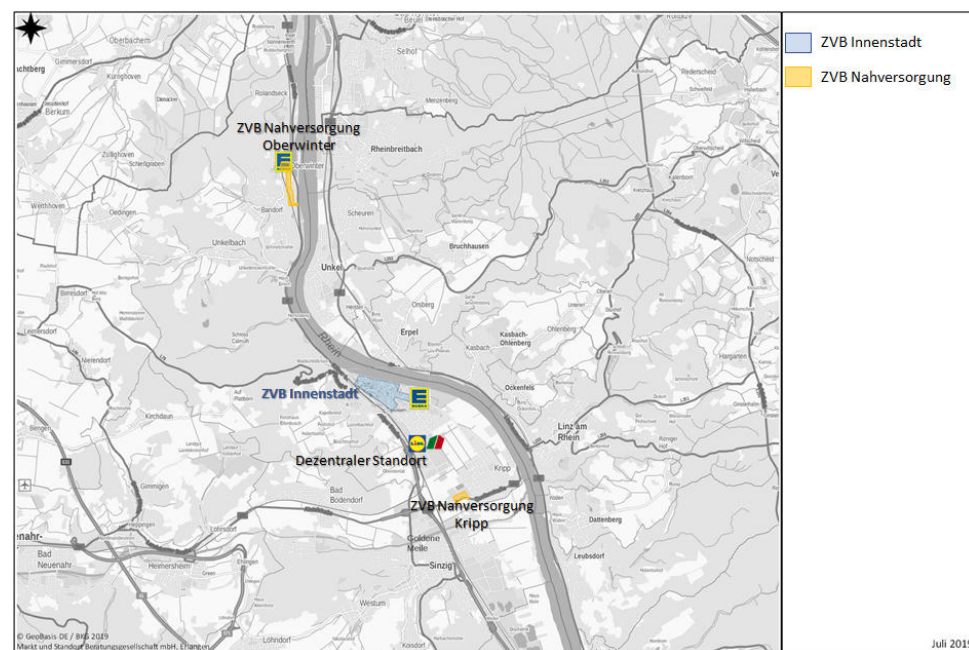


Einzelhandelszentralität = Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Stadt Remagen / Einzelhandelsumsatz in der Stadt Remagen

14

STANDORTKONZEPT

Einzelhandelsstandorte in der Innenstadt von Remagen



Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



- Betriebsart**
- Einzelhandel
 - ◆ Dienstleistung und Gastronomie
 - Leerstand
- Remagen**
- ZVB Innenstadt

Oktober 2019

17

Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgung Oberwinter

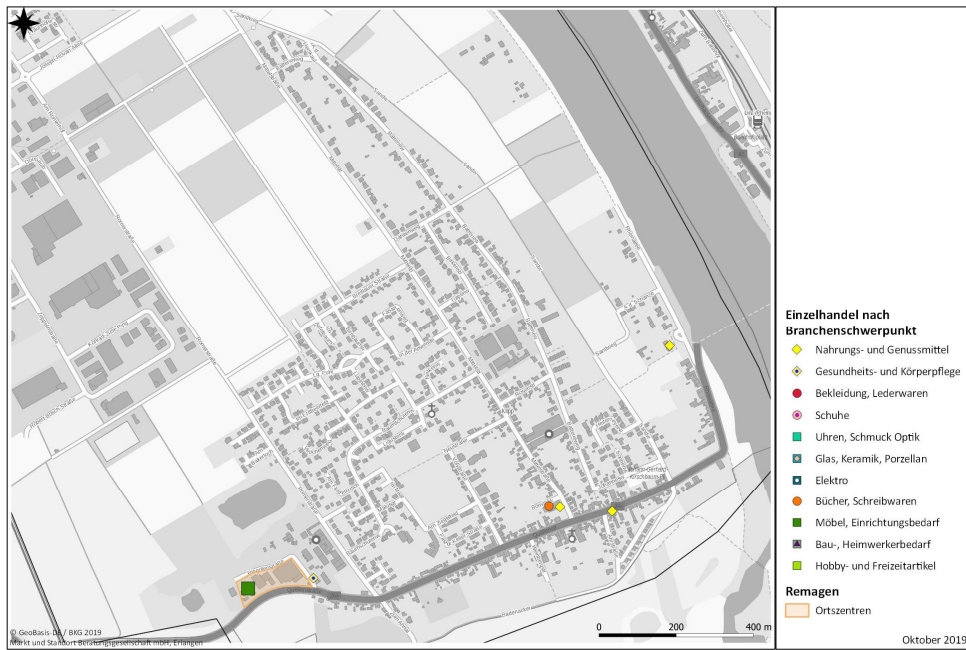


- Einzelhandel nach Branchenschwerpunkt**
- ◆ Nahrungs- und Genussmittel
 - ◆ Gesundheits- und Körperpflege
 - Bekleidung, Lederwaren
 - Schuhe
 - Uhren, Schmuck Optik
 - Glas, Keramik, Porzellan
 - Elektro
 - Bücher, Schreibwaren
 - Möbel, Einrichtungsbedarf
 - Bau-, Heimwerkerbedarf
 - Hobby- und Freizeitartikel
- Remagen**
- Ortszentren

Oktober 2019

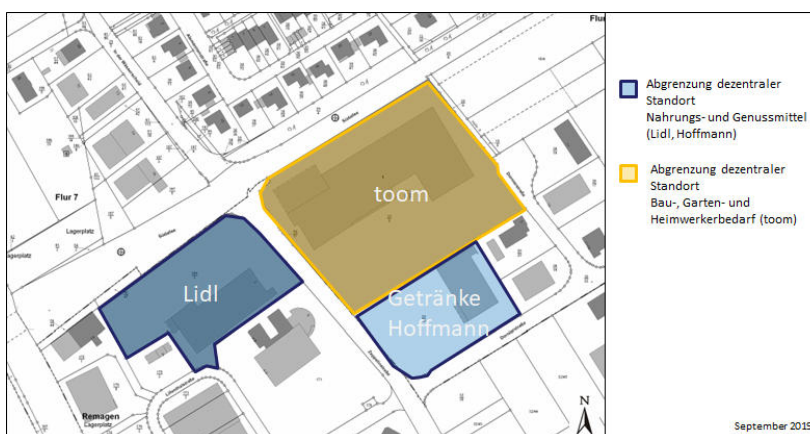
18

Perspektivischer Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgung Kripp



19

Dezentrale Standorte Joseph-Rovan-Allee / Zeppelinstraße



20

Sortimentskonzept

Remagener Liste

Nahversorgungsrelevantes Sortiment	zulässig in	Nicht-zentrenrelevantes Sortiment	zulässig in
Nahrungs- und Genussmittel Lebensmittel, Nahrungs- und Genussmittel, Tabakwaren, Reformwaren, Getränke	ZVBI, ZVBS		
Gesundheits- und Körperpflege Drogerieartikel, Apothekenwaren	ZVBI, ZVBS		
Bücher und Schreibwaren Schreibwaren, Papierwaren, Zeitschriften	ZVBI, ZVBS		
Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse	ZVBI, ZVBS		

Remagener Liste



Zentrenrelevantes Sortiment		Nicht-zentrenrelevantes Sortiment	
Gesundheits- und Körperpflege Parfümerieartikel, orthopädische und medizinische Waren	ZVBI		
Textilien, Bekleidung, Lederwaren Damen- und Herrenoberbekleidung, Kinderbekleidung, Kürschnerwaren, Miederwaren, Strümpfe, Bekleidungszubehör, Kurzwaren, Lederwaren, Täschnerwaren, Handarbeitsbedarf, Sportbekleidung, Reisegepäck	ZVBI		
Schuhe	ZVBI		
Uhren, Schmuck, Optik Uhren, Schmuck, feinmechanische Erzeugnisse, Optik (Lupen, Ferngläser, Brillen, etc.), Edelmetallwaren, Akustik	ZVBI		
Haushaltswaren, GPK Hausrat aus Eisen, Metall, Kunststoff, Schneidwaren, Bestecke, Feinkeramik, Glaswaren, Porzellan, Steingut, Galanteriewaren, Geschenkartikel, Näh- und Strickmaschinen	ZVBI	Haushaltswaren, GPK Campingartikel	ZVBI

23

Remagener Liste



Zentrenrelevantes Sortiment		Nicht-zentrenrelevantes Sortiment	
Elektrowaren Braune Ware (Rundfunk-, Fernseh- und phonotechnische Geräte, DVD, CD, Video, Foto-, Kino- und Projektionsgeräte, Fotozubehör), Computer, Telekommunikation, Zubehör	ZVBI	Elektrowaren Weiße Ware (z.B. Herde, Kühl- und Gefrierschränke und -truhen, Geschirrspülmaschinen, Staubsauger, Waschmaschinen, Öfen)	ZVBI
Bücher und Schreibwaren Bücher, Fachzeitschriften, elektr. Publikationen, Unterhaltungszeitschriften, Schreib-, Papierwaren, Büroartikel, Bastelartikel	ZVBI	Bücher und Schreibwaren Büromaschinen, Organisationsmittel, Büromöbel	ZVBI
Möbel und Einrichtungsbedarf Antiquitäten, Rahmen, Bilder, Bettwaren,	ZVBI	Möbel und Einrichtungsbedarf Leuchten und Lampen, Teppiche, Möbel, sperriger Einrichtungsbedarf, Matratzen, Kunst und kunstgewerbliche Gegenstände, Devotionalien, Kinderwagen, Bettwäsche, Haus- und Heimtextilien, Gardinen	ZVBI

24

Remagener Liste



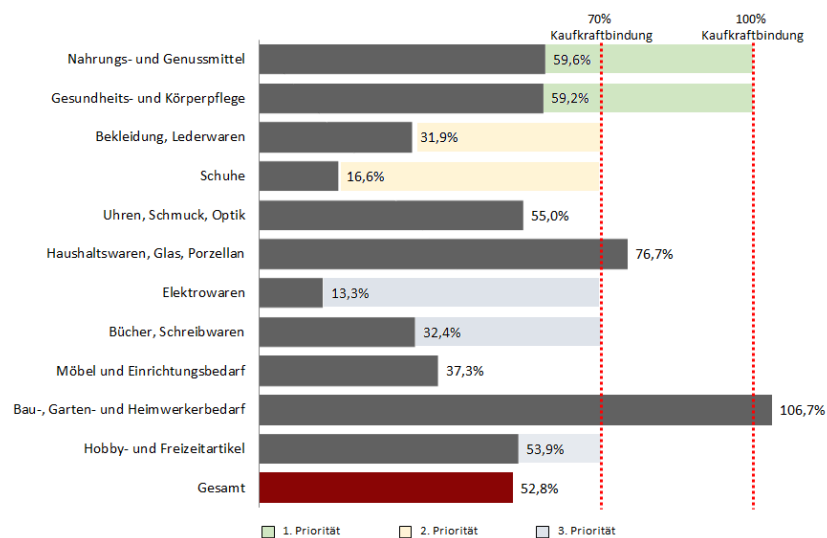
Zentrenrelevantes Sortiment		Nicht-zentrenrelevantes Sortiment	
Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse	ZVBI I	Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren, Rasenmäher, Schrauben, Kleisenwaren, Werkzeuge, Bauartikel, Tapeten, Wand- und Deckenbeläge, Bodenbeläge, elektrotechnische Erzeugnisse, Lacke, Farben, Polituren, Klebstoffe, Pinsel und Zubehör, Pflanzen, Blumentöpfe und –erde, Heimtier- und Kleintierfutter, Zoobedarf, Tiere, Sämereien, Düngemittel, Schnittholz, Baustoffe	ZVBI
Hobby-, Sport und Freizeitartikel Musikinstrumente, Musikalien, Briefmarken, Malbedarf, Waffen, Munition, Jagdgeräte, Jagdausrüstung, Sportartikel, Spezialsportschuhe, Berg- und Wanderschuhe, Rucksäcke, Spielwaren	ZVBI	Hobby-, Sport- und Freizeitartikel Fahrräder, Zweiräder, KFZ- und Kradzubehör, Kindersitze, Sportgeräte, Zelte, Turngeräte, Sport- und Freizeitboote, Gebrauchtwaren	ZVBI

25

Entwicklungspotenziale nach Branchen



Zielzentralitäten für Entwicklungschancen nach Priorität



26

- Durch das Zentrenkonzept ist die Stadt Remagen in der Lage, zukünftige **Einzelhandelsentwicklungen an ungewollten Solitärstandorten zu unterbinden** und so die (Nah-)Versorgungssituation innerhalb des Stadtgebietes zu sichern.
- Gleichzeitig werden die **Anforderungen der Landesplanung erfüllt** und die künftige Stadtentwicklung hinsichtlich der Einzelhandelsansiedlungen konkretisiert und festgeschrieben.
- Die **Integration von Einzelhandelsbetrieben** (soweit möglich) mit Magnetfunktion **in der Innenstadt** bietet die beste Möglichkeit, die Attraktivität der Innenstadt weiter zu erhöhen.
- Insgesamt muss der Stadt Remagen derzeit eine **begrenzte Marktstellung als Handelsstandort in der Region** bestätigt werden. Deshalb sind weiterhin sortimentsspezifische Verbesserungen und ergänzende Verkaufsflächen und Betriebsformen notwendig.
- Die zentralen Versorgungsbereiche sind als primäre Standorte, sofern Flächenanforderungen realisiert werden können, für den Einzelhandel bevorzugt zu entwickeln.
- Das vorliegende Konzept versteht sich als **Bedarfs- und Strukturkonzept**. Es werden keine exakten Aussagen zum Flächenbedarf und Zeiträumen gegeben. Lediglich die zukünftigen Standorträume und die Entwicklungsempfehlungen für die bestehenden Zentren sind wichtiger Teil der Konzeption. So ist das Konzept insgesamt flexibel und zukunftsfähig.

Künftige Entwicklungen müssen grundsätzlich kritisch hinterfragt und unter Berücksichtigung des vorliegenden Zentren- und Entwicklungskonzeptes abgewogen werden.

Das Zentrenkonzept bietet neben Entwicklungsanstößen vor allem Planungssicherheit für die bestehenden Betriebe sowie eine klare Richtlinie für zukünftige Investoren.



Dipl.-Ing. Norbert Lingen
Geschäftsführer

Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH
Hugenottenplatz 1
91054 Erlangen

Tel. 09131 973 769 10
Fax 09131 973 760 70

Norbert.Lingen@marktundstandort.de