

Einzelhandelskonzept

für die Verbandsgemeinde Montabaur (Entwurf Stand 2022-08-05)

Auftraggeber:

Verbandsgemeinde Montabaur

Ihre Ansprechpartner

Wirtschaftsgeogr. Claus Freuen, M.A.
(Senior Consultant)

Dipl.-Geogr. Rainer Schmidt-Illguth
(Niederlassungsleitung)

BBE Handelsberatung GmbH

Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Deutschland

Tel +49 221 789 41 160

Fax +49 221 789 41 169

E-Mail freuen@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

München - Hamburg - Berlin - Köln - Leipzig - Erfurt

Köln, im August 2022

Inhaltsverzeichnis

1	Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung	5
1.1	Ausgangssituation und Zielsetzung	5
1.2	Vorgaben der Landesplanung für kommunale Einzelhandelskonzepte	6
1.3	Methodische Vorgehensweise	10
2	Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung	12
2.1	Lage im Raum und Verkehrsanbindung	12
2.2	Siedlungsstruktur der VG Montabaur	14
2.3	Demografische Entwicklung	17
2.4	Regionale Wettbewerbssituation	19
2.5	Pandemiegetriebene Trends der Einzelhandelsentwicklung	21
3	Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen im Verbandsgemeindegebiet	24
4	Einzelhandelssituation in der VG Montabaur	30
4.1	Einzelhandelsausstattung nach Teilräumen	30
4.1.1	Ahrbachgemeinden	34
4.1.1.1	Ortsgemeinde Boden	36
4.1.1.2	Ortsgemeinde Heiligenroth	39
4.1.1.3	Ortsgemeinde Ruppach-Goldhausen	43
4.1.2	Augstgemeinden	46
4.1.2.1	Ortsgemeinde Eitelborn	48
4.1.2.2	Ortsgemeinde Kadenbach	51
4.1.2.3	Ortsgemeinde Neuhäusel	54
4.1.2.4	Ortsgemeinde Simmern	57
4.1.3	Buchfinkenland	60
4.1.3.1	Ortsgemeinde Gackenbach	62
4.1.3.2	Ortsgemeinde Horbach	65
4.1.3.3	Ortsgemeinde Hübingen	68
4.1.4	Eisenbachgemeinden	71
4.1.4.1	Ortsgemeinde Girod	73
4.1.4.2	Ortsgemeinde Görgeshausen	76
4.1.4.3	Ortsgemeinde Großholbach	79
4.1.4.4	Ortsgemeinde Heilberscheid	82
4.1.4.5	Ortsgemeinde Nentershausen	85
4.1.4.6	Ortsgemeinde Niedererbach	88

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

4.1.4.7	Ortsgemeinde Nornborn.....	91
4.1.5	Elbertgemeinden	94
4.1.5.1	Ortsgemeinde Niederelbert.....	96
4.1.5.2	Ortsgemeinde Oberelbert	99
4.1.5.3	Ortsgemeinde Welschneudorf	102
4.1.6	Gelbachhöhen	105
4.1.6.1	Ortsgemeinde Daubach.....	107
4.1.6.2	Ortsgemeinde Holler	110
4.1.6.3	Ortsgemeinde Stahlhofen	113
4.1.6.4	Ortsgemeinde Untershausen.....	116
4.1.7	Stadt Montabaur	119
4.1.7.1	Stadt Montabaur	122
4.2	Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten.....	128
4.3	Wohnortnahe Versorgung.....	134
4.4	Entwicklung der Einzelhandelsausstattung 2007 - 2022	137
4.5	Einzelhandelszentralität	140
5	Zwischenfazit der Angebots- und Nachfrageanalyse.....	143
6	Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die VG Montabaur sowie Handlungsempfehlungen .	145
6.1	Relevante Vorgaben der regionalen Raumordnung und der Landesplanung (Zusammenfassung)	145
6.2	Begriff des zentralen Versorgungsbereiches	146
6.3	Leitziele der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung und Standortkonzept	148
6.4	Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche	155
6.4.1	Hauptzentrum Innenstadt	155
6.4.2	Nahversorgungszentrum Neuhäusel	160
6.4.3	Nahversorgungszentrum Nentershausen	160
6.4.4	Eingeschränkte Nahversorgungszentren „Quartier Süd“ und „Allmannshausen“ in der Stadt Montabaur	164
6.5	Entwicklung der Standorte mit ergänzender Nahversorgungsfunktion.....	167
6.5.1	Nahversorgungsstandort Görgeshausen	169
6.5.2	Nahversorgungsstandort Moselstraße	170
6.5.3	Potenzieller Nahversorgungsstandort „Südliches Verbandsgemeindegebiet“	171
6.6	Entwicklung der Standorte mit Ergänzungs- und Sonderfunktionen	172
6.6.1	Ergänzungsstandort „Gewerbegebiet Heiligenroth“	172
6.6.2	Ergänzungsstandort „Möbelstandort Görgeshausen“	173
6.6.3	Ergänzungsstandort „Stadt Montabaur – Am alten Galgen	175

6.6.4	Ergänzungsstandort „Stadt Montabaur – Hunsrückstraße“	176
6.6.5	Sonderstandort Factory Outlet	177
6.7	Überprüfung der örtlichen Sortimentsliste.....	178
7	Abschließende Empfehlungen.....	186
8	Anhang: Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung.....	187
8.1	Steuerung des Einzelhandels mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten	187
8.2	Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels.....	188
8.3	Festsetzungen zu Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels	190
8.4	Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten	191
8.5	Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten	192
8.6	Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich	193
8.7	Möglichkeiten zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes durch die Bauleitplanung	194
9	Anhang	195
9.1	Abbildungsverzeichnis	195
9.2	Tabellenverzeichnis	195
9.3	Kartenverzeichnis.....	196

1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Die Verbandsgemeindeverwaltung Montabaur beabsichtigt die Fortschreibung ihres aus dem Jahr 2007/2008 stammenden kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.¹

Aktualisierungsbedarf ergibt sich zum einen aus der Tatsache, dass auch der Einzelhandel in der Verbandsgemeinde (VG) Montabaur einen umfangreichen Strukturwandel durchläuft, woraus sich wesentliche Veränderungen ergeben haben. Zudem liegen weitere Anfragen zur Neuerrichtung/ Neuaufstellung von Einzelhandelsbetrieben vor. Diese dynamische Einzelhandelsentwicklung ist vom Gutachter aufzugreifen und in ein modifiziertes Standortkonzept zu überführen.

Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass die Landesregierung Rheinland-Pfalz am 25. November 2008 mit dem Landesentwicklungsprogramm IV neue Vorgaben zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels beschlossen hat, woraus sich ebenfalls ein Aktualisierungsbedarf des gesamtgemeindlichen Einzelhandelskonzeptes ergibt. So weichen die einzelhandelsrelevanten Ziele des fortgeschriebenen Programms von den noch aus dem Jahr 1995 stammenden Steuerungsvorgaben des Landesentwicklungsprogrammes III ab. Auch deshalb wird es erforderlich, die Inhalte des kommunalen Einzelhandelskonzeptes der VG Montabaur fortzuschreiben.

Aufbauend auf einer umfassenden Analyse der aktuellen Einzelhandelssituation sollen mit dem neu aufgestellten Einzelhandelskonzept somit insbesondere folgende Fragestellungen thematisiert werden:

- Wie ist die derzeitige Positionierung des Einzelhandels in der Verbandsgemeinde Montabaur im Hinblick auf wesentliche Leistungsparameter wie z. B. Verkaufsflächenbestand, Betriebsgrößen und Umsatzleistung insgesamt sowie differenziert nach Sortimenten und Standortlagen zu beurteilen?
- Wie stellt sich die Nachfragesituation in der VG Montabaur in Bezug auf das Kaufkraftniveau und die Kaufkraftbindung dar?
- Bestehen in der VG Montabaur Versorgungslücken und Entwicklungspotenziale für den Ausbau der vorhandenen Angebotsstrukturen?
- Darauf aufbauend: Welche Handlungsempfehlungen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung im Verbandsgemeindegebiet können ausgesprochen werden? Hierbei sind die bisherigen Grundsätze und Leitlinien zu überprüfen und ggf. zu modifizieren.
- Unter Beachtung der landesplanerischen Vorgaben, der örtlichen Angebotssituation sowie der möglichen Entwicklungsperspektiven wird zudem die lokale Sortimentsliste der innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Sortimente aktualisiert.

¹ Planungsbüro Dr. Acocella, Lörrach

1.2 Vorgaben der Landesplanung für kommunale Einzelhandelskonzepte

Das Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur verfolgt insbesondere das Ziel, unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Besonderheiten und Problemlagen des Planungsraumes, zielgerichtete Vorschläge für eine Ausgestaltung der landes- und regionalplanerischen Steuerungsansätze zu entwickeln.

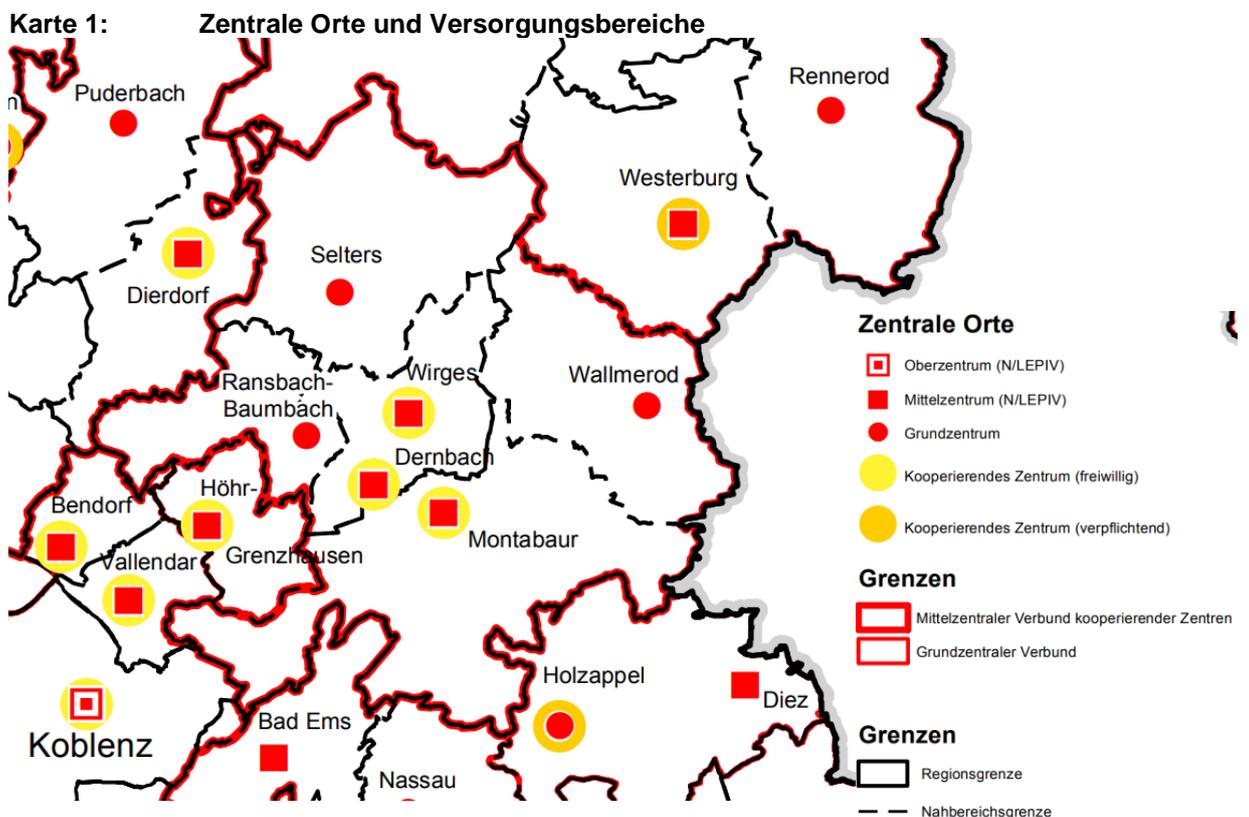
Dabei bildet das **Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz (LEP IV)**, das am 25. November 2008 in Kraft getreten ist, den planerischen Rahmen, da es u. a. die wesentlichen Ziele und Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung in Rheinland-Pfalz formuliert. Das LEP IV greift aktuelle Praxiserfahrungen der Steuerung von Einzelhandelsvorhaben auf und präzisiert bzw. ergänzt mit weitgehenden Neuformulierungen die Vorgaben des früheren LEP III. Der Abschnitt III 3.2.3 zur Einzelhandelsentwicklung entspricht den in anderen Bundesländern verbreiteten „Einzelhandelserlassen“:

■ Grundsatz Daseinsvorsorge in zentralen Orten (Grundsatz 56)

„Die Sicherung einer wohnortnahen und qualitativen Versorgung der Bevölkerung mit öffentlichen und privaten Einrichtungen und Dienstleistungen der Daseinsvorsorge soll durch die zentralen Orte in den Mittelbereichen und in Aufgabenteilung in den mittelzentralen Verbänden wahrgenommen werden.“

■ Zentralitätsgebot (Ziel 57)

„Die Errichtung und Erweiterung von Vorhaben des großflächigen Einzelhandels ist nur in zentralen Orten zulässig. Betriebe mit mehr als 2.000 m² Verkaufsfläche kommen nur in Mittel- und Oberzentren in Betracht.“



Quelle: Regionaler Raumordnungsplan Mittelrhein-Westerwald (Ausschnitt)

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Gemäß Landesplanung ist die Stadt Montabaur als freiwillig kooperierendes Mittelzentrum einziger zentraler Ort im Verbandsgemeindegebiet, dessen Nahbereich deckungsgleich mit der VG Montabaur ist. Auf mittelzentraler Ebene teilt sie sich ihre Versorgungsfunktion mit den gleichrangigen Mittelzentren Dernbach und Wirges.

Das Mittelzentrum Montabaur ist somit als einzige Ortsgemeinde der Verbandsgemeinde grundsätzlich als Ansiedlungsstandort für alle Vertriebsformen des großflächigen Einzelhandels vorgesehen.

Für Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion wird im LEP IV eine Ausnahmeregel definiert. Demnach sind in den Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion - allerdings mit mehr als 3.000 Einwohnern - großflächige Einzelhandelsbetriebe bis max. 1.600 m² Verkaufsfläche zulässig, wenn diese zur Sicherung der Grundversorgung dienen.

Da in der VG Montabaur bislang keine Kommune ohne zentralörtliche Funktion über ein entsprechend hohes Bevölkerungspotenzial verfügt (vgl. Kapitel 2.2), hat diese Ausnahmeregelung bislang keine Anwendung gefunden.

■ Städtebauliches Integrationsgebot (Ziel 58)

„Die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten ist nur in städtebaulich integrierten Bereichen, d. h. in Innenstädten und Stadt- sowie Stadtteilzentren, zulässig. Die städtebaulich integrierten Bereiche sind von den zentralen Orten in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen.

Neben der räumlichen Abgrenzung dieser städtebaulich integrierten Bereiche ist gleichzeitig eine ortsspezifische Sortimentsliste zur Definition innenstadt- bzw. nicht-innenstadtrelevanter Sortimente festzulegen.“

■ Ergänzungsstandorte (Ziel 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.“

■ Nichtbeeinträchtigungsgesamt (Ziel 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. Dabei sind auch die Auswirkungen auf Stadtteile von Ober- und Mittelzentren zu beachten.“

■ Agglomerationsverbot (Ziel 61)

„Der Bildung von Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche ist durch Verkaufsflächen-

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

begrenzungen in der Bauleitplanung entgegenzuwirken. 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.“

■ Grundsatz ÖPNV-Einbindung von Ergänzungsstandorten (Grundsatz 62)

„Die Ergänzungsstandorte, die außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche eines zentralen Ortes liegen, sollen in örtliche bzw. regionale ÖPNV-Netze eingebunden werden.“

■ Grundsatz Versorgungssicherung im ländlichen Raum (Grundsatz 63)

„Um wesentliche Versorgungsschwächen im ländlichen Raum zu vermeiden, sollen Modelle erprobt werden und bei erfolgreichem Einsatz fortgesetzt werden, die den Einzelhandel mit Zusatzfunktionen (Post/ Bank/ Dienstleistungen) – auch als mobile Einrichtungen – verknüpfen.“

Die Grundsätze und Ziele der Einzelhandelsentwicklung in Rheinland-Pfalz werden in weitergehenden Ausführungen des LEP IV erläutert und begründet. Die folgenden (Teil-) Abschnitte zu den Zielen 57 - 60 sind von besonderer Bedeutung für das Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur:

- **zu Ziel 57:** „Das Zentralitätsgebot sichert die vorrangige Zuordnung der großflächigen Einzelhandelsbetriebe in den zentralen Orten und betrifft sowohl Betriebe, die ganz oder teilweise der Deckung des örtlichen Bedarfs dienen, als auch alle sonstigen Betriebe des großflächigen Einzelhandels.“

Die Deckung der Grundversorgung, insbesondere an Nahrungs- und Genussmitteln, soll möglichst wohnungsnah und barrierefrei erfolgen können.

Deshalb soll zur Sicherung der Grundversorgung im Nahbereich in größeren Gemeinden ohne zentralörtliche Einstufung oder in größeren Gemeindeteilen von Mittel- und Oberzentren im Bereich des Angebots an Nahrungs- und Genussmitteln ein Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben bis zu einer Größenordnung von 1.600 m² Verkaufsfläche möglich sein. Voraussetzung ist dabei, dass dies an einem integrierten Standort stattfindet und keine wesentlichen negativen Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen benachbarter zentraler Orte zu erwarten sind. Die Notwendigkeit sollte aus einem kommunalen Einzelhandelskonzept zum Beispiel auf Ebene der Verbandsgemeinde abgeleitet werden und vorrangig Betriebe mit einem dauerhaft breiten Sortimentsangebot (Lebensmittelvollsortimenter mit den nahversorgungsrelevanten Sortimenten wie Lebensmittel, Getränke, Drogerie, Kosmetik, Haushaltswaren) berücksichtigen.

Die Grundversorgung umfasst insbesondere Waren des täglichen, kurzfristigen Bedarfs (zum Beispiel Nahrungsmittel, Drogeriewaren/ Kosmetikartikel sowie Haushaltswaren/ Glas/ Porzellan).“

- **zu Ziel 58:** „Der großflächige Einzelhandel leistet einen wesentlichen Beitrag zur Funktionsfähigkeit und Attraktivität der zentralen Orte. Die städtebauliche Integration des Einzelhandels soll spürbare Schwächen von Innenstadtfunktionen vermeiden.“

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Bei der Abgrenzung der städtebaulich integrierten Bereiche ist sowohl die Nahversorgung als auch ein angemessenes Verhältnis der Größenordnung von Verkaufsflächen zwischen integrierten und Ergänzungsstandorten (Sondergebiete großflächiger Einzelhandel gemäß BauNVO) sicherzustellen und in kommunalen bzw. regionalen Einzelhandelskonzepten zu begründen.

Dies gilt insbesondere für Ober- und Mittelzentren, kann aber auch im Einzelfall für die Ansiedlung von Nahversorgungszentren in Grundzentren eine erforderliche Grundlage darstellen.

Auch die Ergänzungsstandorte sind analog zu den städtebaulich integrierten Bereichen aus einem kommunalen bzw. regionalen Einzelhandelskonzept abzuleiten, das kommunalspezifische Aussagen zur Zentrenrelevanz des Sortiments enthalten muss (kommunale Sortimentsliste).

Zu den innenstadtrelevanten Sortimenten zählen insbesondere folgende Sortimente:

Nahrungsmittel, Drogeriewaren/ Kosmetikartikel, Haushaltswaren/ Glas/ Porzellan, Bücher/ Zeitschriften, Papier/ Schreibwaren, Büroartikel, Kunst/ Antiquitäten, Baby-/ Kinderartikel, Bekleidung, Lederwaren, Schuhe, Unterhaltungselektronik/ Computer, HiFi/ Elektroartikel, Foto/ Optik, Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Teppiche, Textilien/ Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe, Musikalienhandel, Uhren/ Schmuck, Spielwaren, Sportartikel, Blumen, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Mofas, Zooartikel, Tiernahrung und Tiere.

Im Rahmen von kommunalen Einzelhandelskonzepten kann im begründeten Einzelfall eine Erweiterung bzw. eine Reduzierung dieses Katalogs vorgenommen werden.“

- **zu Ziel 59:** „Zur Steuerung der Entwicklung außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche soll auch eine Ausweisung von Ergänzungsstandorten erfolgen. Diese betreffen insbesondere die Standorte auf der „grünen Wiese“. Innenstadtrelevante Randsortimente sollen dort in der Regel nicht mehr als zehn Prozent der Verkaufsflächen umfassen. Eine Begrenzung der absoluten Größenordnung ist im Rahmen der raumordnerischen Prüfung von Vorhaben vor dem Hintergrund möglicher Beeinträchtigungen der zentralen Versorgungsbereiche der Standortgemeinde zu prüfen.“
- **zu Ziel 60:** „Darüber hinaus haben die planenden Standortgemeinden die übergemeindliche Abstimmung von Planung und Ansiedlung, Erweiterung oder Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen sicherzustellen (interkommunales Abstimmungsgebot). Dabei sind auch die Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu berücksichtigen (im Sinne des § 2 Abs. 2 BauGB und des § 34 Abs. 3 BauGB). Zentrale Versorgungsbereiche können sich insbesondere aus entsprechenden Darstellungen und Festlegungen in Bauleitplänen und Raumordnungsplänen ergeben.

Sie können sich auch aus sonstigen städtebaulichen Konzeptionen wie zum Beispiel städtischen Zentren- oder Einzelhandelskonzepten oder auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben. Als Anhaltspunkt für die Beschränkung innenstadtrelevanter Sortimente als Randsortimente kann zu Beispiel die Schwelle der Großflächigkeit dienen. Darüber hinaus sollen Randsortimente in einem inhaltlich-funktionalen Zusammenhang mit dem Hauptsortiment stehen.

Soweit noch nicht vorhanden, wird den Gemeinden empfohlen, auch interkommunal abgestimmte Einzelhandelskonzepte zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in den betreffenden Gemeinden bzw. im betreffenden Teilraum (zum Beispiel auf Verbandsgemeindeebene) aufzustellen. Hierbei ist insbesondere dem Aspekt der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung Rechnung zu tragen.“

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

1.3 Methodische Vorgehensweise

Die Untersuchung basiert auf folgenden Erhebungen und Datenquellen:

Betriebsstättenerhebung in der Verbandsgemeinde Montabaur

Im Herbst 2020 wurde von der BBE eine Vollerhebung aller Einzelhandelsbetriebe² durchgeführt. Dabei wurden die Verkaufsflächen der Betriebe nach 31 Warengruppen differenziert erhoben. Darüber hinaus wurden in der Innenstädten/ Ortskernen die publikumsintensiven sonstigen Nutzungen (private Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen) kartografisch dokumentiert. Unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern wurden Sortimente, Verkaufsflächen und Umsatzleistung der Einzelhandelsbetriebe erhoben bzw. eingeschätzt.

Ferner werden bereits die angelaufenen/genehmigten/zwischenzeitlich umgesetzten Einzelhandelsvorhaben

- Neuaufstellung Rewe-Markt in der Ortsgemeinde Nentershausen,
- Ansiedlung eines Aldi-Discountmarktes in der Ortsgemeinde Görgeshausen sowie die
- Ansiedlung einer Penny-Filiale in der Ortsgemeinde Neuhäusel

im Bestand berücksichtigt.

Nachfrageanalyse

Die Berechnung des Kaufkraftpotenzials basiert auf Daten des Instituts für Handelsforschung, Köln zum Branchenumsatz (Datenstand: 2019), aus dem die Pro-Kopf-Ausgaben berechnet werden. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass es in den Markt volumina der Jahre 2020/2021 pandemiebedingt insbesondere zwischen nahversorgungsrelevanten Warengruppe und dem sonstigen Einzelhandel deutliche Verschiebungen und Schwankungen gegeben hat.

Denn während andere Einzelhandelsbetriebe schließen mussten, waren Lebensmittel- und Drogeriemärkte durchgängig geöffnet und konnten insbesondere zu Beginn der Pandemie hohe Umsatzzuwächse verzeichnen („Hamsterkäufe“). Höhere Verbrauchsausgaben sind auch auf die sehr weitgehenden Einschränkungen von gastronomischen Angeboten zurückzuführen, im Zuge dessen weite Teile der entsprechenden Konsumausgaben auch für höherwertige bzw. höherpreisige Lebensmittel ausgegeben worden sind.

Allerdings ist fraglich inwieweit dieser Sondereffekt dauerhaft in höhere Umsätze bzw. Verbrauchsausgaben überführt werden kann. So hat beispielsweise die Wirtschaftswoche bereits im Herbst 2021 auf Basis aktueller GfK-Zahlen eine Rückverlagerung der „Out-of-home“-Ausgaben zu Lasten des deutschen Lebensmitteleinzelhandels festgestellt.

² Als Einzelhandelsbetriebe werden die Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an Endverbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Dabei werden auch Ladenhandwerksbetriebe (Bäckereien, Konditoren, Metzgereien) und Apotheken berücksichtigt. Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handels/ -Handwerks, des Handels mit Mineralölzerzeugnissen (außer größere Verkaufsräume in Tankstellen) und ähnlichen Waren.

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Vor diesem Hintergrund wird in dieser Untersuchung auf die vor Corona ermittelten Marktvolumina des Jahres 2019 zurückgegriffen.

Zur Regionalisierung des Kaufkraftniveaus werden die sortimentsbezogenen Kaufkraftkennziffern aus der aktuellen MB-Research-Veröffentlichung „Kaufkraft nach Sortimenten“ zugrunde gelegt.

Weitere Grundlagen

Für die Konzeptentwicklung wurde auf relevante Daten aus sekundärstatistischen Quellen (z.B. Verbandsgemeindeverwaltung; Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz) sowie einzelhandelsbezogene Kenndaten der BBE Marktforschung zurückgegriffen. Vorliegende Planungsunterlagen wurden in der Untersuchung ebenfalls berücksichtigt. Das Kommunale Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Montabaur aus dem Jahre 2007 / 2008³ stellt die Grundlage für die vorliegende Aktualisierung dar.

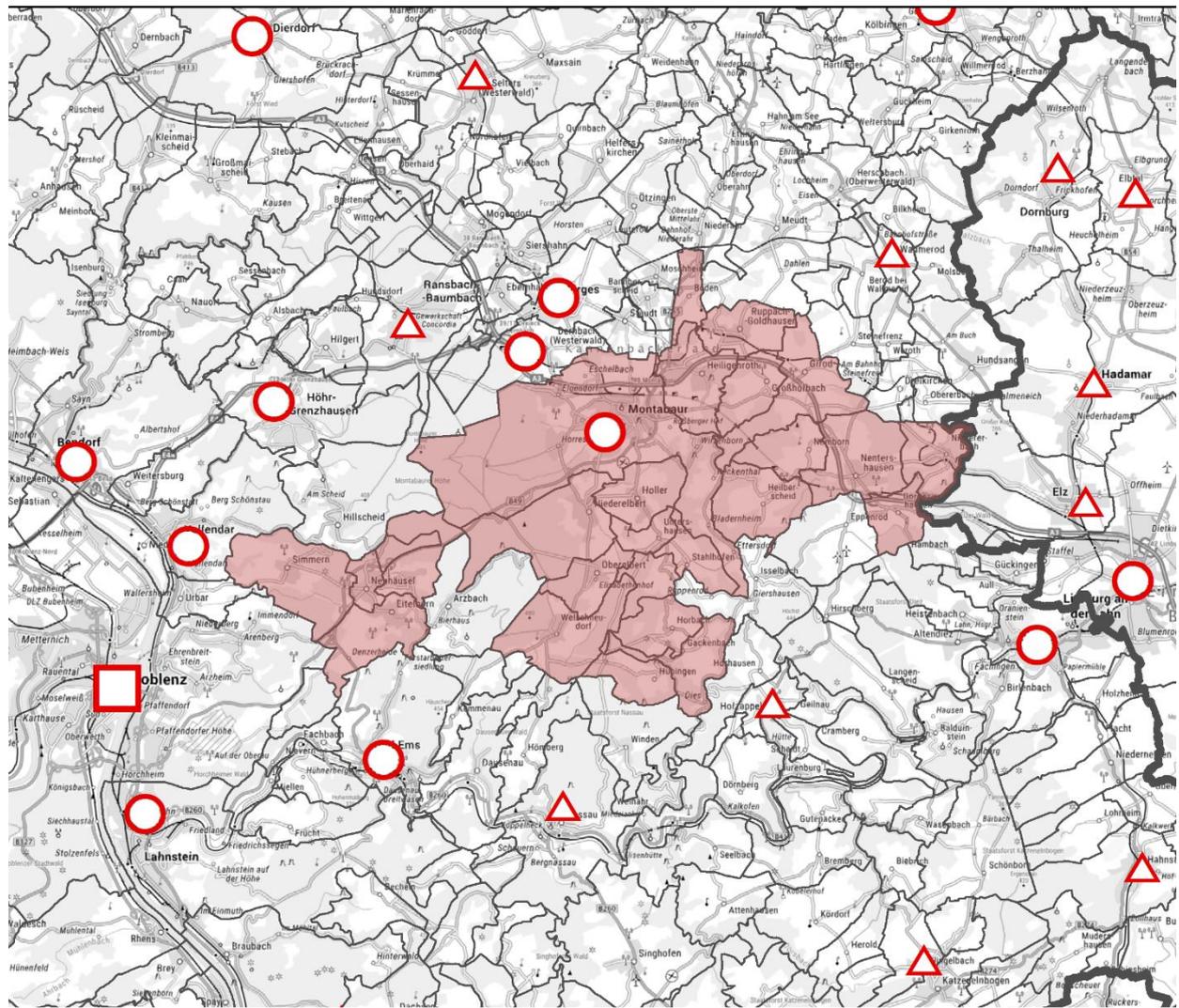
³ Autor: Büro Dr. Acocella, Lörrach.

2 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

2.1 Lage im Raum und Verkehrsanbindung

Die Verbandsgemeinde Montabaur befindet sich im Nordosten des Bundeslandes **Rheinland-Pfalz** und ist administrativ dem **Westerwaldkreis** zugeordnet. Dabei prägen der Mittelgebirgscharakter des Westerwaldes, großflächige Waldgebiete sowie intensive Landwirtschaft das Verbandsgemeindegebiet.

Karte 2: Lage der Verbandsgemeinde Montabaur und zentralörtliche Gliederung



Zentralörtliche Gliederung

- Oberzentrum
- Mittelzentrum
- Grundzentrum
- VG Montabaur



Kartengrundlage: 2012 Nexiga, TomTom

Quelle: Eigene Darstellung

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Im Norden grenzt die VG Montabaur an die Verbandsgemeinden Wirges und Wallmerod, im Westen an Höhr-Grenzhausen bzw. das rechtsrheinische Stadtgebiet von Koblenz und im Süden an die Verbandsgemeinden Bad Ems, Nassau und Diez. Im Osten ist die Verbandsgemeindegrenze deckungsgleich mit der Landesgrenze zu Hessen bzw. dem Landkreis Limburg-Weilburg.

Wie vorab bereits dargelegt, bildet die **Stadt Montabaur** gemeinsam mit den umliegenden zentralen Orten Dernbach und Wirges als „**freiwillig kooperierendes Mittelzentrum**“⁴ einen zentralörtlichen Verbund. Mittelzentren sollen aus Sicht der Landesplanung dabei neben grundzentralen Funktionen auch die „Versorgungsfunktion des gehobenen Bedarfs für den jeweiligen Mittelbereich“ gewährleisten. Weitere zentrale Orte sind in der VG Montabaur nicht vorhanden.⁵

Nächstgelegenes Oberzentrum ist die in Luftlinie rd. 20 km entfernt gelegene, verkehrlich sehr gut zu erreichende Großstadt **Koblenz**. Östlich stellt das **hessische Mittelzentrum Limburg an der Lahn** in rd. 18 km Entfernung einen weiteren regional bedeutsamen Angebotsstandort dar.

Die Verbandsgemeinde verfügt mit den beiden Anschlussstellen „Montabaur“ und „Diez“ über zwei direkte Anbindungen an die Bundesautobahn 3, die einen der bedeutendsten Verkehrsträger in Deutschland darstellt und sowohl eine Anbindung in Richtung Ruhrgebiet als auch in Richtung Rhein-Main-Gebiet darstellt. Über das rd. 5 km entfernt gelegene Dernbacher Dreieck (BAB 48) besteht zudem eine direkte Anbindung an das nahegelegene Oberzentrum Koblenz.

Die örtliche wie innerörtliche Erschließung des Verbandsgemeindegebietes erfolgt im Wesentlichen über die Bundesstraßen B 255 bzw. B 49, mehrere Landesstraßen sowie ein dichtes Netz von ergänzenden Kreisstraßen.

Zudem bindet der ICE-Bahnhof Montabaur das Verbandsgemeindegebiet an die Schnellfahrstrecke Köln – Rhein/Main an, über die die Hauptbahnhöfe von Köln in rd. 35 Minuten und von Frankfurt in rd. 43 Minuten erreicht werden können.

Auch aufgrund der sehr guten verkehrlichen Erreichbarkeit hat sich die VG Montabaur zu einem **attraktiven Arbeitsplatz und Wohnstandort** entwickelt. So stehen gemäß den Zahlen des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz Mitte 2019 etwa 16.800 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort rd. 16.300 Beschäftigten am Wohnort gegenüber, sodass sich für die VG Montabaur insgesamt ein ausgeglichenes Pendlersaldo ergibt.

Zugleich liegt die Arbeitslosenquote mit 3,4 % (Dezember 2020) weit unter dem Landes- (rd. 5,1 %) und Bundesdurchschnitt (rd. 5,9 %).⁶

⁴ Landesentwicklungsprogramm (LEP IV) S. 87

⁵ In Montabaur befindet sich nicht nur der Sitz der Verbandsgemeindeverwaltung, sondern auch weitere mittelzentrale Einrichtungen (Schulzentrum, Krankenhaus, Sport-/ Freizeiteinrichtungen etc.) sind dort vorzufinden.

⁶ Bundesagentur für Arbeit

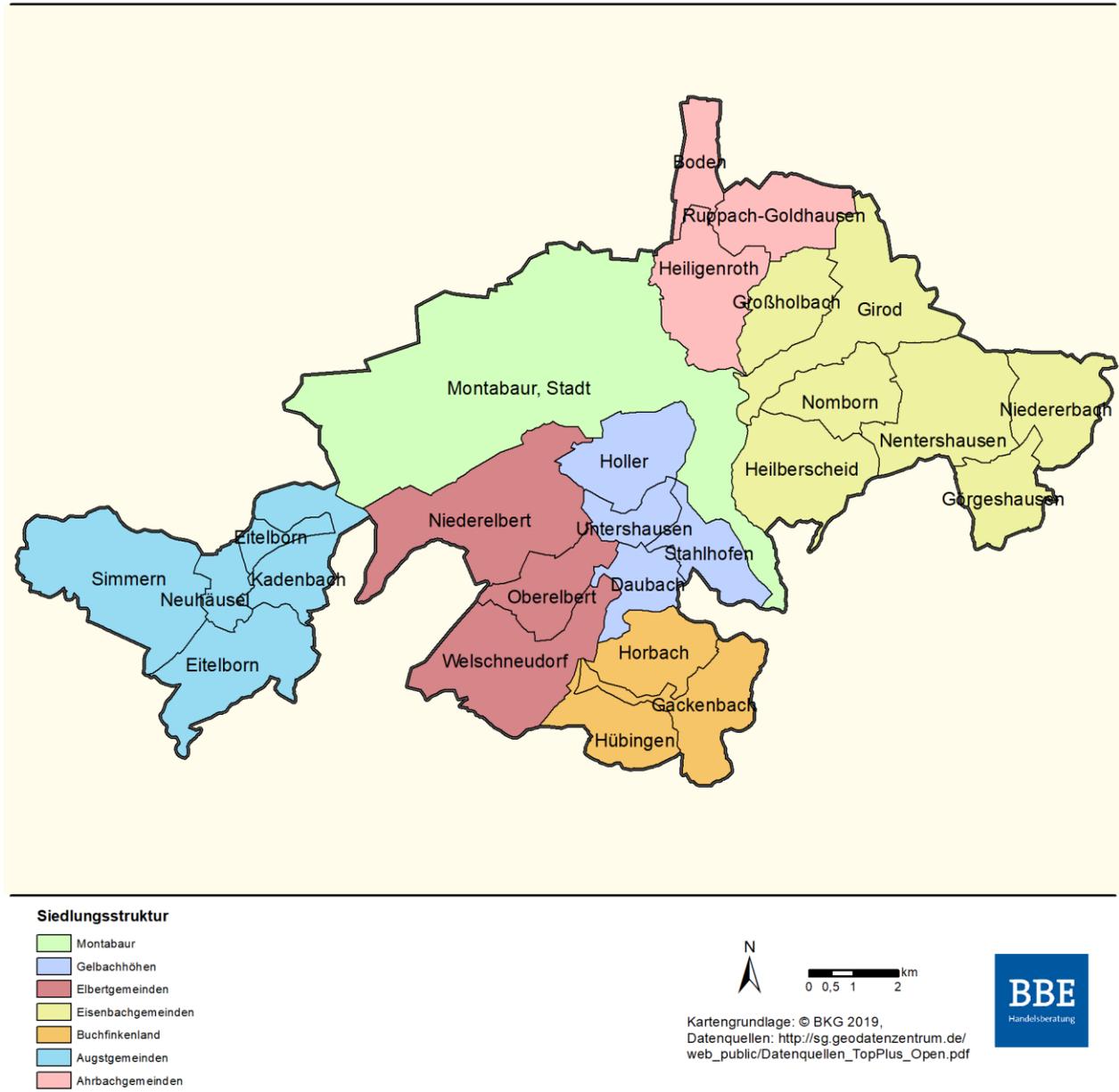
2.2 Siedlungsstruktur der VG Montabaur

Die Verbandsgemeinde wird nach dem LEP IV Rheinland-Pfalz als „verdichteter Bereich mit disperser Siedlungsstruktur“ eingestuft. Neben dem namensgebenden Mittelzentrum Montabaur gehören der Verbandsgemeinde noch 24 eigenständige, überwiegend ländlich strukturierte Ortsgemeinden an.

Tabelle 1: Einwohner der Verbandsgemeinde Montabaur

Stadt/ Ortsgemeinde	Einwohner ¹⁾	
	absolut	in %
Montabaur, Stadt	14.430	35
Ahrbachgemeinden	3.259	8
Boden	587	1
Heiligenroth	1.414	3
Ruppach-Goldhausen	1.258	3
Augstgemeinden	7.351	18
Eitelborn	2.475	6
Kadenbach	1.339	3
Neuhäusel	2.053	5
Simmern	1.484	4
Buchfinkenland	1.732	4
Gackenbach	543	1
Horbach	663	2
Hübingen	526	1
Eisenbachgemeinden	7.446	18
Girod	1.180	3
Görgeshausen	894	2
Großholbach	972	2
Heilberscheid	652	2
Nentershausen	2.018	5
Niedererbach	1.017	2
Nornborn	713	2
Elbertgemeinden	3.839	9
Niederelbert	1.714	4
Oberelbert	1.165	3
Welschneudorf	960	2
Gelbachhöhen	2.704	7
Stahlhofen	739	2
Untershausen	490	1
Daubach	460	1
Holler	1.015	2
VG Montabaur insgesamt	40.761	100

Karte 3: Siedlungsstruktur der VG Montabaur



Quelle: Eigene Darstellung

Zum 31.12.2019 verfügt die **Verbandsgemeinde** über rd. **40.760 Einwohner**. Damit gehört sie zu den größten Verbandsgemeinden in Rheinland-Pfalz und ist die zugleich die mit Abstand größte Verbandsgemeinde im Westerwaldkreis.⁷

⁷ Gefolgt von den Verbandsgemeinden Hachenburg (rd. 24.000 Einwohner) und Westerburg (rd. 23.000 Einwohner).

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Demnach stellt die Stadt Montabaur mit rd. 14.400 Einwohnern bzw. mehr als einem Drittel der Gesamtbevölkerung den eindeutigen Siedlungsschwerpunkt der VG dar. Die restliche Bevölkerung verteilt sich auf die verbleibenden Ortsgemeinden, die mit 460 bis 2.480 Einwohnern allerdings deutlich geringere Bevölkerungszahlen aufweisen.

Diese werden wie folgt statistisch aggregiert:

- die im Norden der Verbandsgemeinde gelegenen **Ahrbachgemeinden** Boden, Heiligenroth und Ruppach-Goldhausen mit rd. 3.260 Einwohnern,
- die **Augstgemeinden** Eitelborn, Kadenbach, Neuhäusel und Simmern mit insgesamt rd. 7.350 Einwohnern im an das benachbarte Oberzentrum Koblenz angrenzenden Südwesten der VG,
- das **Buchfinkenland** (Gackenbach, Horbach und Hübingen) mit rd. 1.730 Einwohnern im Süden,
- die **Eisenbachgemeinden** Girod, Görgeshausen, Großholbach, Heilberscheid, Nentershausen, Niedererbach und Nornborn mit rd. 7.450 Einwohnern im Osten des Verbandsgemeindegebiets,
- die südöstlich der Montabaure Höhe gelegenen **Elbertgemeinden** Niederelbert, Oberelbert und Welschneudorf (rd. 3.840 Einwohner) sowie
- die südlich an die Stadt Montabaur angrenzenden **Gelbachhöhen** Daubach, Holler, Stahlhofen und Untershausen mit insgesamt rd. 2.700 Einwohnern.

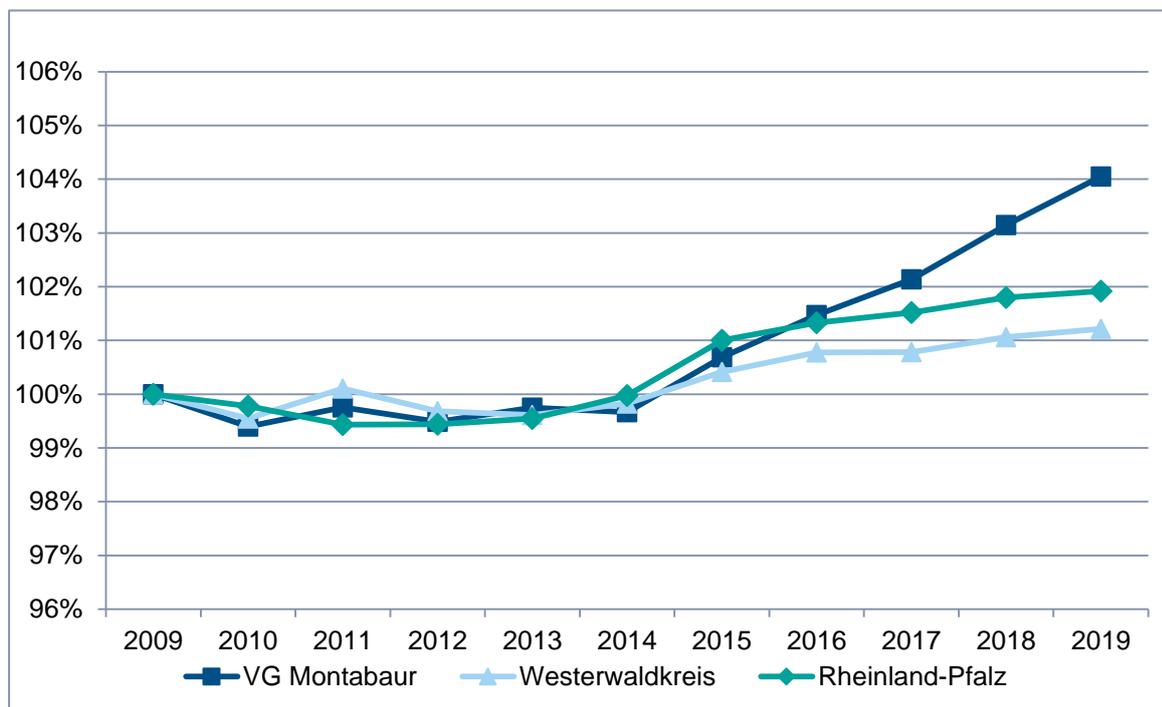
Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

2.3 Demografische Entwicklung

Auf Grundlage der Bevölkerungszahlen des statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz ergibt sich im Zeitraum von 2009 - 2019 für die Verbandsgemeinde Montabaur ein deutliches **Bevölkerungswachstum von rd. 4 %**, das insbesondere in den vergangenen Jahren stattgefunden hat.

Damit hat die Bevölkerungsentwicklung in der VG Montabaur einen deutlich positiveren Verlauf genommen als der Westerwaldkreis (+ 1 %) bzw. das Land Rheinland-Pfalz (+ 2 %).

Abbildung 1: Einwohnerentwicklung in der Verbandsgemeinde Montabaur und Vergleichsräumen 2009 - 2019 (2009 = 100 %)



Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz; eigene Darstellung

Entgegen der Entwicklung der letzten Jahre und den Einschätzungen der Verbandsgemeindeverwaltung geht das Statistische Landesamt Rheinland-Pfalz für das Verbandsgemeindegebiet bis zum **Prognosejahr 2040** allerdings von einem **Bevölkerungsrückgang** aus: Mit rd. – 3 % wird dieser aber ebenfalls deutlich positiver verlaufen als beispielsweise im Westerwaldkreis (- 5 %).⁸

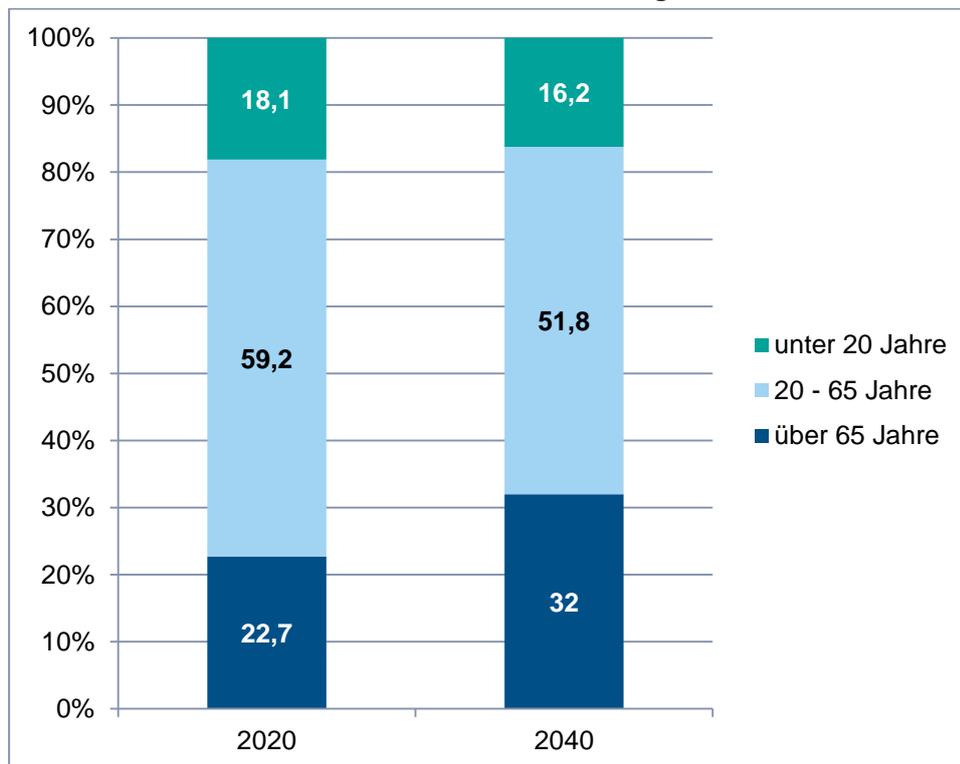
Damit wird die Verbandsgemeinde Montabaur im Jahr 2040 eine ähnliche Bevölkerungszahl aufweisen wie im Basisjahr 2009.

⁸ Statistisches Landesamt Rheinland Pfalz: 5. Kleinräumige Bevölkerungsvorausberechnung (Basisjahr 2017)

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Im Zuge der prognostizierten Bevölkerungsentwicklung werden sich in Folge des demografischen Wandels auch deutliche **Verschiebungen** in der **Alterszusammensetzung** der Bevölkerung vollziehen. Dabei wird der Anteil der Personen unter 20 Jahren von aktuell rd. 18,1 % bis ins Jahr 2040 auf 16,2 % leicht sinken. Deutliche Verschiebungen werden bei den Personen im erwerbsfähigen Alter (20 – 65 Jahre) zu erwarten sein, für die ein Rückgang von rd. 59 % auf zukünftig etwa 52 % prognostiziert wird. Gleichzeitig wird der Anteil in der Altersgruppe der 65-Jährigen und älter von rd. 23 % auf rd. 32 % im Jahr 2040 deutlich ansteigen (vgl. folgende Abbildung).

Abbildung 2: Altersstruktur der Bevölkerung in der VG Montabaur in den Jahren 2017 und 2035 im Vergleich



Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland Pfalz: 5. Kleinräumige Bevölkerungsvorausberechnung (Basisjahr 2017)

2.4 Regionale Wettbewerbssituation

Die Einzelhandelsangebote der Verbandsgemeinde Montabaur befindet sich in einer ausgeprägten regionalen Wettbewerbssituation und werden dabei wesentlich von den nahegelegenen und verkehrlich sehr gut zu erreichenden Angebotsstrukturen im benachbarten Oberzentrum Koblenz sowie durch die umliegenden Mittelzentren Limburg, Wirges/ Dernbach und Bad Ems geprägt.

Dominanter Einzelhandelsstandort der Region ist das nahegelegene **Oberzentrum Koblenz**, das insbesondere im Bereich des innenstadtrelevanten Einzelhandels qualitativ und quantitativ den mit Abstand bedeutendsten Einzelhandelsschwerpunkt innerhalb der Region darstellt und über ein umfassendes innerstädtisches Einzelhandelsangebot verfügt. Laut dem 2016 fortgeschriebenen Einzelhandelskonzept der Stadt Koblenz⁹ sind dem Hauptzentrum rd. 550 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 127.000 m² zuzuordnen. Wesentliche Magnetbetriebe sind Galeria Karstadt Kaufhof, H&M, C&A, das macht SiNN, Müller sowie hochwertige inhabergeführte Anbieter. Darüber hinaus befindet sich in der Innenstadt das Löhr-Center (Hohenfelder Straße) – ein von der ECE betriebenes, dreigeschossiges Einkaufszentrum mit rd. 130 Geschäften auf einer Verkaufsfläche von rd. 32.000 m²; Ankermieter sind Peek & Cloppenburg, Zara, Rewe Center und Thalia.

Mit der Eröffnung des zweiten, innerstädtischen ECE-Einkaufszentrums im September 2012 („Forum Mittelrhein“, rd. 20.000 m² Verkaufsfläche, Ankermieter: Decathlon, Saturn, H&M, New Yorker) hat die innerstädtische Einzelhandelsausstattung noch einmal deutlich an Profil gewonnen.

Zum anderen werden die in unmittelbarer Nähe zueinander befindlichen, verkehrsgünstig an der A 48 und B 9 gelegenen Fachmarktstandorte „Gewerbepark Koblenz Nord“ „Dienstleistungszentrum Bubenheim“ und „Gewerbegebiet B 9“ im Westen der Stadt Koblenz, die laut Einzelhandelskonzept über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 108.000 m² verfügen, ebenfalls weit in die Region ausstrahlen. Zu den größten Anbietern dort zählen neben dem Ikea-Einrichtungshaus u.a. Poco, Bauhaus, Hornbach, Dehner, Megazoo, Saturn, MediaMarkt und Smyths Toys.

Ein ebenfalls regional bedeutsamer Einzelhandelsstandort ist das unmittelbar nordwestlich an die Stadtgrenze von Koblenz angrenzende Gewerbegebiet **Mülheim-Kärlich**, das lediglich durch die Autobahntrasse der A 48 von den vorab dargelegten Gewerbegebieten in Koblenz räumlich getrennt wird. Mit einer Gesamtverkaufsfläche von insgesamt rd. 132.000 m² ist das Fachmarktzentrum¹⁰ nochmals größer als die Gewerbegebiete im benachbarten Koblenz und aus dem südwestlichen Verbandsgemeindegebiet in Fahrzeiten von rd. 20 Pkw-Minuten zu erreichen.

Neben großflächigen Möbel-/Einrichtungsmärkten (u.a. Möbel Boss, Roller, Tedox) und Bau- und Gartenmärkten (u.a. Bauhaus, Blumen Risse) werden dort ebenfalls umfangreiche Angebote innenstadtrelevanter Sortimente vorgehalten (u.a. C&A, Robert Ley, Deichmann, Siemes, Euronics, Intersport). Auch nahversorgungsrelevante Sortimente werden auf rd. 10.000 m² angeboten – größter Anbieter ist hier das Real SB-Warenhaus im Rhein-Mosel-Zentrum.

⁹ Gutachten zur Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Koblenz, GMA, 2016

¹⁰ Fortschreibung Einzelhandels- und Zentrenkonzept Verbandsgemeinde Weißenthurm; BBE Handelsberatung GmbH, 2020

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Mit dem nur rd. 18 km östlich gelegenen Mittelzentrum **Limburg** ist ein weiterer attraktiver Einzelhandelsstandort in räumlicher Nähe zu Montabaur vorhanden. Aus den östlichen Ortsgemeinden der VG Montabaur beträgt die Fahrzeit bis in die Innenstadt von Limburg etwa 15 Minuten. Dort befinden sich laut kommunalem Einzelhandelskonzept mehr als 200 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 46.000 m². Ankerbetriebe sind u.a. Galeria Karstadt Kaufhof, C&A, Vohl & Meyer, H&M, New Yorker und S.Oliver.

Darüber hinaus sind im sonstigen Stadtgebiet weitere großflächige Einzelhandelsbetriebe ansässig (u.a. Herkules Baumarkt, Dehner Gartencenter, Globus, Kaufland; Adler, MediaMarkt).

Weitere, im räumlichen Umfeld relevante Angebotsstandorte sind das gemeinsame Mittelzentrum Wirges-Dernbach sowie das südwestlich gelegene Mittelzentrum Bad Ems. Dabei stellen insbesondere die im nördlichen Siedlungsgebiet von **Wirges** gelegenen Angebote verkehrlich nahegelegene und gut zu erreichende Wettbewerbsstandorte dar. Hier lassen sich der Verbundstandort „Auf der Klaus“ (u.a. Aldi, Lidl, Norma, Rossmann, Kik und Takko), der Solitärstandort des rd. 25.000 m² großen Möbelhauses Neust sowie das ebenfalls an der Samoborstraße gelegene, rd. 14.000 m² große Einkaufszentrum Hüter unterscheiden. Zu den größten Anbietern des Hüter-Einkaufszentrums gehören ein Toom Baumarkt und ein rd. 3.600 m² großes Rewe-Center, das von den Fachmarktkonzepten Reno und Tedi ergänzt wird. Unmittelbar nördlich angrenzend ist zudem das großflächige Bekleidungshaus Kressner ansässig.

Mit der auf einer zentral gelegenen ehemaligen Brachfläche im Dezember 2020 fertiggestellten „Neuen Mitte“, die neben Büro- und Wohnnutzungen auch die Ansiedlung einer großflächigen Penny-Filiale, eines Textilmarktes (voraussichtlich NKD) und einer Bäckerei vorsieht, wurde zudem das bisherige Versorgungsangebot der Ortsmitte von Wirges deutlich angehoben.

Das Einzelhandelsangebot in den sonstigen umliegenden Grund- und Mittelzentren ist demgegenüber vor allem auf die Versorgung der eigenen Bevölkerung ausgerichtet, wenngleich sie zumindest für Teile der im Verbandsgemeindegebiet lebenden Bevölkerung durchaus gut erreichbare Versorgungsalternativen darstellen. Hierzu gehören unter anderem:

- Die südlich gelegenen Städte **Bad Ems** (u.a. Rewe, Lidl, Netto, Aldi, Rossmann, dm, Ihr Platz, Kik, NKD, Tedi) und **Nassau** (u.a. Rewe, Aldi, Netto),
- Das nordöstlich gelegene Grundzentrum **Wallmerod** (u.a. Rewe, Aldi, Norma, Rossmann, Baumarkt Steinebach),
- **Ransbach-Baumbach** (u.a. Modehaus Normann, Rewe, Aldi, Penny, dm, Action, Hagebau) und **Höhr-Grenzhausen** (u.a. Rewe, Aldi, Lidl, Netto Fundgrube Leißler) im Nordwesten sowie
- Das westlich an die Augstgemeinden angrenzende Mittelzentrum **Vallendar** (u.a. Rewe, Aldi, Lidl, Netto).

Die Verbandsgemeinde Montabaur wird demnach von einer Vielzahl nahegelegener und verkehrlich sehr gut zu erreichender Angebotsstandorte umgeben, die die Versorgungsreichweite der im Verbandsgemeindegebiet ansässigen Einzelhandelsbetriebe beschränken.

2.5 Pandemiegetriebene Trends der Einzelhandelsentwicklung

Die Corona-Pandemie hat in fast allen Branchen des Einzelhandels negative Auswirkungen auf den Umsatz und Ertrag der stationären Händler, die sich aufgrund z.T. deutlich gesunkener Frequenzen auch auf das öffentliche Stadtbild übertragen. Dabei zeigt sich seit Beginn der Corona-Krise kein einheitliches Bild – weder in Bezug auf die einzelnen Branchen noch auf die städtischen Handelsstandorte.

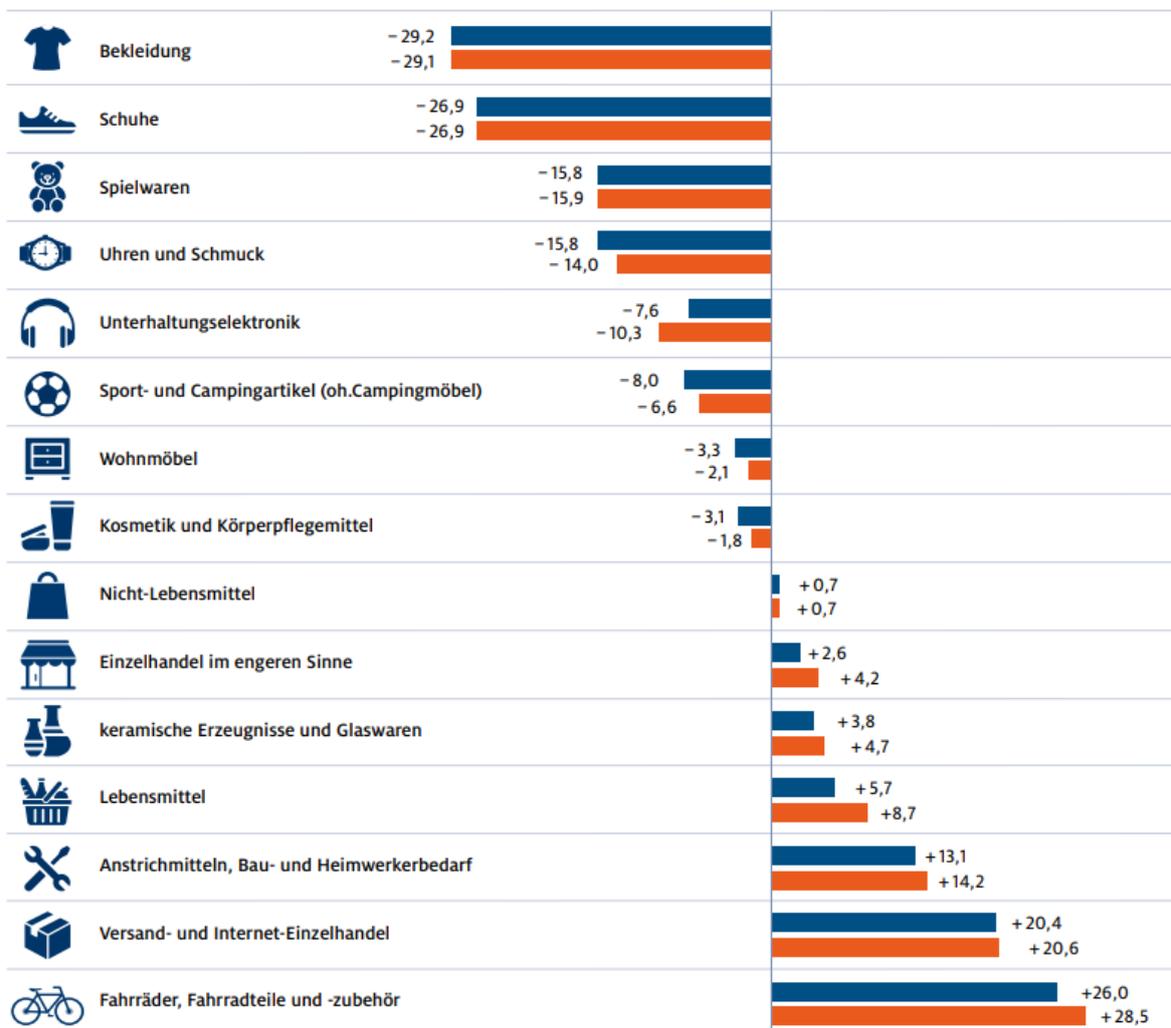
Abbildung 3: Umsatzentwicklung 2020 – 2019 (1. Halbjahr)

EINZELHANDELSUMSATZ 2020

Umsatzveränderung im Einzelhandel nach Branchen

■ real ■ nominal

Januar – Juli 2020, nominal in Prozent zum Vorjahr



Quelle: HDE Konsummonitor Corona 2020

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Die wenigen Branchen, die während Corona eine deutliche Nachfrage erlebten – z.B. Fahrradanbieter und Baumärkte – befinden sich in der Regel nicht in Innenstadtlagen. Auch der umsatzstarke, nicht von Lockdown bedingten Schließungen betroffene Lebensmitteleinzelhandel hat maßgeblich durch Ausgabeverschiebungen als Kompensation ausgefallener Restaurantbesuche Umsatzsteigerungen verzeichnen können und sich vielfach als stabile Ankernutzung gezeigt. Demgegenüber gehören zu den Branchen mit den höchsten Umsatzrückgängen gleich mehrere zentrenprägende Leitsortimente. Mit Umsatzrückgängen von bis zu 30 % zählen vor allem Bekleidung, Schuhe, Spiel- und Elektrowaren zu den größten Verlierern der Krise, die allerdings schon vor Corona mit strukturellen Problemen zu kämpfen hatten.

Die Corona-Pandemie hat somit in vielen Fällen seit Jahren bestehende Veränderungsprozesse beschleunigt und in Teilen verstärkt, ist aber nicht als alleiniger Auslöser zum Teil tiefgreifender Veränderungsprozesse bestimmend.

Auch wenn die Kunden langsam in die Innenstädte und Geschäfte zurückkehren, sind Kundenfrequenz und Umsatz bei vielen Händlern immer noch nicht auf Vor-Krisenniveau. Fraglich ist, ob diese überhaupt wieder erreicht werden können.

Denn durch den pandemiebedingten Verzicht stationärer Angebote sind Verbraucher vielfach auf digitale Services ausgewichen. Dabei lagen die Wachstumsraten des Online-Handels bereits in den vergangenen Jahren deutlich über dem durchschnittlichen Wachstum des Einzelhandels. Die Corona-Krise hat den Ausbau des Internethandels nochmals beschleunigt: So ist der im Online-Handel erwirtschaftete Umsatz in 2020 im Vergleich zum Vorjahr um rund 23 % gestiegen¹¹ – dabei sind wachsende Marktanteile insbesondere in den Nonfood-Sortimenten Bekleidung, Schuhe und Unterhaltungselektronik festzustellen und erhöhen den Druck auf stationäre Angebote.

Während der Corona-Krise sind aber auch Mischnutzungen wie Click & Collect¹² oder Lieferservices verstärkt in Anspruch genommen worden und werden auch nach der Pandemie weiter vom Kunden nachgefragt werden.

Der Online-Sichtbarkeit, dem Nutzen von Social-Media-Kanälen bzw. dem Aufbau eigener Online-Shopping-Möglichkeiten wird daher auch perspektivisch eine immer größere Bedeutung zukommen.

Im Zusammenhang mit weggebrochenen Umsätzen und mit einem geänderten Konsumentenverhalten ist davon auszugehen, dass insbesondere im Nonfood-Segment auch künftig weitere Flächen aufgeben werden. So haben namhafte Modefilialisten wie Bonita, Appelrath Cüpper und Adler zwischenzeitlich bereits Insolvenz angemeldet – weitere werden mit Sicherheit folgen.

Auch wenn das Ausmaß der im Zuge von Corona ausgelösten Veränderungen letztlich immer noch nicht absehbar ist, sind sich die Experten einig, dass der Handel das Erscheinungsbild der Innenstädte nicht mehr so stark dominieren wird wie bisher.

¹¹ vgl. statista „Umsatz durch E-Commerce (B2C) in Deutschland in den Jahren 1999 bis 2020“

¹² Online bestellen / im Laden abholen

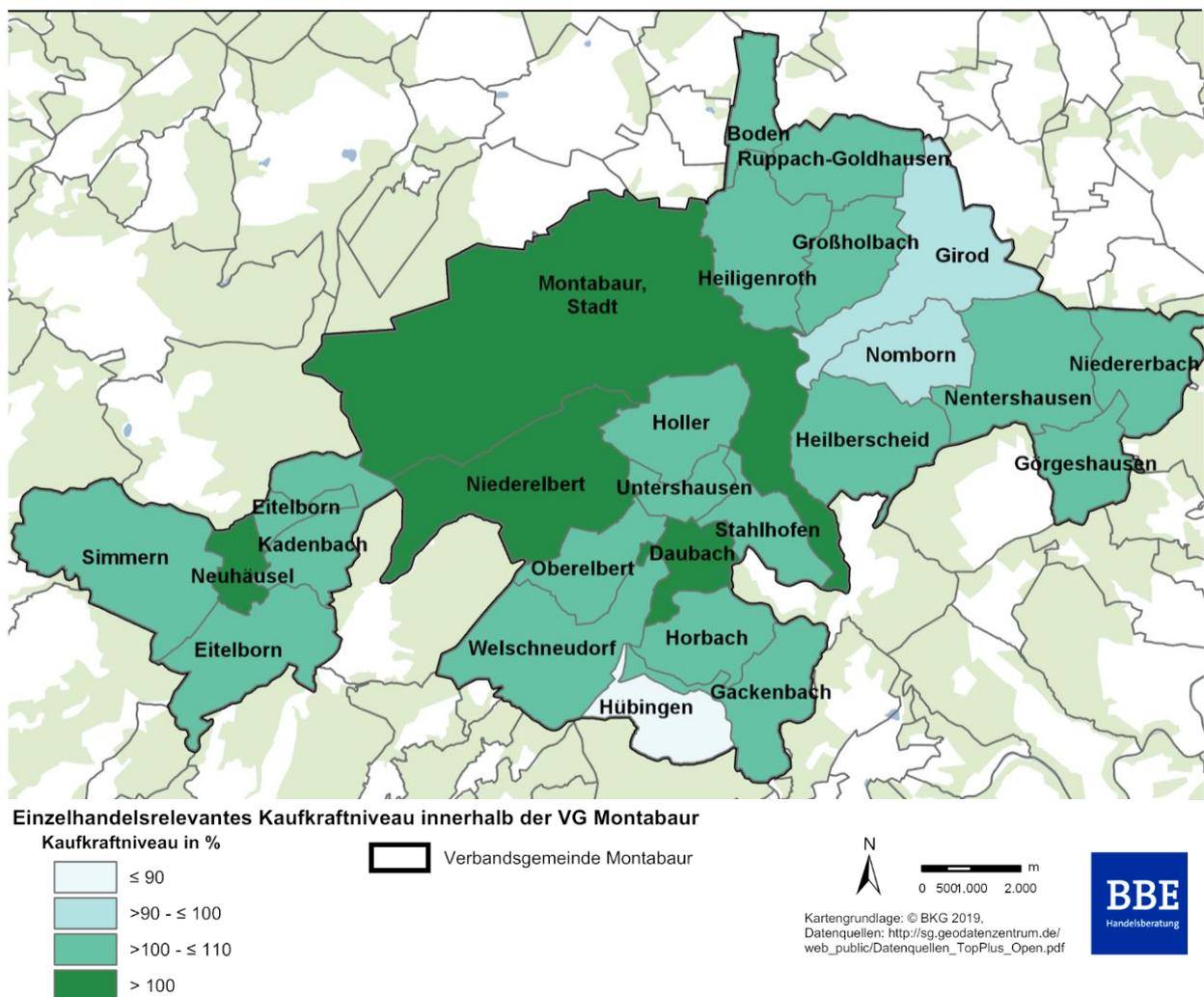
Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Zur Neugestaltung und (Wieder) Belebung einzelner Quartiere, Einkaufslagen oder ganzer Innenstädte bedarf es daher auf den jeweiligen Standort zugeschnittener alternativer Nutzungsoptionen. Diese können beispielsweise aus den Bereichen Bildung, Büro, Gewerbe, City-Logistik, Freizeit / Sport, Gesundheit, Kinder- und Altenbetreuung, Hotel und Wohnen in all seinen Facetten – wie etwa Studentenwohnheime oder bewirtschaftete Apartmenthäuser – oder Interimsvermietungen kommen. In vielen Fällen bedarf es dabei ganzheitlicher Lösungsansätze, die das gemeinsame Agieren unterschiedlicher Beteiligter (u.a. Verwaltung, Gewerbetreibende, Vermieter/ Eigentümer) und prozessualer Methoden (u.a. Bürgerbeteiligungen, Informationsveranstaltungen) erfordern.

3 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen im Verbandsgemeindegebiet

Zur Berechnung des einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumens werden die privaten Verbrauchsausgaben zugrunde gelegt, die wiederum aus dem verfügbaren Einkommen abzüglich der Sparquote resultieren. Von den privaten Verbrauchsausgaben in Deutschland sind demnach aktuell pro Jahr und Kopf insgesamt 6.546 € einzelhandelsrelevant.¹³

Karte 4: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in den Ortsgemeinden der VG Montabaur



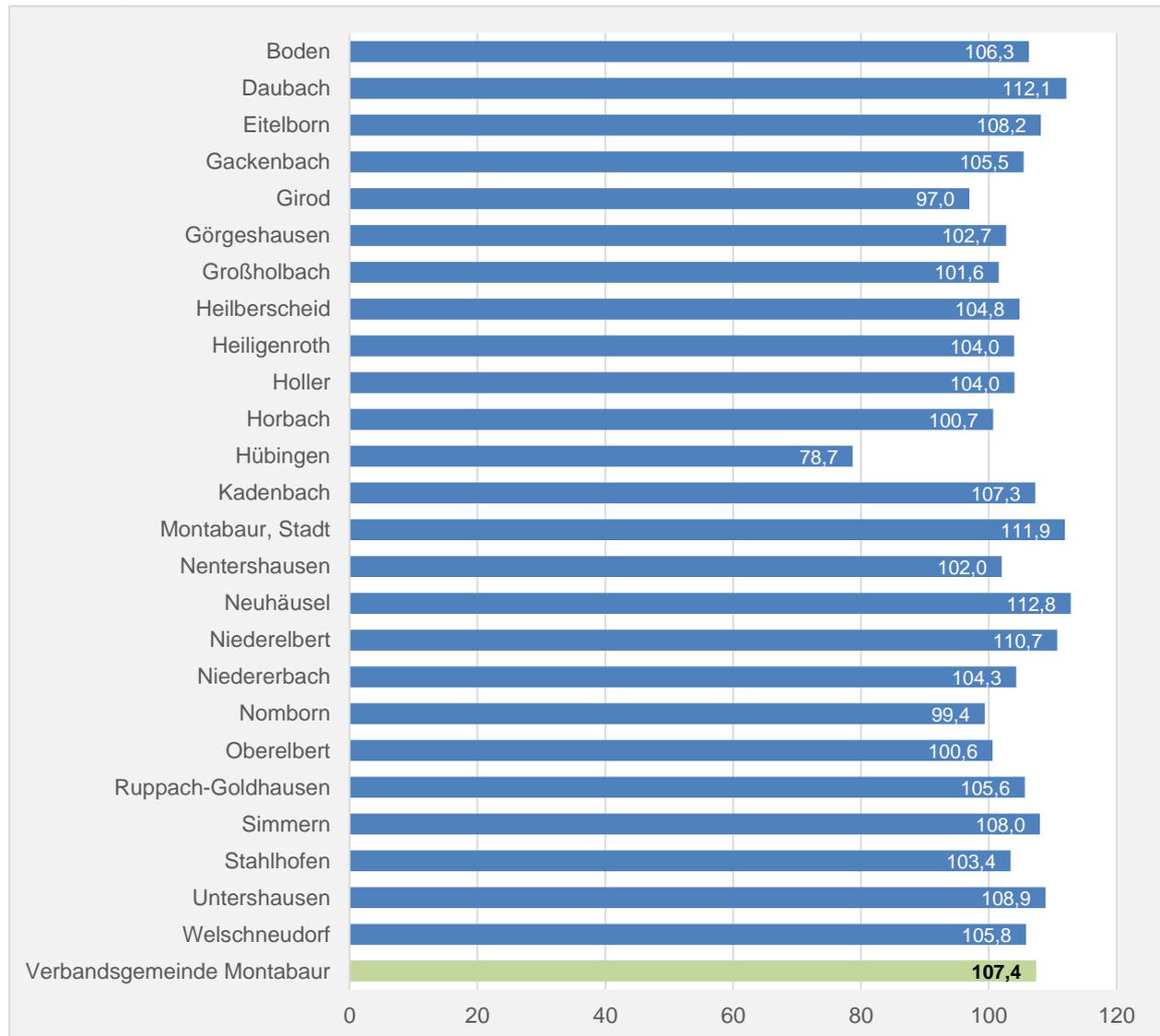
Quelle: Eigene Darstellung auf Grundlage der MBR-Kaufkraftkennziffern 2020

¹³ Quelle: IfH Institut für Handelsforschung, Brancheninformationssystem 2020 (Marktvolumina 2019), Ergänzungen und Berechnungen der BBE; inkl. Online-Ausgaben, unberücksichtigt bleiben u. a. die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Brennstoffe und Reparaturen.

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Wie die vorstehende kartographische Darstellung illustriert, weisen die örtlichen Kaufkraftkennziffern¹⁴ für den weit überwiegenden Teil der Ortsgemeinden überdurchschnittliche Kaufkraftwerte auf; nur einige wenige Ortsgemeinden liegen unterhalb des Bundesdurchschnitts.

Abbildung 4: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in den Ortsgemeinden der VG Montabaur



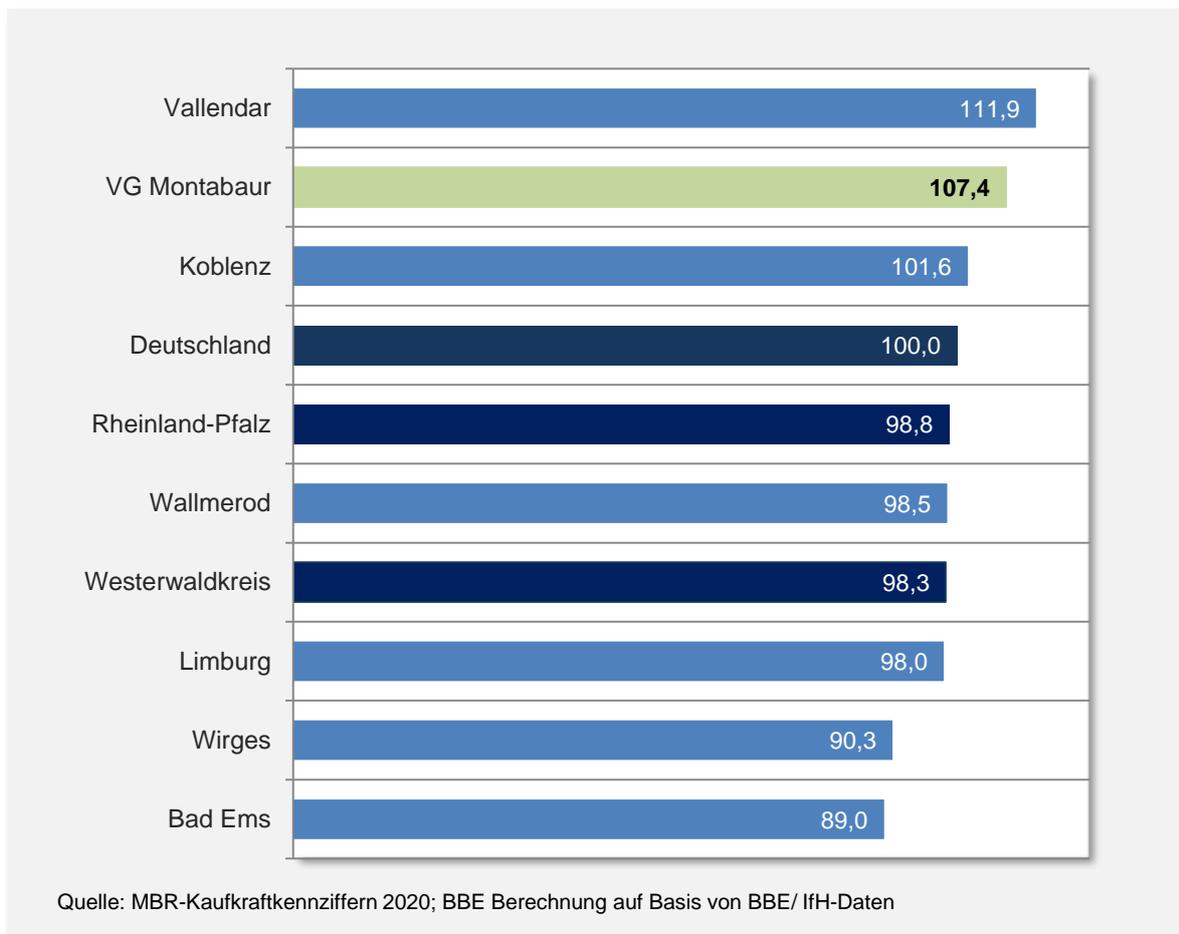
Insgesamt beläuft sich das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau der VG Montabaur auf durchschnittlich rd. 107 %, das damit rd. 7 Prozentpunkte über dem Bundes- bzw. knapp 9 Prozentpunkte über dem Landesdurchschnitt liegt.

¹⁴ MBR-Kaufkraftkennziffern 2020

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Auch im regionalen Vergleich rangiert das örtliche Kaufkraftniveau über dem Durchschnitt: So fallen die Kaufkraftwerte in den umliegenden Nachbarstädten zum Teil deutlich niedriger aus. Lediglich die südlich angrenzende Stadt Vallendar verfügt mit rd. 111 % über ein nochmals höheres Kaufkraftniveau.

Abbildung 5: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der VG Montabaur und in Vergleichsräumen



Für die Verbandsgemeinde Montabaur ergeben sich unter Beachtung vorab dargelegter Kaufkraftwerte jährliche Pro-Kopf-Ausgaben in Höhe von 7.030 €. Multipliziert mit der vorhandenen Einwohnerzahl lässt sich aktuell ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Höhe von rd. 287 Mio. € errechnen.

Tabelle 2: Kaufkraftpotenzial der Verbandsgemeinde Montabaur

Sortiment	Deutschland	VG Montabaur	
	Pro-Kopf-Ausgaben 2020	Pro-Kopf-Ausgaben 2020	Kaufkraftpotenzial
	in €	in €	in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	2.516	2.615	106,6
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	355	364	14,8
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, medizinische, orthopädische Artikel, Hörgeräte	722	761	31,0
Blumen, Pflanzen, Gartenbedarf	201	227	9,2
Tierfutter, Heimtierzubehör, lebende Tiere	57	62	2,5
Bekleidung, Wäsche	531	584	23,8
Schuhe, Lederwaren	120	133	5,4
Sport-, Campingartikel	112	129	5,3
Bücher, Zeitschriften	101	109	4,4
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	81	87	3,6
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	96	106	4,3
Möbel	365	432	17,6
GPK*, Haushaltswaren, Geschenkartikel	61	70	2,9
Haus-, Tisch-, Bettwäsche	22	24	1,0
Heimtextilien, Gardinen	23	25	1,0
Bettwaren	38	42	1,7
Lampen und Leuchten	32	35	1,4
Elektrogeräte	110	119	4,9
Unterhaltungselektronik, Computer, Telekom., Foto	372	388	15,8
Optik, Uhren, Schmuck	128	146	5,9
Bau- und Heimwerkerbedarf	233	263	10,7
Farben, Bodenbeläge, Teppiche	80	90	3,7
Fahrräder, Fahrradzubehör	79	87	3,5
Autozubehör	54	69	2,8
Sonstiger Einzelhandel**	57	62	2,5
Gesamt	6.546	7.030	286,6

* Glas, Porzellan, Keramik

** u. a. Antiquitäten, Kunstgegenstände, Briefmarken/ Münzen, Kinderwagen

Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IfH-Daten und unter Verwendung der sortimentsbezogenen MBR-Kaufkraftkennziffern

Bei der Betrachtung des Kaufkraftpotenzials nach Warengruppen ist für die VG Montabaur festzustellen, dass mit rd. 38 % bzw. rd. 107 Mio. € das mit deutlichem Abstand größte Kaufkraftpotenzial in der Wa-

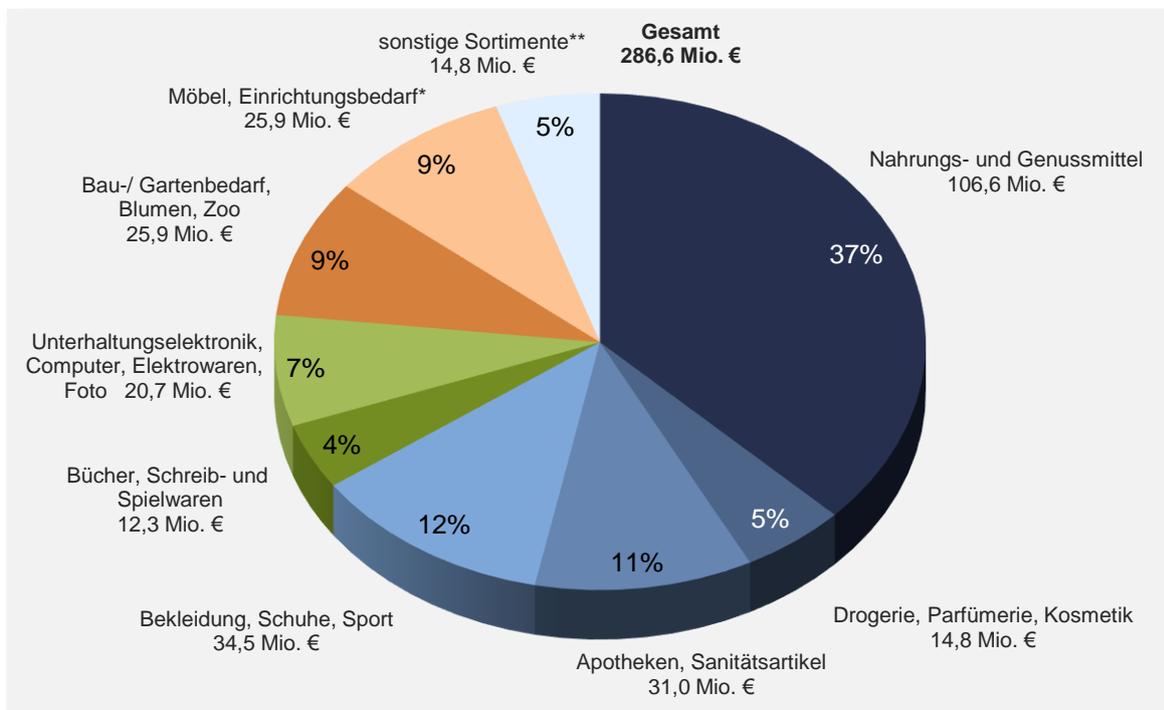
Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

rengruppe der Nahrungs- und Genussmittel vorhanden ist. Rechnet man Drogeriewaren und pharmazeutische Artikel¹⁵ hinzu, zeigt sich, dass mit rd. 53 % mehr als die Hälfte des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials auf nahversorgungsrelevante Warengruppen entfällt.

Für die Leitbranchen Bekleidung/ Schuhe und Sport sowie Unterhaltungselektronik/ Elektrowaren stehen im Verbandsgemeindegebiet insgesamt rd. 55 Mio. € Kaufkraft (rd. 19 %) zur Verfügung. Auf Bücher/ Schreib- und Spielwaren entfallen rd. 12 Mio. €.

Die jährlichen Ausgaben für Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel und Einrichtungszubehör belaufen sich auf jeweils rd. 26 Mio. € bzw. rd. 9 %. Das Kaufkraftpotenzial in den sonstigen Warengruppen umfasst etwa 15 Mio. € und damit rd. 5 % des Gesamtvolumens (vgl. folgende Abbildung).

Abbildung 6: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten



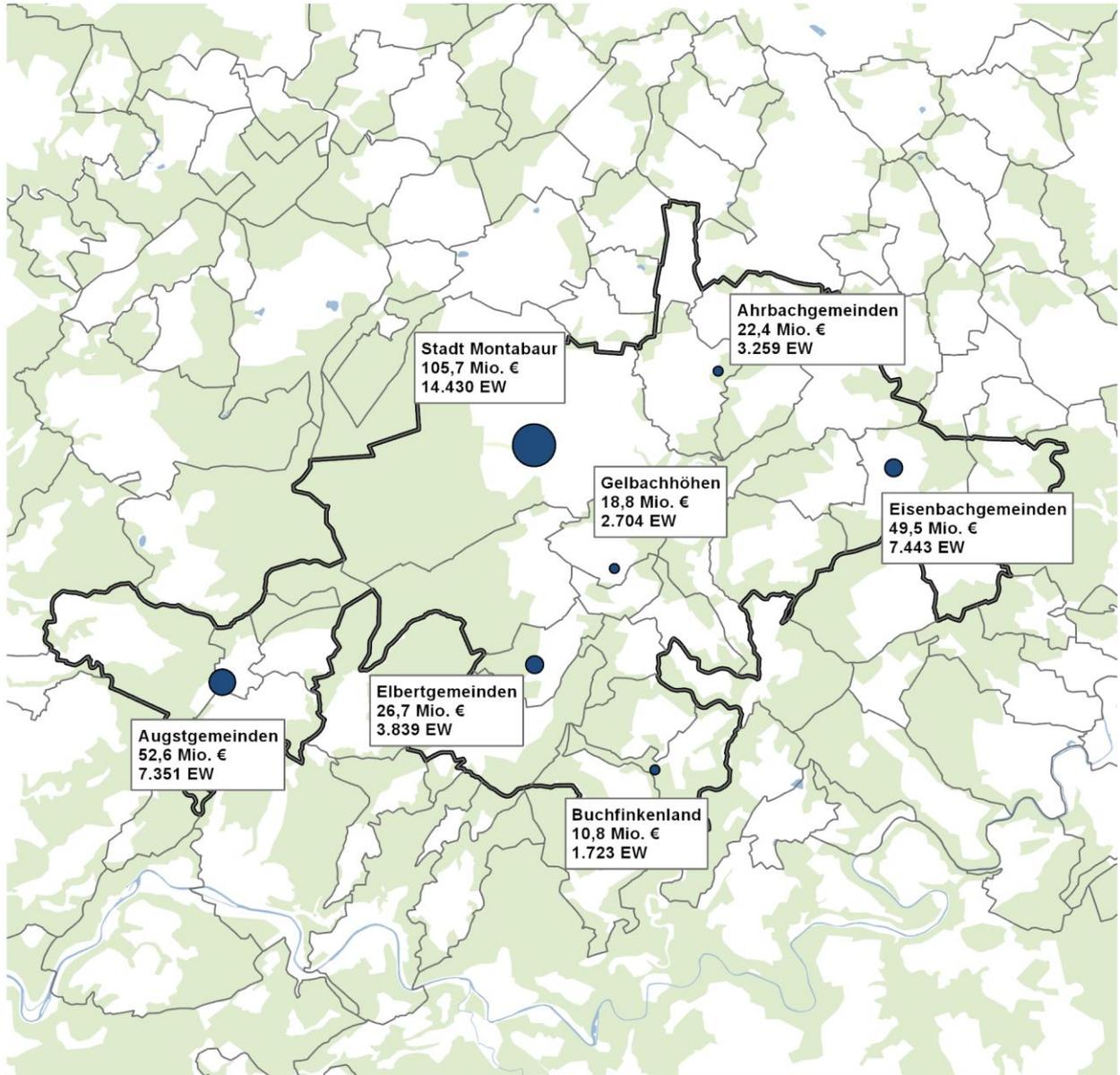
* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien, Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen

** Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst / Antiquitäten

Dabei verteilt sich die vorhandene Kaufkraft entsprechend der Bevölkerungsschwerpunkte innerhalb des Verbandsgemeindegebietes. Besonders hohe Kaufkraftwerte sind demnach im Mittelzentrum Montabaur vorzufinden, in dem mit rd. 106 Mio. € gut ein Drittel der vorhandenen Kaufkraft lokalisiert ist. Jeweils rd. 50 Mio. € stehen in den Augst- bzw. Eisenbachgemeinden zur Verfügung. Die Elbert- (rd. 27 Mio. €) und Ahrbachgemeinden (rd. 22 Mio. €) wie auch die Gelbachhöhen (rd. 19 Mio. €) und das Buchfinkenland (rd. 11 Mio. €) verfügen über entsprechend schmalere Kaufkraftplattformen.

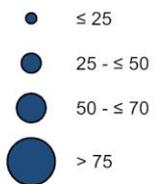
15 pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel

Karte 5: Räumliche Verteilung der Kaufkraft



Verteilung der Kaufkraft im Verbandsgemeindegebiet

Kaufkraft in Mio. €



Kartengrundlage: © BKG 2019,
 Datenquellen: http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf



Quelle: Eigene Darstellung

4 Einzelhandelssituation in der VG Montabaur

4.1 Einzelhandelsausstattung nach Teilräumen

Im Rahmen der Betriebsstättenerhebung sind im Herbst 2020 die Verkaufsflächen (VKF) aller in der Kerpen ansässigen Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe¹⁶ einschließlich der Apotheken und Tankstellen-Convenience-Shops¹⁷, differenziert nach Warengruppen, erfasst worden.

Anschließend wurden unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern die Umsatzeleistungen der Einzelhandelsbetriebe warengruppenspezifisch eingeschätzt.

Demnach gibt es im Verbandsgemeindegebiet derzeit insgesamt

- **268 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe**, die zusammen über eine
- **Verkaufsfläche von rd. 142.000 m²** verfügen und einen
- **Gesamtumsatz von ca. 377 Mio. €** erwirtschaften.

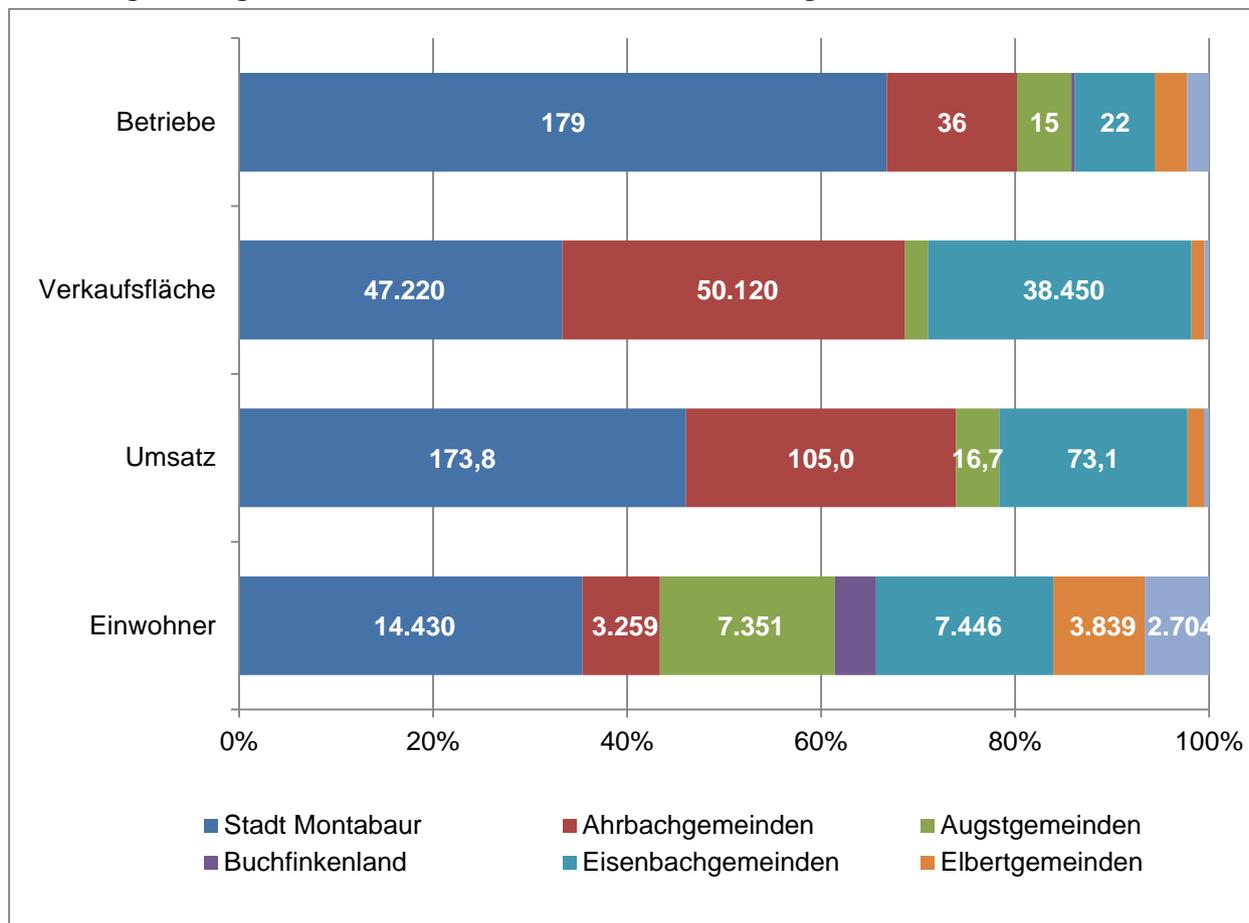
Wie den nachfolgenden Abbildungen zu entnehmen ist, konzentriert sich der örtliche Einzelhandelsbesatz neben dem Stadtgebiet von Montabaur vor allem auf die Ahrbach- und Eisenbachgemeinden, wo etwa 90 % der vorhandenen Betriebe ansässig sind.

Mit Ausnahme der ergänzenden Nahversorgungsstrukturen in der Ortsgemeinde Neuhäusel (Augstgemeinden) sind in den sonstigen Gemeinden dagegen nur wenige, ausschließlich kleinteilige Einzelhandelsbetriebe vorzufinden.

¹⁶ Als Einzelhandelsbetriebe werden hier und im Folgenden diejenigen Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Der Gruppe der Ladenhandwerksbetriebe sind die Betriebe des Bäckerei- und Konditorenhandwerks sowie die Metzgereien zuzuordnen. Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handwerks, des Handels mit Mineralölerzeugnissen (außer größeren Verkaufsräumen in Tankstellen) und ähnlichen Waren.

¹⁷ Als Tankstellen-Convenience-Shops werden diejenigen Verkaufsstellen der Tankstellenbetriebe erfasst, die Einzelhandelswaren in Verkaufsräumen anbieten.

Abbildung 7: Angebotsstrukturen nach räumlicher Gliederung



Quelle: Eigene Erhebungen; Rundungsdifferenzen möglich

Auch hinsichtlich der getätigten Umsatzleistung sowie der vorhandenen Verkaufsflächenausstattung zeigt sich die vorab skizzierte Angebotsverteilung.

Dabei ermöglicht die Relation zwischen der Einzelhandelsverkaufsfläche und der Einwohnerzahl eine erste (grobe) Bewertung der Angebotsstruktur. Demnach ergibt sich für die VG Montabaur ein Dichtewert (Arealitätsziffer) von 3,4 m² je Einwohner. Damit liegt die durchschnittliche Flächenausstattung im Verbandsgemeindegebiet bei mehr als dem Doppelten des deutschen Durchschnittswerts von ca. 1,45 m² je Einwohner¹⁸ und deutet grundsätzlich darauf hin, dass der Einzelhandel in der Gesamtschau eine über-gemeindliche Ausstrahlkraft entfalten kann.

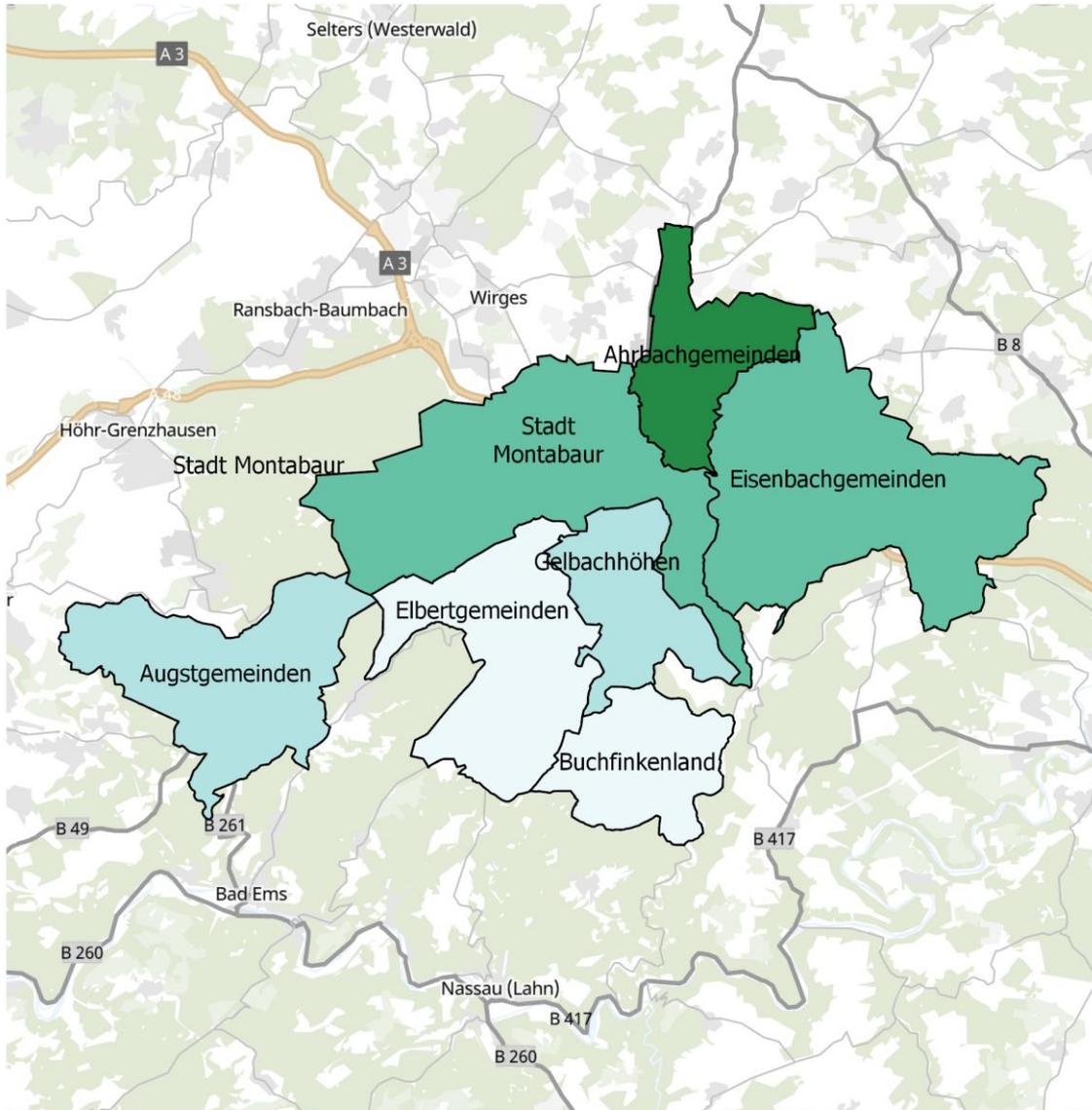
Allerdings zeigen sich innerhalb des Verbandsgemeindegebietes deutliche lokale Unterschiede: So liegt die Arealität in den Ahrbachgemeinden bei etwa dem 10-fachen des Bundesdurchschnitts. Auch in den

¹⁸ Handelsverband Deutschland (HDE); Zahlenspiegel 2020.

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Eisenbachgemeinden sowie der Stadt Montabaur lassen sich noch überdurchschnittliche Kennwerte feststellen, während die Pro-Kopf-Flächenausstattung in den sonstigen Gemeinden mit 0,02 bis 0,34 m² je Einwohner deutlich unterhalb des Bundesdurchschnitts liegen.

Karte 6: Arealitätskennziffer innerhalb der VG Montabaur



Verkaufsflächenausstattung je Einwohner

- ≤ 1 m² je EW
- 1- ≤ 5 m² je EW
- 5- ≤ 10 m² je EW
- > 10 m² je EW

Kartengrundlage: © OpenStreetMap contributors,
 Map layer by Esri, BBE Handelsberatung 2021

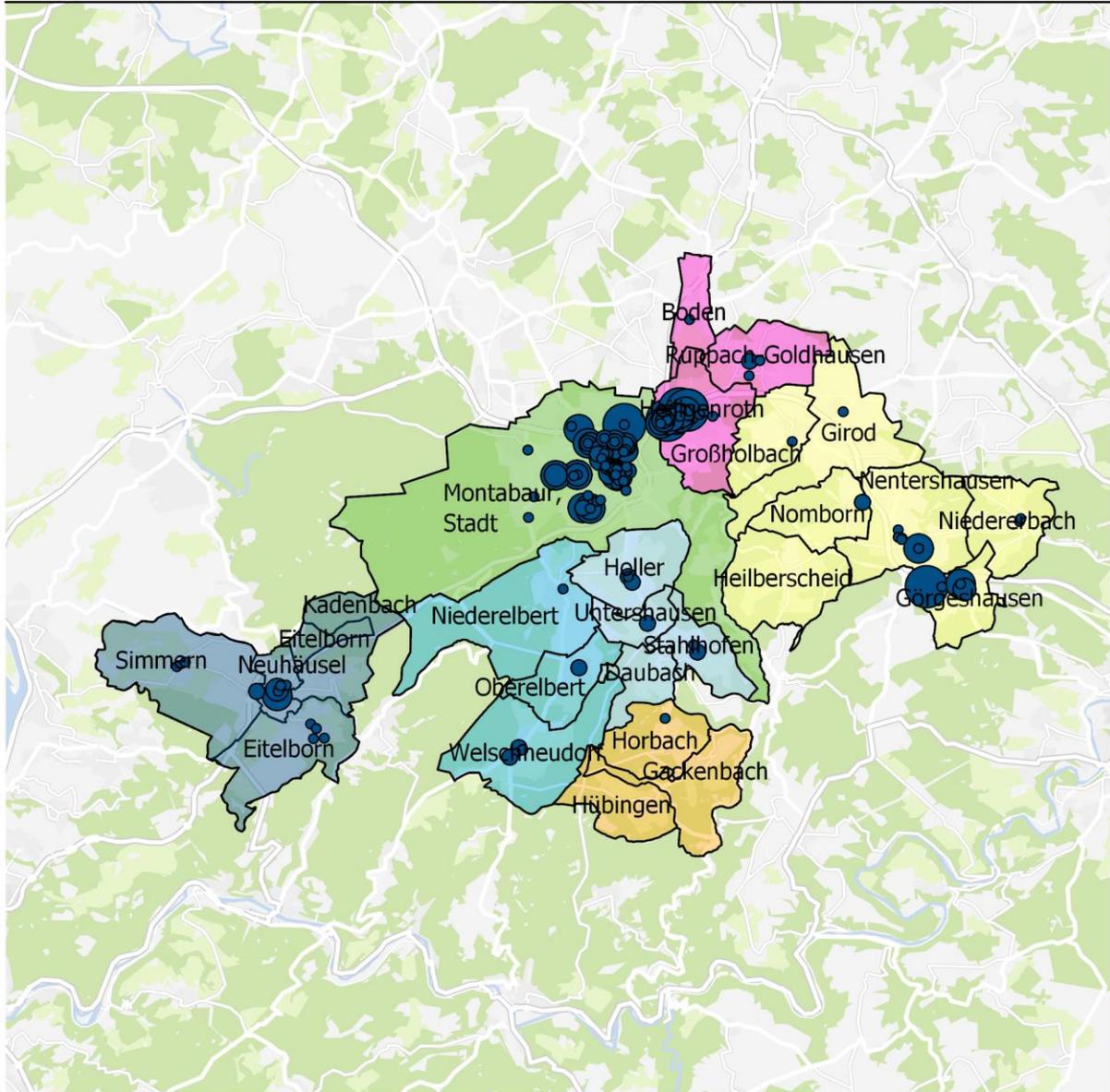


Quelle: Eigene Darstellung auf Grundlage der MBR-Kaufkraftkennziffern

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Erhebungen detailliert aufgezeigt. Aus Datenschutzgründen können dabei zum Teil nur statistisch aggregierte Bestandswerte dargelegt werden.

Karte 7: Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der VG Montabaur



Verteilung der Einzelhandelsbetriebe

Verkaufsfläche in m²

- ≤ 100
- > 100 - ≤ 400
- > 400 - ≤ 800
- > 800 - ≤ 2.500
- ≥ 2.500

- Ahrbachgemeinden
- Augustgemeinde
- Montabaur Stadt
- Gelbachhöhen
- Elbertgemeinden
- Eisenbachgemeinden
- Buchfinkenland

N
0 500.000 2.000 m
Kartengrundlage: © Esri Basemaps

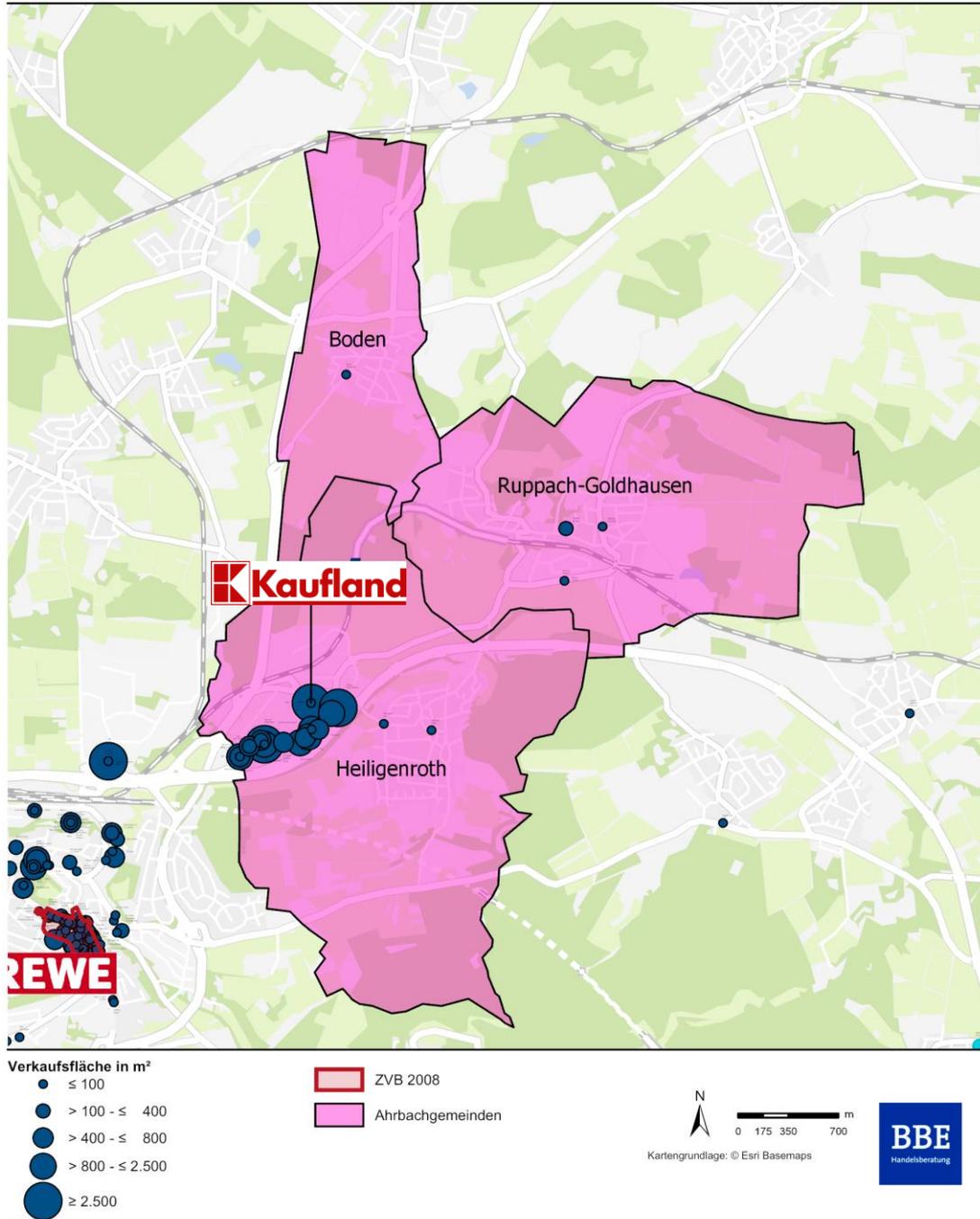


Quelle: Eigene Darstellung

4.1.1 Ahrbachgemeinden

Zu den nördlich der Stadt Montabaur gelegenen Ahrbachgemeinden gehören die Ortsgemeinden Boden, Heiligenroth und Ruppach-Goldhausen mit insgesamt rd. 3.260 Einwohnern. Wenngleich dort lediglich 8 % der Gesamtbevölkerung leben, stellen die Ahrbachgemeinden mit gut 50.000 m² Verkaufsfläche den flächenbezogen größten Angebotsstandort innerhalb der VG Montabaur dar.

Karte 8: Übersicht Einzelhandelsbesatz Ahrbachgemeinden



Quelle: Eigene Darstellung

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Dies ist insbesondere auf den umfangreichen Einzelhandelsbesatz im Gewerbegebiet Heiligenroth zurückzuführen, in dem derzeit 28 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von mehr als 49.000 m² ansässig sind.

In der gewachsenen Ortsmitte von Heiligenroth sowie den beiden Ortsgemeinden Boden und Ruppach-Goldhausen sind hingegen nur acht Betriebe mit einer Verkaufsfläche von knapp 800 m² vorzufinden.

Tabelle 3: Einzelhandelsbezogenen Kennwerte in den Ahrbachgemeinden

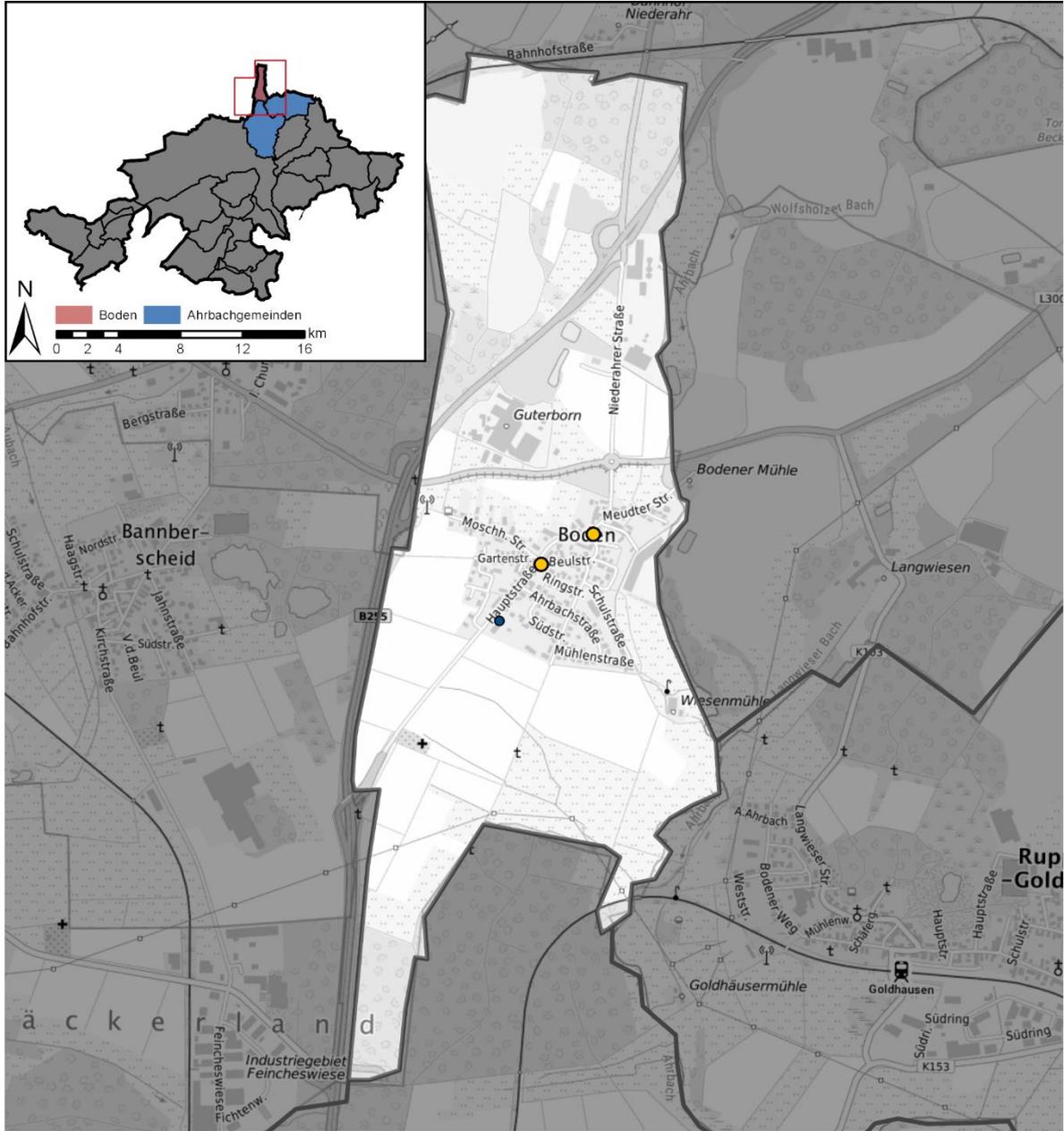
Sortiment	Verkaufsfläche	Umsatzprognose	Kaufkraftpotenzial	Umsatz-Kaufkraft-Relation
	in €	in Mio. €	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	5.980	31,8	8,3	383
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	1.315	7,2	1,2	627
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, medizinische, orthopädische Artikel, Hörgeräte	5	0,0	2,4	1
Bekleidung, Wäsche, Schuhe, Lederwaren, Sport	5.650	11,8	2,7	439
Unterhaltungselektronik, Computer, Telekom., Elektrogeräte, Foto	1.680	8,1	1,6	499
Bau- / Gartenbedarf, Blumen, Zoobedarf	8.930	10,6	2,1	513
Möbel / Einrichtungsbedarf ¹⁾	24.990	30,9	2,0	1515
sonstige Sortimente ²⁾	1.570	4,6	2,1	216
Gesamt	50.115	105,0	22,4	469

¹⁾ Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen Glas, Porzellan, Keramik
²⁾ Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst / Antiquitäten
Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IfH-Daten und unter Verwendung der sortimentsbezogenen MBR-Kaufkraftkennziffern

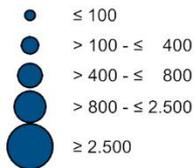
Dabei wird in den Ahrbachgemeinden mit rd. 105 Mio. € eine Umsatzleistung erwirtschaftet, die deutlich über dem lokalen Kaufkraftpotenzial der örtlichen Bevölkerung liegt und seinen Ausdruck in einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von knapp unter 500 % findet.

Damit übernehmen die Ahrbachgemeinden eine Versorgungsfunktion, die weit über die landesplanerisch zugedachte Versorgungsreichweite (= eigene Bevölkerung) hinausgeht.

4.1.1.1 Ortsgemeinde Boden

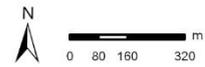


Verkaufsfläche in m²



Weitere Nutzungen

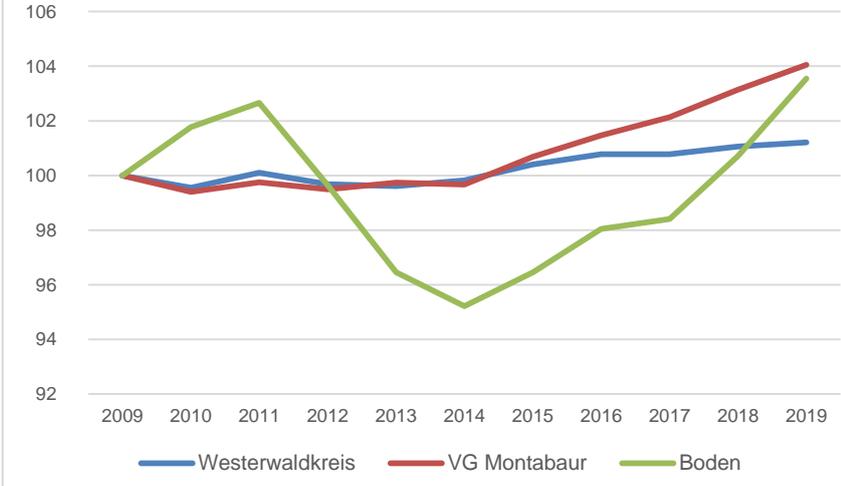
- private Dienstleistungen
- Gastronomie/ Freizeit
- Öffentliche Einrichtungen
- Leerstand



Kartengrundlage: © BKG 2020,
 Datenquellen: http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf



Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Lage in der Verbandsgemeinde Montabaur	Die Ortsgemeinde Boden stellt die nördlichste Kommune innerhalb der VG Montabaur dar und befindet sich rd. 5 km vom Mittelzentrum Montabaur entfernt.																																																											
Verkehrsanbindung	Maßgeblich aufgrund der das Gemeindegebiet querenden Bundesstraße B 255 (Montabaur – Rennerod – Herborn) und Landesstraße L 300 (Wirges – Westerbürg) verfügt Boden über eine sehr gute überörtliche Erreichbarkeit. Zudem ist die Autobahnanschlussstelle „Montabaur“ der A 3 in rd. 3 km bzw. rd. 4 Pkw-Minuten zu erreichen. Wichtigste innerörtliche Erschließungsstraße ist die Hauptstraße.																																																											
Zentralörtliche Funktion	-																																																											
Bevölkerungsstand (Quelle: VG Montabaur; Stand 31.12.2019)	587 Einwohner																																																											
Bevölkerungsentwicklung (Quelle: Statistisches Landesamt RLP)	 <table border="1"> <caption>Bevölkerungsentwicklung (Index 2009 = 100)</caption> <thead> <tr> <th>Jahr</th> <th>Westerwaldkreis</th> <th>VG Montabaur</th> <th>Boden</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2009</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td></tr> <tr><td>2010</td><td>99,5</td><td>99,5</td><td>102</td></tr> <tr><td>2011</td><td>100</td><td>100</td><td>103</td></tr> <tr><td>2012</td><td>99,5</td><td>99,5</td><td>99,5</td></tr> <tr><td>2013</td><td>99,5</td><td>99,5</td><td>96,5</td></tr> <tr><td>2014</td><td>99,5</td><td>99,5</td><td>95</td></tr> <tr><td>2015</td><td>100</td><td>100</td><td>97</td></tr> <tr><td>2016</td><td>100,5</td><td>100,5</td><td>98</td></tr> <tr><td>2017</td><td>100,5</td><td>101,5</td><td>98,5</td></tr> <tr><td>2018</td><td>101</td><td>102,5</td><td>100</td></tr> <tr><td>2019</td><td>101</td><td>104</td><td>104</td></tr> </tbody> </table>	Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Boden	2009	100	100	100	2010	99,5	99,5	102	2011	100	100	103	2012	99,5	99,5	99,5	2013	99,5	99,5	96,5	2014	99,5	99,5	95	2015	100	100	97	2016	100,5	100,5	98	2017	100,5	101,5	98,5	2018	101	102,5	100	2019	101	104	104											
Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Boden																																																									
2009	100	100	100																																																									
2010	99,5	99,5	102																																																									
2011	100	100	103																																																									
2012	99,5	99,5	99,5																																																									
2013	99,5	99,5	96,5																																																									
2014	99,5	99,5	95																																																									
2015	100	100	97																																																									
2016	100,5	100,5	98																																																									
2017	100,5	101,5	98,5																																																									
2018	101	102,5	100																																																									
2019	101	104	104																																																									
Kaufkraft	4,1 Mio. € gesamt, davon 1,7 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren																																																											
Kennzahlen	50 m ² Verkaufsfläche * Mio. € Umsatz 0,1 m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 5 %																																																											
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th>VKF</th> <th>Umsatz- prognose</th> <th>Kaufkraft</th> <th>Arealität</th> <th>UKR¹⁾</th> </tr> <tr> <th>m²</th> <th>Mio. €</th> <th>Mio. €</th> <th>m²/Ew.</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>40</td> <td>*</td> <td>1,5</td> <td>0,07</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,2</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,5</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,3</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,4</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,4</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>10</td> <td>*</td> <td>0,8</td> <td>0,02</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>50</td> <td>100</td> <td>4,1</td> <td>0,09</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich ¹⁾ Umsatz-Kaufkraft-Relation * aus Datenschutzgründen nicht darstellbar</p>	Sortiment	VKF	Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%	Nahrungs- und Genussmittel	40	*	1,5	0,07	*	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,2	-	-	Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	0,5	-	-	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	-	-	0,3	-	-	Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	-	-	0,4	-	-	Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	0,4	-	-	Sonstige Sortimente	10	*	0,8	0,02	*	Gesamt	50	100	4,1	0,09	5
Sortiment	VKF		Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾																																																						
	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%																																																							
Nahrungs- und Genussmittel	40	*	1,5	0,07	*																																																							
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,2	-	-																																																							
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	0,5	-	-																																																							
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	-	-	0,3	-	-																																																							
Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	-	-	0,4	-	-																																																							
Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	0,4	-	-																																																							
Sonstige Sortimente	10	*	0,8	0,02	*																																																							
Gesamt	50	100	4,1	0,09	5																																																							

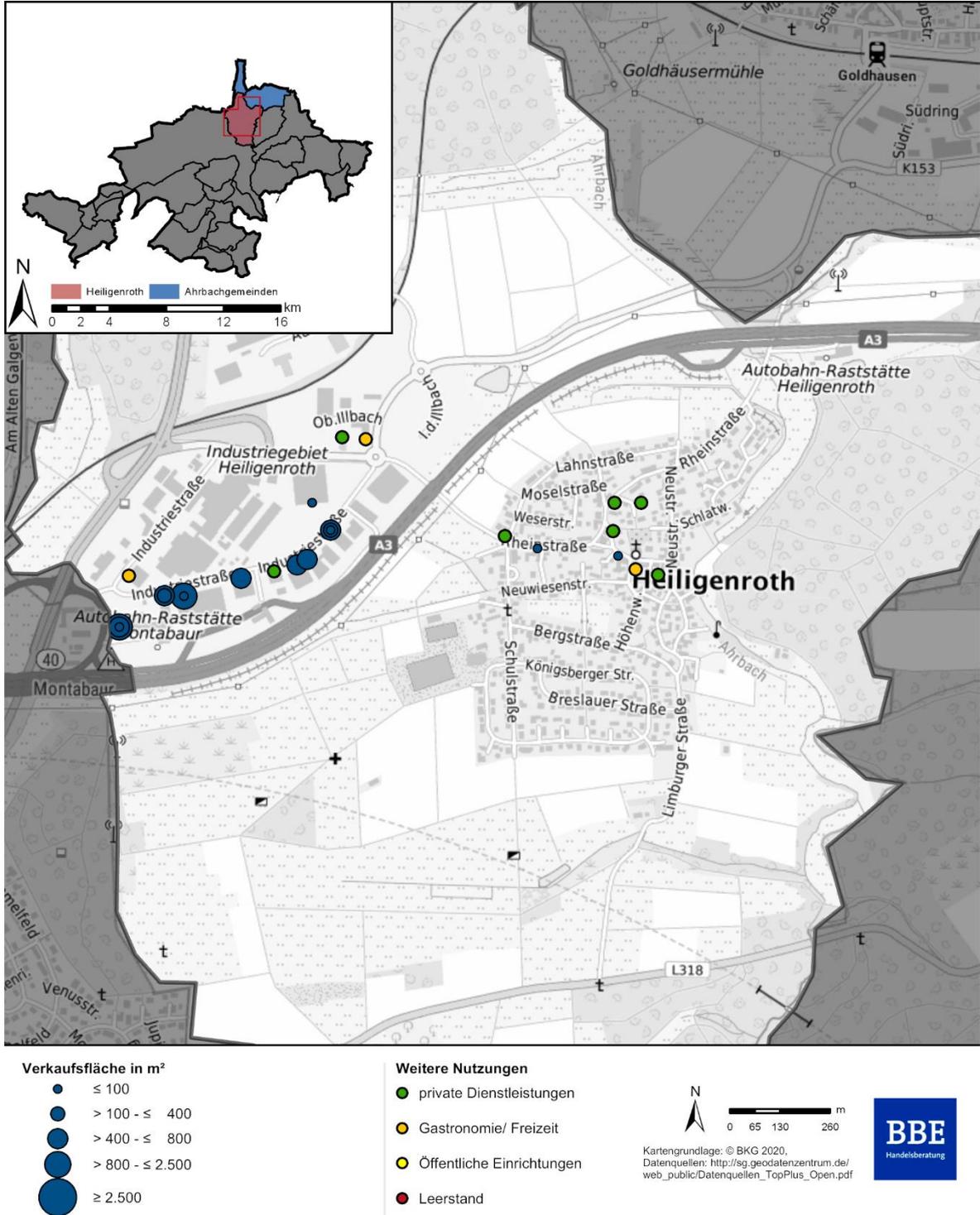
Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022



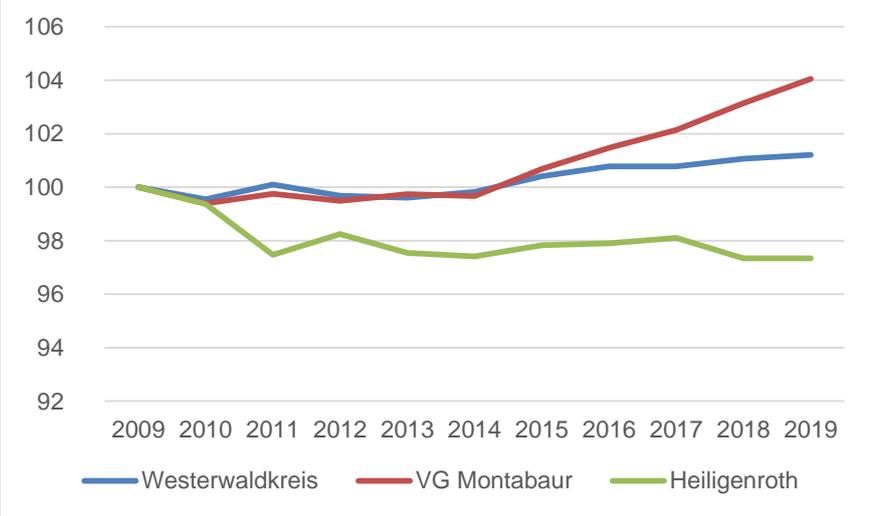
Einzelhandelssituation

Boden ist eine überwiegend von Einfamilienhäusern geprägte Ortslage mit dörflicher Struktur. Neben einer Tankstelle mit kleinem Tankstellenshop sind vor allem entlang der Hauptstraße noch einige wenige Dienstleistungsbetriebe (u.a. Pizza Taxi „Santino“; Gasthaus „Zur Tante Anna“) vorzufinden.

4.1.1.2 Ortsgemeinde Heiligenroth



Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Lage in der Verbandsge- meinde Montabaur	Die Ortsgemeinde Heiligenroth grenzt unmittelbar nordöstlich an Montabaur und ist in nur wenigen PKW-Minuten an das benachbarte Mittelzentrum angebunden. Nördlich befinden sich die Ortsgemeinde Boden und Ruppach-Goldhausen, östlich die Ortsgemeinde Goldhausen und im Süden – im Anschluss an weitläufige Waldgebiete - die Ortslage Wirzenborn (Stadt Montabaur).																																																
Verkehrsanbindung	Über den im Westen des Gemeindegebietes gelegenen Verkehrsknotenpunkt von A 3 und Bundesstraße B 255 (Montabaur – Rennerod – Herborn) ist Heiligenroth hervorragend in das (über-) örtliche Verkehrsnetz eingebunden. Dies gilt insbesondere für das nur 2 – 3 Pkw-Minuten von der Anschlussstelle „Montabaur“ entfernte Gewerbegebiet. Darüber hinaus besteht über die südlich der Ortslage Heiligenroth verlaufenden L 318 eine weitere Anbindung an die Stadt Montabaur, die in östlicher Richtung über die Eisenbachgemeinden bis ins südöstlich gelegene Mittelzentrum Diez führt.																																																
Zentralörtliche Funktion	-																																																
Bevölkerungsstand (Quelle: VG Montabaur; Stand 31.12.2019)	1.414 Einwohner																																																
Bevölkerungsentwicklung (Quelle: Statistisches Landesamt RLP)	 <table border="1"> <caption>Bevölkerungsentwicklung (Index 2009 = 100)</caption> <thead> <tr> <th>Jahr</th> <th>Westerwaldkreis</th> <th>VG Montabaur</th> <th>Heiligenroth</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2009</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td></tr> <tr><td>2010</td><td>99.5</td><td>99.5</td><td>99.5</td></tr> <tr><td>2011</td><td>100</td><td>99.5</td><td>97.5</td></tr> <tr><td>2012</td><td>99.5</td><td>99.5</td><td>98</td></tr> <tr><td>2013</td><td>99.5</td><td>99.5</td><td>97.5</td></tr> <tr><td>2014</td><td>99.5</td><td>99.5</td><td>97.5</td></tr> <tr><td>2015</td><td>100.5</td><td>101</td><td>98</td></tr> <tr><td>2016</td><td>100.5</td><td>102</td><td>98</td></tr> <tr><td>2017</td><td>100.5</td><td>103</td><td>98</td></tr> <tr><td>2018</td><td>101</td><td>104</td><td>97.5</td></tr> <tr><td>2019</td><td>101</td><td>104</td><td>97.5</td></tr> </tbody> </table>	Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Heiligenroth	2009	100	100	100	2010	99.5	99.5	99.5	2011	100	99.5	97.5	2012	99.5	99.5	98	2013	99.5	99.5	97.5	2014	99.5	99.5	97.5	2015	100.5	101	98	2016	100.5	102	98	2017	100.5	103	98	2018	101	104	97.5	2019	101	104	97.5
Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Heiligenroth																																														
2009	100	100	100																																														
2010	99.5	99.5	99.5																																														
2011	100	99.5	97.5																																														
2012	99.5	99.5	98																																														
2013	99.5	99.5	97.5																																														
2014	99.5	99.5	97.5																																														
2015	100.5	101	98																																														
2016	100.5	102	98																																														
2017	100.5	103	98																																														
2018	101	104	97.5																																														
2019	101	104	97.5																																														
Kaufkraft	9,6 Mio. € gesamt, davon 3,6 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren																																																
Kennzahlen	49.410 m ² Verkaufsfläche 102,9 Mio. € Umsatz 34,9 m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 1.069 %																																																

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Einzelhandelsstruktur

Sortiment	VKF	Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾
	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%
Nahrungs- und Genussmittel	5.890	31,3	3,6	4,17	874
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	1.315	7,2	0,5	0,93	1.458
Bekleidung, Schuhe, Sport	5.105	10,5	1,2	3,61	899
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	1.630	7,9	0,7	1,15	1.141
Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	8.930	10,6	0,9	6,32	1.208
Möbel, Einrichtungsbedarf	24.975	30,8	0,9	17,66	3.524
Sonstige Sortimente	1.565	4,6	1,9	1,11	237
Gesamt	49.410	102,9	9,6	34,94	1.069

Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte;

Rundungsdifferenzen möglich

¹⁾ Umsatz-Kaufkraft-Relation

* aus Datenschutzgründen nicht darstellbar



Einzelhandelssituation

Die Einzelhandelsstruktur von Heiligenroth wird vor allem von den umfassenden Besitzstrukturen im durch die Autobahntrasse von der gewachsenen Ortslage Heiligenroth räumlich getrennten Gewerbegebiet geprägt. Neben produzierenden Betrieben (u.a. Pentaplast), Kfz-bezogenen Angeboten (u.a. Autohaus, Waschstraße, Werkstatt, TÜV) und den beiden Systemgastronomen McDonald's und Burger King ist dort eine Vielzahl an großformatigen Fachmärkten vorzufinden, die durch mehrere nahversorgungsrelevante Einzelhandelsbetriebe (u.a. Kaufland¹⁹, Lidl, Aldi, dm) ergänzt werden. In Heiligenroth selbst ist mit Ausnahme von einer Bäckerei und einem Metzger hingegen kein Einzelhandel vorzufinden. Darüber hinaus sind über den Ortsteil mehrere Frisöre, eine Gaststätte und eine Physiotherapie-Praxis verteilt.

Demgegenüber addieren sich die Verkaufsflächen im Gewerbegebiet Heiligenroth auf über 49.000 m², welches damit den flächengrößten Angebotsstandort in der Verbandsgemeinde darstellt.

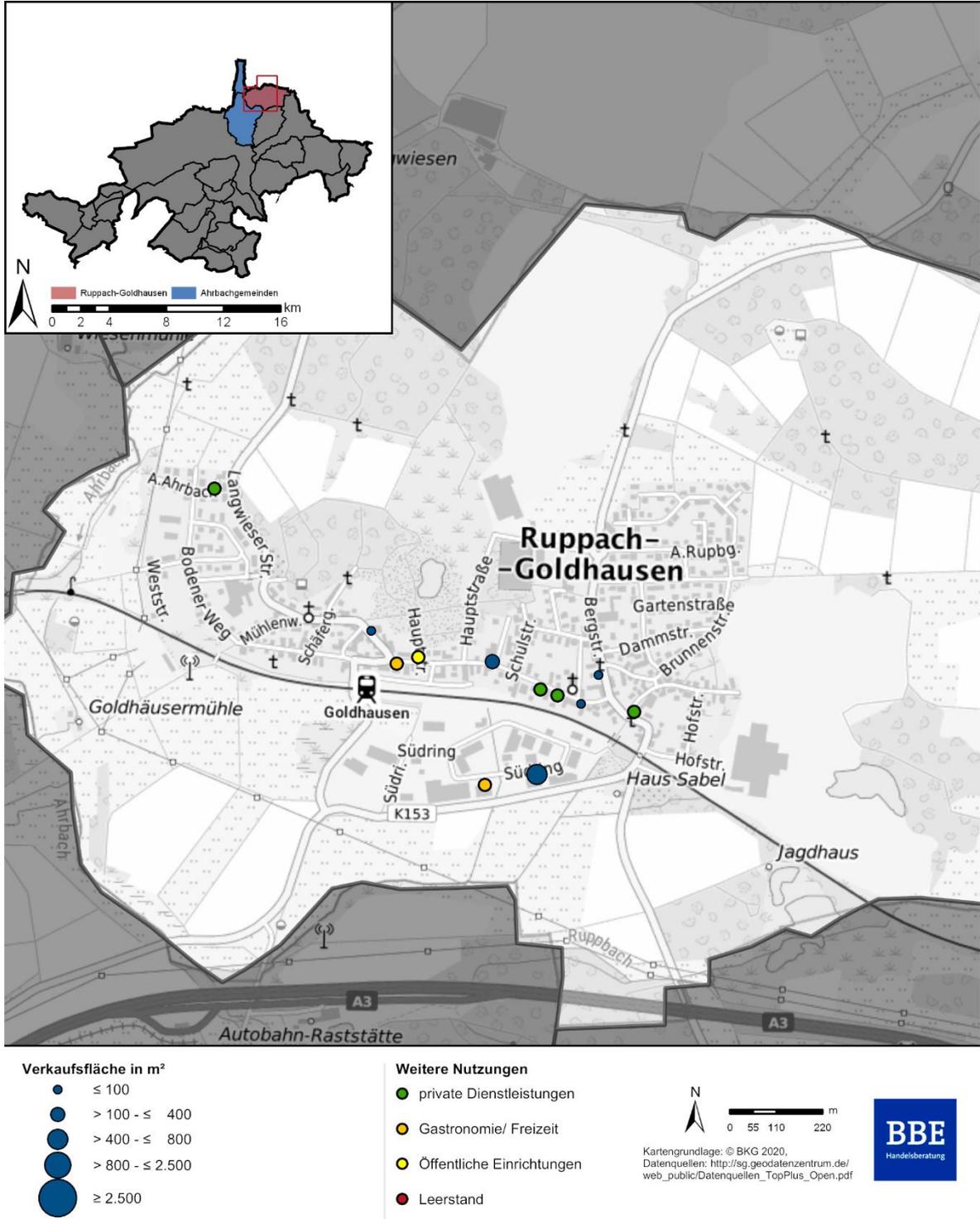
Mit Abstand größter Einzelhandelsbetrieb ist das weit in die Region ausstrahlende Hermes-Möbelhaus, das von weiteren großflächigen (u.a. Gartencenter Dehner, Gartencenter Kuch, Kaufland, Lidl, Expert) und nicht großflächigen Fachmärkten (u.a. Aldi, Kik, Takko, Fressnapf, McTrek, Deichmann, Tedi) ergänzt wird.

Eindeutiger sortimentsbezogener Angebotsschwerpunkt ist demnach auch das Teilsortiment „Möbel und Einrichtungsbedarf“, das etwa die Hälfte des lokalen Verkaufsflächenbestandes ausmacht. Erst mit deutlichem Abstand (rd. 8.900 m²) folgen Bau- und Gartenmarktartikel. Wenngleich somit rd. zwei Drittel der Verkaufsfläche auf nicht innenstadtrelevante Sortimente entfallen, sind im Gewerbegebiet Heiligenroth zudem umfangreiche nahversorgungsrelevante Angebote (Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren: insgesamt rd. 7.200 m²) bzw. Betriebe mit den innenstadtrelevanten Leitsortimenten „Bekleidung, Schuhe, Sport“ (rd. 5.100 m²) und Elektro (rd. 1.600 m²) vorzufinden.

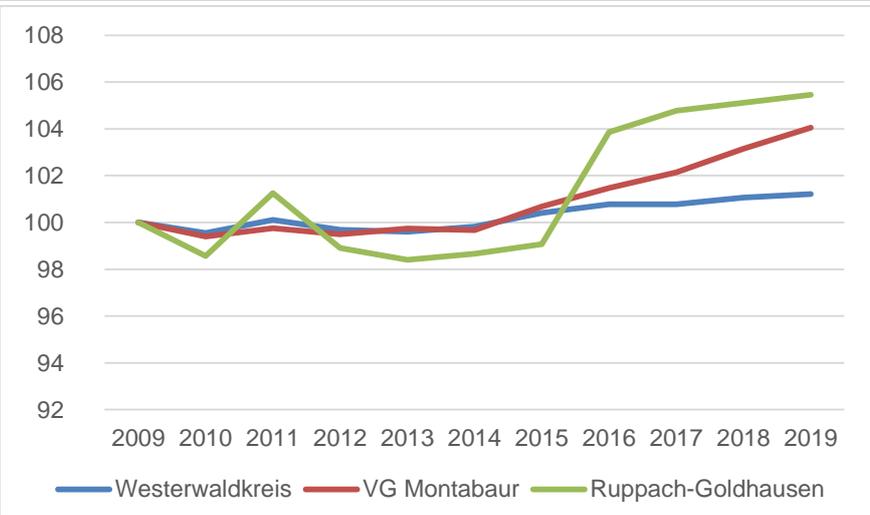
Die weit über die eigene Ortsgemeinde hinausgehende Versorgungsreichweite findet ihren Ausdruck in einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von über 1.000 %. Auch aus dem Verkaufsflächenbesatz je Einwohner – der mit rd. 35 m² je Einwohner bei mehr als dem 20-fachen des Bundesdurchschnitts liegt – lässt sich eine regional bedeutsame Versorgungsfunktion ableiten.

¹⁹ ehemals Real; ist im Januar 2022 nach kurzer Umbauphase als Kaufland wiedereröffnet worden

4.1.1.3 Ortsgemeinde Ruppach-Goldhausen



Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Lage in der Verbandsgemeinde Montabaur	Ruppach-Goldhausen ist die östlichste der Ahrbachgemeinden und grenzt im Norden an die OG Meudt (VG Wallmerod), im Osten an Girod und im Süden an die Ortsgemeinden Großholbach und Heiligenroth. Die Entfernung zum benachbarten Gewerbegebiet Heiligenroth beläuft sich auf rd. 3 km; das Mittelzentrum Montabaur ist in rd. 8 km zu erreichen.																																																											
Verkehrsanbindung	Wichtigste Verkehrsträger im Gemeindegebiet sind die Kreisstraßen 101, 103 und 153, über die Ruppach-Goldhausen an die umliegenden Ortsgemeinden und überregional bedeutsamen Verkehrswege angebunden ist.																																																											
Zentralörtliche Funktion	-																																																											
Bevölkerungsstand (Quelle: VG Montabaur; Stand 31.12.2019)	1.258 Einwohner																																																											
Bevölkerungsentwicklung (Quelle: Statistisches Landesamt RLP)	 <table border="1"> <caption>Bevölkerungsentwicklung (geschätzt)</caption> <thead> <tr> <th>Jahr</th> <th>Westerwaldkreis</th> <th>VG Montabaur</th> <th>Ruppach-Goldhausen</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2009</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td></tr> <tr><td>2010</td><td>99.5</td><td>99.5</td><td>98.5</td></tr> <tr><td>2011</td><td>100</td><td>100</td><td>101.5</td></tr> <tr><td>2012</td><td>99.5</td><td>99.5</td><td>99</td></tr> <tr><td>2013</td><td>99.5</td><td>99.5</td><td>98.5</td></tr> <tr><td>2014</td><td>100</td><td>100</td><td>99</td></tr> <tr><td>2015</td><td>100</td><td>100</td><td>99</td></tr> <tr><td>2016</td><td>100.5</td><td>101</td><td>104</td></tr> <tr><td>2017</td><td>100.5</td><td>102</td><td>105</td></tr> <tr><td>2018</td><td>101</td><td>103</td><td>105.5</td></tr> <tr><td>2019</td><td>101.5</td><td>104</td><td>105.5</td></tr> </tbody> </table>	Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Ruppach-Goldhausen	2009	100	100	100	2010	99.5	99.5	98.5	2011	100	100	101.5	2012	99.5	99.5	99	2013	99.5	99.5	98.5	2014	100	100	99	2015	100	100	99	2016	100.5	101	104	2017	100.5	102	105	2018	101	103	105.5	2019	101.5	104	105.5											
Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Ruppach-Goldhausen																																																									
2009	100	100	100																																																									
2010	99.5	99.5	98.5																																																									
2011	100	100	101.5																																																									
2012	99.5	99.5	99																																																									
2013	99.5	99.5	98.5																																																									
2014	100	100	99																																																									
2015	100	100	99																																																									
2016	100.5	101	104																																																									
2017	100.5	102	105																																																									
2018	101	103	105.5																																																									
2019	101.5	104	105.5																																																									
Kaufkraft	8,7 Mio. € gesamt, davon 3,2 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren																																																											
Kennzahlen	660 m ² Verkaufsfläche 2,0 Mio. € Umsatz 0,52 m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 22 %																																																											
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th>VKF</th> <th>Umsatz- prognose</th> <th>Kaufkraft</th> <th>Arealität</th> <th>UKR¹⁾</th> </tr> <tr> <th>m²</th> <th>Mio. €</th> <th>Mio. €</th> <th>m²/Ew.</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>50</td> <td>*</td> <td>3,2</td> <td>0,04</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,4</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>545</td> <td>*</td> <td>1,0</td> <td>0,43</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>50</td> <td>*</td> <td>0,6</td> <td>0,04</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,8</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>15</td> <td>*</td> <td>0,8</td> <td>0,01</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>1,6</td> <td>-</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>660</td> <td>2,0</td> <td>8,7</td> <td>0,09</td> <td>22</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich ¹⁾ Umsatz-Kaufkraft-Relation * aus Datenschutzgründen nicht darstellbar</p>	Sortiment	VKF	Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%	Nahrungs- und Genussmittel	50	*	3,2	0,04	*	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,4	-	-	Bekleidung, Schuhe, Sport	545	*	1,0	0,43	*	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	50	*	0,6	0,04	*	Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	-	-	0,8	-	-	Möbel, Einrichtungsbedarf	15	*	0,8	0,01	*	Sonstige Sortimente	-	-	1,6	-	*	Gesamt	660	2,0	8,7	0,09	22
Sortiment	VKF		Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾																																																						
	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%																																																							
Nahrungs- und Genussmittel	50	*	3,2	0,04	*																																																							
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,4	-	-																																																							
Bekleidung, Schuhe, Sport	545	*	1,0	0,43	*																																																							
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	50	*	0,6	0,04	*																																																							
Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	-	-	0,8	-	-																																																							
Möbel, Einrichtungsbedarf	15	*	0,8	0,01	*																																																							
Sonstige Sortimente	-	-	1,6	-	*																																																							
Gesamt	660	2,0	8,7	0,09	22																																																							

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022



Einzelhandelssituation

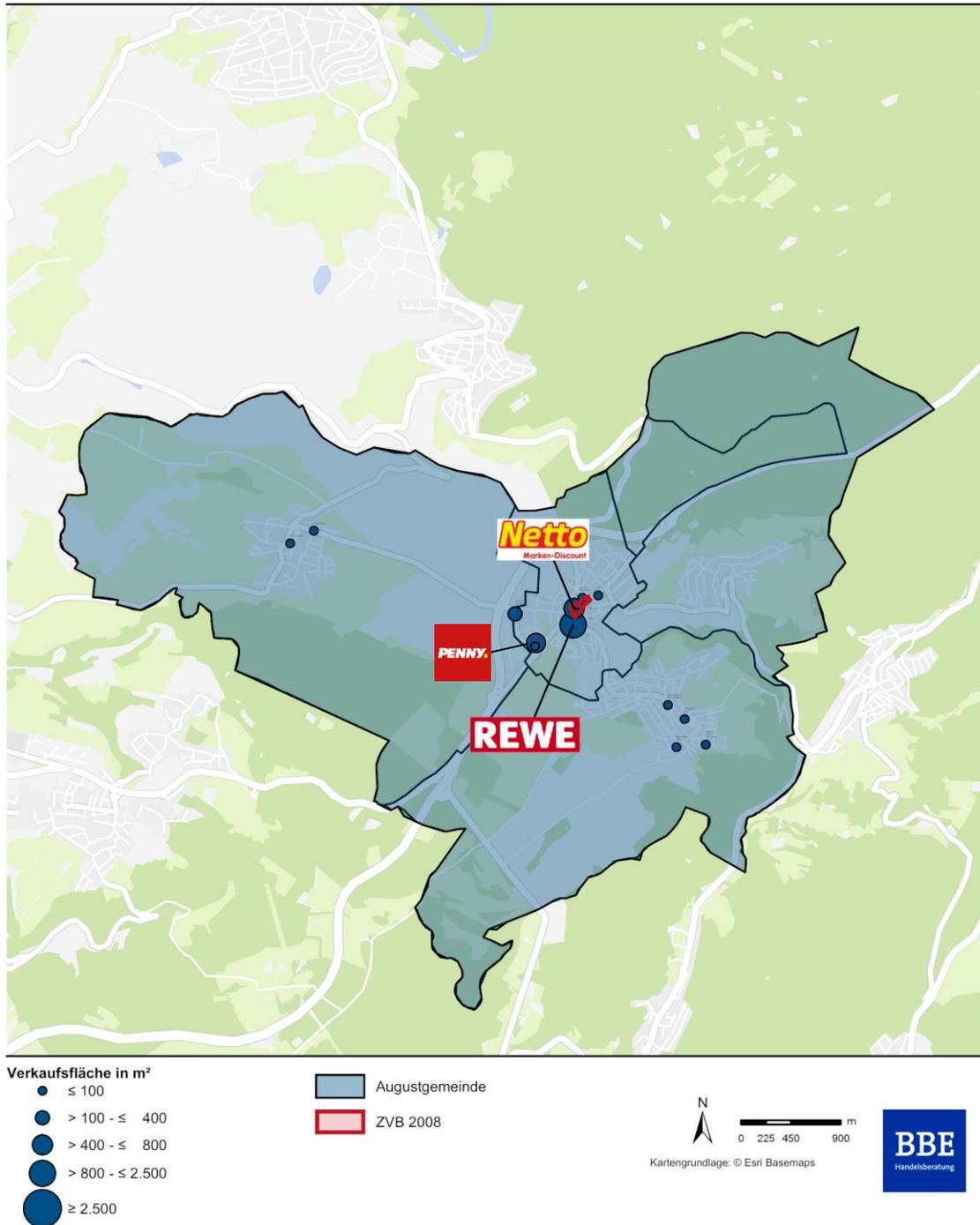
Der in Ruppach-Goldhausen vorhandene Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz konzentriert sich im Wesentlichen auf die Hauptstraße als wichtigster innerörtlicher Erschließungsstraße. Auch die Ortsgemeindeverwaltung hat dort ihren Sitz. Die kleinteiligen Angebote (u.a. 2x Bäckerei, Elektro Linden, Restaurant, Fahrschule) werden hierbei immer wieder von Wohnnutzungen unterbrochen.

Der mit deutlichem Abstand größte Einzelhandelsbetrieb ist allerdings der im südlich der Eisenbahntrasse gelegenen Gewerbegebiet ansässige, der Sport 2000-Einkaufskooperation angehörige Anbieter „Sport Hesse“. Der vor allem auf Fussballbekleidung / -schuhe / -zubehör spezialisierte Anbieter stellt hierbei zugleich den größten Spezialanbieter innerhalb der VG Montabaur dar.

4.1.2 Augstgemeinden

Die Augstgemeinden befinden sich im Südwesten des Verbandsgemeindegebiets und grenzen im Norden an die Ortsgemeinde Hillscheid (VG Höhr-Grenzhausen) sowie im Westen an das rechtsrheinische Stadtgebiet von Koblenz.

Karte 9: Übersicht Einzelhandelsbesatz Augstgemeinden



Quelle: Eigene Darstellung

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Eindeutiger Versorgungsschwerpunkt in diesem Teilraum ist die Ortsmitte von Neuhäusel, die mit dem verbandsgemeindlichen Einzelhandelskonzept 2008 als Nahversorgungszentrum qualifiziert wurde und die eine ergänzende (Nah-)Versorgungsfunktion für die rd. 7.350 Einwohner der Augstgemeinden gewährleisten soll. Hier konzentrieren sich knapp zwei Drittel der insgesamt vorhandenen Verkaufsfläche (rd. 3.400 m²).

Tabelle 4: Einzelhandelsbezogenen Kennwerte in den Augstgemeinden

Sortiment	Verkaufsfläche	Umsatzprognose	Kaufkraftpotenzial	Umsatz-Kaufkraft-Relation
	in €	in Mio. €	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	2.605	11,0	19,5	56
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	220	1,0	2,7	36
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, medizinische, orthopädische Artikel, Hörgeräte	80	2,5	5,9	43
Bekleidung, Wäsche, Schuhe, Lederwaren, Sport	55	0,4	6,2	6
Unterhaltungselektronik, Computer, Telekom., Elektrogeräte, Foto	25	0,2	3,7	4
Bau- / Gartenbedarf, Blumen, Zoobedarf	210	0,8	4,8	16
Möbel / Einrichtungsbedarf ¹⁾	60	0,2	4,7	5
sonstige Sortimente ²⁾	125	0,7	4,9	14
Gesamt	3.380	16,7	52,6	32

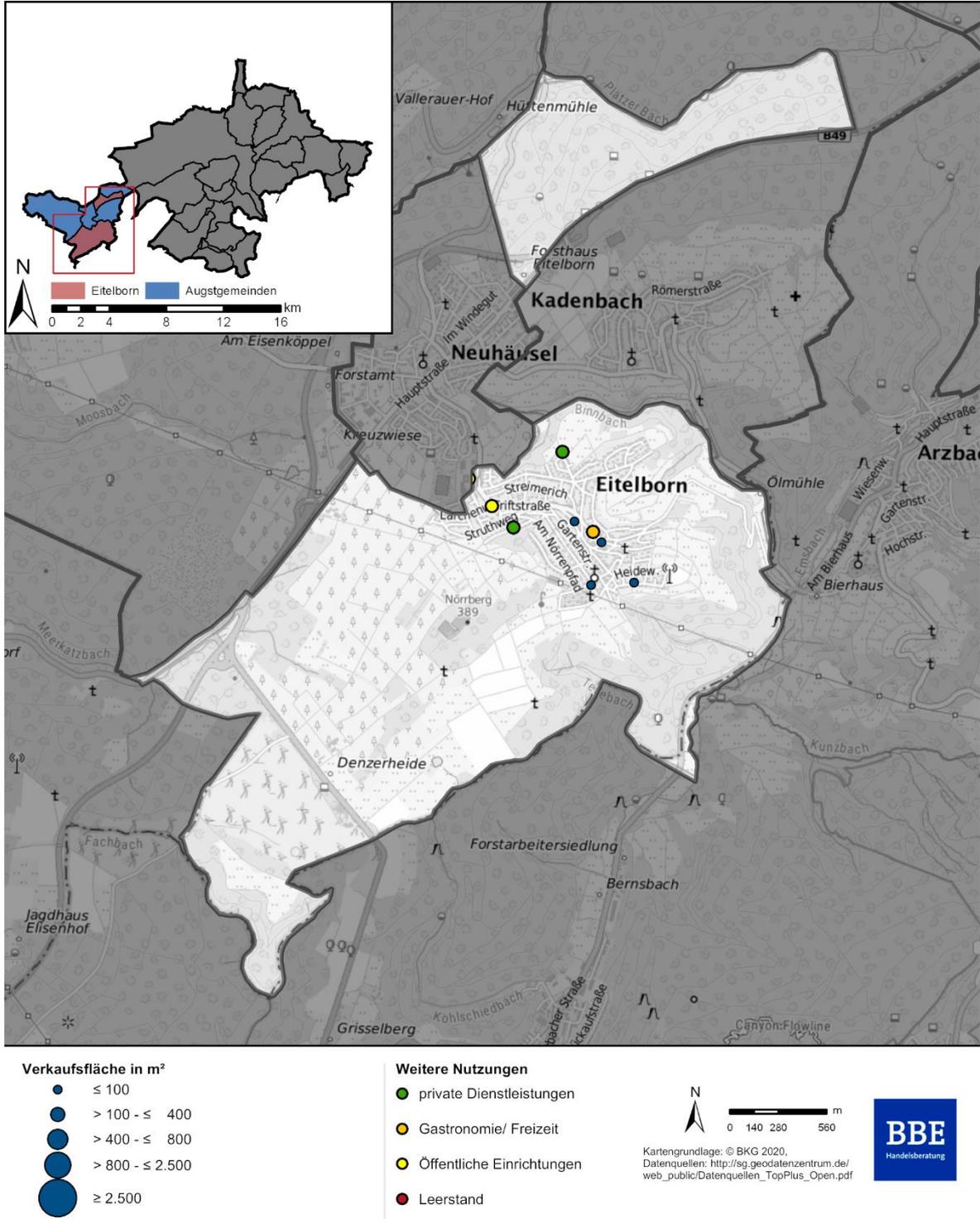
¹⁾ Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen Glas, Porzellan, Keramik
²⁾ Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst / Antiquitäten
Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IfH-Daten und unter Verwendung der sortimentsbezogenen MBR-Kaufkraftkennziffern

Insgesamt beläuft sich der Einzelhandelsumsatz auf rd. 16,7 Mio. €, dem eine lokale Kaufkraft von rd. 53 Mio. € gegenübersteht. Der örtliche Einzelhandel schafft es also nur bedingt das vorhandene Kaufkraftpotenzial zu binden, so dass von hohen Abflüssen an umliegende Angebotsstandorte (u.a. Stadt Montabaur, Ortsgemeinde Heiligenroth) auszugehen ist.

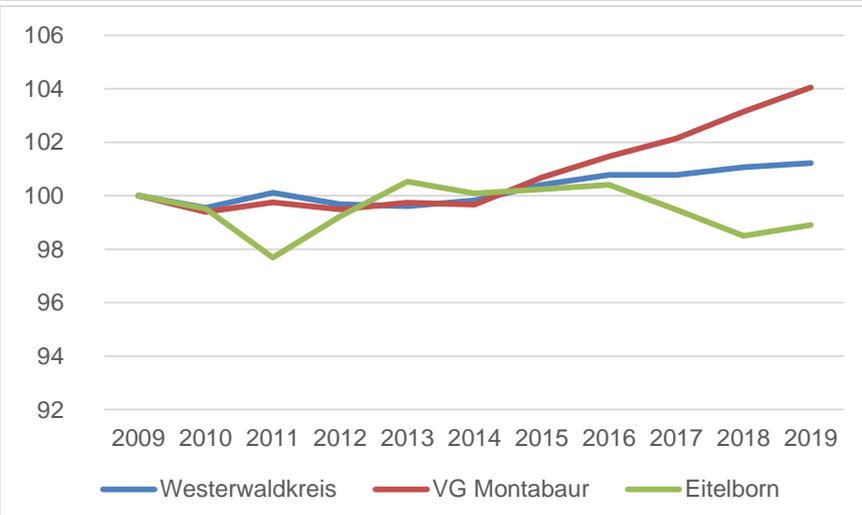
Eine vergleichsweise hohe Umsatz-Kaufkraft-Relation ist mit rd. 56 % bzw. 43 % in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel und Apothekenwaren festzustellen, wenngleich auch in diesen Branchen große Teile der lokalen Kaufkraft nicht vor Ort gebunden werden können.

Auch auf das hohe negative Kaufkraftsaldo bei Lebensmitteln sind die Überlegungen zurückzuführen, einen weiteren Lebensmittelmarkt in der Ortsgemeinde Neuhäusel anzusiedeln. Dieser ist zwischenzeitlich auf einem im südlich an die Wohnnutzungen angrenzenden Gewerbegebiet gelegenen Grundstück (Industriestraße) genehmigt worden und wird daher im Rahmen dieser Untersuchung bereits im Bestand berücksichtigt. Die Distanz zum gewachsenen Ortsmittelpunkt beträgt hierbei rd. 500 Meter, sodass allenfalls sehr untergeordnet (fußläufige) Austauschbeziehungen zwischen den beiden Angebotsstandorten zu erwarten sein werden.

4.1.2.1 Ortsgemeinde Eitelborn



Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Lage in der Verbandsge- meinde Montabaur	Die Ortsgemeinde Eitelborn ist die südlichste der Augstgemeinden und grenzt im Bereich Eitelborner Straße/ Triftstraße unmittelbar an den Siedlungskörper von Neuhäusel an. Die Entfernung zum Mittelzentrum Montabaur beträgt etwa 15 Autominuten.																																																											
Verkehrsanbindung	In Distanzen von rd. 2 – 2,5 km ist die Bundesstraße 49 zu erreichen, die die Augstgemeinden sowohl an Montabaur als auch das Oberzentrum Koblenz anbindet. Innerhalb von Eitelborn stellt die Trift- / Unterdorfstraße (K 113) den wichtigsten Verkehrsträger dar.																																																											
Zentralörtliche Funktion	-																																																											
Bevölkerungsstand (Quelle: VG Montabaur; Stand 31.12.2019)	2.475 Einwohner																																																											
Bevölkerungsentwicklung (Quelle: Statistisches Landesamt RLP)	 <table border="1"> <caption>Bevölkerungsentwicklung (geschätzt)</caption> <thead> <tr> <th>Jahr</th> <th>Westerwaldkreis</th> <th>VG Montabaur</th> <th>Eitelborn</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2009</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td></tr> <tr><td>2010</td><td>99</td><td>99</td><td>99</td></tr> <tr><td>2011</td><td>100</td><td>100</td><td>98</td></tr> <tr><td>2012</td><td>99</td><td>99</td><td>99</td></tr> <tr><td>2013</td><td>99</td><td>99</td><td>100</td></tr> <tr><td>2014</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td></tr> <tr><td>2015</td><td>100</td><td>101</td><td>100</td></tr> <tr><td>2016</td><td>100</td><td>102</td><td>100</td></tr> <tr><td>2017</td><td>100</td><td>103</td><td>99</td></tr> <tr><td>2018</td><td>100</td><td>104</td><td>99</td></tr> <tr><td>2019</td><td>101</td><td>104</td><td>99</td></tr> </tbody> </table>	Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Eitelborn	2009	100	100	100	2010	99	99	99	2011	100	100	98	2012	99	99	99	2013	99	99	100	2014	100	100	100	2015	100	101	100	2016	100	102	100	2017	100	103	99	2018	100	104	99	2019	101	104	99											
Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Eitelborn																																																									
2009	100	100	100																																																									
2010	99	99	99																																																									
2011	100	100	98																																																									
2012	99	99	99																																																									
2013	99	99	100																																																									
2014	100	100	100																																																									
2015	100	101	100																																																									
2016	100	102	100																																																									
2017	100	103	99																																																									
2018	100	104	99																																																									
2019	101	104	99																																																									
Kaufkraft	17,5 Mio. € gesamt, davon 6,5 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren																																																											
Kennzahlen	200 m ² Verkaufsfläche 1,0 Mio. € Umsatz 0,08 m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 6 %																																																											
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th>VKF</th> <th>Umsatz- prognose</th> <th>Kaufkraft</th> <th>Arealität</th> <th>UKR¹⁾</th> </tr> <tr> <th>m²</th> <th>Mio. €</th> <th>Mio. €</th> <th>m²/Ew.</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>40</td> <td>*</td> <td>6,5</td> <td>0,02</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,9</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>2,1</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>1,2</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>160</td> <td>*</td> <td>1,6</td> <td>0,06</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>1,6</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>-</td> <td>*</td> <td>3,6</td> <td>-</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>200</td> <td>1,0</td> <td>17,5</td> <td>0,08</td> <td>6</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich ¹⁾ Umsatz-Kaufkraft-Relation * aus Datenschutzgründen nicht darstellbar</p>	Sortiment	VKF	Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%	Nahrungs- und Genussmittel	40	*	6,5	0,02	*	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,9	-	-	Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	2,1	-	-	Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren	-	-	1,2	-	-	Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	160	*	1,6	0,06	*	Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	1,6	-	-	Sonstige Sortimente	-	*	3,6	-	*	Gesamt	200	1,0	17,5	0,08	6
Sortiment	VKF		Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾																																																						
	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%																																																							
Nahrungs- und Genussmittel	40	*	6,5	0,02	*																																																							
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,9	-	-																																																							
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	2,1	-	-																																																							
Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren	-	-	1,2	-	-																																																							
Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	160	*	1,6	0,06	*																																																							
Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	1,6	-	-																																																							
Sonstige Sortimente	-	*	3,6	-	*																																																							
Gesamt	200	1,0	17,5	0,08	6																																																							

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

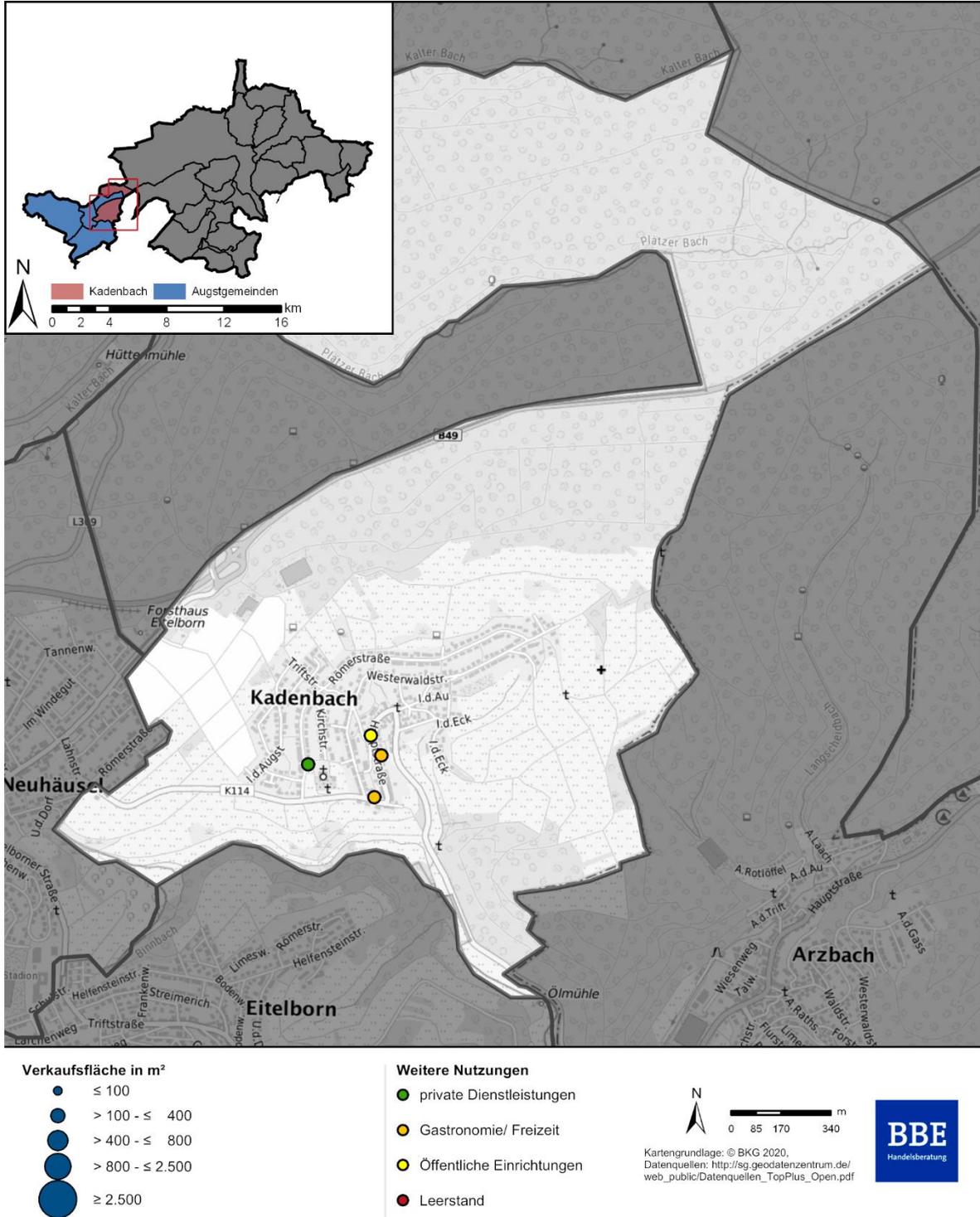


Einzelhandelssituation

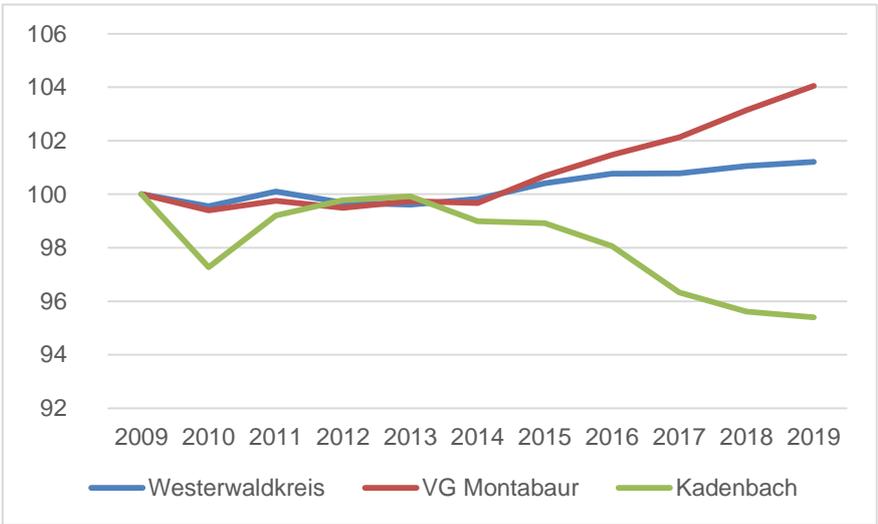
Mit einer Metzgerei, zwei Blumenläden sowie einem Fachgeschäft für Heimtierbedarf sind in der Ortsgemeinde nur wenige, ausschließlich kleinteilige Einzelhandelsbetriebe vorzufinden. Die insgesamt geringe Einzelhandelsausstattung findet ihren Ausdruck in einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 6 %.

Ortsmittelpunkt ist der Platzbereich am Alten Rathaus, wo neben der Metzgerei zudem noch die Gemeindebücherei sowie eine Post-Filiale vorzufinden ist.

4.1.2.2 Ortsgemeinde Kadenbach



Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Lage in der Verbandsgemeinde Montabaur	Die Ortsgemeinde Kadenbach ist etwa 12 Kilometer südwestlich vom Ortskern der Stadt Montabaur entfernt und grenzt an die Gemeinden Eitelborn, Neuhäusel, Arzbach (VG Bad Ems-Nassau) und an die Stadt Montabaur.																																																											
Verkehrsanbindung	Wichtigster Verkehrsträger im Gemeindegebiet ist die Kreisstraße 114 über die Kadenbach an die umliegenden Ortsgemeinden und überregional bedeutsamen Verkehrswege angebunden ist. In Richtung Norden verbindet die K 114 Kadenbach mit der Bundesstraße B 49, die sowohl nach Montabaur als auch das Oberzentrum Koblenz führt. In südlicher Richtung bindet sie die Nachbargemeinde Arzbach sowie über die L 329 das Mittelzentrum Bad Ems an.																																																											
Zentralörtliche Funktion	-																																																											
Bevölkerungsstand (Quelle: VG Montabaur; Stand 31.12.2019)	1.339 Einwohner																																																											
Bevölkerungsentwicklung (Quelle: Statistisches Landesamt RLP)	 <table border="1"> <caption>Bevölkerungsentwicklung (Index 2009 = 100)</caption> <thead> <tr> <th>Jahr</th> <th>Westerwaldkreis</th> <th>VG Montabaur</th> <th>Kadenbach</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2009</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td></tr> <tr><td>2010</td><td>99.5</td><td>99.5</td><td>97.5</td></tr> <tr><td>2011</td><td>100</td><td>99.5</td><td>99.5</td></tr> <tr><td>2012</td><td>99.5</td><td>99.5</td><td>99.5</td></tr> <tr><td>2013</td><td>99.5</td><td>99.5</td><td>99.5</td></tr> <tr><td>2014</td><td>99.5</td><td>99.5</td><td>99.5</td></tr> <tr><td>2015</td><td>100</td><td>100</td><td>99</td></tr> <tr><td>2016</td><td>100.5</td><td>101</td><td>98</td></tr> <tr><td>2017</td><td>100.5</td><td>102</td><td>96.5</td></tr> <tr><td>2018</td><td>100.5</td><td>103</td><td>95.5</td></tr> <tr><td>2019</td><td>101</td><td>104</td><td>95.5</td></tr> </tbody> </table>	Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Kadenbach	2009	100	100	100	2010	99.5	99.5	97.5	2011	100	99.5	99.5	2012	99.5	99.5	99.5	2013	99.5	99.5	99.5	2014	99.5	99.5	99.5	2015	100	100	99	2016	100.5	101	98	2017	100.5	102	96.5	2018	100.5	103	95.5	2019	101	104	95.5											
Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Kadenbach																																																									
2009	100	100	100																																																									
2010	99.5	99.5	97.5																																																									
2011	100	99.5	99.5																																																									
2012	99.5	99.5	99.5																																																									
2013	99.5	99.5	99.5																																																									
2014	99.5	99.5	99.5																																																									
2015	100	100	99																																																									
2016	100.5	101	98																																																									
2017	100.5	102	96.5																																																									
2018	100.5	103	95.5																																																									
2019	101	104	95.5																																																									
Kaufkraft	9,4 Mio. € gesamt, davon 3,5 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren																																																											
Kennzahlen	0 m ² Verkaufsfläche 0,0 Mio. € Umsatz 0 m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation -																																																											
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th>VKF</th> <th>Umsatz- prognose</th> <th>Kaufkraft</th> <th>Arealität</th> <th>UKR¹⁾</th> </tr> <tr> <th>m²</th> <th>Mio. €</th> <th>Mio. €</th> <th>m²/Ew.</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>3,5</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,5</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>1,1</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,7</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,9</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,8</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>1,9</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>9,4</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich ¹⁾ Umsatz-Kaufkraft-Relation * aus Datenschutzgründen nicht darstellbar</p>	Sortiment	VKF	Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%	Nahrungs- und Genussmittel	-	-	3,5	-	-	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,5	-	-	Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	1,1	-	-	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	-	-	0,7	-	-	Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	-	-	0,9	-	-	Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	0,8	-	-	Sonstige Sortimente	-	-	1,9	-	-	Gesamt	-	-	9,4	-	-
Sortiment	VKF		Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾																																																						
	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%																																																							
Nahrungs- und Genussmittel	-	-	3,5	-	-																																																							
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,5	-	-																																																							
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	1,1	-	-																																																							
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	-	-	0,7	-	-																																																							
Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	-	-	0,9	-	-																																																							
Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	0,8	-	-																																																							
Sonstige Sortimente	-	-	1,9	-	-																																																							
Gesamt	-	-	9,4	-	-																																																							

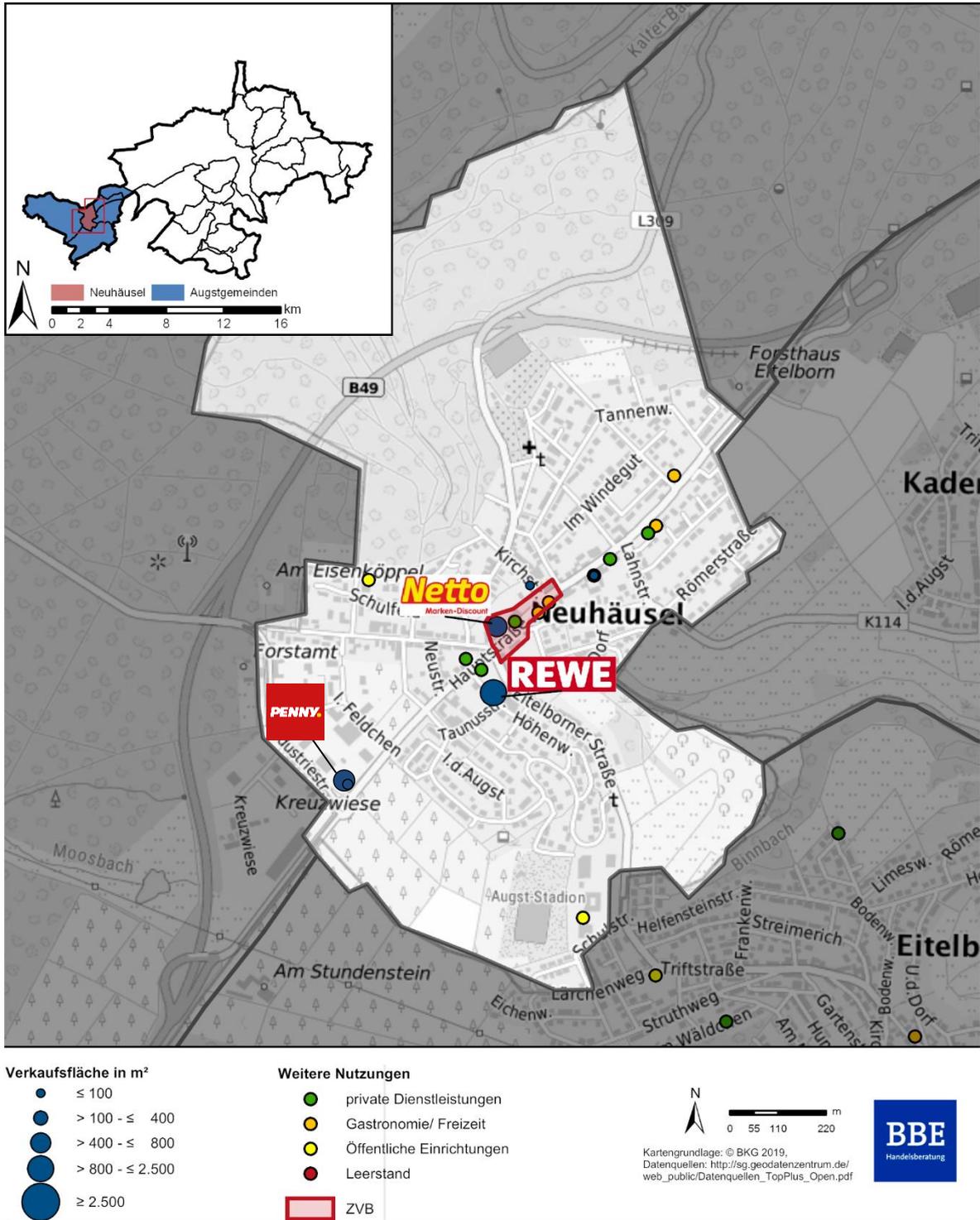
Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022



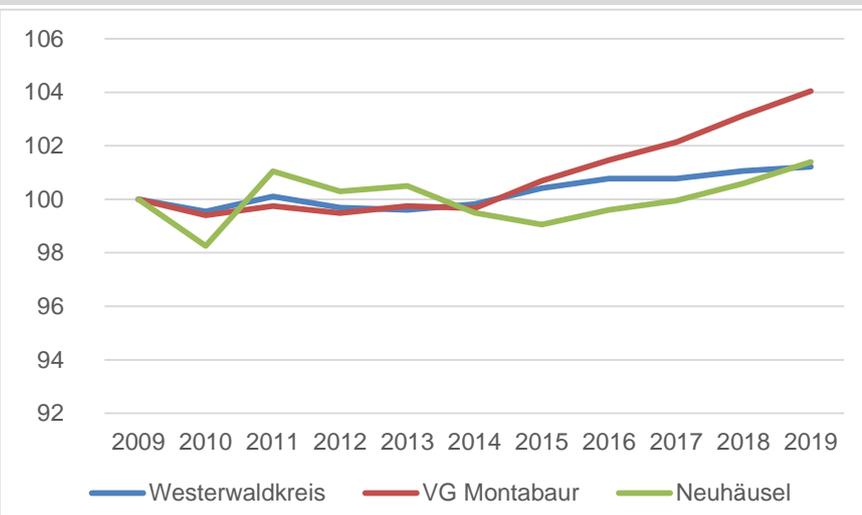
Einzelhandelssituation

In der Ortsgemeinde Kadenbach sind neben einigen wenigen Gastronomie- und Dienstleistungsbetrieben sowie einem Katholischen Kindergarten keine Einzelhandelsbetriebe vorzufinden. Die dort lebende Bevölkerung kann sich demnach vor Ort nicht (nah-)versorgen und ist somit auf umliegende Angebotsstandorte angewiesen.

4.1.2.3 Ortsgemeinde Neuhäusel



Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Lage in der Verbandsgemeinde Montabaur	Neuhäusel ist die zentral gelegene Ortsgemeinde der Augstgemeinden und grenzt im Osten an Ruppach-Goldhausen, im Süden an Eitelborn, im Westen an Simmern und im Norden an Hillscheid (VG Höhr-Grenzhausen). Die Pkw-Distanz nach Montabaur beträgt rd. 11 km bzw. 11 Minuten. Das Oberzentrum Koblenz ist in rd. 15 km zu erreichen.																																																
Verkehrsanbindung	Neuhäusel ist verkehrsgünstig über die das Gemeindegebiet querende Bundesstraße B 49 zu erreichen und über diese sowohl an das Mittelzentrum Montabaur als auch das südwestlich gelegen Stadtgebiet von Koblenz direkt angebunden. Innerhalb von Neuhäusel übernimmt die Hauptstraße wesentliche Erschließungsfunktion, entlang derer auch der Großteil der vorhandenen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe ansässig ist.																																																
Zentralörtliche Funktion	-																																																
Bevölkerungsstand (Quelle: VG Montabaur; Stand 31.12.2019)	2.053 Einwohner																																																
Bevölkerungsentwicklung (Quelle: Statistisches Landesamt RLP)	 <table border="1"> <caption>Bevölkerungsentwicklung (Index 2009 = 100)</caption> <thead> <tr> <th>Jahr</th> <th>Westerwaldkreis</th> <th>VG Montabaur</th> <th>Neuhäusel</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2009</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td></tr> <tr><td>2010</td><td>99</td><td>99</td><td>98</td></tr> <tr><td>2011</td><td>100</td><td>100</td><td>101</td></tr> <tr><td>2012</td><td>100</td><td>99</td><td>100</td></tr> <tr><td>2013</td><td>100</td><td>99</td><td>100</td></tr> <tr><td>2014</td><td>100</td><td>100</td><td>99</td></tr> <tr><td>2015</td><td>100</td><td>101</td><td>99</td></tr> <tr><td>2016</td><td>101</td><td>102</td><td>100</td></tr> <tr><td>2017</td><td>101</td><td>103</td><td>100</td></tr> <tr><td>2018</td><td>101</td><td>104</td><td>101</td></tr> <tr><td>2019</td><td>101</td><td>104</td><td>101</td></tr> </tbody> </table>	Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Neuhäusel	2009	100	100	100	2010	99	99	98	2011	100	100	101	2012	100	99	100	2013	100	99	100	2014	100	100	99	2015	100	101	99	2016	101	102	100	2017	101	103	100	2018	101	104	101	2019	101	104	101
Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Neuhäusel																																														
2009	100	100	100																																														
2010	99	99	98																																														
2011	100	100	101																																														
2012	100	99	100																																														
2013	100	99	100																																														
2014	100	100	99																																														
2015	100	101	99																																														
2016	101	102	100																																														
2017	101	103	100																																														
2018	101	104	101																																														
2019	101	104	101																																														
Kaufkraft	15,2 Mio. € gesamt, davon 5,6 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren																																																
Kennzahlen	2.900 m ² Verkaufsfläche 15,0 Mio. € Umsatz 1,41 m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 99 %																																																
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th>VKF</th> <th>Umsatz- prognose</th> <th>Kaufkraft</th> <th>Arealität</th> <th>UKR¹⁾</th> </tr> <tr> <th>m²</th> <th>Mio. €</th> <th>Mio. €</th> <th>m²/Ew.</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>2.290</td> <td>9,9</td> <td>5,6</td> <td>1,12</td> <td>177</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>220</td> <td>1,0</td> <td>0,8</td> <td>0,11</td> <td>127</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>55</td> <td>0,4</td> <td>1,8</td> <td>0,03</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>25</td> <td>0,2</td> <td>1,1</td> <td>0,01</td> <td>16</td> </tr> <tr> <td>Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>50</td> <td>0,2</td> <td>1,4</td> <td>0,02</td> <td>17</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>60</td> <td>0,2</td> <td>1,4</td> <td>0,03</td> <td>18</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: right;">Fortsetzung folgt</p>	Sortiment	VKF	Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%	Nahrungs- und Genussmittel	2.290	9,9	5,6	1,12	177	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	220	1,0	0,8	0,11	127	Bekleidung, Schuhe, Sport	55	0,4	1,8	0,03	20	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	25	0,2	1,1	0,01	16	Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	50	0,2	1,4	0,02	17	Möbel, Einrichtungsbedarf	60	0,2	1,4	0,03	18	
Sortiment	VKF		Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾																																											
	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%																																												
Nahrungs- und Genussmittel	2.290	9,9	5,6	1,12	177																																												
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	220	1,0	0,8	0,11	127																																												
Bekleidung, Schuhe, Sport	55	0,4	1,8	0,03	20																																												
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	25	0,2	1,1	0,01	16																																												
Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	50	0,2	1,4	0,02	17																																												
Möbel, Einrichtungsbedarf	60	0,2	1,4	0,03	18																																												

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Sonstige Sortimente	200	3,2	3,2	0,10	100
Gesamt	2.900	15,0	15,2	1,41	99

Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich

¹⁾ Umsatz-Kaufkraft-Relation

* aus Datenschutzgründen nicht darstellbar



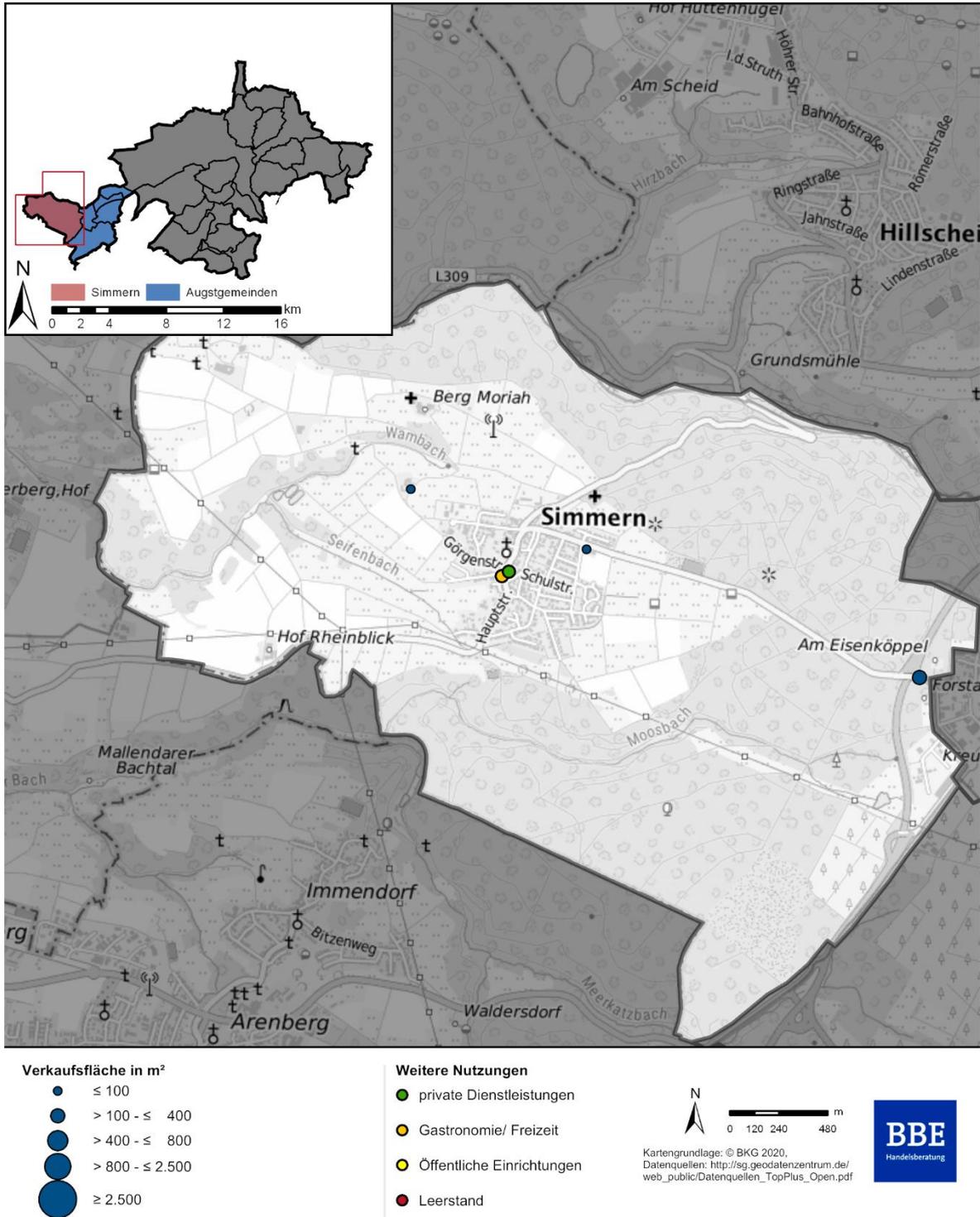
Einzelhandelssituation

Das Einzelhandelsangebot in Neuhäusel wird stark von den nahversorgungsrelevanten Sortimenten geprägt: So entfallen mehr als drei Viertel des Verkaufsflächenbestands allein auf Nahrungs- und Genussmittel. Darüber hinaus wird u.a. durch eine Apotheke, einen Optiker, eine Postfiliale, zwei Bankfilialen, Frisör, Fahrschule etc. eine ergänzende Basisversorgung gewährleistet.

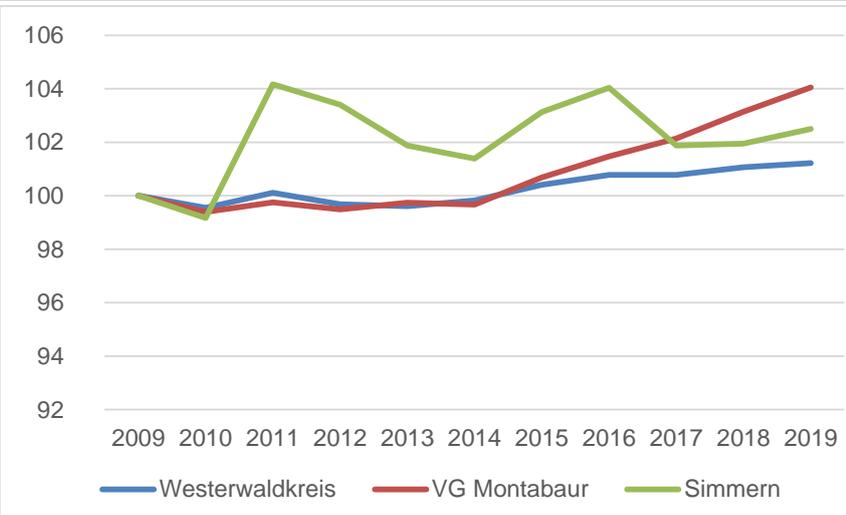
Vor dem Hintergrund der wichtigen Versorgungsfunktion im westlichen Verbandsgemeindegebiet sowie der vorhandenen Nutzungsstrukturen ist die Ortsmitte von Neuhäusel bereits 2008 als zentraler Versorgungsbereich vorgeschlagen worden. Mit der erfolgten Neuaufstellung von Rewe ist das Nahversorgungsangebot seitdem nochmals deutlich ausgebaut worden. Auch die Nachnutzung des ehemaligen Edeka-Marktes durch eine moderne Netto-Filiale ist äußerst positiv zu bewerten. Denn die beiden Lebensmittelmärkte übernehmen nicht nur wichtige (Nah-) Versorgungsfunktion, sondern dienen auch den sonstigen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe als unentbehrliche Frequenzerzeuger.

Darüber hinaus soll die örtliche Nahversorgungssituation um eine im südlichen Gewerbegebiet gelegene Penny-Filiale ergänzt werden.

4.1.2.4 Ortsgemeinde Simmern



Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Lage in der Verbandsgemeinde Montabaur	Simmern ist die westlichste Ortsgemeinde der Augstgemeinden und grenzt im Norden an Hillscheid, im Osten an die Ortsgemeinden Neuhäusel und Eitelborn, westlich an die VG Vallendar und im Süden an den Koblenzer Stadtteil Immenborn. Der Ortskern von Simmern ist etwa 14 Kilometer südwestlich von der Stadt Montabaur entfernt.																																																											
Verkehrsanbindung	Wichtigste Verkehrsträger im Gemeindegebiet sind die Kreisstraßen K 113 und K 115, über die Simmern an die umliegenden Ortsgemeinden und überregional bedeutsamen Verkehrswege angebunden ist.																																																											
Zentralörtliche Funktion	-																																																											
Bevölkerungsstand (Quelle: VG Montabaur; Stand 31.12.2019)	1.484 Einwohner																																																											
Bevölkerungsentwicklung (Quelle: Statistisches Landesamt RLP)	 <table border="1"> <caption>Bevölkerungsentwicklung (Index 2009=100)</caption> <thead> <tr> <th>Jahr</th> <th>Westerwaldkreis</th> <th>VG Montabaur</th> <th>Simmern</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2009</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td></tr> <tr><td>2010</td><td>99</td><td>99</td><td>99</td></tr> <tr><td>2011</td><td>100</td><td>100</td><td>104</td></tr> <tr><td>2012</td><td>99</td><td>99</td><td>103</td></tr> <tr><td>2013</td><td>99</td><td>99</td><td>102</td></tr> <tr><td>2014</td><td>99</td><td>99</td><td>101</td></tr> <tr><td>2015</td><td>100</td><td>100</td><td>103</td></tr> <tr><td>2016</td><td>101</td><td>101</td><td>104</td></tr> <tr><td>2017</td><td>101</td><td>102</td><td>102</td></tr> <tr><td>2018</td><td>101</td><td>103</td><td>102</td></tr> <tr><td>2019</td><td>111</td><td>104</td><td>102</td></tr> </tbody> </table>	Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Simmern	2009	100	100	100	2010	99	99	99	2011	100	100	104	2012	99	99	103	2013	99	99	102	2014	99	99	101	2015	100	100	103	2016	101	101	104	2017	101	102	102	2018	101	103	102	2019	111	104	102											
Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Simmern																																																									
2009	100	100	100																																																									
2010	99	99	99																																																									
2011	100	100	104																																																									
2012	99	99	103																																																									
2013	99	99	102																																																									
2014	99	99	101																																																									
2015	100	100	103																																																									
2016	101	101	104																																																									
2017	101	102	102																																																									
2018	101	103	102																																																									
2019	111	104	102																																																									
Kaufkraft	10,5 Mio. € gesamt, davon 3,9 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren																																																											
Kennzahlen	220 m ² Verkaufsfläche 0,6 Mio. € Umsatz 0,19 m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 6 %																																																											
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th>VKF</th> <th>Umsatz- prognose</th> <th>Kaufkraft</th> <th>Arealität</th> <th>UKR¹⁾</th> </tr> <tr> <th>m²</th> <th>Mio. €</th> <th>Mio. €</th> <th>m²/Ew.</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>275</td> <td>*</td> <td>3,9</td> <td>0,19</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,5</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>1,2</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,7</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,9</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,9</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>5</td> <td>-</td> <td>2,2</td> <td>0,00</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>280</td> <td>0,6</td> <td>10,5</td> <td>0,19</td> <td>6</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich ¹⁾ Umsatz-Kaufkraft-Relation * aus Datenschutzgründen nicht darstellbar</p>	Sortiment	VKF	Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%	Nahrungs- und Genussmittel	275	*	3,9	0,19	*	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,5	-	-	Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	1,2	-	-	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	-	-	0,7	-	-	Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	-	-	0,9	-	-	Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	0,9	-	-	Sonstige Sortimente	5	-	2,2	0,00	*	Gesamt	280	0,6	10,5	0,19	6
Sortiment	VKF		Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾																																																						
	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%																																																							
Nahrungs- und Genussmittel	275	*	3,9	0,19	*																																																							
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,5	-	-																																																							
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	1,2	-	-																																																							
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	-	-	0,7	-	-																																																							
Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	-	-	0,9	-	-																																																							
Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	0,9	-	-																																																							
Sonstige Sortimente	5	-	2,2	0,00	*																																																							
Gesamt	280	0,6	10,5	0,19	6																																																							

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022



Einzelhandelssituation

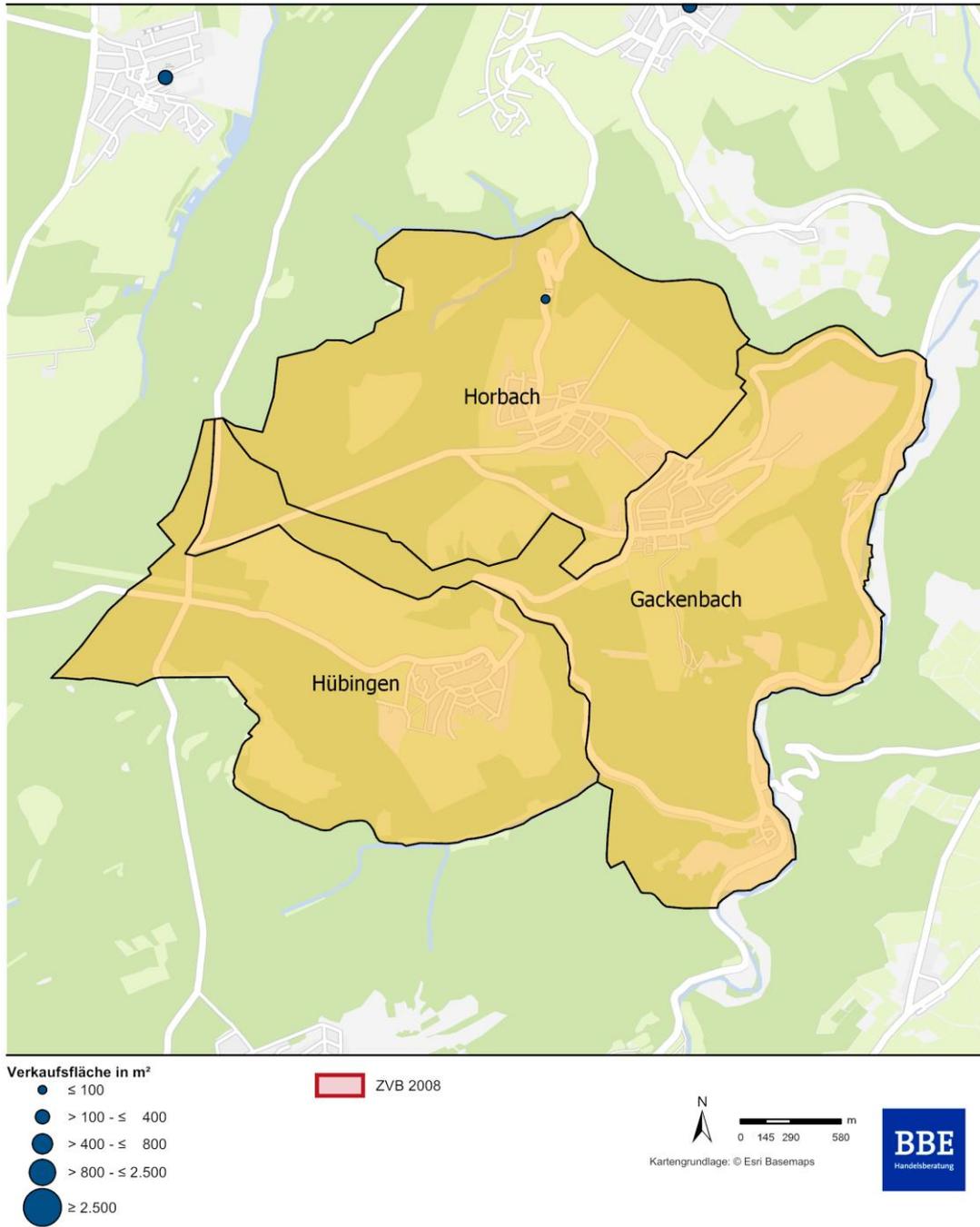
In Simmern sind entlang der Hauptstraße eine Tankstelle mit angeschlossenenem Shop, eine SB-Filiale einer Bank, ein Hotel und einen Pizza-Lieferservice. Außerhalb des Ortskerns sind zudem ein Hofladen sowie ein Getränkemarkt vorzufinden.

Die nur geringe Einzelhandelsausstattung vor Ort schlägt sich in einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 6 % nieder.

4.1.3 Buchfinkenland

Die im Süden der VG Montabaur gelegenen Ortsgemeinden Gackebach, Horbach und Hübingen bilden gemeinsam das sogenannte „Buchfinkenland“, in dem mit rd. 1.700 Einwohnern etwa 4 % der Gesamtbevölkerung leben.

Karte 10: Übersicht Einzelhandelsbesatz Buchfinkenland



Quelle: Eigene Darstellung

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Aufgrund der Lage inmitten des Naturparks Nassau weist das Buchfinkenland ein hohes touristisches Potenzial auf, sodass in den einzelnen Ortsgemeinden eine Vielzahl an Gasthäusern, Hotels und Ferienhäuser vorzufinden ist. Das Einzelhandelsangebot beschränkt sich hingegen auf eine Bäckerei in Horbach.

Tabelle 5: Einzelhandelsbezogen Kennwerte im Buchfinkenland

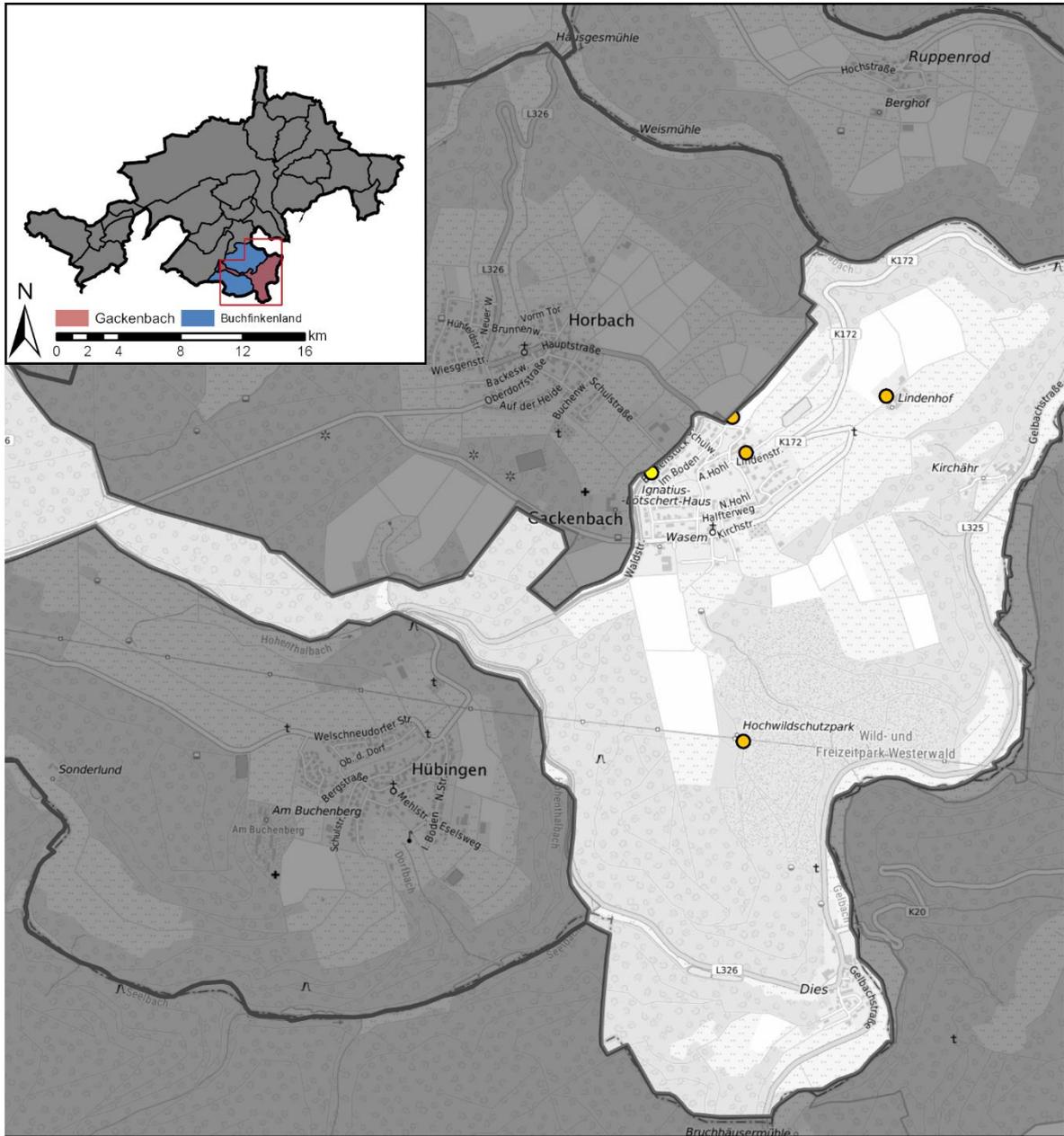
Sortiment	Verkaufsfläche	Umsatzprognose	Kaufkraftpotenzial	Umsatz-Kaufkraft-Relation
	in €	in Mio. €	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	30	*	4,1	*
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	-	-	0,6	-
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, medizinische, orthopädische Artikel, Hörgeräte	-	-	1,2	-
Bekleidung, Wäsche, Schuhe, Lederwaren, Sport	-	-	1,3	-
Unterhaltungselektronik, Computer, Telekom., Elektrogeräte, Foto	-	-	0,8	-
Bau- / Gartenbedarf, Blumen, Zoobedarf	-	-	1,0	-
Möbel / Einrichtungsbedarf ¹⁾	-	-	0,9	-
sonstige Sortimente ²⁾	-	-	-	-
Gesamt	30	*	10,8	*

¹⁾ Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen Glas, Porzellan, Keramik
²⁾ Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst / Antiquitäten
* aus Datenschutzgründen nicht darstellbar
Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IfH-Daten und unter Verwendung der sortimentsbezogenen MBR-Kaufkraftkennziffern

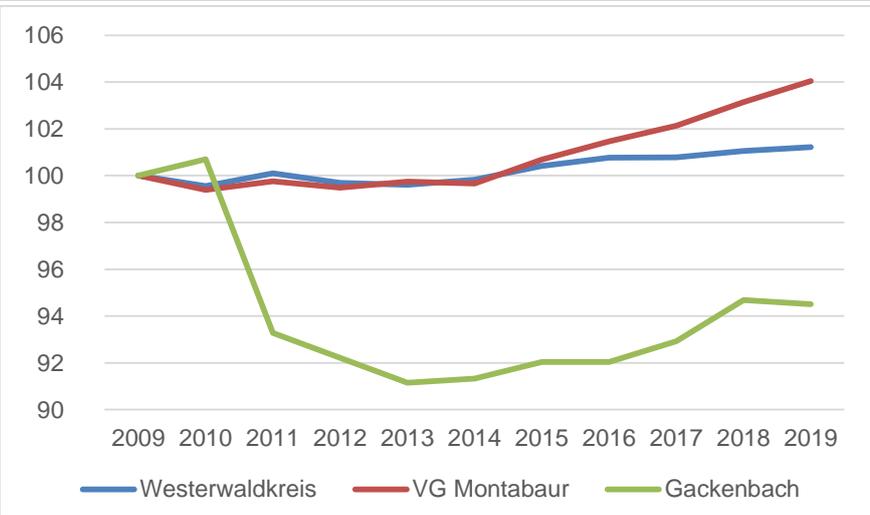
Der geringe Einzelhandelsbesatz findet seinen Ausdruck in einer weit unterdurchschnittlichen Arealitätskennziffer, die mit rd. 0,02 m² je Einwohner sowohl deutlich unter dem Bundesdurchschnitt (1,45 m²/ Ew.) als auch dem Durchschnittswert der VG Montabaur (3,4 m²/ Ew.) liegt.

Zudem ist augenscheinlich, dass die knapp 11 Mio. € Kaufkraft nahezu vollständig an umliegenden Angebotsstandorten bzw. durch den Online-Handel gebunden wird. Neben den Einzelhandelsangeboten in der VG Montabaur dürften hierbei auch die Angebote im rd. 11 km entfernten Grundzentrum Nassau (u.a. Rewe, Aldi, Netto, Baumarkt) eine entsprechende Einkaufsalternative darstellen.

4.1.3.1 Ortsgemeinde Gackebach



Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Lage in der Verbandsge- meinde Montabaur	Die Ortsgemeinde Gackebach ist die südlichste Gemeinde der VG Montabaur und grenzt an die Ortsgemeinden Horbach und Hübingen, im Norden und Osten an die VG Diez sowie im Süden an die VG Bad Ems-Nassau. Die Entfernung nach Montabaur beträgt rd. 16 Pkw-Minuten.																																																											
Verkehrs-anbindung	Wichtigste Verkehrsträger im Gemeindegebiet sind die Landstraße 326 sowie die Kreisstraßen 171 und 172, über die Gackebach an das regionale Umland angebunden ist. Über die im Osten verlaufende L 325 besteht zudem Anbindung an die rd. 10 km entfernt gelegene Autobahnanschlussstelle „Diez“ der A 3.																																																											
Zentralörtliche Funktion	-																																																											
Bevölkerungsstand (Quelle: VG Montabaur; Stand 31.12.2019)	543 Einwohner																																																											
Bevölkerungsentwicklung (Quelle: Statistisches Landesamt RLP)	 <table border="1"> <caption>Bevölkerungsentwicklung (Index 2009=100)</caption> <thead> <tr> <th>Jahr</th> <th>Westerwaldkreis</th> <th>VG Montabaur</th> <th>Gackebach</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2009</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td></tr> <tr><td>2010</td><td>99</td><td>99</td><td>101</td></tr> <tr><td>2011</td><td>100</td><td>100</td><td>93</td></tr> <tr><td>2012</td><td>99</td><td>99</td><td>92</td></tr> <tr><td>2013</td><td>99</td><td>99</td><td>91</td></tr> <tr><td>2014</td><td>100</td><td>100</td><td>91</td></tr> <tr><td>2015</td><td>101</td><td>101</td><td>92</td></tr> <tr><td>2016</td><td>101</td><td>102</td><td>92</td></tr> <tr><td>2017</td><td>101</td><td>103</td><td>93</td></tr> <tr><td>2018</td><td>101</td><td>104</td><td>95</td></tr> <tr><td>2019</td><td>101</td><td>104</td><td>95</td></tr> </tbody> </table>	Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Gackebach	2009	100	100	100	2010	99	99	101	2011	100	100	93	2012	99	99	92	2013	99	99	91	2014	100	100	91	2015	101	101	92	2016	101	102	92	2017	101	103	93	2018	101	104	95	2019	101	104	95											
Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Gackebach																																																									
2009	100	100	100																																																									
2010	99	99	101																																																									
2011	100	100	93																																																									
2012	99	99	92																																																									
2013	99	99	91																																																									
2014	100	100	91																																																									
2015	101	101	92																																																									
2016	101	102	92																																																									
2017	101	103	93																																																									
2018	101	104	95																																																									
2019	101	104	95																																																									
Kaufkraft	3,7 Mio. € gesamt, davon 1,4 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren																																																											
Kennzahlen	- m ² Verkaufsfläche - Mio. € Umsatz - m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation -																																																											
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th>VKF</th> <th>Umsatz- prognose</th> <th>Kaufkraft</th> <th>Arealität</th> <th>UKR¹⁾</th> </tr> <tr> <th>m²</th> <th>Mio. €</th> <th>Mio. €</th> <th>m²/Ew.</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>1,4</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,2</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,4</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,3</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,3</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,3</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,7</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>3,7</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich ¹⁾ Umsatz-Kaufkraft-Relation * aus Datenschutzgründen nicht darstellbar</p>	Sortiment	VKF	Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%	Nahrungs- und Genussmittel	-	-	1,4	-	-	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,2	-	-	Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	0,4	-	-	Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren	-	-	0,3	-	-	Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	-	-	0,3	-	-	Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	0,3	-	-	Sonstige Sortimente	-	-	0,7	-	-	Gesamt	-	-	3,7	-	-
Sortiment	VKF		Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾																																																						
	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%																																																							
Nahrungs- und Genussmittel	-	-	1,4	-	-																																																							
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,2	-	-																																																							
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	0,4	-	-																																																							
Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren	-	-	0,3	-	-																																																							
Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	-	-	0,3	-	-																																																							
Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	0,3	-	-																																																							
Sonstige Sortimente	-	-	0,7	-	-																																																							
Gesamt	-	-	3,7	-	-																																																							

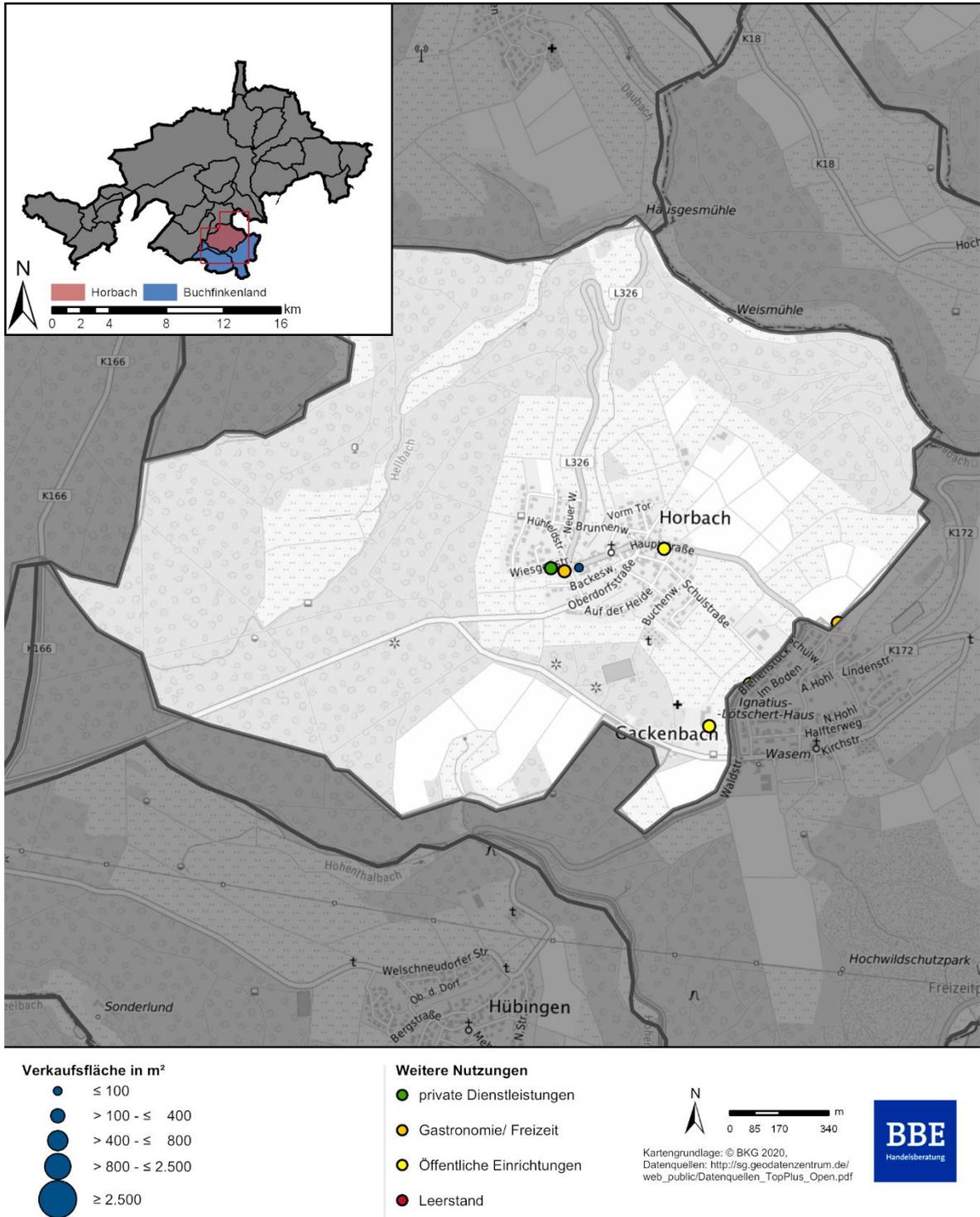
Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022



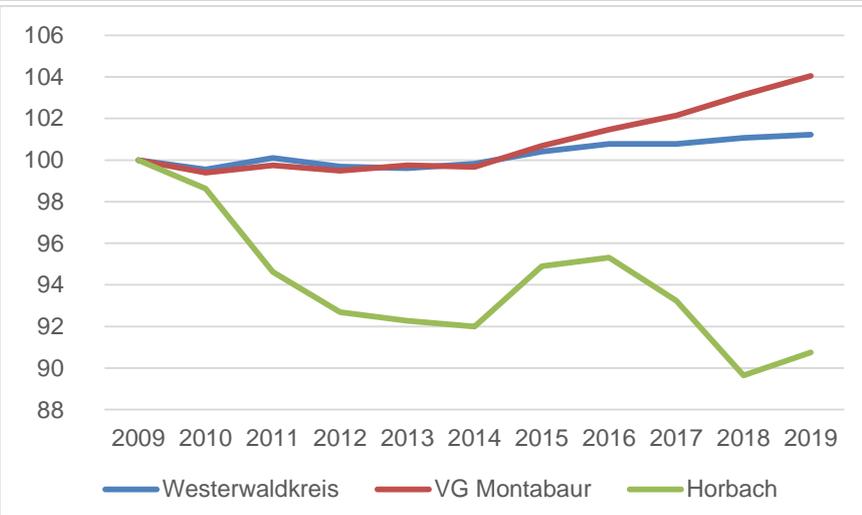
Einzelhandelssituation

Gackebach ist eine überwiegend von Einfamilienhäusern geprägte Ortslage mit dörflicher Struktur. Im Ort befindet sich neben dem Gemeindehaus und der St. Bartholomäus-Kirche zudem ein deutsch-griechisches Gasthaus. Einzelhandelsbetriebe sind hingegen nicht vorhanden.

4.1.3.2 Ortsgemeinde Horbach



Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Lage in der Verbandsge- meinde Montabaur	Die Ortsgemeinde Horbach ist die nördlichste Gemeinde Buchfinkenlands und weniger als 10 Kilometer von Montabaur entfernt. Südlich grenzt Horbach an die Gemeinde Gackenbach, nördlich an Daubach, nordwestlich an Welschneudorf und nordöstlich an die VG Diez.																																																											
Verkehrsanbindung	Wichtigster Verkehrsträger ist die in nord-südlicher Richtung das Gemeindegebiet querende Landstraße L326, über die Horbach sowohl direkt an das Mittelzentrum Montabaur als auch die anderen Gemeinden des Buchfinkenlands an- gebunden ist.																																																											
Zentralörtliche Funktion	-																																																											
Bevölkerungsstand (Quelle: VG Montabaur; Stand 31.12.2019)	663 Einwohner																																																											
Bevölkerungsentwicklung (Quelle: Statistisches Landesamt RLP)	 <table border="1"> <caption>Bevölkerungsentwicklung (Index 2009 = 100)</caption> <thead> <tr> <th>Jahr</th> <th>Westerwaldkreis</th> <th>VG Montabaur</th> <th>Horbach</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2009</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td></tr> <tr><td>2010</td><td>99</td><td>99</td><td>98</td></tr> <tr><td>2011</td><td>100</td><td>100</td><td>95</td></tr> <tr><td>2012</td><td>99</td><td>99</td><td>93</td></tr> <tr><td>2013</td><td>99</td><td>99</td><td>92</td></tr> <tr><td>2014</td><td>99</td><td>99</td><td>92</td></tr> <tr><td>2015</td><td>100</td><td>100</td><td>95</td></tr> <tr><td>2016</td><td>100</td><td>101</td><td>95</td></tr> <tr><td>2017</td><td>100</td><td>102</td><td>93</td></tr> <tr><td>2018</td><td>100</td><td>103</td><td>90</td></tr> <tr><td>2019</td><td>101</td><td>104</td><td>91</td></tr> </tbody> </table>	Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Horbach	2009	100	100	100	2010	99	99	98	2011	100	100	95	2012	99	99	93	2013	99	99	92	2014	99	99	92	2015	100	100	95	2016	100	101	95	2017	100	102	93	2018	100	103	90	2019	101	104	91											
Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Horbach																																																									
2009	100	100	100																																																									
2010	99	99	98																																																									
2011	100	100	95																																																									
2012	99	99	93																																																									
2013	99	99	92																																																									
2014	99	99	92																																																									
2015	100	100	95																																																									
2016	100	101	95																																																									
2017	100	102	93																																																									
2018	100	103	90																																																									
2019	101	104	91																																																									
Kaufkraft	4,4 Mio. € gesamt, davon 1,7 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren																																																											
Kennzahlen	30 m ² Verkaufsfläche 0,2 Mio. € Umsatz 0,05 m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 5 %																																																											
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th>VKF</th> <th>Umsatz- prognose</th> <th>Kaufkraft</th> <th>Arealität</th> <th>UKR¹⁾</th> </tr> <tr> <th>m²</th> <th>Mio. €</th> <th>Mio. €</th> <th>m²/Ew.</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>30</td> <td>*</td> <td>1,7</td> <td>0,05</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,2</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,5</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,3</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,4</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,4</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,9</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>30</td> <td>*</td> <td>4,4</td> <td>0,05</td> <td>*</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich ¹⁾ Umsatz-Kaufkraft-Relation * aus Datenschutzgründen nicht darstellbar</p>	Sortiment	VKF	Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%	Nahrungs- und Genussmittel	30	*	1,7	0,05	*	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,2	-	-	Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	0,5	-	-	Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren	-	-	0,3	-	-	Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	-	-	0,4	-	-	Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	0,4	-	-	Sonstige Sortimente	-	-	0,9	-	-	Gesamt	30	*	4,4	0,05	*
Sortiment	VKF		Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾																																																						
	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%																																																							
Nahrungs- und Genussmittel	30	*	1,7	0,05	*																																																							
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,2	-	-																																																							
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	0,5	-	-																																																							
Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren	-	-	0,3	-	-																																																							
Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	-	-	0,4	-	-																																																							
Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	0,4	-	-																																																							
Sonstige Sortimente	-	-	0,9	-	-																																																							
Gesamt	30	*	4,4	0,05	*																																																							

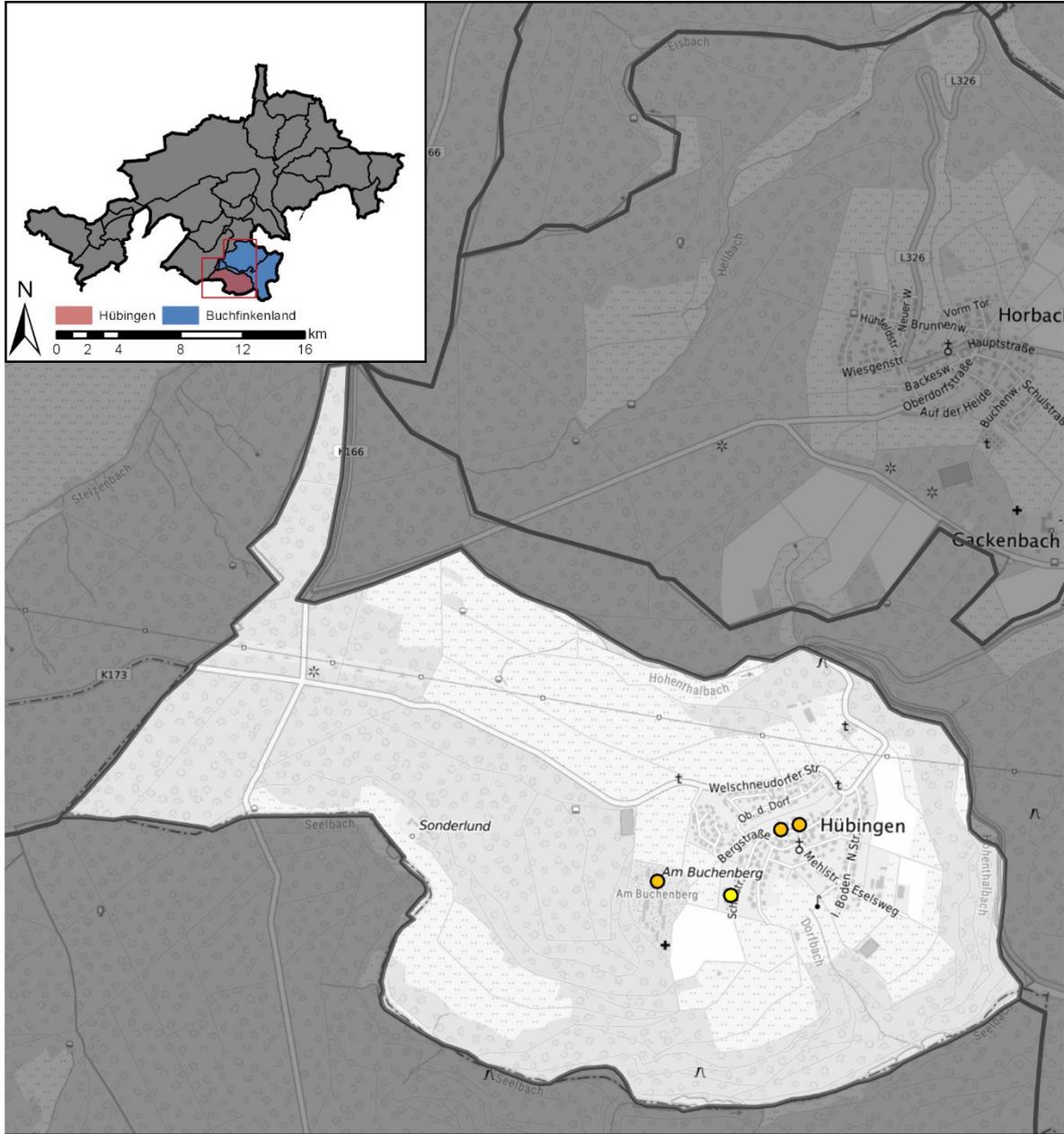
Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022



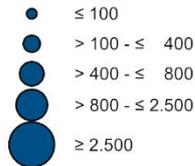
Einzelhandelssituation

In Horbach befindet sich mit einer Bäckerei entlang der Hauptstraße das einzige Einzelhandelsangebot innerhalb des Buchfinkenlands. Ergänzend dazu gibt es eine Gaststätte sowie ein Gemeindehaus. Aufgrund der nur rudimentären Basisversorgung ist eine intensive Einkaufsorientierung auf die umliegenden Einzelhandelsstandorte zu unterstellen.

4.1.3.3 Ortsgemeinde Hübingen

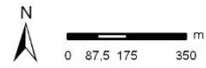


Verkaufsfläche in m²



Weitere Nutzungen

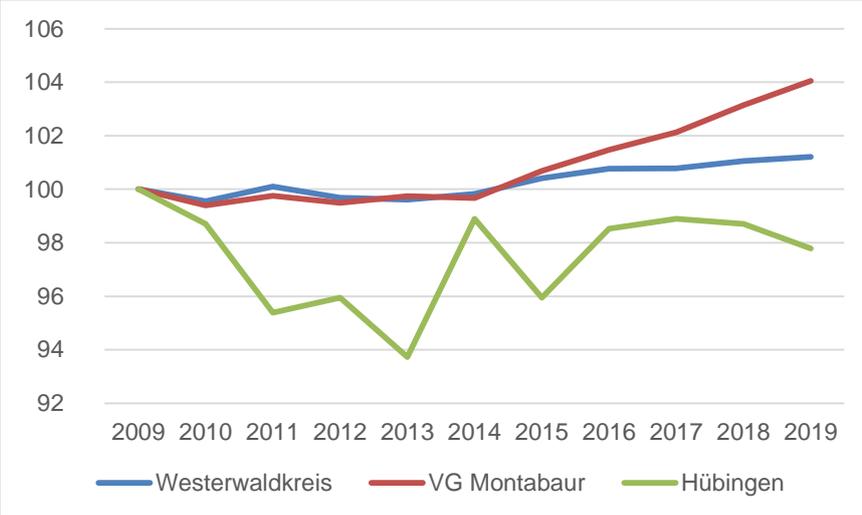
- private Dienstleistungen
- Gastronomie/ Freizeit
- Öffentliche Einrichtungen
- Leerstand



Kartengrundlage: © BKG 2020,
Datenquellen: http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf



Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Lage in der Verbandsge- meinde Montabaur	Die Ortsgemeinde Hübigen befindet sich im Westen des Buchfinkenlands, rd. 15 Autominuten von der Stadt Montabaur entfernt. Sie grenzt im Norden und Süden an die Gemeinde Gackebach, westlich an Welschneudorf und im Süden an die VG Bad Ems-Nassau.																																																											
Verkehrs-anbindung	Über die L 326 ist Hübigen an die umliegenden Ortsgemeinden sowie im weite- ren Verlauf die rd. 12 km entfernt gelegene Stadt Montabaur angebunden. Dar- über hinaus kreuzen sich im westlichen Gemeindegebiet die beiden Kreisstraße K166 und K173, wobei über letztere auch der Kernort der Gemeinde erschlos- sen wird.																																																											
Zentralörtliche Funktion	-																																																											
Bevölkerungsstand (Quelle: VG Montabaur; Stand 31.12.2019)	526 Einwohner																																																											
Bevölkerungsentwicklung (Quelle: Statistisches Landesamt RLP)	 <table border="1"> <caption>Bevölkerungsentwicklung (Index 2009 = 100)</caption> <thead> <tr> <th>Jahr</th> <th>Westerwaldkreis</th> <th>VG Montabaur</th> <th>Hübigen</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2009</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td></tr> <tr><td>2010</td><td>99</td><td>99</td><td>98</td></tr> <tr><td>2011</td><td>100</td><td>100</td><td>95</td></tr> <tr><td>2012</td><td>99</td><td>99</td><td>96</td></tr> <tr><td>2013</td><td>99</td><td>99</td><td>94</td></tr> <tr><td>2014</td><td>100</td><td>100</td><td>99</td></tr> <tr><td>2015</td><td>101</td><td>101</td><td>96</td></tr> <tr><td>2016</td><td>102</td><td>102</td><td>98</td></tr> <tr><td>2017</td><td>103</td><td>103</td><td>99</td></tr> <tr><td>2018</td><td>104</td><td>104</td><td>99</td></tr> <tr><td>2019</td><td>105</td><td>105</td><td>98</td></tr> </tbody> </table>	Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Hübigen	2009	100	100	100	2010	99	99	98	2011	100	100	95	2012	99	99	96	2013	99	99	94	2014	100	100	99	2015	101	101	96	2016	102	102	98	2017	103	103	99	2018	104	104	99	2019	105	105	98											
Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Hübigen																																																									
2009	100	100	100																																																									
2010	99	99	98																																																									
2011	100	100	95																																																									
2012	99	99	96																																																									
2013	99	99	94																																																									
2014	100	100	99																																																									
2015	101	101	96																																																									
2016	102	102	98																																																									
2017	103	103	99																																																									
2018	104	104	99																																																									
2019	105	105	98																																																									
Kaufkraft	2,7 Mio. € gesamt, davon 1,1 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren																																																											
Kennzahlen	- m ² Verkaufsfläche - Mio. € Umsatz - m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation - %																																																											
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th>VKF</th> <th>Umsatz- prognose</th> <th>Kaufkraft</th> <th>Arealität</th> <th>UKR¹⁾</th> </tr> <tr> <th>m²</th> <th>Mio. €</th> <th>Mio. €</th> <th>m²/Ew.</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>1,1</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,1</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,3</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,2</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,2</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,2</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,5</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>2,7</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich ¹⁾ Umsatz-Kaufkraft-Relation * aus Datenschutzgründen nicht darstellbar</p>	Sortiment	VKF	Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%	Nahrungs- und Genussmittel	-	-	1,1	-	-	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,1	-	-	Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	0,3	-	-	Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren	-	-	0,2	-	-	Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	-	-	0,2	-	-	Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	0,2	-	-	Sonstige Sortimente	-	-	0,5	-	-	Gesamt	-	-	2,7	-	-
Sortiment	VKF		Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾																																																						
	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%																																																							
Nahrungs- und Genussmittel	-	-	1,1	-	-																																																							
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,1	-	-																																																							
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	0,3	-	-																																																							
Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren	-	-	0,2	-	-																																																							
Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	-	-	0,2	-	-																																																							
Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	0,2	-	-																																																							
Sonstige Sortimente	-	-	0,5	-	-																																																							
Gesamt	-	-	2,7	-	-																																																							

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022



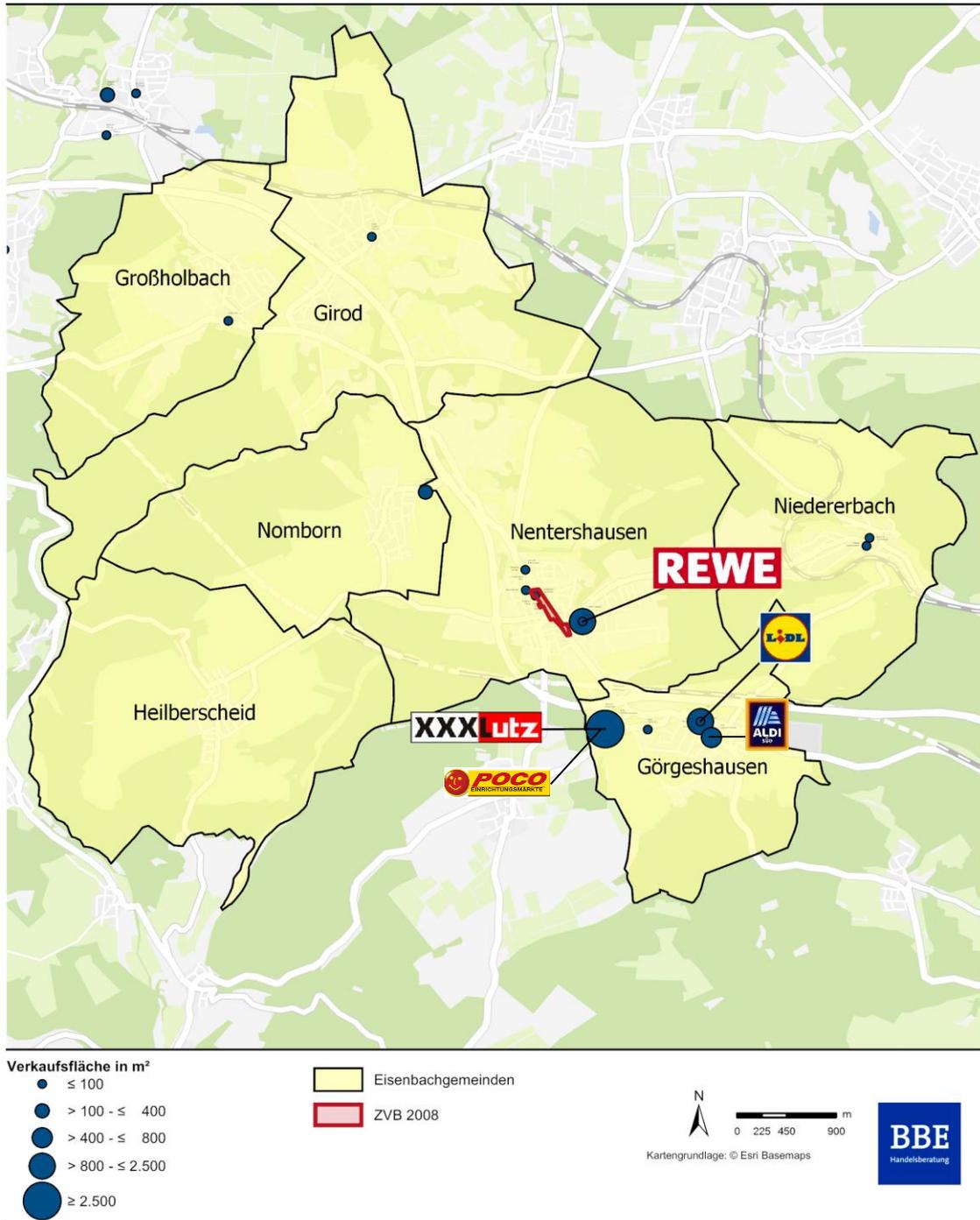
Einzelhandelssituation

Eine Gaststätte mit Gästezimmern, das Hübinger Cottage Hotel sowie die Buchfinkenlandhalle bildet das infrastrukturelle Zentrum der Ortsgemeinde Hübinger. Einzelhandel ist in der Ortsgemeinde hingegen nicht vorzufinden. Etwas außerhalb von Hübinger (Am Buchenberg) befindet sich zudem das „Familienferiendorf Hübinger“.

4.1.4 Eisenbachgemeinden

In den im Osten des Verbandsgemeindegebiets gelegenen Eisenbachgemeinden leben mit rd. 7.500 Einwohnern gut 18 % der Gesamtbevölkerung, die über ein Kaufkraftpotenzial von rd. 50 Mio. € verfügen (rd. 22 %). Mit rd. 38.500 m² sind zudem rd. 28 % des Verkaufsflächenbestands dort vorzufinden.

Karte 11: Übersicht Einzelhandelsbesatz Eisenbachgemeinden



Quelle: Eigene Darstellung

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Zurückzuführen ist dies insbesondere auf den in unmittelbarer räumlicher Nähe zur Autobahnanschlussstelle „Diez“ in der Ortsgemeinde Görgeshausen gelegenen Möbelstandort, an dem neben dem rd. 30.000 m² großen Möbelhaus „XXXLutz Müllerland“ auch ein Poco Einrichtungsmarkt ansässig ist. Darüber hinaus ergänzen drei Lebensmittelmärkte (Rewe / Nentershausen; Lidl, Aldi / Görgeshausen) die Angebotssituation, wobei die in Görgeshausen gelegene Aldi-Filiale erst Anfang 2022 eröffnet worden ist.

Der vorgefundene Einzelhandelsbesatz konzentriert sich demnach in hohem Maße auf die beiden Ortsgemeinden Görgeshausen und Nentershausen, während in den sonstigen Gemeinden der Eisenbachgemeinden nur wenige Einzelhandelsbetriebe ansässig sind.

Tabelle 6: Einzelhandelsbezogenen Kennwerte in den Eisenbachgemeinden

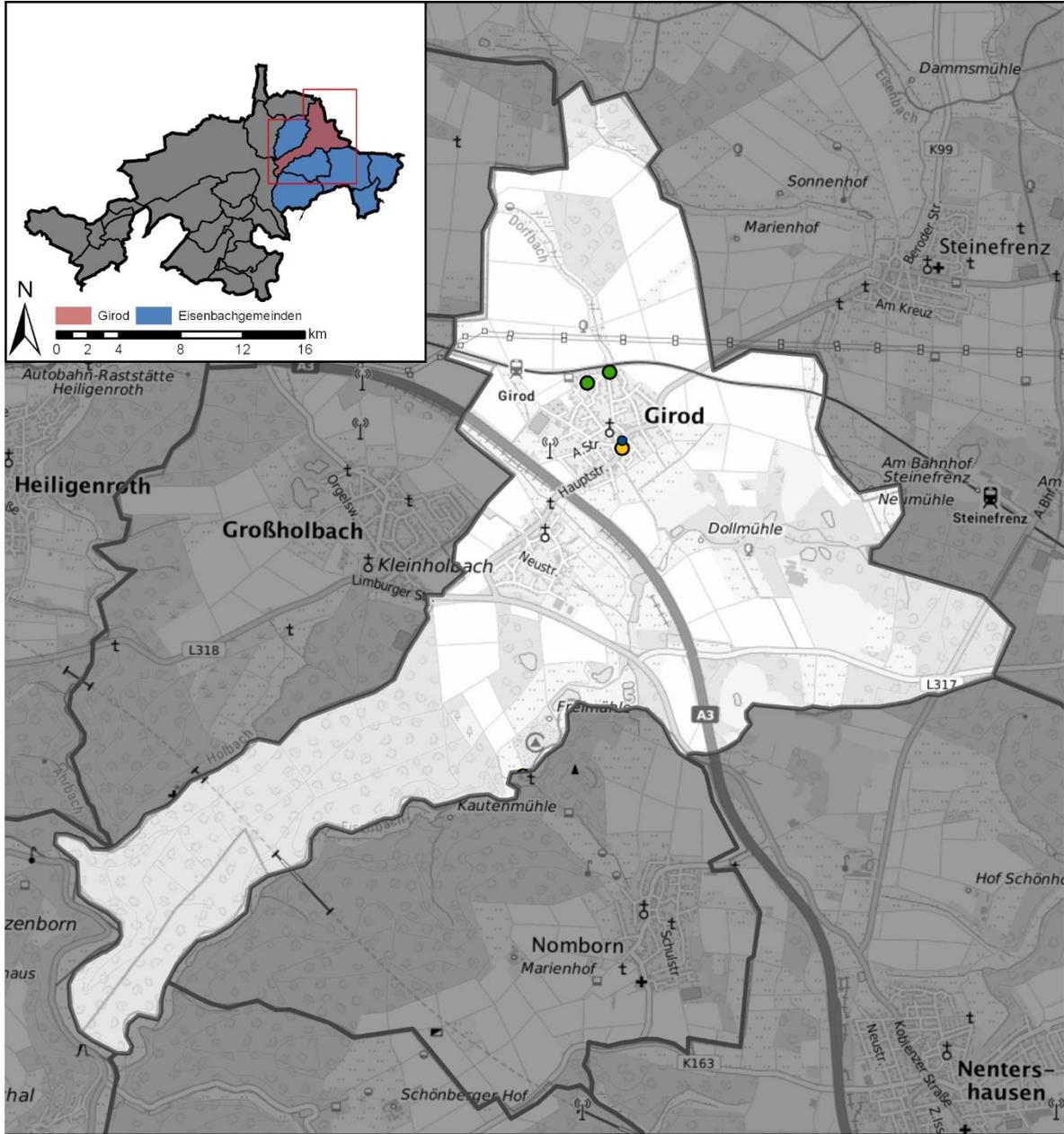
Sortiment	Verkaufsfläche	Umsatzprognose	Kaufkraftpotenzial	Umsatz-Kaufkraft-Relation
	in €	in Mio. €	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	2.605	14,7	18,5	79
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	300	1,4	2,6	56
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, medizinische, orthopädische Artikel, Hörgeräte	50	2,5	5,1	50
Bekleidung, Wäsche, Schuhe, Lederwaren, Sport	175	1,2	6,0	20
Unterhaltungselektronik, Computer, Telekom., Elektrogeräte, Foto	105	0,7	3,6	19
Bau- / Gartenbedarf, Blumen, Zoobedarf	1.420	2,4	4,6	52
Möbel / Einrichtungsbedarf ¹⁾	33.490	48,9	4,4	1102
sonstige Sortimente ²⁾	310	1,3	4,7	27
Gesamt	38.450	73,1	49,5	148

¹⁾ Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen Glas, Porzellan, Keramik
²⁾ Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst / Antiquitäten
Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von eigenen Erhebungen und Berechnungen, IfH-Daten und unter Verwendung der sortimentsbezogenen MBR-Kaufkraftkennziffern

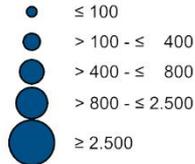
Dabei können die in den Eisenbachgemeinden ansässigen Einzelhandelsbetriebe mit rd. 73 Mio. € eine Umsatzleistung erwirtschaften, die das lokale Kaufkraftpotenzial um mehr als 20 Mio. € überschreitet und sich in einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 150 % widerspiegelt.

Dabei bestehen sortimentsbezogen allerdings große Unterschiede: Während die beiden Möbelmärkte eine großräumige Kundenansprache entfaltet, die mit entsprechend hohen Kaufkraftzuflüssen einhergeht (UKR: rd. 1.100 %), liegen die Umsätze in allen anderen Warengruppen per Saldo zum Teil deutlich unterhalb des lokalen Kaufkraftpotenzials.

4.1.4.1 Ortsgemeinde Girod



Verkaufsfläche in m²



Weitere Nutzungen

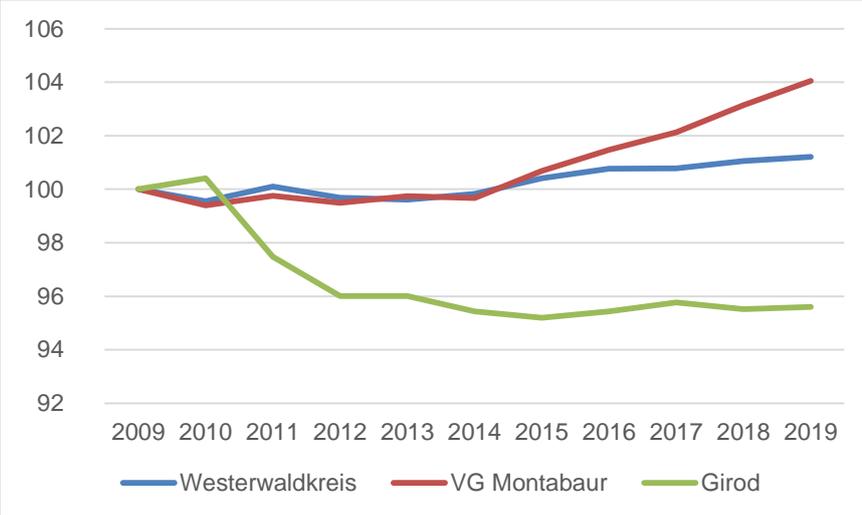
- private Dienstleistungen
- Gastronomie/ Freizeit
- Öffentliche Einrichtungen
- Leerstand



Kartengrundlage: © BKG 2020,
 Datenquellen: http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf



Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Lage in der Verbandsge- meinde Montabaur	Die Ortsgemeinde Girod stellt die nördlichste Kommune innerhalb der Eisen- bachgemeinden dar und befindet sich knapp 8 km vom Mittelzentrum Montabaur entfernt. Westlich grenzt Girod an Großholbach, Ruppach-Goldhausen und die Stadt Montabaur sowie südlich an Nornborn, Nentershausen und Heilberscheid. Östlich befindet sich die VG Wallmerod.																																																											
Verkehrsanbindung	Über die als L 314 qualifizierte Hauptstraße bzw. die L 318 ist Girod direkt an das nahegelegene Montabaur angebunden. Zugleich besteht über letztere auch eine Anbindung an die rd. 6 km entfernte Autobahnanschlussstelle „Diez“ der A 3.																																																											
Zentralörtliche Funktion	-																																																											
Bevölkerungsstand (Quelle: VG Montabaur; Stand 31.12.2019)	1.180 Einwohner																																																											
Bevölkerungsentwicklung (Quelle: Statistisches Landesamt RLP)	 <table border="1"> <caption>Bevölkerungsentwicklung (Index 2009 = 100)</caption> <thead> <tr> <th>Jahr</th> <th>Westerwaldkreis</th> <th>VG Montabaur</th> <th>Girod</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2009</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td></tr> <tr><td>2010</td><td>100</td><td>99</td><td>100</td></tr> <tr><td>2011</td><td>100</td><td>99</td><td>97</td></tr> <tr><td>2012</td><td>100</td><td>99</td><td>96</td></tr> <tr><td>2013</td><td>100</td><td>99</td><td>96</td></tr> <tr><td>2014</td><td>100</td><td>99</td><td>95,5</td></tr> <tr><td>2015</td><td>100</td><td>100</td><td>95,5</td></tr> <tr><td>2016</td><td>100</td><td>101</td><td>95,5</td></tr> <tr><td>2017</td><td>100</td><td>102</td><td>95,5</td></tr> <tr><td>2018</td><td>100</td><td>103</td><td>95,5</td></tr> <tr><td>2019</td><td>100</td><td>104</td><td>95,5</td></tr> </tbody> </table>	Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Girod	2009	100	100	100	2010	100	99	100	2011	100	99	97	2012	100	99	96	2013	100	99	96	2014	100	99	95,5	2015	100	100	95,5	2016	100	101	95,5	2017	100	102	95,5	2018	100	103	95,5	2019	100	104	95,5											
Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Girod																																																									
2009	100	100	100																																																									
2010	100	99	100																																																									
2011	100	99	97																																																									
2012	100	99	96																																																									
2013	100	99	96																																																									
2014	100	99	95,5																																																									
2015	100	100	95,5																																																									
2016	100	101	95,5																																																									
2017	100	102	95,5																																																									
2018	100	103	95,5																																																									
2019	100	104	95,5																																																									
Kaufkraft	7,5 Mio. € gesamt, davon 2,9 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren																																																											
Kennzahlen	80 m ² Verkaufsfläche * Mio. € Umsatz 0,07 m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation * %																																																											
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th>VKF</th> <th>Umsatz- prognose</th> <th>Kaufkraft</th> <th>Arealität</th> <th>UKR¹⁾</th> </tr> <tr> <th>m²</th> <th>Mio. €</th> <th>Mio. €</th> <th>m²/Ew.</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>80</td> <td>*</td> <td>2,9</td> <td>0,07</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,4</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,9</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,5</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,7</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,6</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>1,5</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>80</td> <td>*</td> <td>7,5</td> <td>0,07</td> <td>*</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich ¹⁾ Umsatz-Kaufkraft-Relation * aus Datenschutzgründen nicht darstellbar</p>	Sortiment	VKF	Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%	Nahrungs- und Genussmittel	80	*	2,9	0,07	*	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,4	-	-	Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	0,9	-	-	Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren	-	-	0,5	-	-	Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	-	-	0,7	-	-	Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	0,6	-	-	Sonstige Sortimente	-	-	1,5	-	-	Gesamt	80	*	7,5	0,07	*
Sortiment	VKF		Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾																																																						
	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%																																																							
Nahrungs- und Genussmittel	80	*	2,9	0,07	*																																																							
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,4	-	-																																																							
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	0,9	-	-																																																							
Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren	-	-	0,5	-	-																																																							
Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	-	-	0,7	-	-																																																							
Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	0,6	-	-																																																							
Sonstige Sortimente	-	-	1,5	-	-																																																							
Gesamt	80	*	7,5	0,07	*																																																							

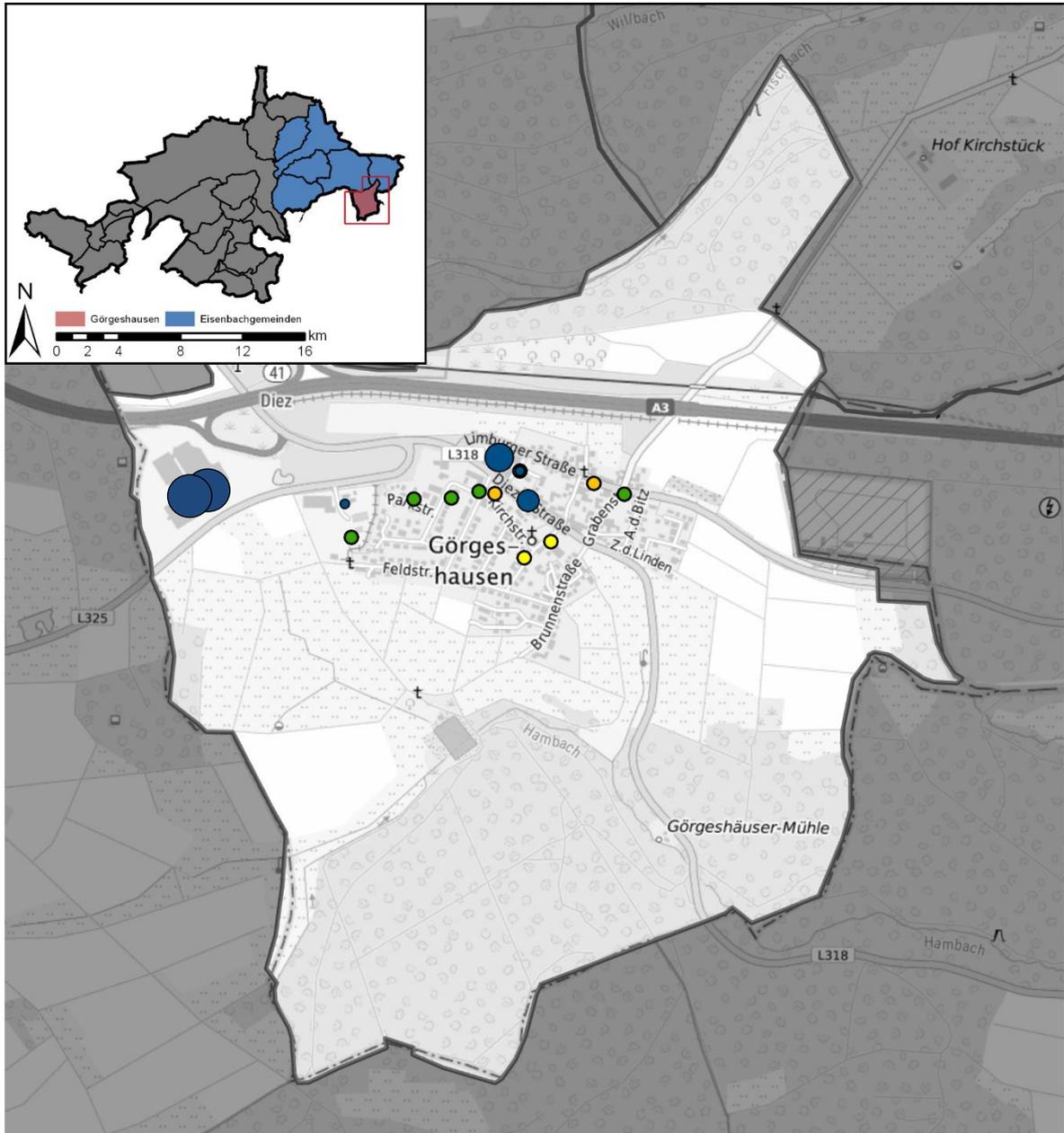
Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022



Einzelhandelssituation

In der Ortsgemeinde Girod beschränkt sich das Einzelhandelsangebot auf das zentral im Ortskern von Girod gelegene Ladengeschäft „Unser Lädchen“, das trotz seiner nur geringen Verkaufsfläche eine umfassende Basisversorgung gewährleistet und daher wichtige wohnortnahe Versorgungsfunktion übernimmt. In räumliche Nähe hierzu sind zudem eine Pizzeria sowie eine SB-Bankfiliale vorzufinden.

4.1.4.2 Ortsgemeinde Görghausen

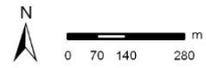


Verkaufsfläche in m²

- ≤ 100
- > 100 - ≤ 400
- > 400 - ≤ 800
- > 800 - ≤ 2.500
- ≥ 2.500

Weitere Nutzungen

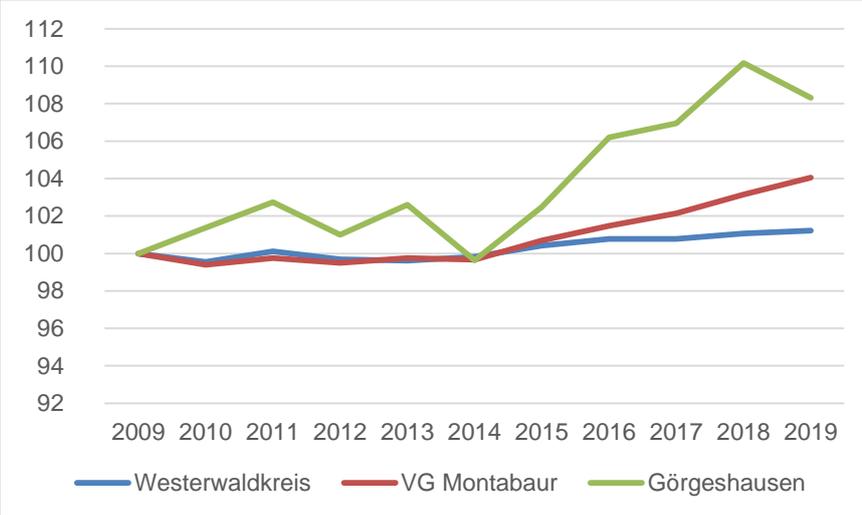
- private Dienstleistungen
- Gastronomie/ Freizeit
- Öffentliche Einrichtungen
- Leerstand



Kartengrundlage: © BKG 2020,
 Datenquellen: http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf



Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Lage in der Verbandsgemeinde Montabaur	Görgeshausen stellt die südlichste der Eisenbachgemeinden dar und grenzt im Norden an die Ortsgemeinden Nentershausen und Niedererbach und im Süden an die Verbandsgemeinde Diez. Im Osten die die Gemeindegrenze deckungsgleich mit der Landesgrenze nach Hessen.																																																											
Verkehrsanbindung	Aufgrund der unmittelbar nördlich der Ortslage von Görgeshausen gelegenen Autobahnanschlussstelle „Diez“ der A 3 verfügt die Ortsgemeinde über einen hervorragenden überörtlichen Verkehrsanschluss. Zudem kreuzen sich die Landstraßen 318 (Montabaur – Diez) und L 325 (Nassau – Limburg) im Gemeindegebiet.																																																											
Zentralörtliche Funktion	-																																																											
Bevölkerungsstand (Quelle: VG Montabaur; Stand 31.12.2019)	894 Einwohner																																																											
Bevölkerungsentwicklung (Quelle: Statistisches Landesamt RLP)	 <table border="1"> <caption>Bevölkerungsentwicklung (geschätzt)</caption> <thead> <tr> <th>Jahr</th> <th>Westerwaldkreis</th> <th>VG Montabaur</th> <th>Görgeshausen</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2009</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td></tr> <tr><td>2010</td><td>100</td><td>99</td><td>101</td></tr> <tr><td>2011</td><td>100</td><td>100</td><td>103</td></tr> <tr><td>2012</td><td>100</td><td>99</td><td>101</td></tr> <tr><td>2013</td><td>100</td><td>100</td><td>103</td></tr> <tr><td>2014</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td></tr> <tr><td>2015</td><td>101</td><td>101</td><td>103</td></tr> <tr><td>2016</td><td>101</td><td>102</td><td>106</td></tr> <tr><td>2017</td><td>101</td><td>103</td><td>107</td></tr> <tr><td>2018</td><td>101</td><td>104</td><td>110</td></tr> <tr><td>2019</td><td>101</td><td>104</td><td>108</td></tr> </tbody> </table>	Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Görgeshausen	2009	100	100	100	2010	100	99	101	2011	100	100	103	2012	100	99	101	2013	100	100	103	2014	100	100	100	2015	101	101	103	2016	101	102	106	2017	101	103	107	2018	101	104	110	2019	101	104	108											
Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Görgeshausen																																																									
2009	100	100	100																																																									
2010	100	99	101																																																									
2011	100	100	103																																																									
2012	100	99	101																																																									
2013	100	100	103																																																									
2014	100	100	100																																																									
2015	101	101	103																																																									
2016	101	102	106																																																									
2017	101	103	107																																																									
2018	101	104	110																																																									
2019	101	104	108																																																									
Kaufkraft	6,0 Mio. € gesamt, davon 2,2 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren																																																											
Kennzahlen	36,3 m ² Verkaufsfläche 63,3 Mio. € Umsatz 40,7 m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 1.052 %																																																											
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th>VKF</th> <th>Umsatz- prognose</th> <th>Kaufkraft</th> <th>Arealität</th> <th>UKR¹⁾</th> </tr> <tr> <th>m²</th> <th>Mio. €</th> <th>Mio. €</th> <th>m²/Ew.</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>1.535</td> <td>10,2</td> <td>2,2</td> <td>1,72</td> <td>458</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>160</td> <td>1,0</td> <td>0,3</td> <td>0,18</td> <td>308</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>95</td> <td>1,0</td> <td>0,7</td> <td>0,11</td> <td>134</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>45</td> <td>0,4</td> <td>0,4</td> <td>0,05</td> <td>101</td> </tr> <tr> <td>Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>1.050</td> <td>1,7</td> <td>0,6</td> <td>1,17</td> <td>308</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>33.330</td> <td>48,4</td> <td>0,5</td> <td>37,28</td> <td>8.813</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>130</td> <td>0,5</td> <td>1,2</td> <td>0,15</td> <td>41</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>36.345</td> <td>63,3</td> <td>9,6</td> <td>40,7</td> <td>1.052</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich ¹⁾ Umsatz-Kaufkraft-Relation * aus Datenschutzgründen nicht darstellbar</p>	Sortiment	VKF	Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%	Nahrungs- und Genussmittel	1.535	10,2	2,2	1,72	458	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	160	1,0	0,3	0,18	308	Bekleidung, Schuhe, Sport	95	1,0	0,7	0,11	134	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	45	0,4	0,4	0,05	101	Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	1.050	1,7	0,6	1,17	308	Möbel, Einrichtungsbedarf	33.330	48,4	0,5	37,28	8.813	Sonstige Sortimente	130	0,5	1,2	0,15	41	Gesamt	36.345	63,3	9,6	40,7	1.052
Sortiment	VKF		Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾																																																						
	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%																																																							
Nahrungs- und Genussmittel	1.535	10,2	2,2	1,72	458																																																							
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	160	1,0	0,3	0,18	308																																																							
Bekleidung, Schuhe, Sport	95	1,0	0,7	0,11	134																																																							
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	45	0,4	0,4	0,05	101																																																							
Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	1.050	1,7	0,6	1,17	308																																																							
Möbel, Einrichtungsbedarf	33.330	48,4	0,5	37,28	8.813																																																							
Sonstige Sortimente	130	0,5	1,2	0,15	41																																																							
Gesamt	36.345	63,3	9,6	40,7	1.052																																																							

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022



Einzelhandelssituation

Mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 36.350 m² weist die rd. 900 einwohnerstarke Ortsgemeinde Görgeshausen nach Heiligenroth (rd. 49.400 m²) und Montabaur (rd. 47.200 m²) den drittgrößten Verkaufsflächenbestand innerhalb der VG Montabaur auf. Bezogen auf die lokale Bevölkerung lässt sich mit rd. 40,7 m² je Einwohner die höchste Arealität im Verbandsgemeindegebiet errechnen.

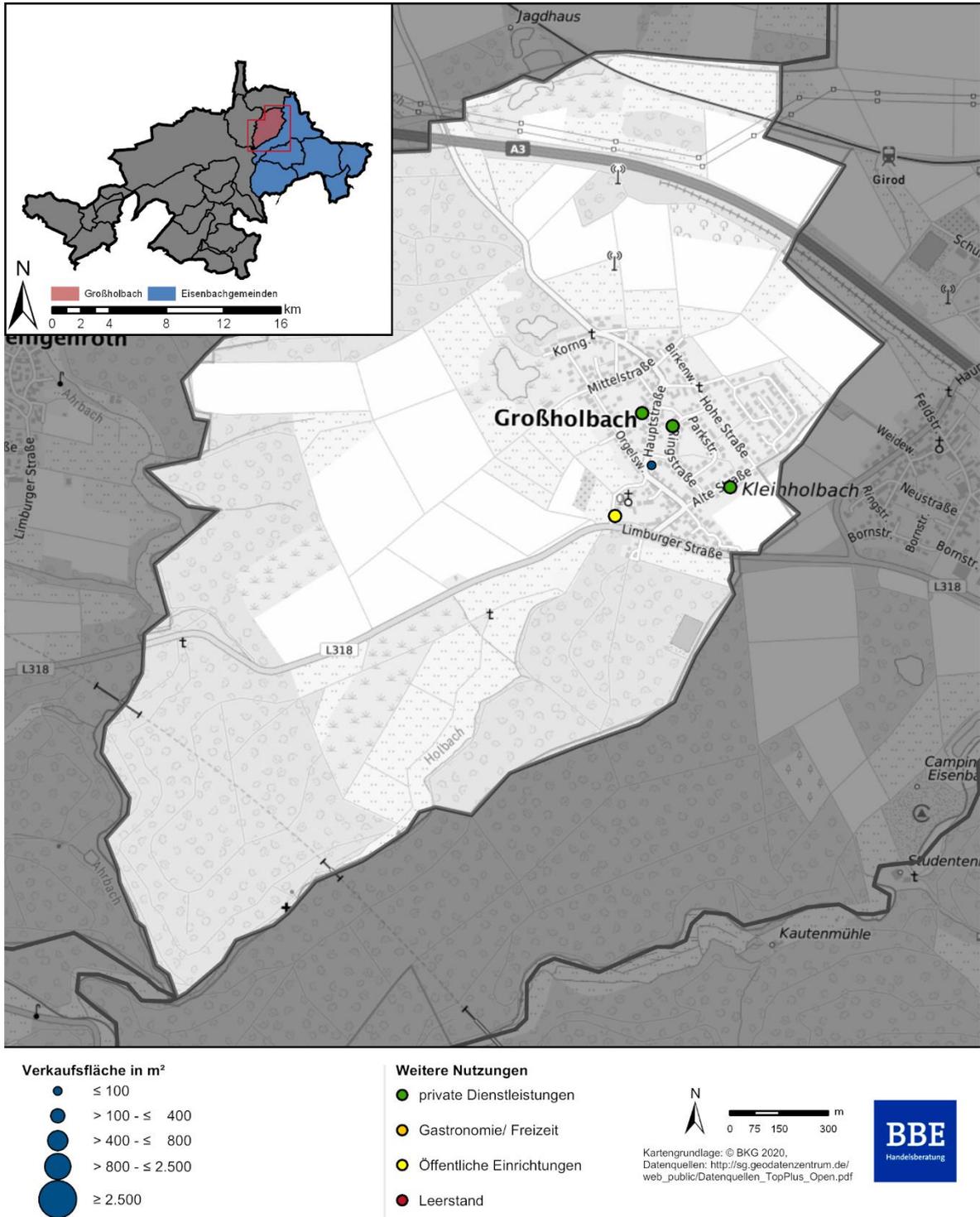
Das Einzelhandelsangebot in Görgeshausen wird hierbei wesentlich von den beiden Möbelhäusern XXXLutz Müllerland und Poco geprägt, auf die mit mehr als 34.000 m² nahezu 95 % des lokalen Verkaufsflächenbestandes entfällt. Aufgrund der sehr guten verkehrlichen Erreichbarkeit in kurzer Distanz zur Autobahnanschlussstelle „Diez“ der A 3 (rd. 1 km) verfügt der Angebotsstandort über eine hohe regionale Ausstrahlkraft.

Darüber hinaus befindet sich im nördlichen Ortseingangsbereich ein großflächiger Lidl-Discountmarkt, der im Standortverbund mit einem Bäcker, einer Metzgerei, einem Frisör sowie einem Kiosk bzw. Büro-/ Schulbedarfsanbieter einen weiteren Angebotsschwerpunkt darstellt.

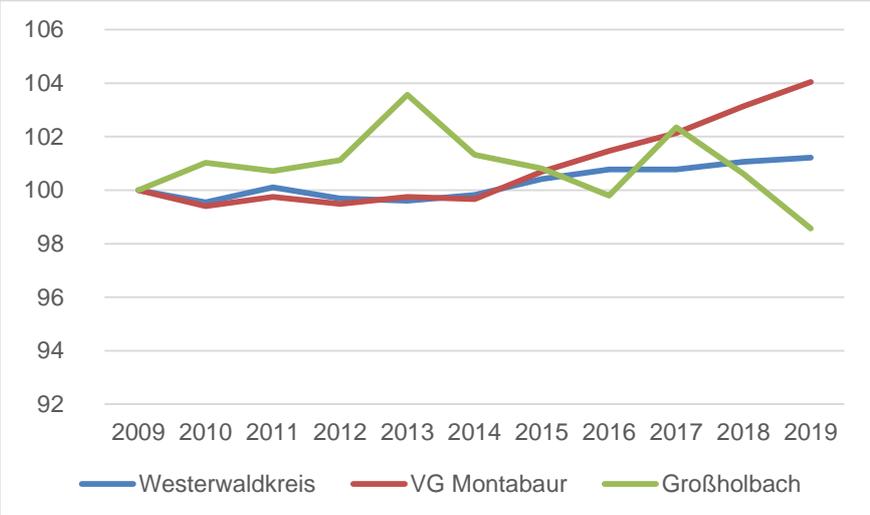
Mit der Anfang 2022 stattgefundenen Eröffnung des kleinflächigen Aldi-Marktes auf einem Grundstück in unmittelbarer Nähe zum Lidl-Markt ist die Angebotssituation in Görgeshausen nochmals ausgebaut worden.

Auch in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten wird damit eine Umsatzleistung generiert, die die lokale Kaufkraft um ein Vielfaches übersteigt.

4.1.4.3 Ortsgemeinde Großholbach



Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Lage in der Verbandsge- meinde Montabaur	Die Ortsgemeinde Großholbach ist die westlichste Gemeinde der Eisenbachge- meinden, etwa 6 Kilometer östlich von Montabaur entfernt. Sie grenzt an die Ge- meinden Girod, Ruppach-Goldhausen und Heiligenroth.																																																											
Verkehrsanbindung	Über die Landstraße L318 ist sowohl an das benachbarte Mittelzentrum als auch Nentershausen bzw. die Autobahnanschlussstelle „Diez“ der A 3 zu erreichen. Wichtigste innerörtliche Erschließungsstraße ist die Hauptstraße, die in nördli- cher Richtung nach Ruppach-Goldhausen führt.																																																											
Zentralörtliche Funktion	-																																																											
Bevölkerungsstand (Quelle: VG Montabaur; Stand 31.12.2019)	972 Einwohner																																																											
Bevölkerungsentwicklung (Quelle: Statistisches Landesamt RLP)	 <table border="1"> <caption>Bevölkerungsentwicklung (Index 2009=100)</caption> <thead> <tr> <th>Jahr</th> <th>Westerwaldkreis</th> <th>VG Montabaur</th> <th>Großholbach</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2009</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td></tr> <tr><td>2010</td><td>99</td><td>99</td><td>101</td></tr> <tr><td>2011</td><td>100</td><td>100</td><td>101</td></tr> <tr><td>2012</td><td>99</td><td>99</td><td>101</td></tr> <tr><td>2013</td><td>100</td><td>100</td><td>103</td></tr> <tr><td>2014</td><td>100</td><td>100</td><td>101</td></tr> <tr><td>2015</td><td>101</td><td>101</td><td>100</td></tr> <tr><td>2016</td><td>101</td><td>102</td><td>100</td></tr> <tr><td>2017</td><td>101</td><td>103</td><td>102</td></tr> <tr><td>2018</td><td>101</td><td>104</td><td>101</td></tr> <tr><td>2019</td><td>111</td><td>104</td><td>98</td></tr> </tbody> </table>	Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Großholbach	2009	100	100	100	2010	99	99	101	2011	100	100	101	2012	99	99	101	2013	100	100	103	2014	100	100	101	2015	101	101	100	2016	101	102	100	2017	101	103	102	2018	101	104	101	2019	111	104	98											
Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Großholbach																																																									
2009	100	100	100																																																									
2010	99	99	101																																																									
2011	100	100	101																																																									
2012	99	99	101																																																									
2013	100	100	103																																																									
2014	100	100	101																																																									
2015	101	101	100																																																									
2016	101	102	100																																																									
2017	101	103	102																																																									
2018	101	104	101																																																									
2019	111	104	98																																																									
Kaufkraft	6,5 Mio. € gesamt, davon 2,4 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren																																																											
Kennzahlen	90 m ² Verkaufsfläche * Mio. € Umsatz 0,09 m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation * %																																																											
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th>VKF</th> <th>Umsatz- prognose</th> <th>Kaufkraft</th> <th>Arealität</th> <th>UKR¹⁾</th> </tr> <tr> <th>m²</th> <th>Mio. €</th> <th>Mio. €</th> <th>m²/Ew.</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>2,4</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,3</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,8</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,5</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,6</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,6</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>90</td> <td>*</td> <td>1,3</td> <td>0,09</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>90</td> <td>*</td> <td>6,5</td> <td>0,09</td> <td>*</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich ¹⁾ Umsatz-Kaufkraft-Relation * aus Datenschutzgründen nicht darstellbar</p>	Sortiment	VKF	Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%	Nahrungs- und Genussmittel	-	-	2,4	-	-	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,3	-	-	Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	0,8	-	-	Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren	-	-	0,5	-	-	Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	-	-	0,6	-	-	Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	0,6	-	-	Sonstige Sortimente	90	*	1,3	0,09	*	Gesamt	90	*	6,5	0,09	*
Sortiment	VKF		Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾																																																						
	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%																																																							
Nahrungs- und Genussmittel	-	-	2,4	-	-																																																							
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,3	-	-																																																							
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	0,8	-	-																																																							
Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren	-	-	0,5	-	-																																																							
Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	-	-	0,6	-	-																																																							
Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	0,6	-	-																																																							
Sonstige Sortimente	90	*	1,3	0,09	*																																																							
Gesamt	90	*	6,5	0,09	*																																																							

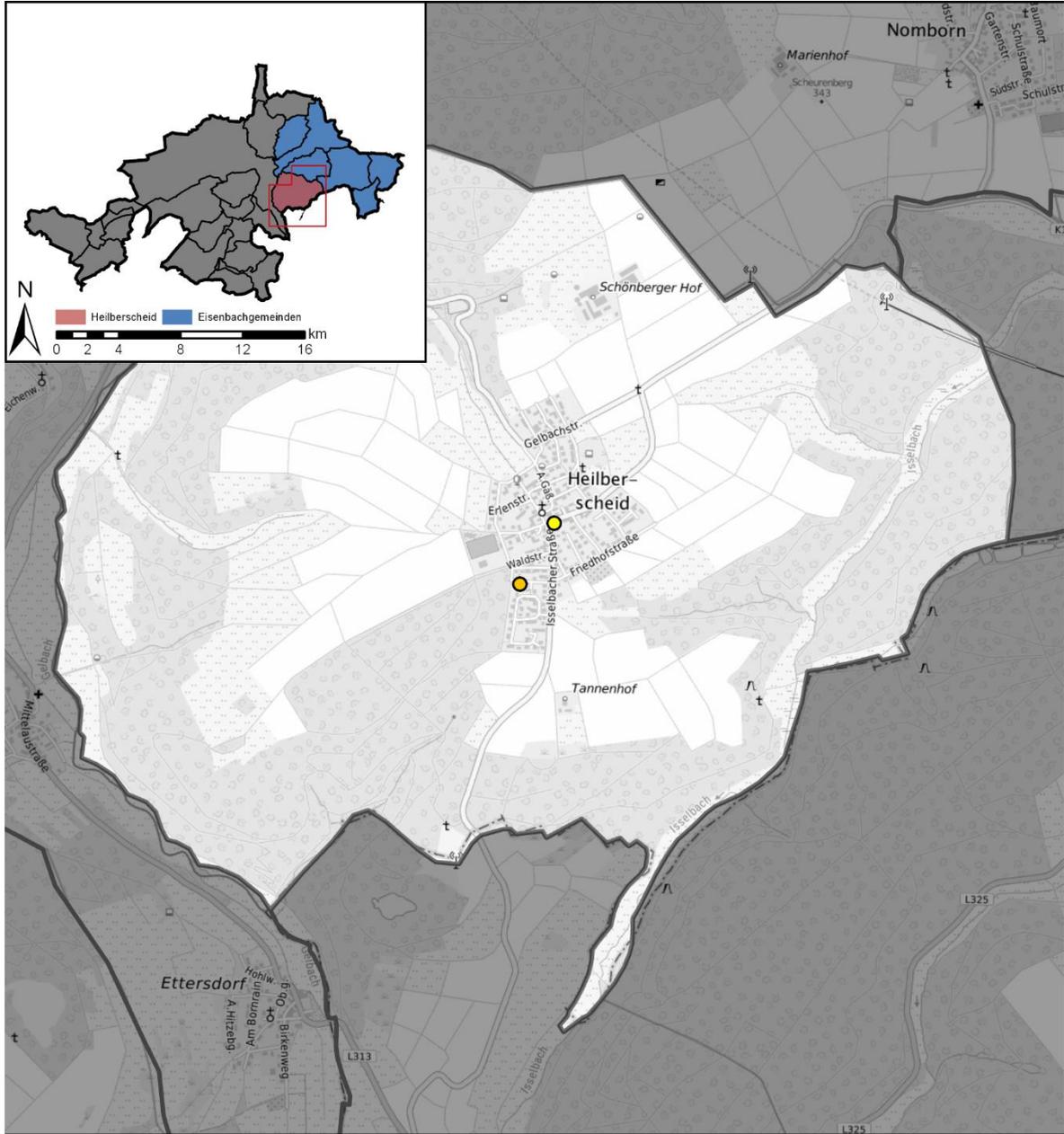
Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022



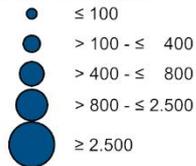
Einzelhandelssituation

Das Einzelhandelsangebot im dörflich strukturierten Großholbach beschränkt sich auf ein an der Hauptstraße ansässiges Fahrradfachgeschäft. Weitere Einkaufsmöglichkeiten bestehen nicht, sodass die lokale Bevölkerung auf die nächstgelegenen Angebotsstandorte in Montabaur und Heiligenroth bzw. Nentershausen und Görgeshausen ausgerichtet sein wird.

4.1.4.4 Ortsgemeinde Heilberscheid

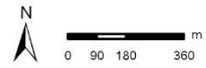


Verkaufsfläche in m²



Weitere Nutzungen

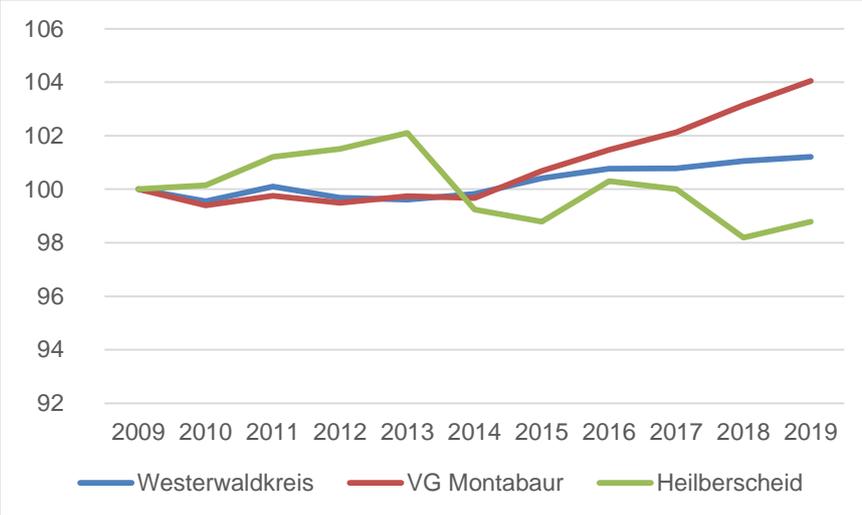
- private Dienstleistungen
- Gastronomie/ Freizeit
- Öffentliche Einrichtungen
- Leerstand



Kartengrundlage: © BKG 2020,
 Datenquellen: http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf



Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Lage in der Verbandsge- meinde Montabaur	Die Ortsgemeinde Heilberscheid befindet sich rd. 12 Pkw-Minuten südöstlich von Montabaur und grenzt im Norden an Girod und Nornborn, im Osten an Nentershausen und Eppenrod (VG Diez), im Süden an die OG Isselbach (VG Diez) und im Westen an die der Stadt Montabaur angehörigen Ortslagen Ettersdorf, Bladernheim und Reckenthal.																																																											
Verkehrsanbindung	Über die Kreisstraßen 161, 162 und 165 ist Heilberscheid sowohl an die Stadt Montabaur als auch die in rd. 6 km Entfernung gelegenen Ortsgemeinden Nentershausen und Görgeshausen bzw. die Autobahnanschlussstelle „Diez“ der A 3 angebunden.																																																											
Zentralörtliche Funktion	-																																																											
Bevölkerungsstand (Quelle: VG Montabaur; Stand 31.12.2019)	652 Einwohner																																																											
Bevölkerungsentwicklung (Quelle: Statistisches Landesamt RLP)	 <table border="1"> <caption>Bevölkerungsentwicklung (Index 2009 = 100)</caption> <thead> <tr> <th>Jahr</th> <th>Westerwaldkreis</th> <th>VG Montabaur</th> <th>Heilberscheid</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2009</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td></tr> <tr><td>2010</td><td>99</td><td>99</td><td>100</td></tr> <tr><td>2011</td><td>100</td><td>100</td><td>101</td></tr> <tr><td>2012</td><td>99</td><td>99</td><td>101</td></tr> <tr><td>2013</td><td>100</td><td>100</td><td>102</td></tr> <tr><td>2014</td><td>100</td><td>100</td><td>99</td></tr> <tr><td>2015</td><td>100</td><td>101</td><td>99</td></tr> <tr><td>2016</td><td>101</td><td>102</td><td>100</td></tr> <tr><td>2017</td><td>101</td><td>103</td><td>100</td></tr> <tr><td>2018</td><td>101</td><td>104</td><td>98</td></tr> <tr><td>2019</td><td>101</td><td>104</td><td>99</td></tr> </tbody> </table>	Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Heilberscheid	2009	100	100	100	2010	99	99	100	2011	100	100	101	2012	99	99	101	2013	100	100	102	2014	100	100	99	2015	100	101	99	2016	101	102	100	2017	101	103	100	2018	101	104	98	2019	101	104	99											
Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Heilberscheid																																																									
2009	100	100	100																																																									
2010	99	99	100																																																									
2011	100	100	101																																																									
2012	99	99	101																																																									
2013	100	100	102																																																									
2014	100	100	99																																																									
2015	100	101	99																																																									
2016	101	102	100																																																									
2017	101	103	100																																																									
2018	101	104	98																																																									
2019	101	104	99																																																									
Kaufkraft	4,5 Mio. € gesamt, davon 1,7 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren																																																											
Kennzahlen	- m ² Verkaufsfläche - Mio. € Umsatz - m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation - %																																																											
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th>VKF</th> <th>Umsatz- prognose</th> <th>Kaufkraft</th> <th>Arealität</th> <th>UKR¹⁾</th> </tr> <tr> <th>m²</th> <th>Mio. €</th> <th>Mio. €</th> <th>m²/Ew.</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>-</td> <td>*</td> <td>1,7</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,2</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,5</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,3</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,4</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,4</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,9</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>4,5</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich ¹⁾ Umsatz-Kaufkraft-Relation * aus Datenschutzgründen nicht darstellbar</p>	Sortiment	VKF	Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%	Nahrungs- und Genussmittel	-	*	1,7	-	-	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,2	-	-	Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	0,5	-	-	Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren	-	-	0,3	-	-	Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	-	-	0,4	-	-	Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	0,4	-	-	Sonstige Sortimente	-	-	0,9	-	-	Gesamt	-	-	4,5	-	-
Sortiment	VKF		Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾																																																						
	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%																																																							
Nahrungs- und Genussmittel	-	*	1,7	-	-																																																							
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,2	-	-																																																							
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	0,5	-	-																																																							
Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren	-	-	0,3	-	-																																																							
Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	-	-	0,4	-	-																																																							
Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	0,4	-	-																																																							
Sonstige Sortimente	-	-	0,9	-	-																																																							
Gesamt	-	-	4,5	-	-																																																							

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022



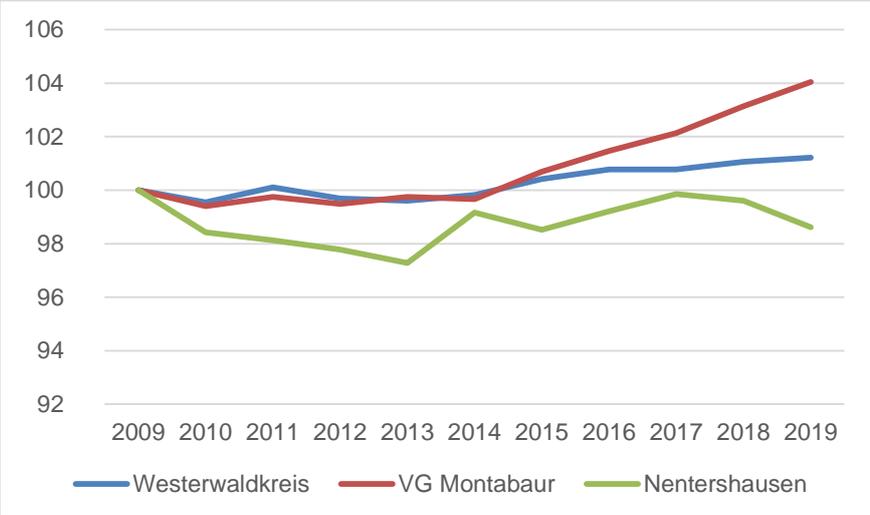
Einzelhandelssituation

In Heilberscheid ist aktuell kein Einzelhandelsbetrieb ansässig, sodass für die hier lebende Bevölkerung vor allem die in Montabaur bzw. in den nahegelegenen und über die K 163 verkehrlich auch grundsätzlich gut zu erreichenden Ortsgemeinden Görgeshausen und Nentershausen gelegenen Einkaufsmöglichkeiten wichtige Versorgungsfunktionen übernehmen.

4.1.4.5 Ortsgemeinde Nentershausen



Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Lage in der Verbandsge- meinde Montabaur	Nentershausen ist die flächengrößte Ortsgemeinde der Eisenbachgemeinden und grenzt nördlich an die VG Wallmerod, östlich an Niedererbach und Görgeshausen, südlich an die VG Diez und westlich an die Ortsgemeinden Nornborn und Girod.																																																											
Verkehrsanbindung	Über die im Süden gelegene Anschlussstelle „Diez“ der A 3, die beiden Landesstraßen L 317 und L 318 sowie die Kreisstraßen 162 und 163 verfügt Nentershausen über eine hervorragende (über-) örtliche Verkehrsanbindung.																																																											
Zentralörtliche Funktion	-																																																											
Bevölkerungsstand (Quelle: VG Montabaur; Stand 31.12.2019)	2.018 Einwohner																																																											
Bevölkerungsentwicklung (Quelle: Statistisches Landesamt RLP)																																																												
Kaufkraft	13,5 Mio. € gesamt, davon 5,1 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren																																																											
Kennzahlen	1.550 m ² Verkaufsfläche 8,3 Mio. € Umsatz 0,77 m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 62 %																																																											
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th>VKF</th> <th>Umsatz- prognose</th> <th>Kaufkraft</th> <th>Arealität</th> <th>UKR¹⁾</th> </tr> <tr> <th>m²</th> <th>Mio. €</th> <th>Mio. €</th> <th>m²/Ew.</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>960</td> <td>3,9</td> <td>5,1</td> <td>0,48</td> <td>77</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>140</td> <td>0,5</td> <td>0,7</td> <td>0,07</td> <td>70</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>80</td> <td>0,2</td> <td>1,6</td> <td>0,04</td> <td>12</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>1,0</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>90</td> <td>0,3</td> <td>1,2</td> <td>0,04</td> <td>26</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>140</td> <td>0,4</td> <td>1,2</td> <td>0,07</td> <td>35</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>140</td> <td>3,0</td> <td>2,7</td> <td>0,07</td> <td>113</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>1.550</td> <td>8,3</td> <td>13,5</td> <td>0,77</td> <td>62</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich ¹⁾ Umsatz-Kaufkraft-Relation * aus Datenschutzgründen nicht darstellbar</p>	Sortiment	VKF	Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%	Nahrungs- und Genussmittel	960	3,9	5,1	0,48	77	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	140	0,5	0,7	0,07	70	Bekleidung, Schuhe, Sport	80	0,2	1,6	0,04	12	Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren	-	-	1,0	-	-	Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	90	0,3	1,2	0,04	26	Möbel, Einrichtungsbedarf	140	0,4	1,2	0,07	35	Sonstige Sortimente	140	3,0	2,7	0,07	113	Gesamt	1.550	8,3	13,5	0,77	62
Sortiment	VKF		Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾																																																						
	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%																																																							
Nahrungs- und Genussmittel	960	3,9	5,1	0,48	77																																																							
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	140	0,5	0,7	0,07	70																																																							
Bekleidung, Schuhe, Sport	80	0,2	1,6	0,04	12																																																							
Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren	-	-	1,0	-	-																																																							
Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	90	0,3	1,2	0,04	26																																																							
Möbel, Einrichtungsbedarf	140	0,4	1,2	0,07	35																																																							
Sonstige Sortimente	140	3,0	2,7	0,07	113																																																							
Gesamt	1.550	8,3	13,5	0,77	62																																																							

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022



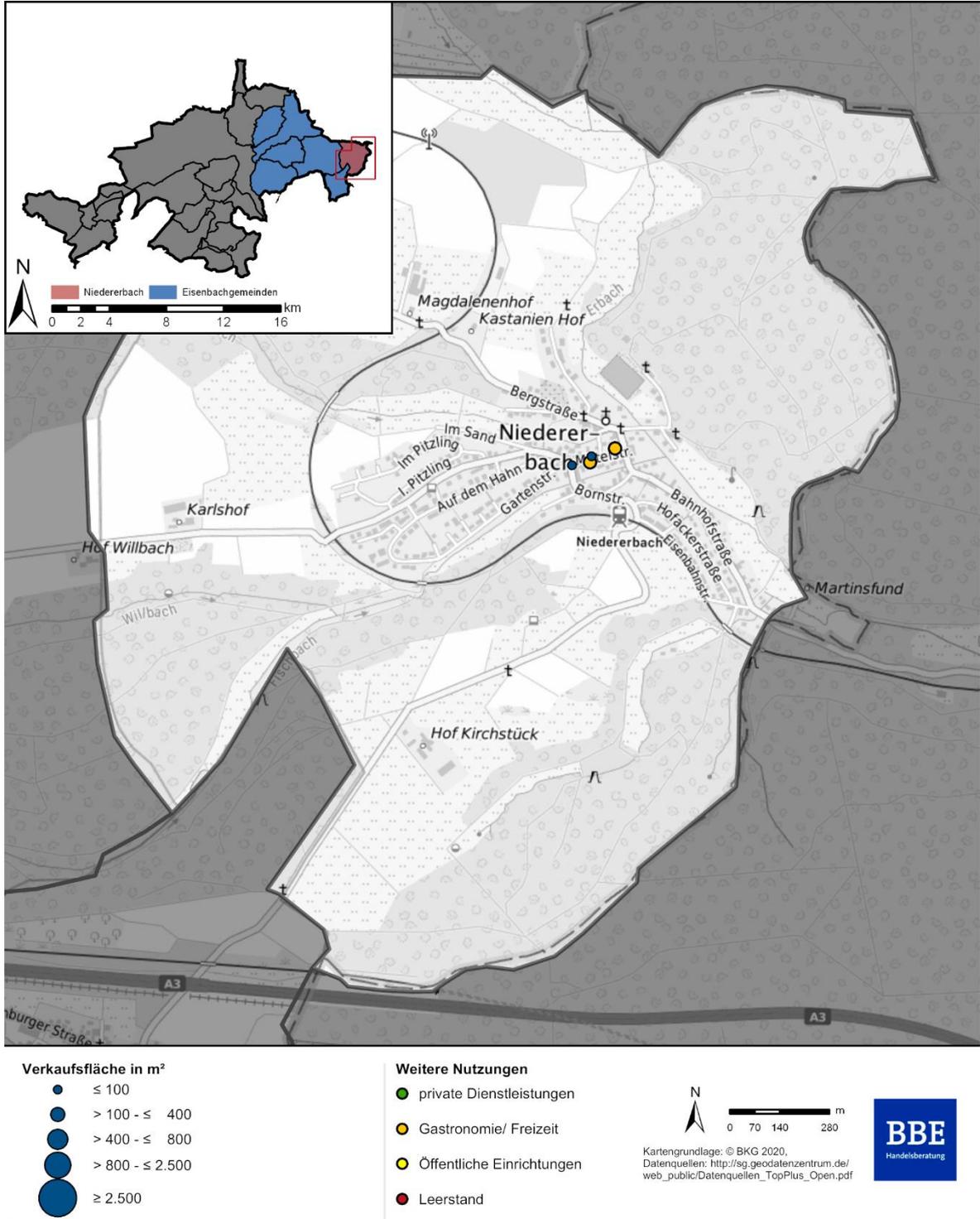
Einzelhandelssituation

Aufgrund des vielfältigen einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz ist die langgezogene Ortsmitte von Nentershausen entlang eines rd. 400 Meter langen Teilstücks der Koblenzer Straße – in etwa von der Querstraße „Beim Kalksbrunnen“ im Norden bis zum Kreuzungsbereich mit der Rheinstraße im Süden - bereits 2008 als zentraler Versorgungsbereich mit ergänzender (Nah-)Versorgungsfunktion für die vier Umlandgemeinden Nornborn, Heilberscheid, Niedererbach und Görgeshausen festgelegt worden. Diese Einstufung ist mit dem Zielabweichungsbescheid der SGD Nord vom 06.07.2016 nochmals bestätigt worden.

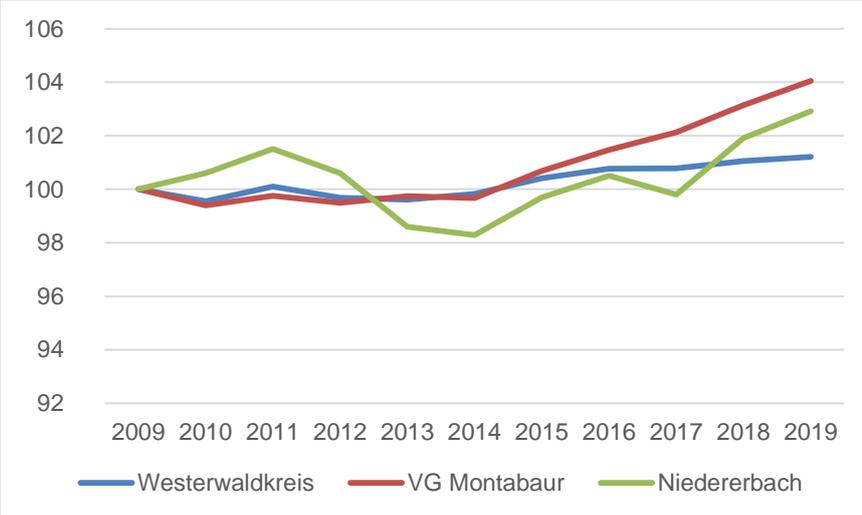
Größter Anbieter und gleichzeitig wichtigster Träger der Nahversorgung ist der am südlichen Ende des zentralen Versorgungsbereichs gelegene Supermarkt, der aktuell neu aufgestellt und gleichzeitig geringfügig erweitert wird. Damit wird der wesentliche Magnetbetrieb in der Ortsmitte von Nentershausen zukunftsfähig aufgestellt, von dessen Frequenz auch die sonstigen Nutzungen in nicht unerheblichem Maße partizipieren.

Eindeutiger sortimentsbezogener Angebotsschwerpunkt sind demnach auch die nahversorgungsrelevanten Sortimente, auf die mit insgesamt knapp 1.100 m² etwa 71 % des lokalen Verkaufsflächenbestandes entfällt. Darüber hinaus runden weitere Fachangebote (u.a. Optiker, Apotheke, Blumen) sowie eine Vielzahl an Dienstleistungsbetrieben sowie öffentliche Einrichtungen (u.a. Real- und Grundschule) die örtliche Nutzungsstruktur ab.

4.1.4.6 Ortsgemeinde Niedererbach



Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Lage in der Verbandsgemeinde Montabaur	Die Ortsgemeinde Niedererbach ist die östlichste Gemeinde der VG Montabaur. Im Norden grenzt die VG Wallmerod, im Osten die hessische Gemeinde Elz, im Süden Görgeshausen und im Westen Nentershausen an Niedererbach; die Gemeindegrenze ist im Osten demnach deckungsgleich mit der Landesgrenze zu Hessen.																																																											
Verkehrsanbindung	Über die Kreisstraßen 156, 163, 164 und 346 ist Niedererbach sehr gut an das Umland angebunden. Zudem verfügt Niedererbach über einen Nahverkehrsbahnhof, der von der RB Linie 29 angefahren wird und die Bahnhöfe Montabaur und Limburg anbindet.																																																											
Zentralörtliche Funktion	-																																																											
Bevölkerungsstand (Quelle: VG Montabaur; Stand 31.12.2019)	1.017 Einwohner																																																											
Bevölkerungsentwicklung (Quelle: Statistisches Landesamt RLP)	 <table border="1"> <caption>Bevölkerungsentwicklung (Index 2009 = 100)</caption> <thead> <tr> <th>Jahr</th> <th>Westerwaldkreis</th> <th>VG Montabaur</th> <th>Niedererbach</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2009</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td></tr> <tr><td>2010</td><td>99</td><td>99</td><td>101</td></tr> <tr><td>2011</td><td>100</td><td>100</td><td>101</td></tr> <tr><td>2012</td><td>99</td><td>99</td><td>100</td></tr> <tr><td>2013</td><td>99</td><td>99</td><td>99</td></tr> <tr><td>2014</td><td>99</td><td>99</td><td>98</td></tr> <tr><td>2015</td><td>100</td><td>100</td><td>99</td></tr> <tr><td>2016</td><td>100</td><td>101</td><td>100</td></tr> <tr><td>2017</td><td>100</td><td>102</td><td>100</td></tr> <tr><td>2018</td><td>100</td><td>103</td><td>102</td></tr> <tr><td>2019</td><td>101</td><td>104</td><td>103</td></tr> </tbody> </table>	Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Niedererbach	2009	100	100	100	2010	99	99	101	2011	100	100	101	2012	99	99	100	2013	99	99	99	2014	99	99	98	2015	100	100	99	2016	100	101	100	2017	100	102	100	2018	100	103	102	2019	101	104	103											
Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Niedererbach																																																									
2009	100	100	100																																																									
2010	99	99	101																																																									
2011	100	100	101																																																									
2012	99	99	100																																																									
2013	99	99	99																																																									
2014	99	99	98																																																									
2015	100	100	99																																																									
2016	100	101	100																																																									
2017	100	102	100																																																									
2018	100	103	102																																																									
2019	101	104	103																																																									
Kaufkraft	6,9 Mio. € gesamt, davon 2,6 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren																																																											
Kennzahlen	90 m ² Verkaufsfläche 0,5 Mio. € Umsatz 0,09 m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 6 %																																																											
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th>VKF</th> <th>Umsatz- prognose</th> <th>Kaufkraft</th> <th>Arealität</th> <th>UKR¹⁾</th> </tr> <tr> <th>m²</th> <th>Mio. €</th> <th>Mio. €</th> <th>m²/Ew.</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>30</td> <td>*</td> <td>2,6</td> <td>0,03</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,4</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,8</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>60</td> <td>*</td> <td>0,5</td> <td>0,06</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,6</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,6</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>1,4</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>90</td> <td>0,5</td> <td>6,9</td> <td>0,09</td> <td>6</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich ¹⁾ Umsatz-Kaufkraft-Relation * aus Datenschutzgründen nicht darstellbar</p>	Sortiment	VKF	Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%	Nahrungs- und Genussmittel	30	*	2,6	0,03	*	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,4	-	-	Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	0,8	-	-	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	60	*	0,5	0,06	*	Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	-	-	0,6	-	-	Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	0,6	-	-	Sonstige Sortimente	-	-	1,4	-	-	Gesamt	90	0,5	6,9	0,09	6
Sortiment	VKF		Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾																																																						
	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%																																																							
Nahrungs- und Genussmittel	30	*	2,6	0,03	*																																																							
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,4	-	-																																																							
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	0,8	-	-																																																							
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	60	*	0,5	0,06	*																																																							
Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	-	-	0,6	-	-																																																							
Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	0,6	-	-																																																							
Sonstige Sortimente	-	-	1,4	-	-																																																							
Gesamt	90	0,5	6,9	0,09	6																																																							

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022



Einzelhandelssituation

Das funktionale Zentrum befindet sich in der Mittelstraße mit einem Bäcker, einem Pizzalieferservice und einer Gaststätte. In der Nähe befindet sich auch das Gemeinderathaus. Ein kleineres Elektrofachgeschäft ergänzt das örtliche Angebot.

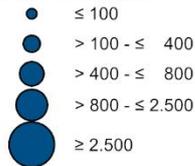
Insgesamt ist der Einzelhandelsbesatz mit einer Arealität von $< 0,1 \text{ m}^2$ je Einwohner und einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 6 % aber nur gering ausgeprägt. Vor diesem Hintergrund übernehmen die nahegelegenen Angebote in Nentershausen und Görghausen eine wichtige ergänzende (Nah-)Versorgungsfunktion.

Darüber hinaus sind die Innenstädte von Limburg (rd. 13 Minuten) und Montabaur (rd. 15 Minuten) in vergleichsweise kurzer Zeit zu erreichen.

4.1.4.7 Ortsgemeinde Nomborn



Verkaufsfläche in m²



Weitere Nutzungen

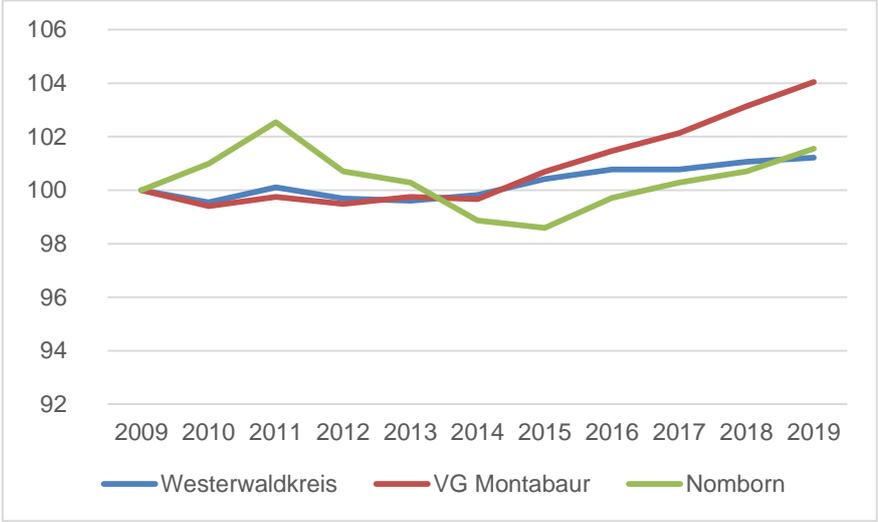
- private Dienstleistungen
- Gastronomie/ Freizeit
- Öffentliche Einrichtungen
- Leerstand



Kartengrundlage: © BKG 2020,
Datenquellen: http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf



Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Lage in der Verbandsgemeinde Montabaur	Innerhalb der Eisenbachgemeinden nimmt Nornborn eine Mittelpunktlage ein und wird von den Ortsgemeinden Girod, Nentershausen und Heilberscheid umgeben. Die Entfernung zum Mittelzentrum Montabaur beträgt rund zehn Kilometer.																																																											
Verkehrsanbindung	Über die als Kreisstraße qualifizierte Hauptstraße (K 162) besteht Anschluss an die östlich verlaufende L318 (Montabaur – Nentershausen – Diez) sowie die südlich verlaufende Kreisstraße K 163 (Heilberscheid – Nentershausen).																																																											
Zentralörtliche Funktion	-																																																											
Bevölkerungsstand (Quelle: VG Montabaur; Stand 31.12.2019)	713 Einwohner																																																											
Bevölkerungsentwicklung (Quelle: Statistisches Landesamt RLP)																																																												
Kaufkraft	4,6 Mio. € gesamt, davon 1,7 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren																																																											
Kennzahlen	300 m ² Verkaufsfläche 0,4 Mio. € Umsatz 0,42 m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 9 %																																																											
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th>VKF</th> <th>Umsatz- prognose</th> <th>Kaufkraft</th> <th>Arealität</th> <th>UKR¹⁾</th> </tr> <tr> <th>m²</th> <th>Mio. €</th> <th>Mio. €</th> <th>m²/Ew.</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>1,7</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,2</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,6</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,3</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>280</td> <td>*</td> <td>0,4</td> <td>0,39</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>20</td> <td>*</td> <td>0,4</td> <td>0,03</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,9</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>300</td> <td>0,4</td> <td>8,7</td> <td>0,42</td> <td>9</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich ¹⁾ Umsatz-Kaufkraft-Relation * aus Datenschutzgründen nicht darstellbar</p>	Sortiment	VKF	Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%	Nahrungs- und Genussmittel	-	-	1,7	-	-	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,2	-	-	Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	0,6	-	-	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	-	-	0,3	-	-	Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	280	*	0,4	0,39	*	Möbel, Einrichtungsbedarf	20	*	0,4	0,03	*	Sonstige Sortimente	-	-	0,9	-	-	Gesamt	300	0,4	8,7	0,42	9
Sortiment	VKF		Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾																																																						
	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%																																																							
Nahrungs- und Genussmittel	-	-	1,7	-	-																																																							
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,2	-	-																																																							
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	0,6	-	-																																																							
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	-	-	0,3	-	-																																																							
Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	280	*	0,4	0,39	*																																																							
Möbel, Einrichtungsbedarf	20	*	0,4	0,03	*																																																							
Sonstige Sortimente	-	-	0,9	-	-																																																							
Gesamt	300	0,4	8,7	0,42	9																																																							

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022



Einzelhandelssituation

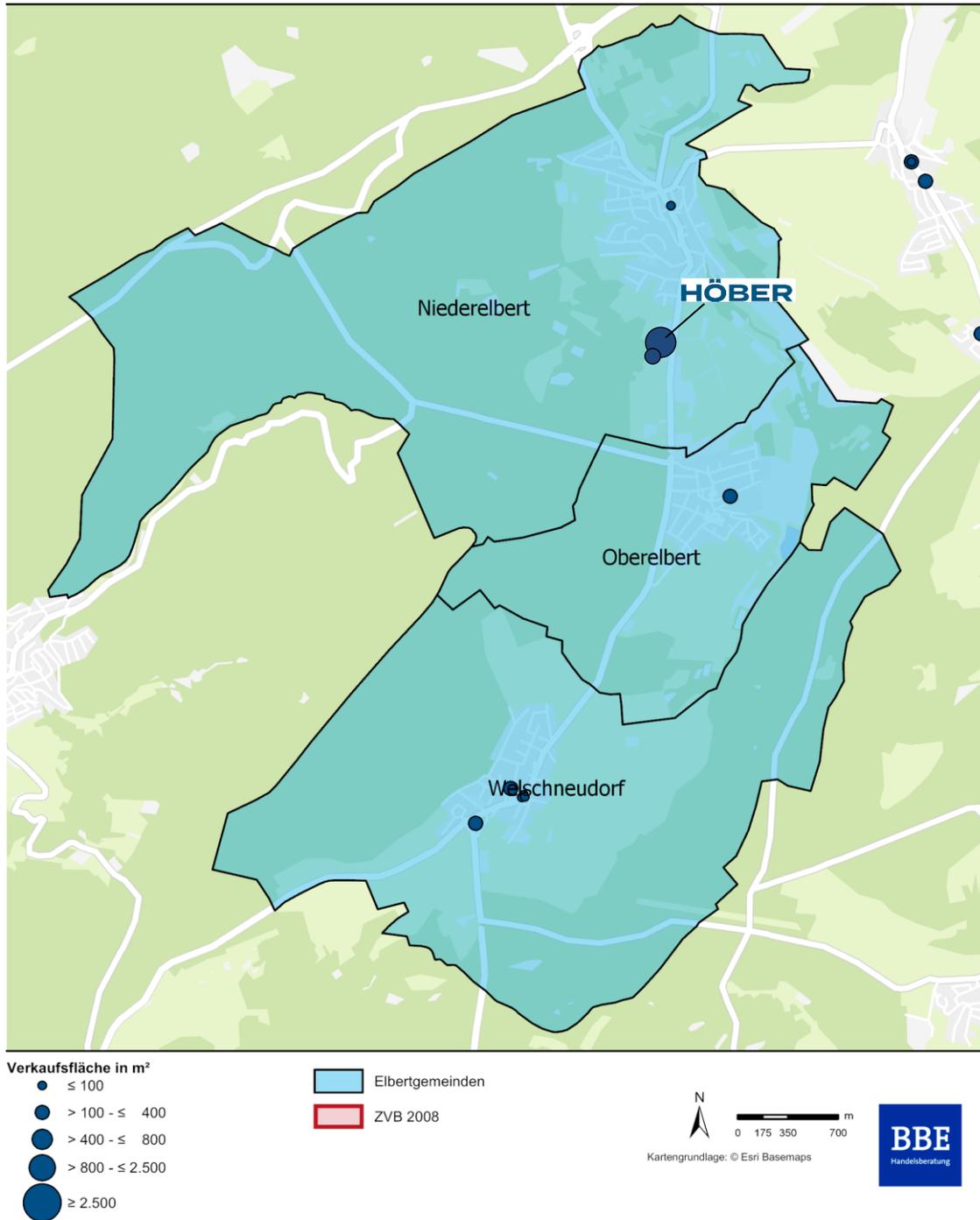
Einzigster Einzelhandelsbetrieb in Nornborn ist die am östlichen Ortseingangsbe-
reich gelegene Gärtnerei. Ergänzende Dienstleistungsbetriebe sind ein Friseur,
ein Schönheitssalon sowie ein Landhotel.

Bei einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 9 % wird der weit überwiegende
Teil der rd. 9 Mio. € lokalen Kaufkraft nicht vor Ort gebunden, sondern fließt an
umliegende Angebotsstandort ab. Hiervon werden insbesondere die nahversor-
gungsbezogenen Angebote in Nentershausen und Görghausen profitieren,
die in Fahrzeiten von rd. 3 Minuten (Nentershausen) bzw. 5 Minuten (Görghes-
hausen) zu erreichen sind.

4.1.5 Elbertgemeinden

Zu den südlich der Stadt Montabaur gelegenen Elbertgemeinden gehören die Ortsgemeinden Nieder- und Oberelbert sowie Welschneudorf mit insgesamt rd. 3.840 Einwohnern. Mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 1.900 m² entfällt auf die Elbertgemeinden allerdings nur ein Verkaufsflächenanteil von 1 %.

Karte 12: Übersicht Einzelhandelsbesatz Elbertgemeinden



Quelle: Eigene Darstellung

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Während in Oberelbert lediglich ein Einzelhandelsbetrieb vorzufinden ist, sind fünf der insgesamt neun Betriebe in der südlichen Ortsgemeinde Welschneudorf ansässig.

Das Gros der Verkaufsfläche entfällt allerdings auf die Ortsgemeinde Niederelbert (rd. 1.430 m²) und ist im Wesentlichen auf den im Gewerbegebiet „Stockland“ gelegenen Baufachhandel Höber zu erklären. Neben dem vor allem auf gewerbliche Kunden ausgerichteten Baustoffhandel verfügt dieser zudem über einen gut sortierten Baufachmarkt.

Tabelle 7: Einzelhandelsbezogenen Kennwerte in den Elbertgemeinden

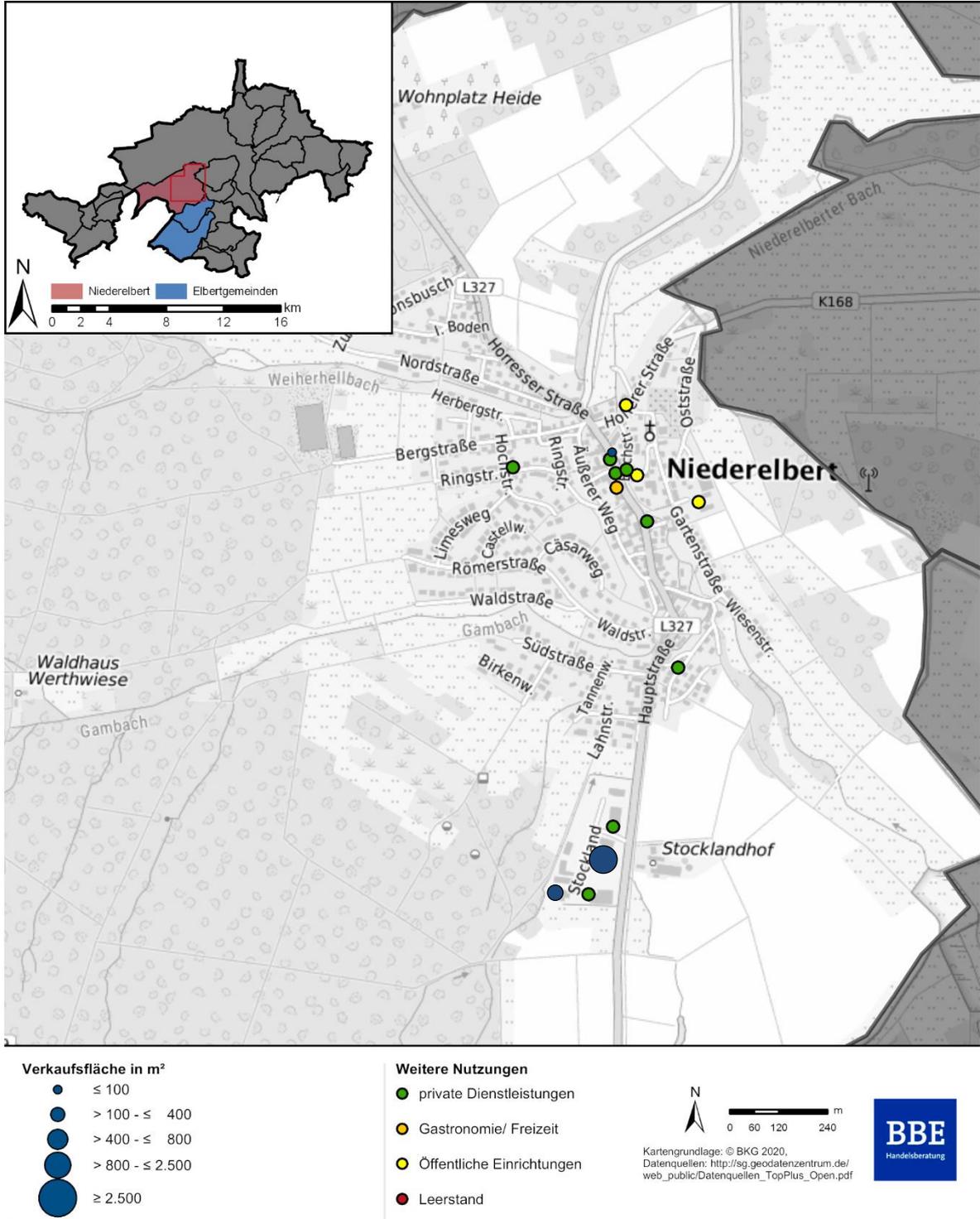
Sortiment	Verkaufsfläche	Umsatzprognose	Kaufkraftpotenzial	Umsatz-Kaufkraft-Relation
	in €	in Mio. €	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	480	2,0	10,0	20
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	35	*	1,4	*
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, medizinische, orthopädische Artikel, Hörgeräte	40	2,5	2,9	87
Bekleidung, Wäsche, Schuhe, Lederwaren, Sport	-	-	3,1	-
Unterhaltungselektronik, Computer, Telekom., Elektrogeräte, Foto	-	-	1,9	-
Bau- / Gartenbedarf, Blumen, Zoobedarf	1.305	1,7	2,6	68
Möbel / Einrichtungsbedarf ¹⁾	50	*	2,4	*
sonstige Sortimente ²⁾	10	*	2,5	*
Gesamt	1.920	6,5	26,7	27

¹⁾ Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen Glas, Porzellan, Keramik
²⁾ Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst / Antiquitäten
 * aus Datenschutzgründen nicht darstellbar
 Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IfH-Daten und unter Verwendung der sortimentsbezogenen MBR-Kaufkraftkennziffern

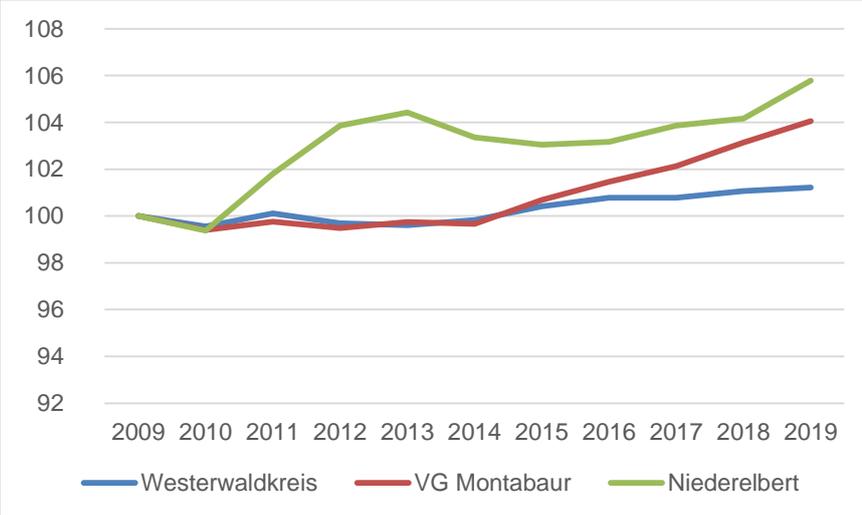
Insgesamt wird in den Elbertgemeinden eine Umsatzleistung in Höhe von rd. 6,5 Mio. € erwirtschaftet, was insbesondere auf die in Niederelbert ansässigen Anbieter (Baufachhandel/ Apotheke) zurückzuführen ist. Darüber hinaus besteht lediglich bei Nahrungs- und Genussmitteln (rd. 480 m² bzw. rd. 2 Mio. €) ein weiterer Angebotsschwerpunkt.

Dabei kann der lokale Einzelhandel die vorhandenen Kaufkraftpotenziale bei weitem nicht an sich binden, sodass per Saldo rd. 20 Mio. € an umliegende Angebotsstandorte abfließt und sich in einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 27 % niederschlägt.

4.1.5.1 Ortsgemeinde Niederelbert



Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Lage in der Verbandsgemeinde Montabaur	Die Ortsgemeinde Niederelbert ist Teil der Elbertgemeinden und grenzt unmittelbar südlich an das Stadtgebiet von Montabaur. Östlich grenzen die Ortsgemeinden Holler und Untershausen sowie südlich die Ortsgemeinde Oberelbert und die VG Bad Ems – Nassau an Niederelbert.																																																											
Verkehrsanbindung	Hauptverkehrsachse von Niederelbert ist die das Gemeindegebiet in nord-südlicher Richtung querende Landesstraße L327, über die in nördlicher Richtung die B 49 angebunden ist. Darüber hinaus besteht über die Koblenzer Straße (K 168) eine direkt Verbindung in das lediglich 4 km entfernte Stadtzentrum von Montabaur.																																																											
Zentralörtliche Funktion	-																																																											
Bevölkerungsstand (Quelle: VG Montabaur; Stand 31.12.2019)	1.714 Einwohner																																																											
Bevölkerungsentwicklung (Quelle: Statistisches Landesamt RLP)	 <table border="1"> <caption>Bevölkerungsentwicklung (Index 2009 = 100)</caption> <thead> <tr> <th>Jahr</th> <th>Westerwaldkreis</th> <th>VG Montabaur</th> <th>Niederelbert</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2009</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td></tr> <tr><td>2010</td><td>99</td><td>99</td><td>99</td></tr> <tr><td>2011</td><td>100</td><td>100</td><td>102</td></tr> <tr><td>2012</td><td>99</td><td>99</td><td>104</td></tr> <tr><td>2013</td><td>100</td><td>100</td><td>104</td></tr> <tr><td>2014</td><td>100</td><td>100</td><td>103</td></tr> <tr><td>2015</td><td>101</td><td>101</td><td>103</td></tr> <tr><td>2016</td><td>101</td><td>102</td><td>104</td></tr> <tr><td>2017</td><td>101</td><td>103</td><td>104</td></tr> <tr><td>2018</td><td>101</td><td>104</td><td>105</td></tr> <tr><td>2019</td><td>101</td><td>104</td><td>106</td></tr> </tbody> </table>	Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Niederelbert	2009	100	100	100	2010	99	99	99	2011	100	100	102	2012	99	99	104	2013	100	100	104	2014	100	100	103	2015	101	101	103	2016	101	102	104	2017	101	103	104	2018	101	104	105	2019	101	104	106											
Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Niederelbert																																																									
2009	100	100	100																																																									
2010	99	99	99																																																									
2011	100	100	102																																																									
2012	99	99	104																																																									
2013	100	100	104																																																									
2014	100	100	103																																																									
2015	101	101	103																																																									
2016	101	102	104																																																									
2017	101	103	104																																																									
2018	101	104	105																																																									
2019	101	104	106																																																									
Kaufkraft	12,4 Mio. € gesamt, davon 4,6 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren																																																											
Kennzahlen	1.430 m ² Verkaufsfläche 4,5 Mio. € Umsatz 0,83 m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 36 %																																																											
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th>VKF</th> <th>Umsatz- prognose</th> <th>Kaufkraft</th> <th>Arealität</th> <th>UKR¹⁾</th> </tr> <tr> <th>m²</th> <th>Mio. €</th> <th>Mio. €</th> <th>m²/Ew.</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>240</td> <td>*</td> <td>4,6</td> <td>0,14</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,6</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>1,5</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,9</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>1.150</td> <td>*</td> <td>1,2</td> <td>0,67</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>1,1</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>40</td> <td>*</td> <td>2,5</td> <td>0,02</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>1.430</td> <td>4,5</td> <td>12,4</td> <td>0,83</td> <td>36</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich ¹⁾ Umsatz-Kaufkraft-Relation * aus Datenschutzgründen nicht darstellbar</p>	Sortiment	VKF	Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%	Nahrungs- und Genussmittel	240	*	4,6	0,14	*	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,6	-	-	Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	1,5	-	-	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	-	-	0,9	-	-	Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	1.150	*	1,2	0,67	*	Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	1,1	-	-	Sonstige Sortimente	40	*	2,5	0,02	*	Gesamt	1.430	4,5	12,4	0,83	36
Sortiment	VKF		Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾																																																						
	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%																																																							
Nahrungs- und Genussmittel	240	*	4,6	0,14	*																																																							
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,6	-	-																																																							
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	1,5	-	-																																																							
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	-	-	0,9	-	-																																																							
Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	1.150	*	1,2	0,67	*																																																							
Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	1,1	-	-																																																							
Sonstige Sortimente	40	*	2,5	0,02	*																																																							
Gesamt	1.430	4,5	12,4	0,83	36																																																							

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022



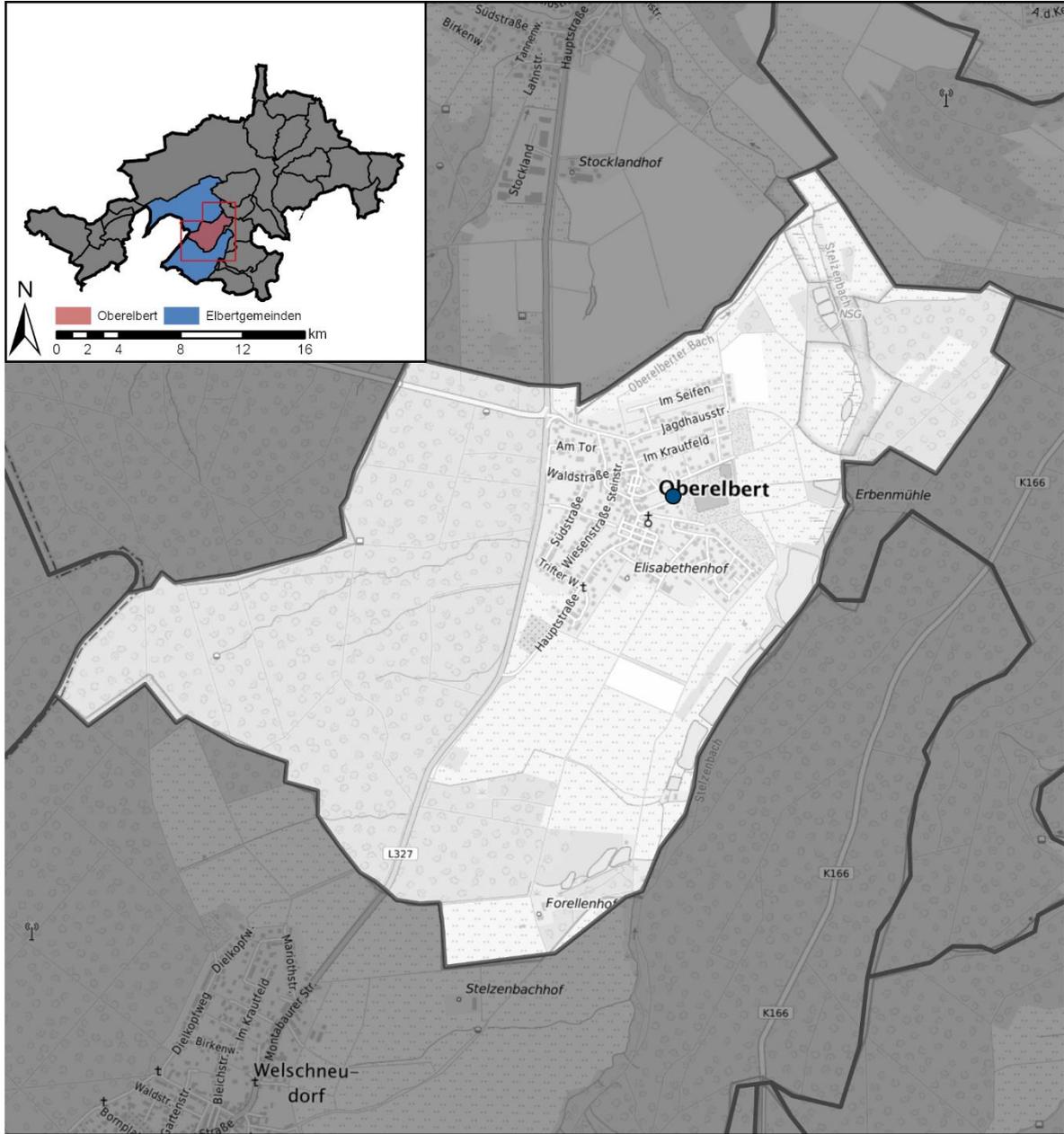
Einzelhandelssituation

Im städtebaulich attraktiv gestalteten Kreuzungsbereich von Haupt-, Kirch- und Bachstraße sind in räumlicher Nähe zum Rathaus gleich eine Vielzahl an Dienstleistungsbetrieben (u.a. Eisdiele, Pizzeria, Gaststätte, Fahrschule) vorzufinden, die von der Elbert-Apotheke ergänzt werden. Die bislang in der Bachstraße ansässige Metzgerei soll im Nachgang der stattgefundenen Erhebungen geschlossen werden.

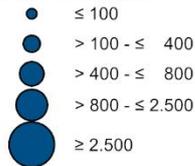
Das Gros der Verkaufsfläche entfällt allerdings auf den im südlich gelegenen Gewerbegebiet ansässigen Höber Baufachmarkt. Darüber hinaus ist auch ein kleinerer Getränkemarkt im Gewerbegebiet vorhanden.

Trotz einer funktionsvielfältigen Ortsmitte sowie der ergänzenden Strukturen im Gewerbegebiet kann der überwiegende Teil des einzelhandelsbezogenen Kaufkraftpotenzials von rd. 12 Mio. € aber nicht vor Ort gebunden werden, sondern fließt an umliegende Angebotsstandorte ab.

4.1.5.2 Ortsgemeinde Oberelbert



Verkaufsfläche in m²



Weitere Nutzungen

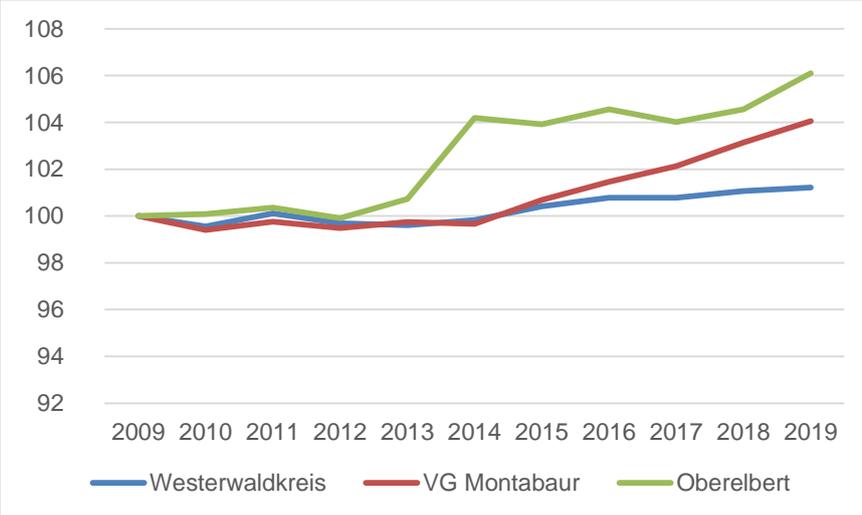
- private Dienstleistungen
- Gastronomie/ Freizeit
- Öffentliche Einrichtungen
- Leerstand



Kartengrundlage: © BKG 2020,
 Datenquellen: http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf



Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Lage in der Verbandsge- meinde Montabaur	Die Ortsgemeinde Oberelbert stellt das geographische Zentrum der Elbertge- meinden dar und befindet sich rd. 6 km südlich des Mittelzentrums Montabaur. Sie grenzt im Norden an Niederelbert und Untershausen, im Osten an Daubach, im Süden an Welschneudorf und im Westen an die Ortsgemeinde Arzbach (VG Bad Ems-Nassau) und Daubach.																																																											
Verkehrsanbindung	Bedeutendster Verkehrsträger ist die das Gemeindegebiet in nord-südlicher Richtung querende Landesstraße L 327, über die das nördlich gelegene Monta- baur in rd. 9 Pkw-Minuten zu erreichen ist. Der Ortskern wird von der Haupt- straße erschlossen.																																																											
Zentralörtliche Funktion	-																																																											
Bevölkerungsstand (Quelle: VG Montabaur; Stand 31.12.2019)	1.165 Einwohner																																																											
Bevölkerungsentwicklung (Quelle: Statistisches Landesamt RLP)	 <table border="1"> <caption>Bevölkerungsentwicklung (Index 2009 = 100)</caption> <thead> <tr> <th>Jahr</th> <th>Westerwaldkreis</th> <th>VG Montabaur</th> <th>Oberelbert</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2009</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td></tr> <tr><td>2010</td><td>99</td><td>98</td><td>100</td></tr> <tr><td>2011</td><td>100</td><td>99</td><td>101</td></tr> <tr><td>2012</td><td>99</td><td>98</td><td>100</td></tr> <tr><td>2013</td><td>99</td><td>98</td><td>101</td></tr> <tr><td>2014</td><td>100</td><td>99</td><td>104</td></tr> <tr><td>2015</td><td>101</td><td>101</td><td>104</td></tr> <tr><td>2016</td><td>101</td><td>102</td><td>105</td></tr> <tr><td>2017</td><td>101</td><td>103</td><td>104</td></tr> <tr><td>2018</td><td>101</td><td>105</td><td>105</td></tr> <tr><td>2019</td><td>111</td><td>141</td><td>161</td></tr> </tbody> </table>	Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Oberelbert	2009	100	100	100	2010	99	98	100	2011	100	99	101	2012	99	98	100	2013	99	98	101	2014	100	99	104	2015	101	101	104	2016	101	102	105	2017	101	103	104	2018	101	105	105	2019	111	141	161											
Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Oberelbert																																																									
2009	100	100	100																																																									
2010	99	98	100																																																									
2011	100	99	101																																																									
2012	99	98	100																																																									
2013	99	98	101																																																									
2014	100	99	104																																																									
2015	101	101	104																																																									
2016	101	102	105																																																									
2017	101	103	104																																																									
2018	101	105	105																																																									
2019	111	141	161																																																									
Kaufkraft	7,7 Mio. € gesamt, davon 2,9 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren																																																											
Kennzahlen	110 m ² Verkaufsfläche 0,5 Mio. € Umsatz 0,09 m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 6 %																																																											
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th>VKF</th> <th>Umsatz- prognose</th> <th>Kaufkraft</th> <th>Arealität</th> <th>UKR¹⁾</th> </tr> <tr> <th>m²</th> <th>Mio. €</th> <th>Mio. €</th> <th>m²/Ew.</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>90</td> <td>*</td> <td>2,9</td> <td>0,08</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>15</td> <td>*</td> <td>0,4</td> <td>0,01</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,9</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,6</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,7</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,7</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>5</td> <td>-</td> <td>1,5</td> <td>-</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>110</td> <td>*</td> <td>7,7</td> <td>0,09</td> <td>*</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich ¹⁾ Umsatz-Kaufkraft-Relation * aus Datenschutzgründen nicht darstellbar</p>	Sortiment	VKF	Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%	Nahrungs- und Genussmittel	90	*	2,9	0,08	*	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	15	*	0,4	0,01	*	Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	0,9	-	-	Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren	-	-	0,6	-	-	Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	-	-	0,7	-	-	Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	0,7	-	-	Sonstige Sortimente	5	-	1,5	-	2	Gesamt	110	*	7,7	0,09	*
Sortiment	VKF		Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾																																																						
	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%																																																							
Nahrungs- und Genussmittel	90	*	2,9	0,08	*																																																							
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	15	*	0,4	0,01	*																																																							
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	0,9	-	-																																																							
Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren	-	-	0,6	-	-																																																							
Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	-	-	0,7	-	-																																																							
Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	0,7	-	-																																																							
Sonstige Sortimente	5	-	1,5	-	2																																																							
Gesamt	110	*	7,7	0,09	*																																																							

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

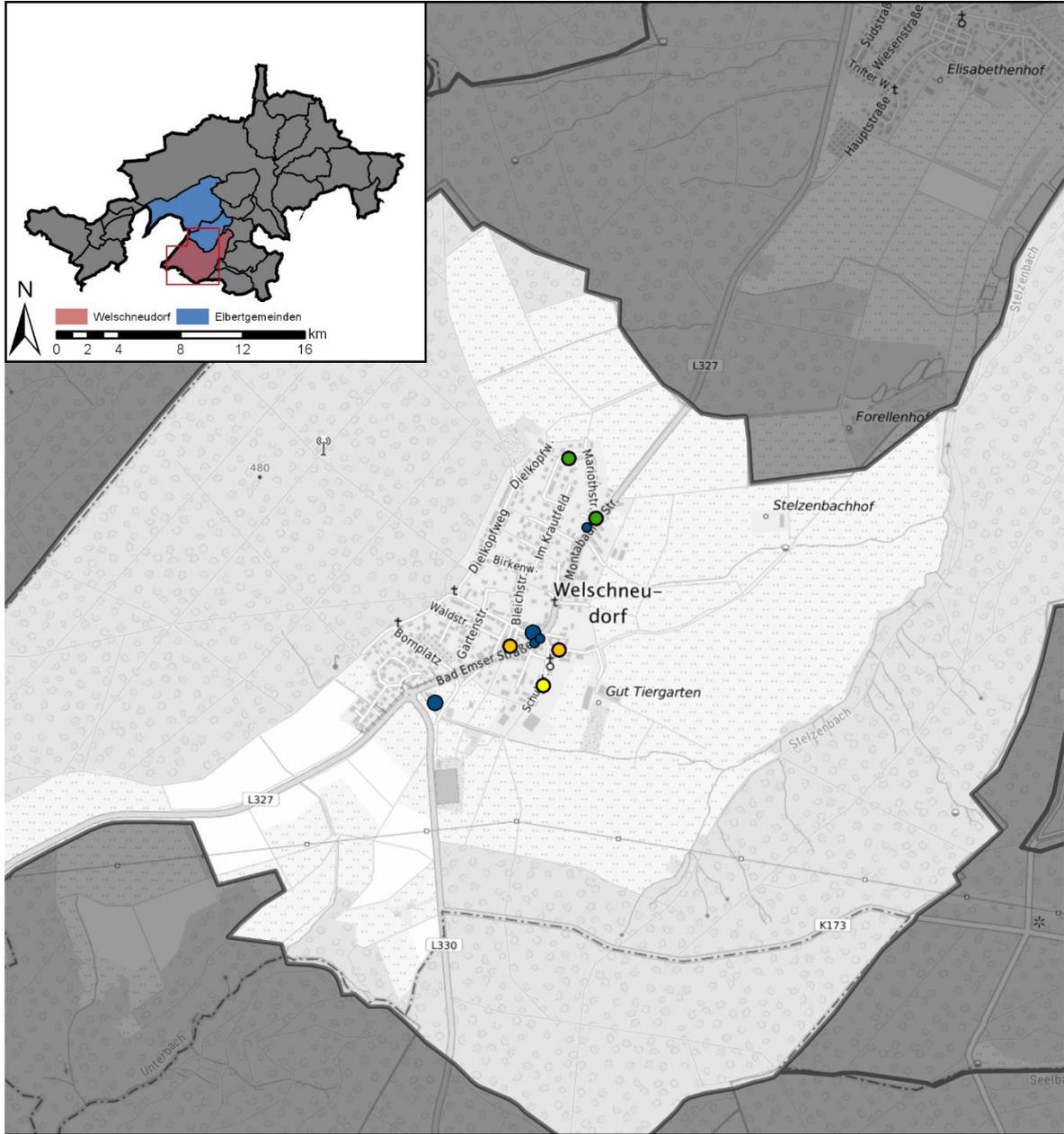


Einzelhandelssituation

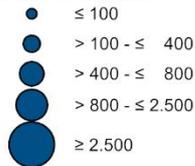
Das Einzelhandelsangebot konzentriert sich auf ein zentral in Oberelbert, in räumlicher Nähe zu den sonstigen zentralen Einrichtungen (u.a. Stelzenbachhalle, St. Laurentius-Kirche, Sportplatz, Feuerwehr, Bushaltestelle) gelegenes kleinteiliges Lebensmittelgeschäft. Damit besteht für die knapp 1.200 in Oberelbert lebende Bevölkerung immerhin die Möglichkeit, Waren des täglichen Bedarfs wohnortnah einzukaufen.

Dennoch wird der überwiegende Teil der örtlichen Kaufkraft – insbesondere in den nicht nahversorgungsbezogenen Sortimenten – an Angebotsstandorten im Umland gebunden werden.

4.1.5.3 Ortsgemeinde Welschneudorf



Verkaufsfläche in m²



Weitere Nutzungen

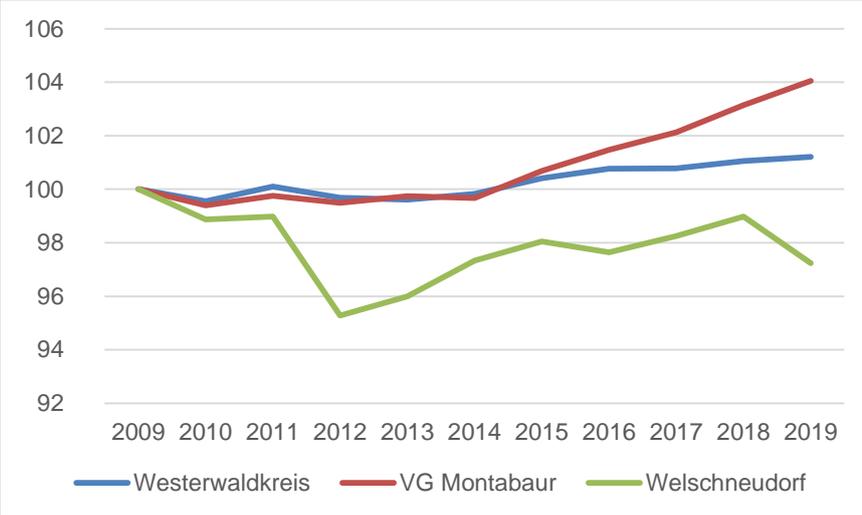
- private Dienstleistungen
- Gastronomie/ Freizeit
- Öffentliche Einrichtungen
- Leerstand



Kartengrundlage: © BKG 2020,
 Datenquellen: http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf



Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Lage in der Verbandsgemeinde Montabaur	Welschneudorf ist die südlichste der Elbertgemeinden und grenzt im Norden an Oberelbert, nordöstlich an Daubach und östlich an das Buchfinkenland. Südlich und westlich beginnt das Verbandsgemeindegebiet der VG Bad Ems-Nassau.																																																											
Verkehrsanbindung	Über die beiden Landesstraßen L 327 und L 330 ist Welschneudorf an sein regionales Umland angebunden, über die die Stadt Montabaur in rd. 11 Minuten sowie die beiden der benachbarten Verbandsgemeinde angehörigen zentrale Orte Bad Ems (rd. 14 Minuten) bzw. Nassau (rd. 11 Minuten) zu erreichen sind. Hierbei stellt die L 327 zugleich auch die Hauptdurchfahrtsstraße dar, entlang derer sich der Großteil der vorgefundenen Nutzungen befinden.																																																											
Zentralörtliche Funktion	-																																																											
Bevölkerungsstand (Quelle: VG Montabaur; Stand 31.12.2019)	960 Einwohner																																																											
Bevölkerungsentwicklung (Quelle: Statistisches Landesamt RLP)	 <table border="1"> <caption>Bevölkerungsentwicklung (Index 2009=100)</caption> <thead> <tr> <th>Jahr</th> <th>Westerwaldkreis</th> <th>VG Montabaur</th> <th>Welschneudorf</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2009</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td></tr> <tr><td>2010</td><td>99</td><td>99</td><td>99</td></tr> <tr><td>2011</td><td>100</td><td>100</td><td>99</td></tr> <tr><td>2012</td><td>99</td><td>99</td><td>95</td></tr> <tr><td>2013</td><td>99</td><td>99</td><td>96</td></tr> <tr><td>2014</td><td>99</td><td>99</td><td>97</td></tr> <tr><td>2015</td><td>100</td><td>100</td><td>98</td></tr> <tr><td>2016</td><td>101</td><td>101</td><td>97</td></tr> <tr><td>2017</td><td>101</td><td>102</td><td>98</td></tr> <tr><td>2018</td><td>101</td><td>103</td><td>99</td></tr> <tr><td>2019</td><td>101</td><td>104</td><td>97</td></tr> </tbody> </table>	Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Welschneudorf	2009	100	100	100	2010	99	99	99	2011	100	100	99	2012	99	99	95	2013	99	99	96	2014	99	99	97	2015	100	100	98	2016	101	101	97	2017	101	102	98	2018	101	103	99	2019	101	104	97											
Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Welschneudorf																																																									
2009	100	100	100																																																									
2010	99	99	99																																																									
2011	100	100	99																																																									
2012	99	99	95																																																									
2013	99	99	96																																																									
2014	99	99	97																																																									
2015	100	100	98																																																									
2016	101	101	97																																																									
2017	101	102	98																																																									
2018	101	103	99																																																									
2019	101	104	97																																																									
Kaufkraft	6,7 Mio. € gesamt, davon 2,5 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren																																																											
Kennzahlen	380 m ² Verkaufsfläche 1,5 Mio. € Umsatz 0,40 m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 22 %																																																											
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th>VKF</th> <th>Umsatz- prognose</th> <th>Kaufkraft</th> <th>Arealität</th> <th>UKR¹⁾</th> </tr> <tr> <th>m²</th> <th>Mio. €</th> <th>Mio. €</th> <th>m²/Ew.</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>150</td> <td>1,1</td> <td>2,5</td> <td>0,16</td> <td>42</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>20</td> <td>0,1</td> <td>0,3</td> <td>0,02</td> <td>23</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,8</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,5</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>155</td> <td>0,2</td> <td>0,6</td> <td>0,16</td> <td>38</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>50</td> <td>0,1</td> <td>0,6</td> <td>0,05</td> <td>13</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>5</td> <td>-</td> <td>1,3</td> <td>0,01</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>380</td> <td>1,5</td> <td>8,7</td> <td>0,40</td> <td>22</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich ¹⁾ Umsatz-Kaufkraft-Relation * aus Datenschutzgründen nicht darstellbar</p>	Sortiment	VKF	Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%	Nahrungs- und Genussmittel	150	1,1	2,5	0,16	42	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	20	0,1	0,3	0,02	23	Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	0,8	-	-	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	-	-	0,5	-	-	Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	155	0,2	0,6	0,16	38	Möbel, Einrichtungsbedarf	50	0,1	0,6	0,05	13	Sonstige Sortimente	5	-	1,3	0,01	2	Gesamt	380	1,5	8,7	0,40	22
Sortiment	VKF		Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾																																																						
	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%																																																							
Nahrungs- und Genussmittel	150	1,1	2,5	0,16	42																																																							
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	20	0,1	0,3	0,02	23																																																							
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	0,8	-	-																																																							
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	-	-	0,5	-	-																																																							
Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	155	0,2	0,6	0,16	38																																																							
Möbel, Einrichtungsbedarf	50	0,1	0,6	0,05	13																																																							
Sonstige Sortimente	5	-	1,3	0,01	2																																																							
Gesamt	380	1,5	8,7	0,40	22																																																							

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022



Einzelhandelssituation

In Welschneudorf wird mit den in räumlicher Nähe zueinander befindlichen „Nah und Gut Best“-Lebensmittelladen, der Bäckerei Nink sowie der Fleischerei Lehmler ein kleinteiliges, allerdings umfassendes Nahversorgungsangebot vorgehalten. Dementsprechend liegt auch der Angebotsschwerpunkt des örtlichen Einzelhandels eindeutig in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten, auf die etwa 80 % des getätigten Einzelhandelsumsatzes entfällt.

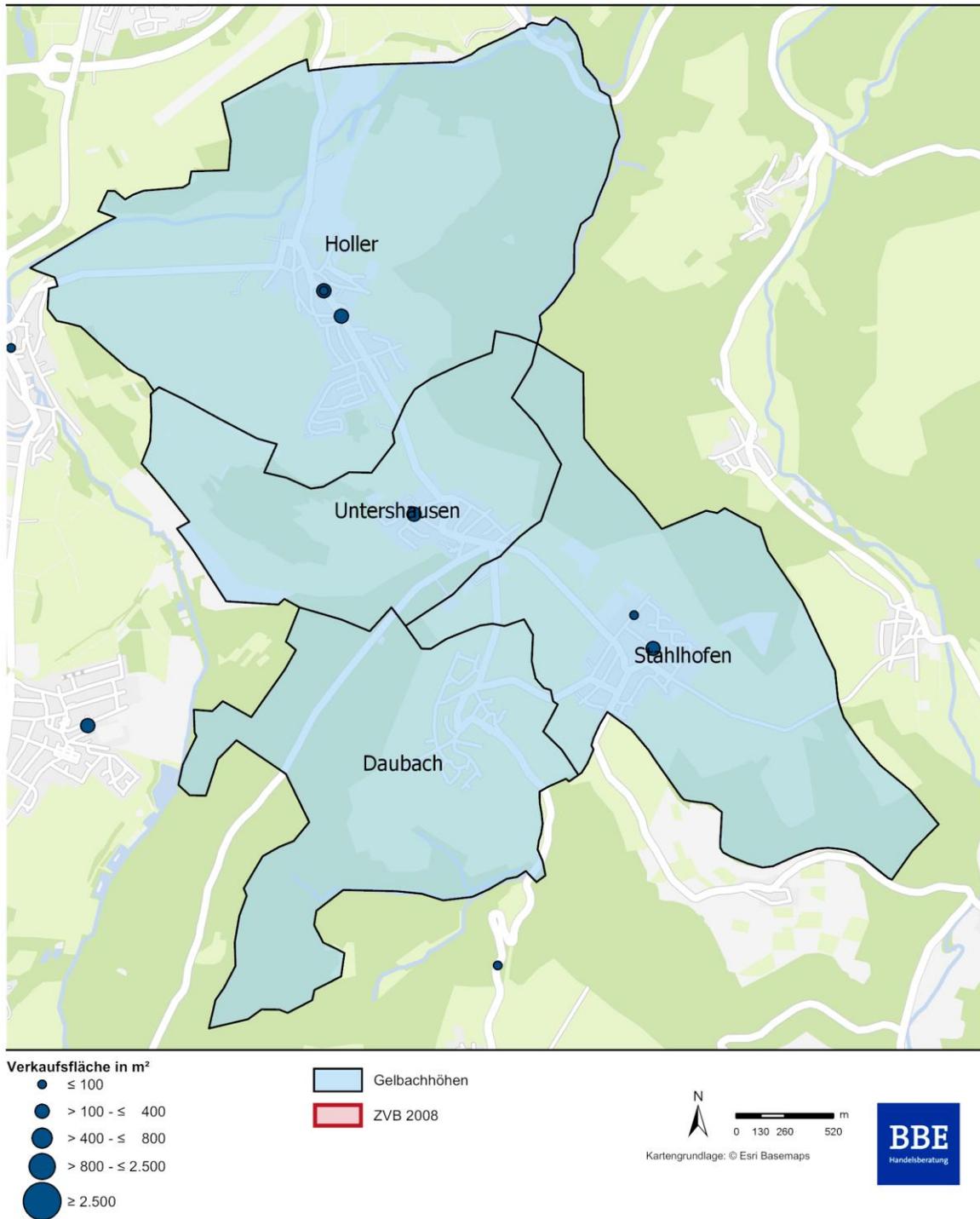
Dabei sind mit dem Rathaus, der Kastanien-Grundschule, der Kurfürstenhalle sowie der Kirche weitere frequenzbringende Einrichtungen im Umfeld der Lebensmittelbetriebe vorzufinden.

Ergänzt wird Einzelhandelsangebot von einer Gaststätte, einem Hotel / Restaurant, einem Frisör und einer Zahnarztpraxis.

4.1.6 Gelbachhöhen

Die Gelbachhöhen umfassen die südlich von Montabaur gelegenen Ortsgemeinden Holler, Untershausen, Stahlhofen und Daubach mit insgesamt rd. 2.700 Einwohnern.

Karte 13: Übersicht Einzelhandelsbesatz Gelbachhöhen



Quelle: Eigene Darstellung

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Insgesamt sind in diesem Teilraum sechs Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 660 m² ansässig, davon drei in der Ortsgemeinde Holler, zwei in der Ortsgemeinde Stahlhofen und ein Einzelhändler in der Ortsgemeinde Untershausen. Die südliche Ortsgemeinde Daubach weist demgegenüber keinen Einzelhandel auf.

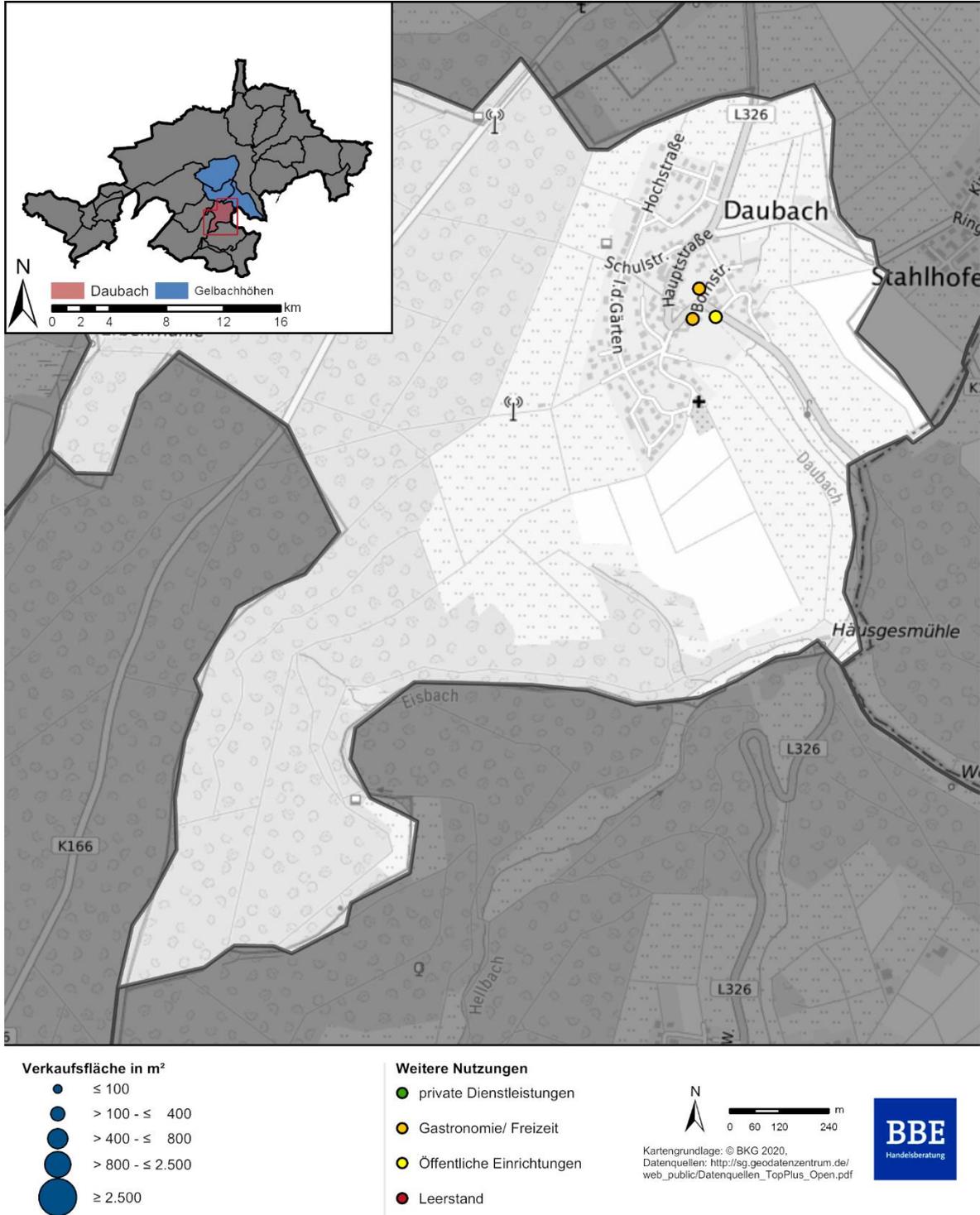
Tabelle 8: Einzelhandelsbezogen Kennwerte in den Gelbachhöhen

Sortiment	Verkaufsfläche	Umsatzprognose	Kaufkraftpotenzial	Umsatz-Kaufkraft-Relation
	in €	in Mio. €	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	30	*	7,0	*
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	-	-	1,0	-
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, medizinische, orthopädische Artikel, Hörgeräte	-	-	2,0	-
Bekleidung, Wäsche, Schuhe, Lederwaren, Sport	-	-	2,3	-
Unterhaltungselektronik, Computer, Telekom., Elektrogeräte, Foto	180	0,8	1,4	57
Bau- / Gartenbedarf, Blumen, Zoobedarf	320	0,6	1,7	32
Möbel / Einrichtungsbedarf ¹⁾	20	*	1,7	*
sonstige Sortimente ²⁾	110	0,3	1,8	19
Gesamt	660	1,9	18,8	10

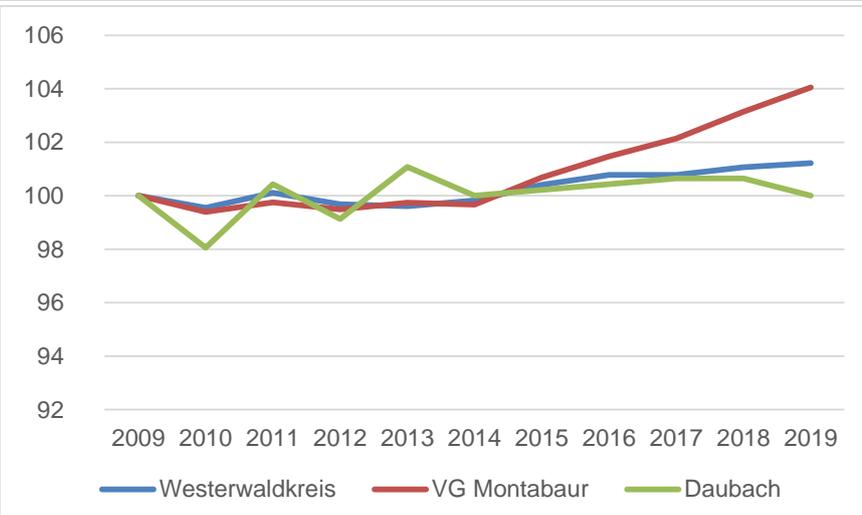
¹⁾ Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen Glas, Porzellan, Keramik
²⁾ Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst / Antiquitäten
Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IfH-Daten und unter Verwendung der sortimentsbezogenen MBR-Kaufkraftkennziffern

Mit einer Umsatzleistung von insgesamt rd. 1,9 Mio. € kann der lokale Einzelhandel per Saldo etwa 10 % des örtlichen Kaufkraftpotenzials binden. Der weit überwiegende Teil wird demnach an umliegende Angebotsstandorte abfließen, hier insbesondere das rd. 8 Pkw-Minuten entfernt gelegene Mittelzentrum Montabaur.

4.1.6.1 Ortsgemeinde Daubach



Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Lage in der Verbandsge- meinde Montabaur	Daubach ist die südlichste Ortsgemeinde der Gelbachhöhen und befindet sich etwa 6 Kilometer vom Stadtkern des Mittelzentrums Montabaur entfernt. An Daubach grenzen im Norden bzw. Nordosten die Ortsgemeinden Untershausen und Stahlhofen, im Osten die Ortsgemeinde Isselbach (VG Diez), im Süden die Ortsgemeinde Horbach und im Westen Oberelbert und Welschneudorf.																																																											
Verkehrsanbindung	Wichtigste Verkehrsachse der Gemeinde ist die Landstraße L326, die eine direkte Anbindung an das nahegelegene Mittelzentrum gewährleistet und zugleich das südlich gelegene Buchfinkenland anbindet.																																																											
Zentralörtliche Funktion	-																																																											
Bevölkerungsstand (Quelle: VG Montabaur; Stand 31.12.2019)	460 Einwohner																																																											
Bevölkerungsentwicklung (Quelle: Statistisches Landesamt RLP)	 <table border="1"> <caption>Bevölkerungsentwicklung (geschätzt)</caption> <thead> <tr> <th>Jahr</th> <th>Westerwaldkreis</th> <th>VG Montabaur</th> <th>Daubach</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2009</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td></tr> <tr><td>2010</td><td>99</td><td>99</td><td>98</td></tr> <tr><td>2011</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td></tr> <tr><td>2012</td><td>99</td><td>99</td><td>99</td></tr> <tr><td>2013</td><td>100</td><td>100</td><td>101</td></tr> <tr><td>2014</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td></tr> <tr><td>2015</td><td>100</td><td>101</td><td>100</td></tr> <tr><td>2016</td><td>101</td><td>102</td><td>100</td></tr> <tr><td>2017</td><td>101</td><td>103</td><td>100</td></tr> <tr><td>2018</td><td>101</td><td>104</td><td>100</td></tr> <tr><td>2019</td><td>101</td><td>104</td><td>100</td></tr> </tbody> </table>	Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Daubach	2009	100	100	100	2010	99	99	98	2011	100	100	100	2012	99	99	99	2013	100	100	101	2014	100	100	100	2015	100	101	100	2016	101	102	100	2017	101	103	100	2018	101	104	100	2019	101	104	100											
Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Daubach																																																									
2009	100	100	100																																																									
2010	99	99	98																																																									
2011	100	100	100																																																									
2012	99	99	99																																																									
2013	100	100	101																																																									
2014	100	100	100																																																									
2015	100	101	100																																																									
2016	101	102	100																																																									
2017	101	103	100																																																									
2018	101	104	100																																																									
2019	101	104	100																																																									
Kaufkraft	3,4 Mio. € gesamt, davon 1,3 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren																																																											
Kennzahlen	- m ² Verkaufsfläche - Mio. € Umsatz - m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation - %																																																											
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th>VKF</th> <th>Umsatz- prognose</th> <th>Kaufkraft</th> <th>Arealität</th> <th>UKR¹⁾</th> </tr> <tr> <th>m²</th> <th>Mio. €</th> <th>Mio. €</th> <th>m²/Ew.</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>1,3</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,2</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,4</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,2</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,3</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,3</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,7</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>3,4</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich ¹⁾ Umsatz-Kaufkraft-Relation * aus Datenschutzgründen nicht darstellbar</p>	Sortiment	VKF	Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%	Nahrungs- und Genussmittel	-	-	1,3	-	-	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,2	-	-	Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	0,4	-	-	Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren	-	-	0,2	-	-	Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	-	-	0,3	-	-	Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	0,3	-	-	Sonstige Sortimente	-	-	0,7	-	-	Gesamt	-	-	3,4	-	-
Sortiment	VKF		Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾																																																						
	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%																																																							
Nahrungs- und Genussmittel	-	-	1,3	-	-																																																							
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,2	-	-																																																							
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	0,4	-	-																																																							
Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren	-	-	0,2	-	-																																																							
Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	-	-	0,3	-	-																																																							
Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	0,3	-	-																																																							
Sonstige Sortimente	-	-	0,7	-	-																																																							
Gesamt	-	-	3,4	-	-																																																							

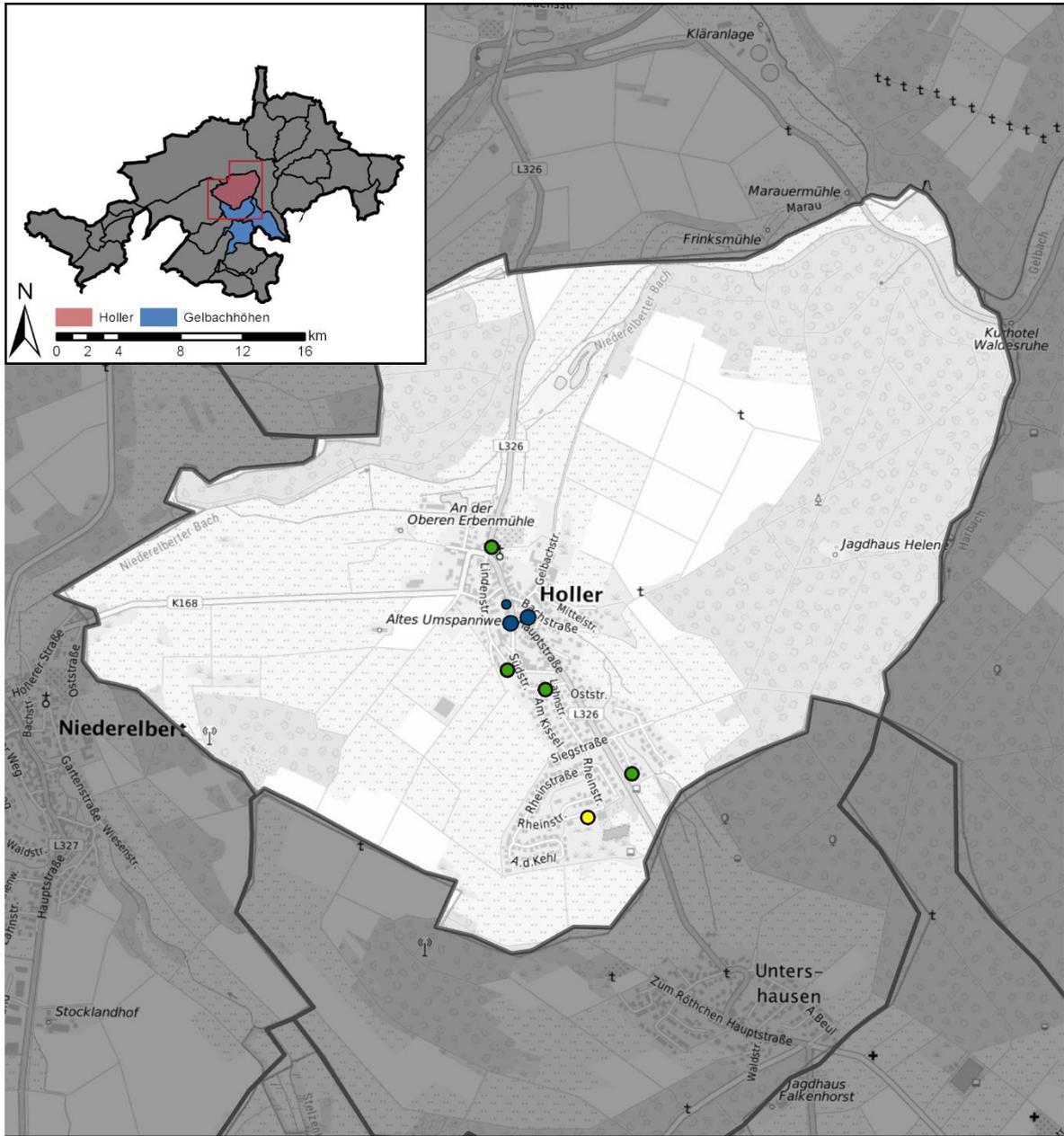
Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022



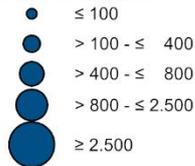
Einzelhandelssituation

In Daubach findet man mit einem Restaurant und dem Dorfcafé im Heimathaus zwei gastronomische Betriebe. Darüber hinaus sind mit zwei Spielplätzen, dem Rathaus und dem Sitz des DRK Ortsvereins weitere Ortsbildprägende Nutzungen in zentraler Lage von Daubach vorhanden. Demgegenüber ist kein Einzelhandel vorzufinden, sodass sich die örtliche Bevölkerung vollumfänglich an umliegenden Angebotsstandorten versorgen muss.

4.1.6.2 Ortsgemeinde Holler



Verkaufsfläche in m²



Weitere Nutzungen

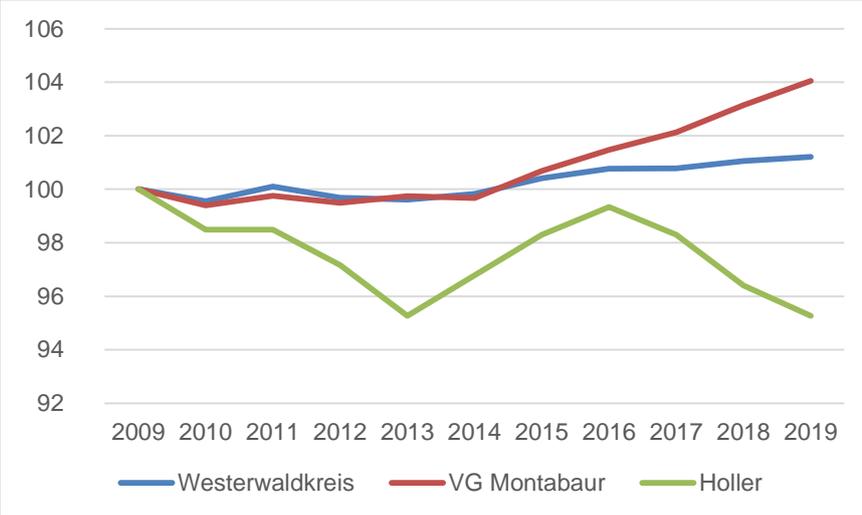
- private Dienstleistungen
- Gastronomie/ Freizeit
- Öffentliche Einrichtungen
- Leerstand



Kartengrundlage: © BKG 2020,
 Datenquellen: http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf



Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Lage in der Verbandsgemeinde Montabaur	Holler ist die nördlichste Ortsgemeinde der Gelbachhöhen und grenzt sowohl im Norden als auch im Osten an das Stadtgebiet von Montabaur. Weitere Nachbarn sind die Ortsgemeinden Untershausen (Süden) und Niederelbert (Westen).																																																											
Verkehrsanbindung	Wichtigster Verkehrsträger im Gemeindegebiet ist die in nord-südlicher Richtung querende L 326, die zugleich auch die innerörtliche Hauptstraße darstellt und über die sowohl das nördlich angrenzende Mittelzentrum Montabaur als auch die südlich gelegenen Ortsgemeinden der Gelbachhöhen bzw. des Buchfinkenlands angeschlossen sind. Darüber hinaus besteht über die K 168 ein direkter Anschluss an die Nachbargemeinde Niederelbert.																																																											
Zentralörtliche Funktion	-																																																											
Bevölkerungsstand (Quelle: VG Montabaur; Stand 31.12.2019)	1.015 Einwohner																																																											
Bevölkerungsentwicklung (Quelle: Statistisches Landesamt RLP)	 <table border="1"> <caption>Bevölkerungsentwicklung (geschätzt)</caption> <thead> <tr> <th>Jahr</th> <th>Westerwaldkreis</th> <th>VG Montabaur</th> <th>Holler</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2009</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td></tr> <tr><td>2010</td><td>99</td><td>99</td><td>98</td></tr> <tr><td>2011</td><td>100</td><td>99</td><td>98</td></tr> <tr><td>2012</td><td>99</td><td>99</td><td>97</td></tr> <tr><td>2013</td><td>99</td><td>99</td><td>95</td></tr> <tr><td>2014</td><td>100</td><td>100</td><td>97</td></tr> <tr><td>2015</td><td>100</td><td>101</td><td>98</td></tr> <tr><td>2016</td><td>101</td><td>102</td><td>99</td></tr> <tr><td>2017</td><td>101</td><td>103</td><td>98</td></tr> <tr><td>2018</td><td>101</td><td>104</td><td>96</td></tr> <tr><td>2019</td><td>101</td><td>104</td><td>95</td></tr> </tbody> </table>	Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Holler	2009	100	100	100	2010	99	99	98	2011	100	99	98	2012	99	99	97	2013	99	99	95	2014	100	100	97	2015	100	101	98	2016	101	102	99	2017	101	103	98	2018	101	104	96	2019	101	104	95											
Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Holler																																																									
2009	100	100	100																																																									
2010	99	99	98																																																									
2011	100	99	98																																																									
2012	99	99	97																																																									
2013	99	99	95																																																									
2014	100	100	97																																																									
2015	100	101	98																																																									
2016	101	102	99																																																									
2017	101	103	98																																																									
2018	101	104	96																																																									
2019	101	104	95																																																									
Kaufkraft	6,9 Mio. € gesamt, davon 2,6 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren																																																											
Kennzahlen	260 m ² Verkaufsfläche 1,0 Mio. € Umsatz 0,26 m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 15 %																																																											
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th>VKF</th> <th>Umsatz- prognose</th> <th>Kaufkraft</th> <th>Arealität</th> <th>UKR¹⁾</th> </tr> <tr> <th>m²</th> <th>Mio. €</th> <th>Mio. €</th> <th>m²/Ew.</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>30</td> <td>*</td> <td>2,6</td> <td>0,03</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,4</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,8</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>120</td> <td>*</td> <td>0,5</td> <td>0,12</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,6</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,6</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>110</td> <td>0,3</td> <td>1,4</td> <td>0,11</td> <td>24</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>260</td> <td>1,0</td> <td>6,9</td> <td>0,26</td> <td>15</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich ¹⁾ Umsatz-Kaufkraft-Relation * aus Datenschutzgründen nicht darstellbar</p>	Sortiment	VKF	Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%	Nahrungs- und Genussmittel	30	*	2,6	0,03	*	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,4	-	-	Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	0,8	-	-	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	120	*	0,5	0,12	*	Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	-	-	0,6	-	-	Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	0,6	-	-	Sonstige Sortimente	110	0,3	1,4	0,11	24	Gesamt	260	1,0	6,9	0,26	15
Sortiment	VKF		Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾																																																						
	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%																																																							
Nahrungs- und Genussmittel	30	*	2,6	0,03	*																																																							
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,4	-	-																																																							
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	0,8	-	-																																																							
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	120	*	0,5	0,12	*																																																							
Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	-	-	0,6	-	-																																																							
Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	0,6	-	-																																																							
Sonstige Sortimente	110	0,3	1,4	0,11	24																																																							
Gesamt	260	1,0	6,9	0,26	15																																																							

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

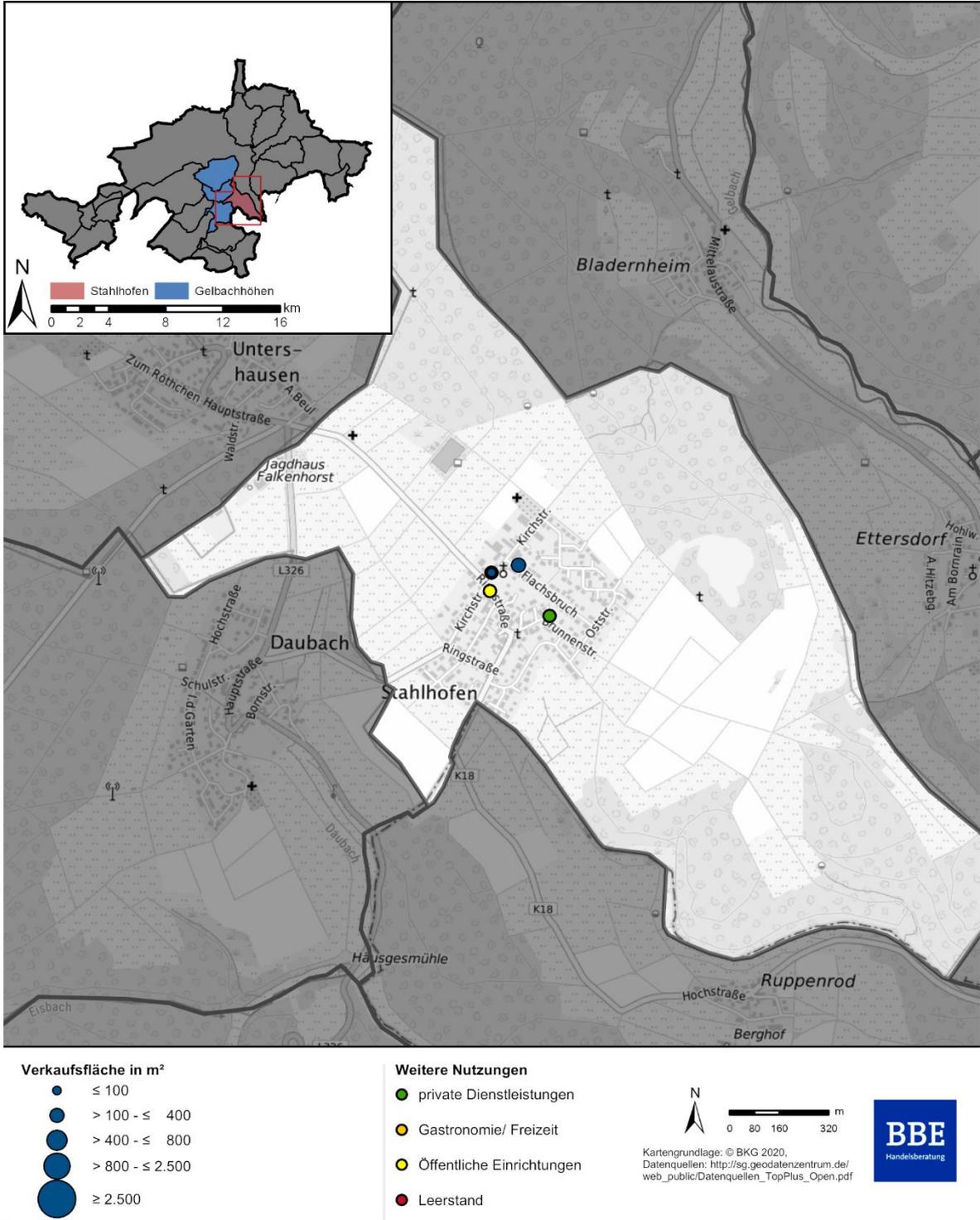


Einzelhandelssituation

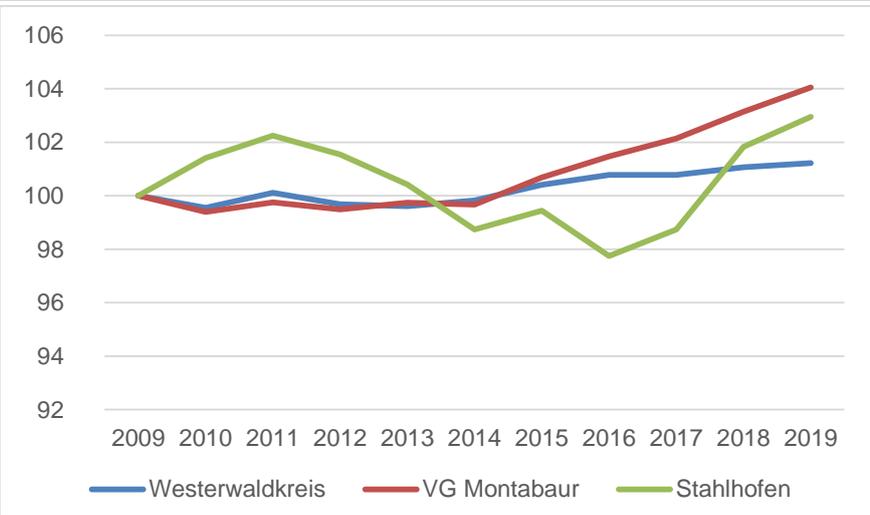
Das Einzelhandelsangebot in Holler wird von einer an der Hauptstraße gelegenen Bäckerei, einem Fachgeschäft für Elektrogeräte sowie einem Radsportspezialisten getragen. Darüber hinaus sind weitere, über die Wohngebiete von Holler verteilte Dienstleistungen vorzufinden (u.a. Reinigungsservice, Frisörsalon, Versicherungsbüro).

Insgesamt beläuft sich der in Holler erwirtschaftete Einzelhandelsumsatz auf rd. 1 Mio. €, was bei einer Kaufkraft von rd. 7 Mio. € einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von knapp 15 % entspricht.

4.1.6.3 Ortsgemeinde Stahlhofen



Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Lage in der Verbandsgemeinde Montabaur	Die Ortsgemeinde Stahlhofen grenzt direkt an die südlichen Stadtteile von Montabaur. Im Osten und Süden ist Stahlhofen von Ortsgemeinden der VG Diez umgeben. Westlich befinden sich restlichen Ortsgemeinden der Gelbachhöhen Holter, Untershausen und Daubach.																																																											
Verkehrsanbindung	Wichtigste Verkehrsträger im Gemeindegebiet sind die beiden Kreisstraßen K 166 und K 167, über die Stahlhofen an die nahegelegene Landesstraße L 326 angebunden ist. Diese führt sowohl in das rd. 6 km entfernt gelegene Mittelzentrum Montabaur als auch das südlich gelegene Buchfinkenland.																																																											
Zentralörtliche Funktion	-																																																											
Bevölkerungsstand (Quelle: VG Montabaur; Stand 31.12.2019)	739 Einwohner																																																											
Bevölkerungsentwicklung (Quelle: Statistisches Landesamt RLP)	 <table border="1"> <caption>Bevölkerungsentwicklung (geschätzt)</caption> <thead> <tr> <th>Jahr</th> <th>Westerwaldkreis</th> <th>VG Montabaur</th> <th>Stahlhofen</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2009</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td></tr> <tr><td>2010</td><td>100</td><td>99</td><td>101</td></tr> <tr><td>2011</td><td>100</td><td>100</td><td>102</td></tr> <tr><td>2012</td><td>100</td><td>99</td><td>101</td></tr> <tr><td>2013</td><td>100</td><td>99</td><td>100</td></tr> <tr><td>2014</td><td>100</td><td>99</td><td>99</td></tr> <tr><td>2015</td><td>100</td><td>100</td><td>99</td></tr> <tr><td>2016</td><td>100</td><td>101</td><td>98</td></tr> <tr><td>2017</td><td>100</td><td>102</td><td>99</td></tr> <tr><td>2018</td><td>100</td><td>103</td><td>102</td></tr> <tr><td>2019</td><td>111</td><td>104</td><td>110</td></tr> </tbody> </table>	Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Stahlhofen	2009	100	100	100	2010	100	99	101	2011	100	100	102	2012	100	99	101	2013	100	99	100	2014	100	99	99	2015	100	100	99	2016	100	101	98	2017	100	102	99	2018	100	103	102	2019	111	104	110											
Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Stahlhofen																																																									
2009	100	100	100																																																									
2010	100	99	101																																																									
2011	100	100	102																																																									
2012	100	99	101																																																									
2013	100	99	100																																																									
2014	100	99	99																																																									
2015	100	100	99																																																									
2016	100	101	98																																																									
2017	100	102	99																																																									
2018	100	103	102																																																									
2019	111	104	110																																																									
Kaufkraft	5,0 Mio. € gesamt, davon 1,9 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren																																																											
Kennzahlen	200 m ² Verkaufsfläche 0,6 Mio. € Umsatz 0,27 m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 12 %																																																											
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th>VKF</th> <th>Umsatz- prognose</th> <th>Kaufkraft</th> <th>Arealität</th> <th>UKR¹⁾</th> </tr> <tr> <th>m²</th> <th>Mio. €</th> <th>Mio. €</th> <th>m²/Ew.</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>1,9</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,3</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,6</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>60</td> <td>*</td> <td>0,4</td> <td>0,08</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>120</td> <td>*</td> <td>0,4</td> <td>0,16</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>20</td> <td>-</td> <td>0,5</td> <td>0,03</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>1,0</td> <td>-</td> <td>--</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>200</td> <td>0,6</td> <td>5,0</td> <td>0,27</td> <td>12</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich ¹⁾ Umsatz-Kaufkraft-Relation * aus Datenschutzgründen nicht darstellbar</p>	Sortiment	VKF	Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%	Nahrungs- und Genussmittel	-	-	1,9	-	-	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,3	-	-	Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	0,6	-	-	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	60	*	0,4	0,08	*	Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	120	*	0,4	0,16	*	Möbel, Einrichtungsbedarf	20	-	0,5	0,03	9	Sonstige Sortimente	-	-	1,0	-	--	Gesamt	200	0,6	5,0	0,27	12
Sortiment	VKF		Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾																																																						
	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%																																																							
Nahrungs- und Genussmittel	-	-	1,9	-	-																																																							
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,3	-	-																																																							
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	0,6	-	-																																																							
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	60	*	0,4	0,08	*																																																							
Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	120	*	0,4	0,16	*																																																							
Möbel, Einrichtungsbedarf	20	-	0,5	0,03	9																																																							
Sonstige Sortimente	-	-	1,0	-	--																																																							
Gesamt	200	0,6	5,0	0,27	12																																																							

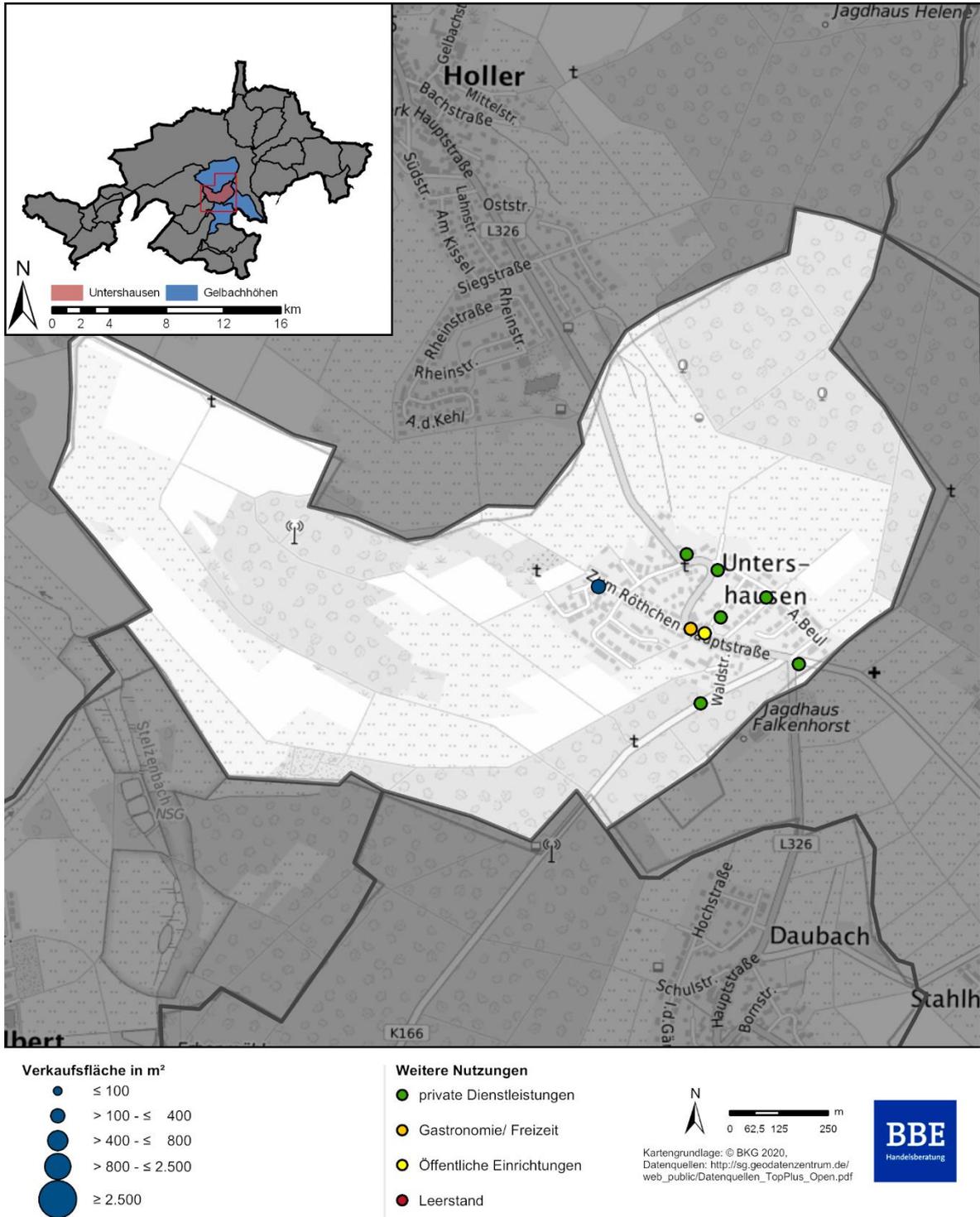
Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022



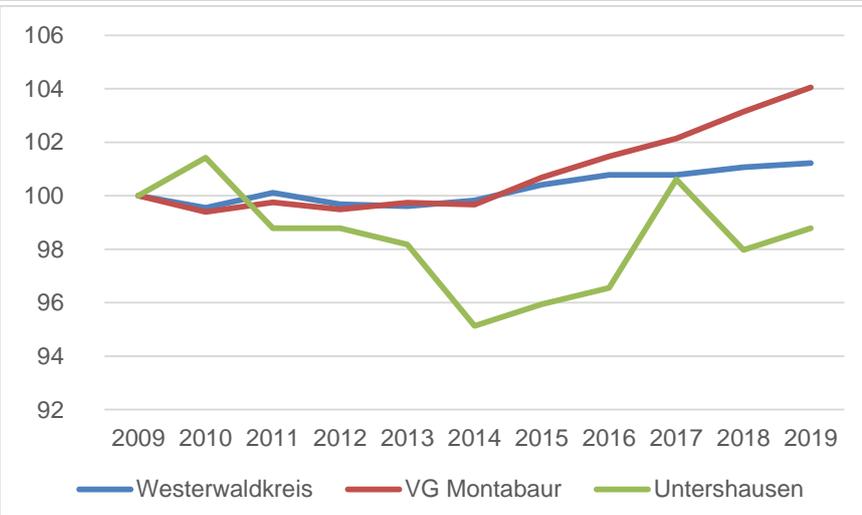
Einzelhandelssituation

In der Ortsgemeinde Stahlhofen beschränkt sich der lokale Einzelhandel auf eine Gärtnerei sowie ein Elektrofachgeschäft. In den kaufkraftstarken nahversorgungsrelevanten Sortimenten ist hingegen kein Angebot vorhanden. Insgesamt beläuft sich die örtliche Umsatz-Kaufkraft-Relation auf rd. 12 %, sodass der Großteil der rd. 5 Mio. € Kaufkraft nicht vor Ort gebunden werden kann.

4.1.6.4 Ortsgemeinde Untershausen



Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Lage in der Verbandsge- meinde Montabaur	Die Ortsgemeinde Untershausen stellt das geographische Zentrum der Gelbachhöhen dar, rd. 5 km südlich vom Stadtkern des Mittelzentrums Montabaur entfernt. Sie grenzt an sämtliche Gemeinden der Gelbachhöhen und im Westen zudem an die Gemeinden Niederelbert und Oberelbert.																																																											
Verkehrsanbindung	Wichtigster Verkehrsträger im Gemeindegebiet ist die Landstraße L326, die als Hauptstraße durch Untershausen geführt wird. Sie verbindet die Gemeinde mit den Nachbarkommunen und stellt die Anbindung an die überregionalen Verkehrswege sicher.																																																											
Zentralörtliche Funktion	-																																																											
Bevölkerungsstand (Quelle: VG Montabaur; Stand 31.12.2019)	490 Einwohner																																																											
Bevölkerungsentwicklung (Quelle: Statistisches Landesamt RLP)	 <table border="1"> <caption>Bevölkerungsentwicklung (geschätzt)</caption> <thead> <tr> <th>Jahr</th> <th>Westerwaldkreis</th> <th>VG Montabaur</th> <th>Untershausen</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2009</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td></tr> <tr><td>2010</td><td>100</td><td>99</td><td>101</td></tr> <tr><td>2011</td><td>100</td><td>100</td><td>99</td></tr> <tr><td>2012</td><td>100</td><td>99</td><td>99</td></tr> <tr><td>2013</td><td>100</td><td>99</td><td>98</td></tr> <tr><td>2014</td><td>100</td><td>99</td><td>95</td></tr> <tr><td>2015</td><td>100</td><td>100</td><td>96</td></tr> <tr><td>2016</td><td>101</td><td>101</td><td>97</td></tr> <tr><td>2017</td><td>101</td><td>102</td><td>101</td></tr> <tr><td>2018</td><td>101</td><td>103</td><td>98</td></tr> <tr><td>2019</td><td>101</td><td>104</td><td>99</td></tr> </tbody> </table>	Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Untershausen	2009	100	100	100	2010	100	99	101	2011	100	100	99	2012	100	99	99	2013	100	99	98	2014	100	99	95	2015	100	100	96	2016	101	101	97	2017	101	102	101	2018	101	103	98	2019	101	104	99											
Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Untershausen																																																									
2009	100	100	100																																																									
2010	100	99	101																																																									
2011	100	100	99																																																									
2012	100	99	99																																																									
2013	100	99	98																																																									
2014	100	99	95																																																									
2015	100	100	96																																																									
2016	101	101	97																																																									
2017	101	102	101																																																									
2018	101	103	98																																																									
2019	101	104	99																																																									
Kaufkraft	3,5 Mio. € gesamt, davon 1,3 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren																																																											
Kennzahlen	200 m ² Verkaufsfläche 0,3 Mio. € Umsatz 0,41 m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 9 %																																																											
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th>VKF</th> <th>Umsatz- prognose</th> <th>Kaufkraft</th> <th>Arealität</th> <th>UKR¹⁾</th> </tr> <tr> <th>m²</th> <th>Mio. €</th> <th>Mio. €</th> <th>m²/Ew.</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>1,3</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,2</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,4</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,2</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>200</td> <td>*</td> <td>0,3</td> <td>0,41</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,3</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>0,7</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>200</td> <td>*</td> <td>3,5</td> <td>0,41</td> <td>*</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich ¹⁾ Umsatz-Kaufkraft-Relation * aus Datenschutzgründen nicht darstellbar</p>	Sortiment	VKF	Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%	Nahrungs- und Genussmittel	-	-	1,3	-	-	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,2	-	-	Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	0,4	-	-	Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren	-	-	0,2	-	-	Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	200	*	0,3	0,41	*	Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	0,3	-	-	Sonstige Sortimente	-	-	0,7	-	-	Gesamt	200	*	3,5	0,41	*
Sortiment	VKF		Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾																																																						
	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%																																																							
Nahrungs- und Genussmittel	-	-	1,3	-	-																																																							
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	0,2	-	-																																																							
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	0,4	-	-																																																							
Unterhaltungselektronik, Com- puter, Elektrowaren	-	-	0,2	-	-																																																							
Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	200	*	0,3	0,41	*																																																							
Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	0,3	-	-																																																							
Sonstige Sortimente	-	-	0,7	-	-																																																							
Gesamt	200	*	3,5	0,41	*																																																							

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022



Einzelhandelssituation

Einzigster Einzelhandelsbetrieb in Untershausen ist ein am westlichen Ortseingangsbereich gelegener Fliesenfachbetrieb. Demgegenüber wird die zentrale Ortsmitte von Untershausen vor allem vom Bürgerhaus sowie der benachbarten Gaststätte geprägt. Darüber hinaus sind über die gesamte Ortslage weitere Dienstleistungsbetriebe (u.a. Versicherungsagentur, Ärztehaus, Nähstube) verteilt.

Vor dem Hintergrund des geringen Einzelhandelsbesatz ist davon auszugehen, dass der Großteil der lokalen Kaufkraft (rd. 3,5 Mio. €) nicht vor Ort gebunden werden kann und demnach an umliegende Standorte zufließt.

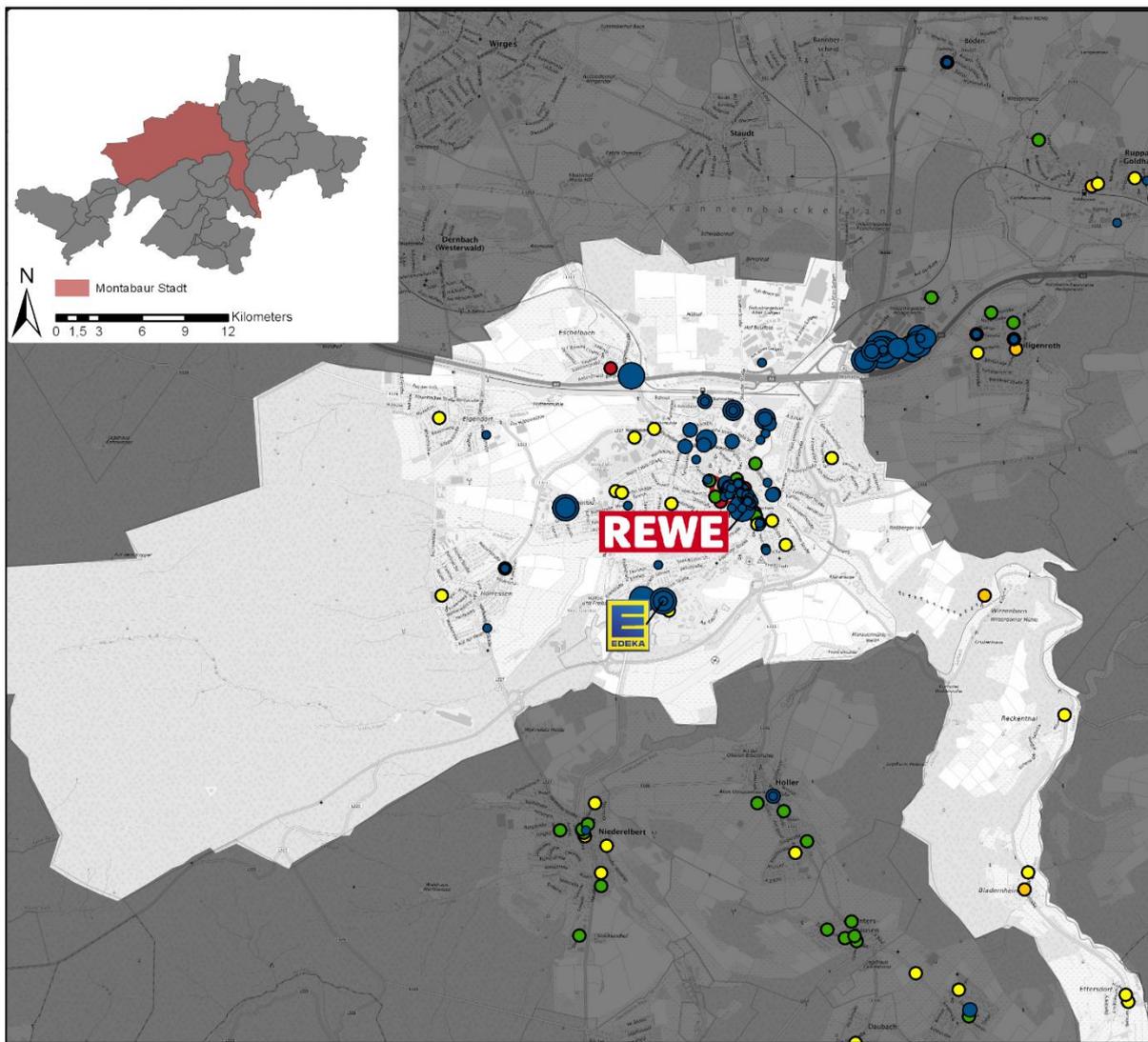
Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

4.1.7 Stadt Montabaur

Die rd. 14.400 Einwohner starke Stadt Montabaur ist einziger zentraler Ort im Verbandsgemeindegebiet und nimmt innerhalb der VG eine zentrale und verkehrlich sehr gut erreichbare Lage ein.

Mit rd. 47.000 m² verfügt das Mittelzentrum – nach der unmittelbar nördlich angrenzenden Ortsgemeinde Heiligenroth – über den zweitgrößten Einzelhandelsbesatz.

Karte 14: Übersicht Einzelhandelsbesatz Stadt Montabaur



Verkaufsfläche in m²

- ≤ 100
- > 100 - ≤ 400
- > 400 - ≤ 800
- > 800 - ≤ 2.500
- ≥ 2.500

Sonstige Nutzungen

- private Dienstleistungen
- Gastronomie/ Freizeit
- Öffentliche Einrichtungen
- Leerstand
- ZVB



Kartengrundlage: Nexiga GmbH, 2006-2012, Esri BaseMaps

Quelle: Eigene Darstellung

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

In Montabaur befindet sich nicht nur der Sitz der Verbandsgemeindeverwaltung, sondern auch weitere mittelzentrale Einrichtungen (Schulzentrum, Krankenhaus, Sport-/ Freizeiteinrichtungen etc.) sind dort vorzufinden. Daneben stellt die Stadt Montabaur einen wichtigen Arbeitsstandort in der Region dar, die trotz der Nähe zum nahegelegenen Oberzentrum Koblenz über einen positiven Pendlersaldo verfügt.

Das Stadtgebiet umfasst neben dem Siedlungsschwerpunkt der Kernstadt zudem die umliegenden Stadtteile Eschelbach, Elgendorf und Horressen sowie die entlang des Gelbachs gelegenen, jeweils nur wenige hundert Einwohner starken Ortslagen Bladernheim, Ettersdorf, Isselbach, Reckenthal und Wirzenborn im Südosten von Montabaur.

Auch der Einzelhandelsbesatz konzentriert sich in hohem Maße auf die Kernstadt, in der mit mehr als 170 Betrieben und einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 45.500 m² rd. 97 % des im Stadtgebiet von Montabaur vorzufindenden Einzelhandels ansässig ist. Demgegenüber sind in den umliegenden Stadtteilen nur fünf Einzelhandelsbetriebe mit etwa 1.650 m² vorzufinden, wobei der Großteil der Verkaufsfläche auf das in Horressen gelegene „Bauzentrum Mies“ entfällt.

Tabelle 9: Einzelhandelsbezogenen Kennwerte in der Stadt Montabaur

Sortiment	Verkaufsfläche	Umsatzprognose	Kaufkraftpotenzial	Umsatz-Kaufkraft-Relation
	in €	in Mio. €	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	10.600	41,0	39,2	105
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	1.130	5,4	5,5	97
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, medizinische, orthopädische Artikel, Hörgeräte	710	12,9	11,6	111
Bekleidung, Wäsche, Schuhe, Lederwaren, Sport	12.340	72,6	12,9	565
Unterhaltungselektronik, Computer, Telekom., Elektrogeräte, Foto	520	2,6	7,7	34
Bau- / Gartenbedarf, Blumen, Zoobedarf	14.725	16,1	9,5	170
Möbel / Einrichtungsbedarf ¹⁾	5.385	13,7	9,5	145
sonstige Sortimente ²⁾	1.810	9,5	10,0	95
Gesamt	47.220	173,8	105,7	164

¹⁾ Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen Glas, Porzellan, Keramik
²⁾ Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst / Antiquitäten
Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IfH-Daten und unter Verwendung der sortimentsbezogenen MBR-Kaufkraftkennziffern

Sowohl hinsichtlich der Verkaufsfläche als auch des erwirtschafteten Umsatzes sind die sortimentsbezogene Angebotsschwerpunkte des örtlichen Einzelhandels eindeutig im **Lebensmittel-** sowie dem **Bekleidungssegment** auszumachen: Beide können mit jeweils gut 10.000 m² etwa ein Fünftel des gesamtstädtisch vorhandenen Verkaufsflächenbestandes auf sich vereinen. Maßgeblich aufgrund der als sehr leistungsstark zu bewertenden Bekleidungsangebote im Fashion Outlet Montabaur fällt die Umsatzleistung im Modesegment mit insgesamt rd. 60 Mio. € allerdings deutlich höher aus als bei Nahrungs- und Genussmitteln, auf die mit rd. 41 Mio. € etwa 24 % des erwirtschafteten Umsatzes entfällt.

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Insgesamt lassen sich rd. drei Viertel des Bekleidungsangebotes auf die im FOC ansässigen Einzelhandelsbetriebe zurückführen, während das Lebensmittelsegment vor allem von den über das Stadtgebiet verteilten Supermärkten (2x Rewe, Edeka) und Discountern (Penny, Netto, Norma) geprägt wird.²⁰ Dabei stellt der an der Hospitalstraße gelegene Rewe-Markt den einzigen in der Innenstadt gelegenen Lebensmittelmarkt dar und wird dort von einer Vielzahl an kleinteiligen Anbietern (u.a. Bäckereien, Bioladen, Reformhaus, Obst & Gemüse, Asia-Shop) ergänzt.

Auch das **Baumarktsegment** weist mit insgesamt rd. 9.700 m² bzw. rd. 21 % noch einen relativ hohen Verkaufsflächenanteil auf. Aufgrund der geringen Flächenproduktivität²¹ in diesem Marktsegment fällt der Umsatzanteil aber vergleichsweise gering aus.

Dabei lässt sich für das Mittelzentrum Montabaur eine **Umsatz-Kaufkraft-Relation** von rd. **164 %** errechnen, sodass der lokal erwirtschaftete Gesamtumsatz das vorhandene Kaufkraftpotenzial deutlich übersteigt und per Saldo rd. **68 Mio. €** nach Montabaur fließen.

Sortimentsbezogen variieren die (prozentualen) Bindungsquoten dabei zum Teil recht deutlich. Während in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten ausgeglichene Umsatz-Kaufkraft-Relationen festzustellen sind²², können neben den vor allem im FOC vorgehaltenen Sortimenten Bekleidung/ Wäsche, Schuhe/ Lederwaren und Sport sowie bereits mit Abstand folgend dem Bau- und Heimwerkerbedarf sehr deutliche Kaufkraftzuflüsse verzeichnen.

In den Segmenten Bekleidung/Wäsche und Schuhe/ Lederwaren sowie Sport ist eine sortimentsbezogene Umsatz-Kaufkraft-Relationen von rd. 565 % ein klares Indiz für eine weit über das eigene Stadtgebiet hinausgehende Kundenansprache und korrespondieren mit sortimentsbezogenen Kaufkraftzuflüssen von rd. 60 Mio. €. Eine überregionale Bedeutung hat dabei vor allem das Fashion Outlet Montabaur mit einer Vielzahl von Anbietern aus diesen Segmenten.

Umfangreiche Kaufkraftzuflüsse sind auch im Bau- und Gartenmarktsegment festzustellen (rd. 7 Mio. €) und im Wesentlichen auf den „Am alten Galgen“ ansässigen Obi-Baumarkt zurückzuführen. Ebenfalls hohe (prozentuale) Werte sind in den Warengruppen „Papier-/ Büro-/ Schreibwaren“ bzw. „Optik/ Uhren/ Schmuck“ vorzufinden, korrespondieren hier allerdings mit deutlich geringeren absoluten Zuflüssen.

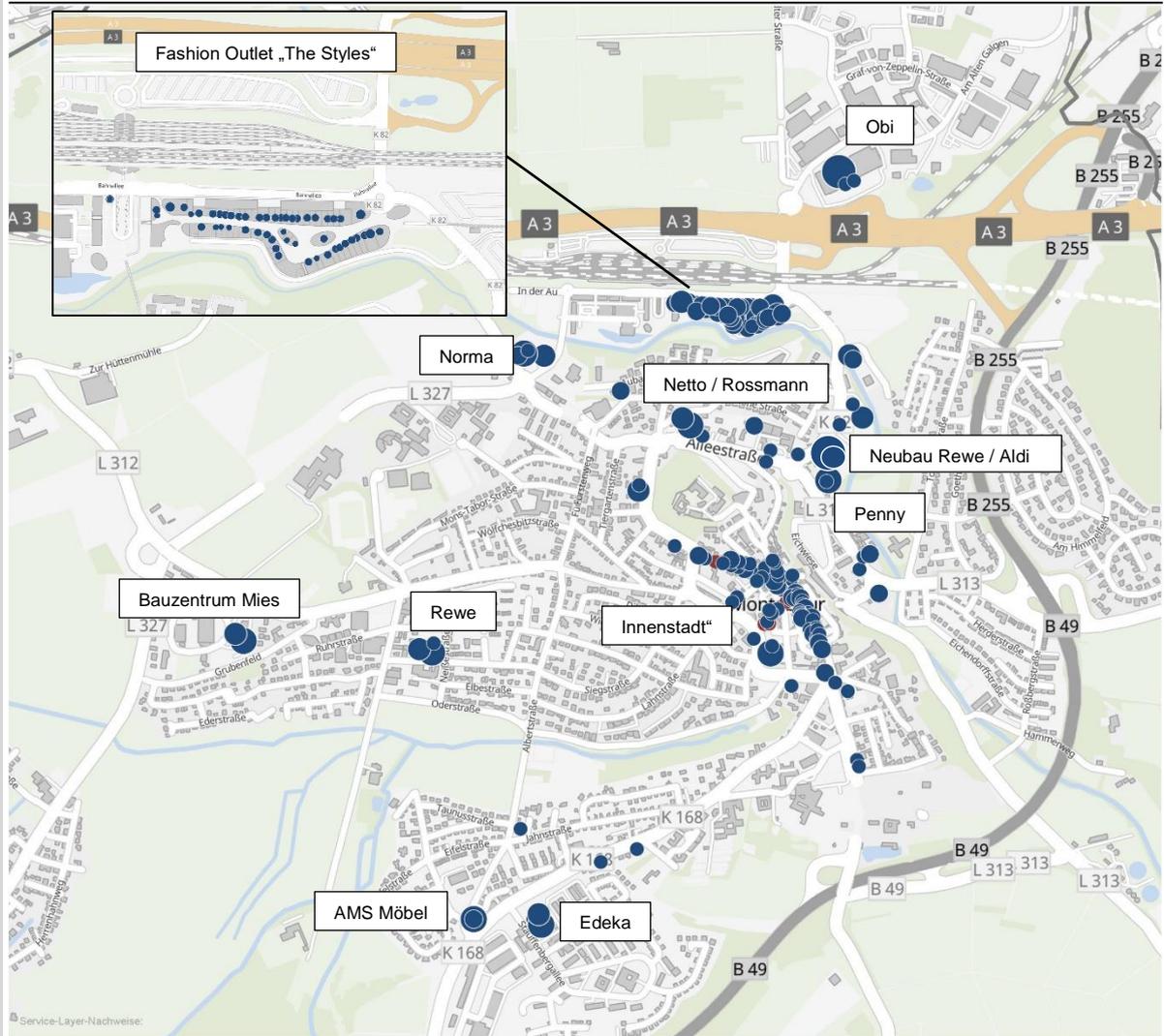
Die absolut betrachtet höchsten Kaufkraftabflüsse sind aufgrund fehlender Angebote in den Segmenten Unterhaltungselektronik/ Elektrowaren zu verzeichnen und belaufen sich auf mehr als 5 Mio. €.

²⁰ Zudem wird im Bereich Allmannshausen aktuell die Ansiedlung eines weiteren Supermarktes sowie einer Aldi-Filiale geplant.

²¹ Umsatz je m² Verkaufsfläche

²² Hier werden bestehende Kaufkraftabflüsse (z.B. nach Heiligenroth) durch entsprechende Zuflüsse aus den Umlandkommunen kompensiert.

4.1.7.1 Stadt Montabaur

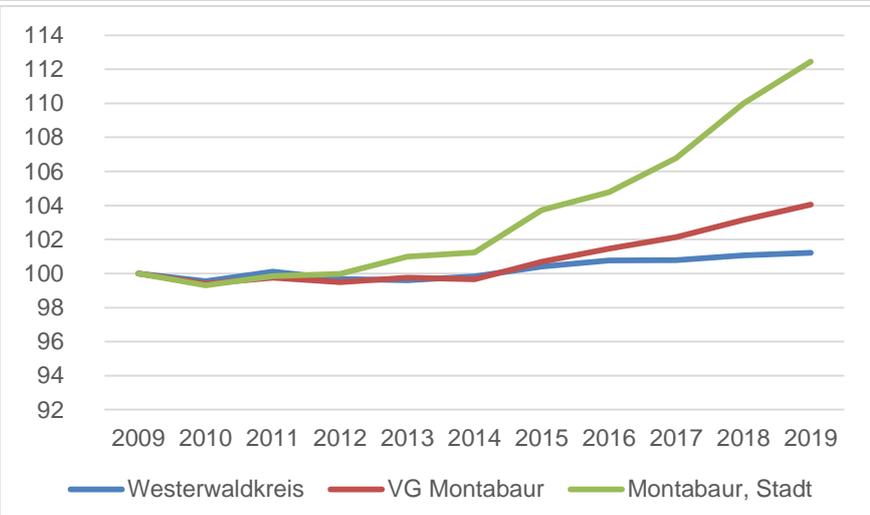


Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Montabaur

- - 100 m² VKF
- > 100 - 400 m² VKF
- 400 - 800 m² VKF
- 800 - 2.000 m² VKF
- > 2.000 m² VKF
- Leerstand



Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Lage in der Verbandsgemeinde Montabaur	Innerhalb der Verbandsgemeinde nimmt das Mittelzentrum eine zentrale und verkehrlich gut erreichbare Lage ein. Verbandsgemeindeangehörige Umlandkommunen sind Heiligenroth, Großholbach, Nornborn, Heilberscheid, Stahlhofen, Untershausen, Holler sowie Niederelbert, Nördlich grenzt die VG Wirges und westlich die VG Höhr-Grenzhausen an das Stadtgebiet.																																																											
Verkehrsanbindung	Die Stadt Montabaur ist über die Autobahnanschlussstelle „Montabaur“ der A 3, die Bundesstraßen B 255 bzw. B 49 sowie eine Vielzahl an Landes- und Kreisstraßen sowohl innerhalb der VG als auch überregional sehr gut zu erreichen.																																																											
Zentralörtliche Funktion	-																																																											
Bevölkerungsstand (Quelle: VG Montabaur; Stand 31.12.2019)	14.430 Einwohner																																																											
Bevölkerungsentwicklung (Quelle: Statistisches Landesamt RLP)	 <table border="1"> <caption>Bevölkerungsentwicklung (geschätzt)</caption> <thead> <tr> <th>Jahr</th> <th>Westerwaldkreis</th> <th>VG Montabaur</th> <th>Montabaur, Stadt</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2009</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td></tr> <tr><td>2010</td><td>99</td><td>99</td><td>99</td></tr> <tr><td>2011</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td></tr> <tr><td>2012</td><td>100</td><td>100</td><td>100</td></tr> <tr><td>2013</td><td>100</td><td>100</td><td>101</td></tr> <tr><td>2014</td><td>100</td><td>100</td><td>101</td></tr> <tr><td>2015</td><td>101</td><td>101</td><td>104</td></tr> <tr><td>2016</td><td>101</td><td>102</td><td>105</td></tr> <tr><td>2017</td><td>101</td><td>103</td><td>108</td></tr> <tr><td>2018</td><td>101</td><td>104</td><td>111</td></tr> <tr><td>2019</td><td>101</td><td>104</td><td>113</td></tr> </tbody> </table>	Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Montabaur, Stadt	2009	100	100	100	2010	99	99	99	2011	100	100	100	2012	100	100	100	2013	100	100	101	2014	100	100	101	2015	101	101	104	2016	101	102	105	2017	101	103	108	2018	101	104	111	2019	101	104	113											
Jahr	Westerwaldkreis	VG Montabaur	Montabaur, Stadt																																																									
2009	100	100	100																																																									
2010	99	99	99																																																									
2011	100	100	100																																																									
2012	100	100	100																																																									
2013	100	100	101																																																									
2014	100	100	101																																																									
2015	101	101	104																																																									
2016	101	102	105																																																									
2017	101	103	108																																																									
2018	101	104	111																																																									
2019	101	104	113																																																									
Kaufkraft	105,7 Mio. € gesamt, davon 39,2 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren																																																											
Kennzahlen	47.220 m ² Verkaufsfläche 173,8 Mio. € Umsatz 3,27 m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 164 %																																																											
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th>VKF</th> <th>Umsatz- prognose</th> <th>Kaufkraft</th> <th>Arealität</th> <th>UKR¹⁾</th> </tr> <tr> <th>m²</th> <th>Mio. €</th> <th>Mio. €</th> <th>m²/Ew.</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>10.600</td> <td>41,0</td> <td>39,2</td> <td>0,73</td> <td>105</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>1.130</td> <td>5,4</td> <td>5,5</td> <td>0,08</td> <td>97</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>12.340</td> <td>72,6</td> <td>12,9</td> <td>0,86</td> <td>565</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>520</td> <td>2,6</td> <td>7,7</td> <td>0,04</td> <td>34</td> </tr> <tr> <td>Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>14.725</td> <td>16,1</td> <td>9,5</td> <td>1,02</td> <td>170</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>5.385</td> <td>13,7</td> <td>9,5</td> <td>0,37</td> <td>145</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>2.520</td> <td>22,4</td> <td>21,6</td> <td>0,17</td> <td>104</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>47.220</td> <td>173,8</td> <td>105,7</td> <td>3,27</td> <td>164</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich ¹⁾ Umsatz-Kaufkraft-Relation * aus Datenschutzgründen nicht darstellbar</p>	Sortiment	VKF	Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%	Nahrungs- und Genussmittel	10.600	41,0	39,2	0,73	105	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	1.130	5,4	5,5	0,08	97	Bekleidung, Schuhe, Sport	12.340	72,6	12,9	0,86	565	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	520	2,6	7,7	0,04	34	Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	14.725	16,1	9,5	1,02	170	Möbel, Einrichtungsbedarf	5.385	13,7	9,5	0,37	145	Sonstige Sortimente	2.520	22,4	21,6	0,17	104	Gesamt	47.220	173,8	105,7	3,27	164
Sortiment	VKF		Umsatz- prognose	Kaufkraft	Arealität	UKR ¹⁾																																																						
	m ²	Mio. €	Mio. €	m ² /Ew.	%																																																							
Nahrungs- und Genussmittel	10.600	41,0	39,2	0,73	105																																																							
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	1.130	5,4	5,5	0,08	97																																																							
Bekleidung, Schuhe, Sport	12.340	72,6	12,9	0,86	565																																																							
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	520	2,6	7,7	0,04	34																																																							
Bau- /Gartenbedarf, Blumen, Zoo	14.725	16,1	9,5	1,02	170																																																							
Möbel, Einrichtungsbedarf	5.385	13,7	9,5	0,37	145																																																							
Sonstige Sortimente	2.520	22,4	21,6	0,17	104																																																							
Gesamt	47.220	173,8	105,7	3,27	164																																																							

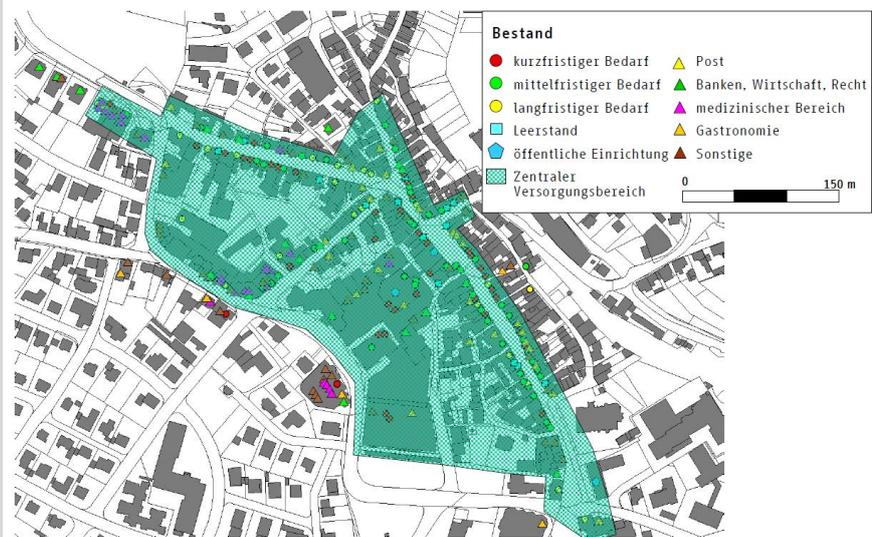
Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022



Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Einzelhandelssituation

Innerhalb von Montabaur ist der historische Stadtkern siedlungsräumlicher und kultureller Mittelpunkt der Stadt und aufgrund seiner überwiegend historisch erhaltenen Bebauungsstrukturen städtebaulich sehr attraktiv. Der Hauptgeschäftsbereich der Stadt Montabaur ist in den als Fußgängerzone ausgebauten Bereichen entlang der Kirchstraße sowie entlang des Großen und Kleinen Marktes zzgl. angrenzender Gassen auszumachen. Hier ist ein nahezu geschlossener Besitz von überwiegend kleinteiligen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben vorzufinden. Daneben sind gemäß der 2008 getroffenen Abgrenzung auch der östliche Teil der Bahnhofstraße sowie der Bereich Konrad-Adenauer-Platz/Hospitalstraße dem Innenstadtbereich zuzuordnen, welcher mit dem Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur 2008 als übergeordneter zentraler Versorgungsbereich („Hauptzentrum“) qualifiziert wurde.²³



Hier sind mit gut 60 Anbietern mehr als ein Drittel der gesamtstädtisch vorhandenen Einzelhandelsbetriebe vorzufinden, die rd. 7.000 m² Verkaufsfläche und etwa 32 Mio. € Umsatz auf sich vereinen. Zudem befinden sich 9 von insgesamt 12 Leerständen im Hauptzentrum Montabaur. Auch diese sind – mit Ausnahme des zum Zeitpunkt der Erhebungen noch vorhandenen Leerstands im Hisgen-Gebäude – durchgängig kleinteilig strukturiert. Die versorgungsbezogene Bedeutung der Innenstadt ergibt sich vor allem aus der Sortimentsvielfalt des Einzelhandels. Die Angebotssituation wird dabei von kleineren Fachgeschäften (Ø Verkaufsfläche: rd. 110 m²) dominiert. Einziger großflächiger Einzelhandelsbetrieb ist der im Süden im sogenannten „City-Center“ an der Hospitalstraße gelegene Rewe-Supermarkt (rd. 1.900 m² VKF). Weitere (großflächige) Kundenmagneten sind im Innenstadtbereich nicht vorzufinden.

Zweiter dominanter Angebotsstandort in der Stadt Montabaur ist das in unmittelbarer Nähe zum ICE-Bahnhof gelegene, Mitte 2015 eröffnete Fashion Outlet. Dieses umfasst derzeit 53 Betriebe, die eine Gesamtverkaufsfläche von etwa 10.000 m² auf sich vereinen. Angebotschwerpunkte sind in den Sortimenten Bekleidung und Schuhe auszumachen, auf die ein Großteil des knapp 70 Mio. € umfassenden Gesamtumsatzes entfällt.

²³ Vgl. Einzelhandelsuntersuchung als Grundlage für ein Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Montabaur (2008), u.a. S. 152ff.

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Aufgrund des weiträumigen Einzugsgebietes des Outlets, das sich auf bis zu 90 Minuten und mehr belaufen wird – kann das Outlet Center dabei umfangreiche Kaufkraftzuflüsse auch von außerhalb der Verbandsgemeinde generieren.

Nordöstlich des FOC's befindet sich im Industriegebiet „Am alten Galgen“ der einzige Baumarkt im Stadtgebiet. Mit einer Verkaufsfläche von rd. 10.000 m² stellt dieser den mit deutlichem Abstand größten Einzelhandelsbetrieb der Stadt dar.

Die Angebotssituation im Bereich Möbel wird im Wesentlichen von dem im Frühjahr 2016 an der Hunsrückstraße (wieder)eröffneten AMS Möbelhaus geprägt. Mit einer Verkaufsfläche von unter 2.000 m² ist es im Branchenvergleich vergleichsweise klein.

Ergänzende Angebotsstandorte mit überwiegend nahversorgungsrelevanten Angeboten sind der Verbundstandort von Norma, Getränkemarkt Fristo und Mäx Raumausstattung an der Bahnallee, der gemeinsame Standort von Netto und Drogeriemarkt Rossmann an der Bahnhofstraße, die Standorte von Rewe an der Moselstraße und Edeka an der Staufenbergallee („Quartier Süd“) sowie die Anbieter Penny und Trinkgut im Bereich Allmannshausen. An letzterem befindet sich derzeit ein rd. 2.100 m² großer Supermarkt sowie ein Aldi-Discounter im Bau.

Damit stellt sich die einzelhandelsbezogene Angebotssituation in der Stadt Montabaur wie folgt dar:

Ortsteil	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
	abs.	in %	in m ²	in %	in Mio. €	in %
Innenstadt	63	35	7.130	15	35,0	20
FOC	53	30	10.000	21	69,5	40
Alter Galgen (v.a. Obi)	3	2	10.580	22	13,0	7
Sonstige Lagen Kernstadt, davon	55	31	17.870	38	54,6	31
<i>Bahnallee</i>	4	2	2.050	4	5,4	3
(v.a. <i>Norma, Fristo, Mäx</i>)*						
<i>Bahnhofstr.</i>	2	1	1.630	3	7,9	5
(<i>Netto, Rossmann</i>)						
<i>Quartier Süd</i> (v.a. <i>Edeka</i>)	3	2	1.850	4	6,9	4
<i>Moselstr.</i> (v.a. <i>Rewe</i>)	4	2	2.030	4	5,9	3
<i>Allmannshausen</i> (v.a. <i>Penny, Trinkgut</i>)	4	2	1.880	4	7,5	4
Sonstige Stadtteile	5	3	1.650	3	1,7	1
Montabaur Gesamt	179	100	47.220	100	173,8	100

Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; Verkaufsflächen auf jeweils 10 m² gerundet; Rundungsdifferenzen möglich;

* entspricht dem Bebauungsplangebiet Bahlsmühle

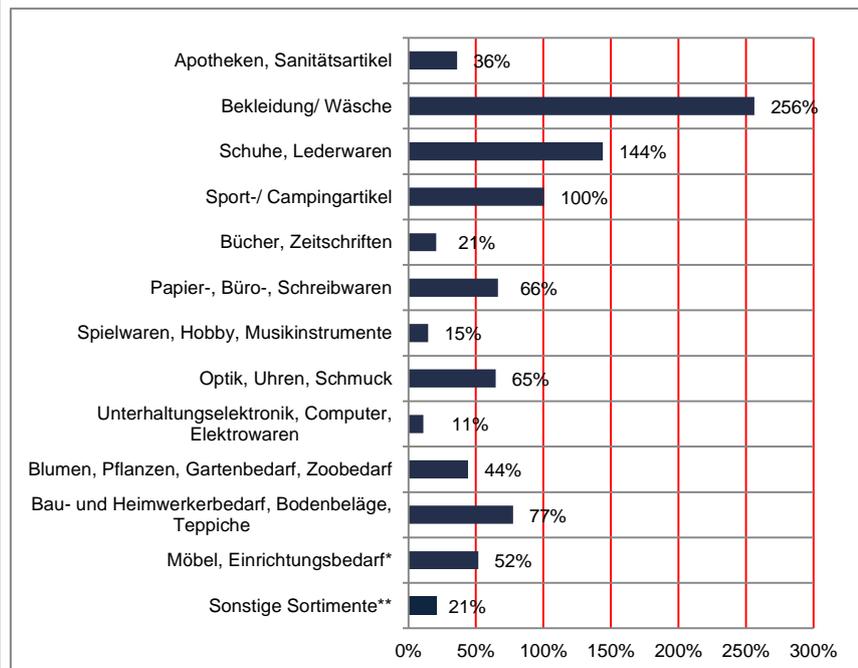
Festzuhalten ist, dass das Mittelzentrum Montabaur für seinen Mittelbereich wichtige Versorgungsfunktionen übernimmt. Mit Ausnahme der Nahversorgung (Lebensmittel/ Drogeriewaren) – die auch aus Sicht der Landes-/ Regionalplanung möglichst dezentral erfolgen soll – wird im Folgenden daher die in der Verbandsgemeinde vorhandene Kaufkraft betrachtet

und in Relation zu dem in der Stadt Montabaur getätigten Einzelhandelsumsatz gesetzt.

Da hierbei der in den einzelnen Ortsgemeinden der VG Montabaur vorhandene Einzelhandelsbesatz nicht berücksichtigt wird, geben diese „unechten“ Bindungsquoten keine Auskunft über die Versorgungssituation im Verbandsgemeindegebiet, können aber für die Bewertung der landesplanerisch zugedachten Versorgungsfunktion des Mittelzentrums herangezogen werden.

Hierbei zeigt sich, dass lediglich in den vom Fashion Outlet geprägten Warengruppen Bekleidung / Wäsche sowie Schuhe / Lederwaren die erwirtschaftete Umsatzleistung die im Verbandsgemeindegebiet vorhandene Kaufkraft rechnerisch übersteigt; bei Sport halten sich Umsatz und Kaufkraft in etwa in Waage. In allen anderen Sortimenten kann der lokale Einzelhandel den mittelzentralen Versorgungsauftrag nur eingeschränkt erfüllen, was zumindest teilweise auf den stark ausgeprägten Wettbewerb sowohl innerhalb der Verbandsgemeinde als auch im regionalen Umfeld zurückzuführen ist.

Abbildung 8: (Unechte) Umsatz-Kaufkraft-Relation im Überblick – Stadt Montabaur



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen

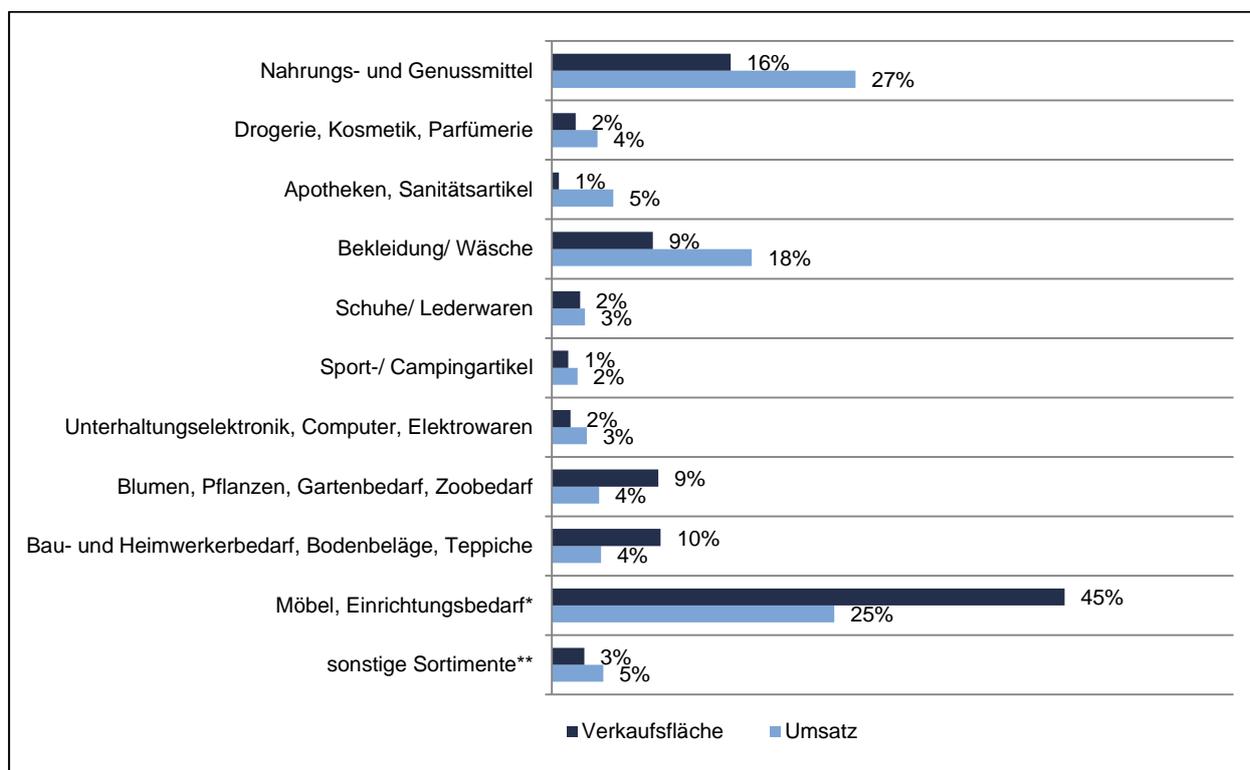
** Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst

Quelle: Eigene Erhebungen, Rundungsdifferenzen möglich

4.2 Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten

Sortimentsbezogener Angebotsschwerpunkt der VG Montabaur ist eindeutig das Sortiment **Möbel und Einrichtungsbedarf**, auf das mit knapp 64.000 m² nahezu die Hälfte des Verkaufsflächenbestandes entfällt. Angebotsprägend sind hierbei vor allem die in Heiligenroth (Möbel Hermes) bzw. Görgeshausen (XXXLutz Müllerland / Poco) gelegenen Möbelhäuser. Die flächenextensive Warenpräsentation in diesen Sortimentsgruppen geht dabei mit relativ geringen Flächenleistungen einher, so dass der sortimentsbezogene Umsatzanteil mit rd. 94 Mio. € bzw. rd. 25 % deutlich unterhalb des gesamtgemeindlichen Verkaufsflächenanteils liegt.

Abbildung 9: Verkaufsflächen und Umsätze in der VG Montabaur nach Sortimenten



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen
 ** Bücher, Zeitschriften, Schreib- und Spielwaren, Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst
 Quelle: Eigene Erhebungen, vorläufige Zahlen (Rundungsdifferenzen möglich)

Ein ähnlich hoher Umsatzanteil wird mit rd. 27 % im Sortiment **Nahrungs- und Genussmitteln** erzielt, das mit etwa 22.300 m² den zweithöchsten Verkaufsflächenanteil erreicht. Knapp die Hälfte dieser Verkaufsfläche befindet sich im Kernstadtbereich von Montabaur, wo neben drei Supermärkten (2x Rewe, 1x Edeka) auch die Lebensmitteldiscounter Penny, Netto und Norma ansässig sind. Daneben ergänzen mehrere ethnische Lebensmittelmärkte²⁴ und Getränkemärkte²⁵ das lokale Nahversorgungsangebot;

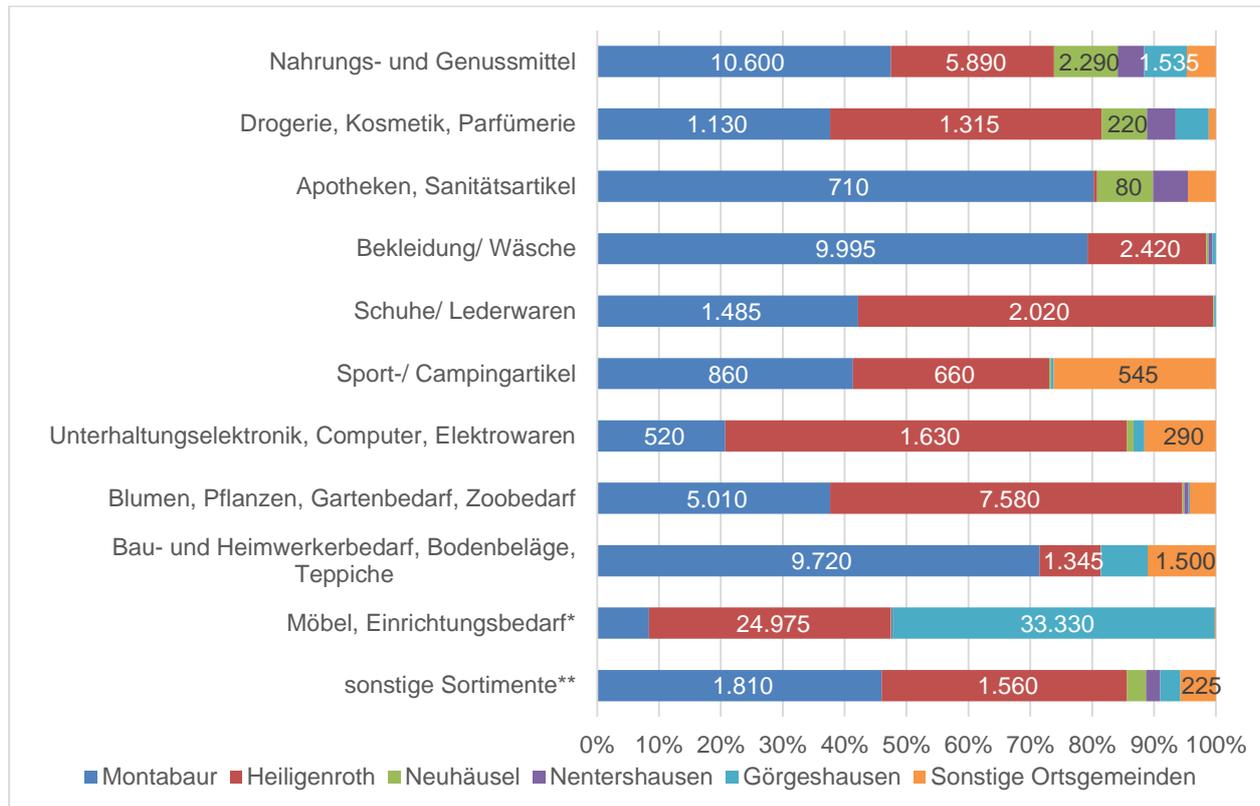
²⁴ z.B. Maxi Plus, Asia Shop

²⁵ z.B. Trinkgut, Fristo

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

hinzu kommt eine Vielzahl von Ladenhandwerksbetrieben (Bäcker, Metzger), spezialisierten Lebensmittelanbietern²⁶ und sonstigen kleinteiligen Anbietern (u.a. Tankstellenshops). Perspektivisch soll die Angebotssituation im Mittelzentrum um einen weiteren Supermarkt sowie eine Aldi-Filiale ergänzt werden.

Abbildung 10: Verkaufsflächenanteile in der VG Montabaur nach Sortimenten



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen
 ** Bücher, Zeitschriften, Schreib- und Spielwaren, Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst
 Quelle: Eigene Erhebungen, vorläufige Zahlen (Rundungsdifferenzen möglich)

Weiterer Angebotsschwerpunkt im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmitteln ist das Gewerbegebiet Heiligenroth, in dem neben den mit Abstand größten Lebensmittelmarkt der VG Montabaur (ehem. Real SB-Warenhaus; seit Januar 2022 Kaufland) auch die beiden Lebensmitteldiscounter Aldi und Lidl sowie ein Getränkemarkt vorzufinden sind. In der Summe beläuft sich das sortimentsbezogene Verkaufsflächenangebot dort auf knapp 6.000 m². Gut ein Viertel des Gesamtverkaufsflächenbestandes innerhalb der Verbandsgemeinde entfällt somit auf das Gewerbegebiet Heiligenroth.

Darüber hinaus konzentriert sich das Angebot bei Nahrungs- und Genussmitteln auf die Ortsgemeinden Neuhäusel (Rewe, Netto, Penny), Nentershausen (Rewe) und Görgeshausen (Aldi, Lidl), während in den sonstigen Ortsgemeinden allenfalls kleinteilige Angebotsstrukturen vorzufinden sind.

²⁶ z.B. Via del Gusto, Robert's flüssige Feinkost

Tabelle 10: Verkaufsflächen und Umsätze in der VG Montabaur nach Sortimenten

Sortiment	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m ²	in %	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	22.330	16	100,8	27
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	3.000	2	15,2	4
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, medizinische, orthopädische Artikel, Hörgeräte	880	<1	20,5	5
Blumen	910	<1	2,6	<1
Tierfutter, Heimtierzubehör, lebende Tiere	2.950	2	3,6	1
Bekleidung, Wäsche	12.620	9	66,4	18
Schuhe, Lederwaren	3.530	1	11,1	3
Sport-, Campingartikel	2.080	1	8,5	2
Bücher, Zeitschriften	440	<1	1,7	<1
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	1.000	<1	3,4	<1
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	730	<1	2,3	<1
Möbel	49.400	35	69,5	18
GPK*, Haushaltswaren, Geschenkartikel	6.770	5	10,5	3
Haus-, Tisch-, Bettwäsche, Heimtextilien, Gardinen, Bettwaren	5.850	4	10,9	3
Lampen und Leuchten	1.980	1	3,0	<1
Elektrohaushaltsgeräte	1.560	1	7,0	2
Unterhaltungselektronik, Computer, Telekom., Foto	950	<1	5,2	1
Optik, Uhren, Schmuck	670	<1	4,5	1
Bau- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge, Teppiche	13.600	10	16,3	4
Pflanzen, Gartenbedarf	9.450	7	9,5	3
Fahrräder, Fahrradzubehör	390	<1	1,2	<1
Autozubehör	620	<1	2,8	<1
Sonstiger Einzelhandel**	80	<1	0,6	<1
Gesamt	141.800	100	377,1	100

* Glas, Porzellan, Keramik
 ** u.a. Kinderwagen, Kunstgegenstände
 Quelle: Eigene Erhebungen, Verkaufsflächen auf 5 m² gerundet; Rundungsdifferenzen möglich

Der Nahversorgung dienen darüber hinaus auch die Sortimente **Drogerie / Parfümerie / Kosmetik** sowie **Pharmazie**²⁷, die mit insgesamt rd. 36 Mio. € knapp 10 % des insgesamt getätigten Einzelhandelsumsat-

²⁷ inkl. Sanitätsbedarf, medizinische, orthopädische Artikel, Hörgeräte

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

zes auf sich vereinen. Der Drogeriebereich wird dabei neben den im Randsortiment der Lebensmittelmärkte geführten Angeboten vor allem durch die an der Alleestraße in Montabaur gelegene Rossmann-Filiale sowie eine im Gewerbegebiet Heiligenroth ansässige dm-Filiale geprägt. Beide Anbieter nehmen hierbei Lagen außerhalb der gewachsenen Ortsmitten ein. Demgegenüber ist mit der in der Innenstadt von Montabaur gelegenen Douglas-Filiale ein spezialisiertes Parfümerie- und Kosmetikangebot in zentraler Lage vorhanden.

Die Apothekenausstattung ist mit sieben Betrieben im Verhältnis zur vorhandenen Bevölkerungszahl von rd. 40.800 Einwohnern im Vergleich zum Bundesdurchschnitt als leicht unterdurchschnittlich zu werten.²⁸ Neben den vier Apotheken in Montabaur finden sich hierbei in den Ortsmitten von Nentershausen, Neuhäusel und Niederelbert ergänzende Angebote, sodass grundsätzlich eine gute räumliche Versorgung gewährleistet ist. Das Angebot bei Sanitätswaren, Orthopädie und Akustik konzentriert sich hingegen ausschließlich auf die im Mittelzentrum vorhandenen Angebote.

Insgesamt wird in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten von Nahrungs- und Genussmitteln, Drogerie / Parfümerie / Kosmetik und Pharmazie / Sanitätsbedarf ein Jahresumsatz in Höhe von rd. 137 Mio. € erwirtschaftet, was mit rd. 36 % gut einem Drittel des verbandsgemeindlich getätigten Einzelhandelsumsatzes entspricht (vgl. Tabelle 4).

Maßgeblich aufgrund der als sehr leistungsstark zu bewertenden Bekleidungsanbieter im FOC fällt die Umsatzleistung im Modesegment mit insgesamt rd. 66 Mio. € bzw. etwa 18 % deutlich höher aus der Verkaufsflächenanteil, der sich mit rd. 12.600 m² auf rd. 9 % beläuft. Insgesamt lässt sich mit rd. 7.300 m² mehr als die Hälfte des **Bekleidungsangebotes** auf die im FOC ansässigen Einzelhandelsbetriebe zurückführen. Erst mit deutlichem Abstand folgen das vor allem von Fachmärkten geprägte Gewerbegebiet Heiligenroth mit rd. 2.400 m² (u.a. Takko, Kik) sowie die Innenstadt von Montabaur (rd. 1.600 m²). In den Zentrallagen prägen kleinteilige Fachangebote (u.a. Lifestyle, Mode Krekel, K-Fashion) und Filialisten (u.a. NKD, Ernsting's Family, Street One, Bonita) das Angebot, während ein großformatiges Textilkauflhaus im Innenstadtbereich nicht ansässig ist.

Das Angebot in den sonstigen Ortsgemeinden beschränkt sich auf den Brautmodespezialisten „Claroma Brautmode“ im Nahversorgungszentrum Nentershausen.

Bei **Schuhen** entfällt mit rd. 2.000 m² das Gros der vorhandenen Verkaufsfläche auf die in Heiligenroth ansässigen Anbieter (u.a. Siemes, Deichmann). Es folgen die Angebote des FOC's (rd. 800 m²; u.a. Skechers, Salamander, Geox) sowie das durch die drei Schuhhäuser Schulte geprägte Fachangebot in der Montabaurer Innenstadt (rd. 450 m²).

Im Bereich **Sportartikel** sind die beiden jeweils rd. 500 m² großen Filialen von McTrek in Heiligenroth bzw. Sport Hesse in Ruppach-Goldhausen die mit deutlichem Abstand größten Anbieter in der Verbandsgemeinde. Das Angebot im Mittelzentrum Montabaur beschränkt sich auf die Markenoutlets von Nike,

²⁸ In der VG Montabaur liegt die Apothekendichte bei einer Apotheke für rd. 5.800 Einwohner. Im Bundesdurchschnitt wird ein Wert von etwa 4.360 Einwohnern je Apotheke erreicht (Quelle: APDA-Statistik 2020; eigene Berechnungen). Die Apothekendichte hängt dabei wesentlich von der Zahl ortsansässiger Ärzte ab und weicht vor diesem Hintergrund vor allem in ländlich geprägten Gebieten oftmals (stark) nach unten ab.

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Asics und Puma im FOC Montabaur, die eindeutige Sortimentsschwerpunkte in den Bereich Sportbekleidung und Sportschuhe aufweisen. Hier beläuft sich die sortimentsbezogene Verkaufsfläche auf rd. 750 m².

Innerhalb der Verbandsgemeinde Montabaur besteht bei Bekleidung, Schuhen und Sport demnach ein differenziertes Spektrum unterschiedlicher Angebotsniveaus mit entsprechenden Zielgruppenbezügen, das sich vor allem auf die drei Standortbereiche Innenstadt, FOC und Gewerbegebiet Heiligenroth bezieht.

Ein hoher Verkaufsflächenanteil ist mit rd. 26.900 m² auch im **Bau- und Gartenbedarf** (inkl. Blumen/ Tierbedarf) auszumachen, was etwa rd. 17 % der Gesamtverkaufsfläche entspricht. Aufgrund der geringen Flächenproduktivitäten²⁹ fällt der Umsatzanteil allerdings deutlich geringer (8 %) aus.

Das Bau- und Gartenmarktsortiment wird hierbei vor allem von den beiden Anbietern Obi (Montabaur) und Dehner (Heiligenroth) geprägt, die einen Großteil der sortimentsbezogenen Verkaufsfläche auf sich vereinen. Darüber hinaus ergänzen weitere spezialisierte Anbieter (u.a. Gartencenter Kuch, Ruckzuck Bodenoutlet / Heiligenroth, Bauzentrum Mies / Montabaur-Horressen, Mäx Raumausstattung / Montabaur; Baufachmarkt Höber / Niederelbert) das lokale Angebot.

Das Sortiment Heimtierbedarf entfällt vor allem auf die im Gewerbegebiet Heiligenroth gelegene Fressnapf-Filiale sowie die umfangreiche Teilfläche im ebenfalls dort verorteten Gartencenter Dehner. Darüber hinaus findet sich das Teilsortiment „Tierfutter“ auch regelmäßig im Randsortiment der ortsansässigen Lebensmittel- und Drogeriemärkte.

Weitere Verkaufsflächen- bzw. Umsatzschwerpunkte sind nicht auszumachen. Hierbei entfällt das jeweilige Angebot in den sonstigen Branchen oftmals nur auf wenige Betriebe:

- Das Angebot bei **Elektrowaren, Unterhaltungselektronik, Computer und Kommunikation** wird maßgeblich durch den in Heiligenroth ansässigen Anbieter „Expert Klein“ geprägt, auf den mit rd. 1.200 m² knapp die Hälfte der sortimentsspezifischen Verkaufsfläche entfällt. Darüber hinaus sind sowohl in der Stadt Montabaur als auch den sonstigen Ortsgemeinden nur wenige ergänzende Fachangebote vorhanden.
- **Fahrräder** werden nur von einigen wenigen Fachhändlern (u.a. Alpine Bike / Großholbach; AB Radsport / Holler) sowie im Randsortiment des (ehemaligen) Real SB-Warenhauses angeboten. Ein größerer Fahrradfachmarkt ist im Verbandsgemeindegebiet nicht ansässig.
- Im Bereich **Büro-/ Schreibwaren** besteht über einige im Verbandsgemeindegebiet verteilte Fachgeschäfte (u.a. Schreibwaren Wetzlar / Montabaur, Schreibwaren Dutell / Görgeshausen) eine Basisversorgung wenngleich auch hier kein größerer Fachmarkt im Verbandsgemeindegebiet (z.B. Staples) vorhanden ist.
- **Autozubehör** wird insbesondere über die beiden Fachmärkte ATU und Autoplus in Heiligenroth angeboten. Darüber hinaus besteht über den an der Alleestraße in Montabaur gelegenen Anbieter „Autoteile Hölzel“ ein ergänzendes Fachangebot.

²⁹ Umsatz je m² Verkaufsfläche

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

- Das Angebot in den **sonstigen Sortimenten** bezieht sich größtenteils auf kleinteilige Betriebe in den Sortimentsbereichen Bücher / Zeitschriften, Spielwaren, Optik und Uhren / Schmuck. Diese Betriebe befinden sich zumeist im Stadtzentrum von Montabaur (u.a. Brillen & Hörgeräte Kramer, Augentoptik Flach, Juwelier Stendebach, Buchhandlung Reuffel), dem FOC (u.a. Fossil, Thomas Sabo) bzw. direktem Umfeld (Ravensburger) sowie im Gewerbegebiet Heiligenroth (u.a. Spiel- und Freizeitland; Randsortimente Real) vorzufinden. Zudem ist in den zentralen Versorgungsbereichen Neuhäusel und Nentershausen jeweils ein Optiker ansässig.

4.3 Wohnortnahe Versorgung

Ein Schwerpunktthema des Einzelhandelskonzepts stellt die Frage der wohnortnahen Versorgung mit regelmäßig nachgefragten Konsumgütern dar. Dabei handelt es sich insbesondere um Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie ergänzende, häufig nachgefragte Randsortimente wie Tierfutter oder Zeitungen/ Zeitschriften.

Träger der „Nahversorgung“ sind im Wesentlichen Lebensmittel-Vollsortimentsbetriebe (SB-Warenhäuser, Supermärkte), Discounter sowie Drogerie- und Getränkefachmärkte. Ergänzt wird das Versorgungsnetz in der Regel durch Ladenhandwerksbetriebe (Bäcker, Fleischer), Apotheken, Blumen- und Zeitschriftenfachgeschäfte, spezialisierte Anbieter von Obst / Gemüse, Süßwaren und Getränken sowie von Kiosken, Tankstellenshops und bäuerlichen Direktverkaufsstellen („Hofläden“). Letztere sind im Regelfall als Direktvermarkter an die jeweilige Produktionsstätte gebunden und befinden sich daher eher in dörflich strukturierten Ortslagen. Aufgrund ihres zumeist nur eingeschränkten Angebotes, das sich oftmals auf die selbst geernteten bzw. hergestellten Produkte beschränkt, können Hofläden regelmäßig nur eine sehr ausschnittsweise Versorgungsfunktion übernehmen.

Dagegen können regelmäßig stattfindende Wochenmärkte von größerer Bedeutung sein, bieten sie doch zumindest die Möglichkeit einer Grundversorgung im Lebensmittelsegment. Aufgrund eines ebenfalls begrenzten Warenangebotes, das vornehmlich auf frische Lebensmittel fokussiert ist, kann es sich hierbei aber lediglich um ein ergänzendes Nahversorgungsangebot handeln. In der VG Montabaur ist diesbezüglich auf den donnerstags und samstags stattfindenden Wochenmarkt in der Innenstadt von Montabaur (Konrad-Adenauer-Platz) zu verweisen.

In den sonstigen Ortsgemeinden der Verbandsgemeinde sind dagegen keine entsprechenden Angebote vorzufinden.

Als Maß für die quantitative Bewertung der Nahversorgungsstrukturen kann die „Arealität“ dienen, die die vorhandenen Verkaufsflächen für Nahrungs- und Genussmittel in Relation zur Einwohnerzahl setzt. Diese beläuft sich in der Verbandsgemeinde Montabaur auf rd. 0,55 m² je Einwohner (vgl. folgende Tabelle), was im regionalen Vergleich einen vergleichsweise hohen Wert darstellt. So beläuft sich die entsprechende Arealität in Koblenz auf rd. 0,48 m²/ Ew.³⁰ und in der benachbarten Verbandsgemeinde Bad Ems-Nassau auf rd. 0,38 m²/ Ew.³¹

³⁰ Vgl. Gutachten zur Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Koblenz (Fortschreibung 2016); eigene Berechnungen

³¹ vgl. Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Bad Ems-Nassau (2021); eigene Berechnungen.

Tabelle 11: Indizes zur Bewertung der Nahversorgung im Verbandsgemeindegebiet (nur Lebensmittel/ Getränke)

Stadtbezirk	Einwohner	Verkaufsfläche*	Arealität	Kaufkraft	Umsatz*	Umsatz-Kaufkraft-Relation
	absolut	in m ²	in m ² / Ew.	in Mio. €	in Mio. €	in %
Stadt Montabaur	14.430	10.600	0,73	39,2	41,0	105
Ahrbach-gemeinden	3.259	5.980	1,83	8,3	31,8	383
Augstgemeinden	7.351	2.605	0,35	19,5	11,0	56
Buchfinkenland	1.732	30	0,02	4,1	(*)	< 10
Eisenbach-gemeinden	7.446	2.605	0,35	18,5	14,7	79
Elbertgemeinden	3.839	480	0,13	10,0	2,0	20
Gelbachhöhen	2.704	30	0,01	7,0	(*)	< 10
VG Montabaur insgesamt	40.761	22.330	0,55	106,6	100,8	95

Quelle: eigene Erhebungen und Prognosen; Rundungsdifferenzen möglich
 * inkl. Anbieter mit Lebensmittel/ Getränke im Randsortiment; auf 5 m² gerundete Werte
 (*) aus Datenschutz nicht ausgewiesen

Die hohe Flächenausstattung ist in erster Linie auf die stark überdurchschnittliche Ausstattung in der den Ahrbachgemeinden angehörigen Ortsgemeinde Heiligenroth (1,83 m²) sowie untergeordnet im Mittelzentrum Montabaur (rd. 0,73 m²) zurückzuführen, die aufgrund der dort ansässigen großformatigen Lebensmittelmärkten (u.a. Kaufland, Lidl, Aldi/ Heiligenroth und Rewe 2x, Edeka, Norma, Netto/Montabaur) einen hohen Verkaufsflächenbestand aufweisen.

Daneben sind auch in den Augstgemeinden und den Eisenbachgemeinden mit Pro-Kopf-Verkaufsflächenausstattungen von jeweils rd. 0,35 m² noch recht hohe, gesamtgemeindlich allerdings bereits als unterdurchschnittlich einzustufende Arealitäten vorzufinden. Zurückzuführen ist dies auf die ergänzenden Nahversorgungsstrukturen in Neuhäusel (v.a. Rewe, Netto, Penny) bzw. Nentershausen (v.a. Rewe) und Görgeshausen (v.a. Lidl, Aldi). Die Elbertgemeinden (0,13 m²), das Buchfinkenland (rd. 0,02 m²) und die Gelbachhöhen (rd. 0,01 m²) fallen aufgrund fehlender Angebote hingegen hier deutlich zurück.

Analog dazu deutet auch die Umsatz-Kaufkraft-Relation (UKR)³² – das Verhältnis der in einem Gebiet realisierten Umsätze zur dort vorhandenen Kaufkraft – auf einen erheblichen Bedeutungsüberschuss und

³² vgl. Kapitel 4.5

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

damit im Saldo auf einen Kaufkraftzufluss von rd. 24 Mio. € für die Ahrbachgemeinden (> 380 %) Insbesondere die im Gewerbegebiet Heiligenroth ansässigen Lebensmittelmärkte werden hierbei weit in das restliche Verbandsgemeindegebiet reichende Einzugsgebiete aufweisen.

Auf deutlich geringerem Niveau sind auch in der unmittelbar angrenzenden Stadt Montabaur Kaufkraftzuflüsse festzustellen (105 %/ + rd. 2 Mio. €). Mit der vorgesehenen Einzelhandelsentwicklung am Standort „Allmannshausen“, wo neben einem rd. 2.000 m² großen Supermarkt auch der Lebensmitteldiscounter Aldi eine moderne Filiale eröffnen soll, wird das Mittelzentrum sein Nahversorgungsangebot aber noch einmal merklich ausbauen können.

Mit Umsatz-Kaufkraft-Relationen von rd. 56 % bis 79 % werden in den östlich gelegenen Eisenbachgemeinden sowie den südwestlichen Augstgemeinden ebenfalls noch vergleichsweise hohe Leistungskennziffern erreicht, sodass dort der überwiegende Teil der vorhandenen Kaufkraft per Saldo lokal gebunden werden kann.

Demgegenüber findet die defizitäre Nahversorgungssituation in den Elbertgemeinden, dem Buchfinkenland sowie den Gelbachhöhen ihren Ausdruck in Umsatz-Kaufkraft-Relationen von rd. 20 % bzw. < 10 %. Die dort lebende Bevölkerung kann sich demnach nicht umfassend am Wohnort versorgen und ist auf umliegende Angebotsstandorte angewiesen.

Eine Umsatz-Kaufkraft-Relation von insgesamt 95 % ist unabhängig der vorab aufgezeigten räumlichen Disparitäten allerdings Ausdruck einer an der Versorgung der eigenen Bevölkerung ausgerichteten, angemessenen Angebotssituation

Die Weiterentwicklung des örtlichen Nahversorgungsangebotes ist somit weniger aus quantitativen Faktoren („Unterversorgung“) abzuleiten, sondern vielmehr unter Heranziehung qualitativer Kriterien hinsichtlich der städtebaulichen Integration bzw. möglichst flächendeckender Versorgungsstrukturen zu begründen. Entsprechende Empfehlungen hierzu sind den Kapiteln 6.4 und 6.5 zu entnehmen.

4.4 Entwicklung der Einzelhandelsausstattung 2007 - 2022

Während mit dem Vorgängerkonzept im Zeitraum zwischen 2002 und 2007 mit nahezu 15.000 m² noch ein deutliches Verkaufsflächenwachstum im Verbandsgemeindegebiet aufgezeigt werden konnte³³, hat sich die Einzelhandelsentwicklung zwischenzeitlich konsolidiert und drückt sich gegenüber 2007 in einem nahezu konstanten Verkaufsflächenbestand aus.

Innerhalb der Verbandsgemeinde sind hierbei allerdings deutliche regionale Unterschiede festzustellen:

Tabelle 12: Verkaufsflächenentwicklung in der VG Montabaur

Stadt/ Kommune	Verkaufsfläche Ortsmitte		Differenz	Bemerkung
	2007 ¹⁾	2022 ²⁾		
in m ²				
Ahrbachgemeinden	52.750	50.120	- 2.630	u.a. Eröffnung von Gastronomie in ehem. Einzelhandelslokalen im Gewerbegebiet Heiligenroth
Augstgemeinden	7.375	3.400	- 3.975	v.a. wahrscheinlich unterschiedliche Bewertung Frei-/ Produktionsflächen Baumschule Nickel
Buchfinkenland	(*)	30	./.	ggü. Vorgängeruntersuchung keine Veränderung
Eisenbachgemeinden	41.175	38.450	- 2.725	v.a. wahrscheinlich unterschiedliche Bewertung Frei-/ Produktionsflächen Gärtnerei Ortseifen
Elbertgemeinden	2.100	1.920	- 180	Wegfall kleinerer Einzelhandelsbetriebe; u.a. Tapetenmarkt/ Niederelbert
Gelbachhöhen	1.125	660	- 465	Wegfall mehrerer kleinerer Einzelhandelsbetriebe; u.a. Getränke/ Daubach
Stadt Montabaur	38.275	47.220	+ 8.945	v.a. Eröffnung FOC; Eröffnung Edeka Quartier-Süd; Abriss/Neubau Penny, Schließung Pfennigpeiffer
VG Montabaur insgesamt	142.800	141.800	- 1.000	./.

¹⁾ Einzelhandelsuntersuchung als Grundlage für ein Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Montabaur (2008), jeweils auf 25 m² gerundete Werte
²⁾ Stand Erhebung Herbst 2020; auf 10 m² gerundete Werte
Eigene Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich

³³ v.a. durch die Ansiedlung/Eröffnung des Obi Bau- und Gartenmarktes und einem deutlichen Ausbau des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in der Stadt Montabaur

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

So konnte die Stadt Montabaur insbesondere mit der Eröffnung des FOC's bzw. den ergänzenden Nahversorgungsstrukturen am „Quartier-Süd“ nochmals deutlich an Verkaufsfläche hinzugewinnen, während im restlichen Verbandsgemeindegebiet z.T. erhebliche Rückgänge zu verzeichnen sind. Neben der Betriebsaufgabe zahlreicher v.a. kleinerer Fachgeschäfte dürfte der überwiegende Teil hiervon allerdings auf eine unterschiedliche Erhebungssystematik im Umgang mit den weitläufigen Frei- und Produktionsflächen vorhandener Gärtnereien, Baumschulen und Baustoffhändler³⁴ zurückzuführen sein, sodass der Verkaufsflächenrückgang dort tatsächlich geringer ausgefallen sein wird, als den aktuellen Zahlen zu entnehmen ist.

Werden die vorab genannten Unsicherheiten berücksichtigt, kann gegenüber der Vorgängeruntersuchung in jedem Fall aber von einem deutlich verlangsamten Flächenwachstum ausgegangen werden. Damit folgt die Verkaufsflächenentwicklung der VG Montabaur dem deutschlandweit festzustellenden Trend: Während die Verkaufsfläche in Deutschland zwischen den Jahren 2000 und 2010 noch um knapp 12 % angestiegen ist, hat sich das Wachstum zwischen 2010 und 2020 mit rd. 3,5 % deutlich verlangsamt.³⁵

Tabelle 13: Entwicklung Anzahl der Betriebe nach Größenklassen in der VG Montabaur

Betriebsgröße	Anzahl Betriebe		Differenz
	2007 ¹⁾	2022 ²⁾	
	abs.		
< 50 m ²	110	75	- 35
> 50 m ² bis 100 m ²	84	59	- 25
> 100 m ² bis 200 m ²	39	60	+ 21
> 200 m ² bis 400 m ²	13	25	+ 12
> 400 m ² bis 800 m ²	16	23	+ 7
> 800 m ² bis 2.000 m ²	21	20	- 1
> 2.000 m ²	7	6	- 1
Summe	290	268	- 22

¹⁾ Einzelhandelsuntersuchung als Grundlage für ein Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Montabaur (2008),
²⁾ Stand Erhebung Herbst 2020; auf 10 m² gerundete Werte
 Eigene Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich

³⁴ u.a. Baumschule Nickel/ Neuhäusel; Gärtnerei Ortseifen/ Nornborn; Baufachmarkt Höber/ Niederelbert

³⁵ vgl. HDE Zahlenmonitor 2021

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Auch wenn sich die Verkaufsflächenausstattung im Zeitverlauf somit nahezu kaum verändert hat, hat die Zahl der vorhandenen Einzelhandelsbetriebe demgegenüber deutlich abgenommen. Waren im Jahr 2007 noch 290 Betriebe vorzufinden, sind aktuell noch 268 Läden im Gemeindegebiet ansässig (- rd. 8 %).

Besonders betroffen hiervon sind kleinteilige Fachgeschäfte bis 100 m² Verkaufsfläche, deren Zahl von 194 Betrieben (2007) auf aktuell 134 Betriebe (2020) um knapp 30 % gesunken ist. Im Gegenzug addieren sich die Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche größer 200 m² inzwischen auf 74 Betriebe, was gegenüber 2007 einer Steigerung von rd. 30 % entspricht und auch auf die Vielzahl an marktgerechten Ladeneinheiten im FOC Montabaur zurückzuführen ist.

Grundsätzlich wird der anhaltende Trend zu immer größeren Verkaufsflächen – insbesondere von filialisierten Marktteilnehmern – somit auch in der VG Montabaur sichtbar.

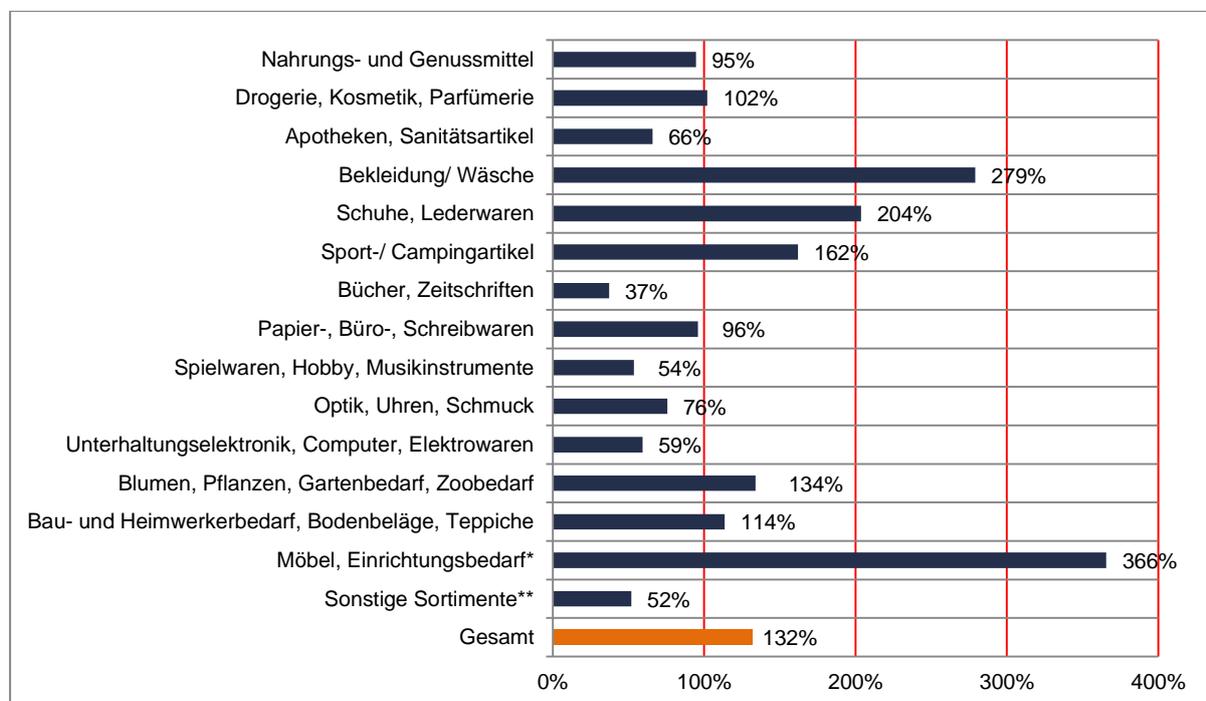
Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

4.5 Einzelhandelszentralität

Ausgehend von den bisherigen Ergebnissen der Angebots- und Nachfrageanalyse lässt sich die funktionale Bedeutung des Einzelhandels mit Hilfe der Umsatz-Kaufkraft-Relation (Einzelhandelszentralität) bewerten. Um diesen Index zu berechnen, wird der vom ansässigen Einzelhandel erwirtschaftete Umsatz dem örtlichen Kaufkraftpotenzial gegenübergestellt. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist wie das lokal vorhandene Kaufkraftpotenzial, während Abweichungen über den Basiswert auf Kaufkraftzuflüsse bzw. Abweichungen unterhalb des Basiswertes auf Kaufkraftabflüsse hinweisen.

Für die Verbandsgemeinde Montabaur liegt die **Umsatz-Kaufkraft-Relation** nach den vorliegenden Zahlen bei rd. **132 %**, so dass der lokal erwirtschaftete Gesamtumsatz das vorhandene Kaufkraftpotenzial deutlich übersteigt und per Saldo rd. **91 Mio. €** nach Montabaur fließen.

Abbildung 11: Umsatz-Kaufkraft-Relation im Überblick – VG Montabaur



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen

** Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst

Quelle: Eigene Erhebungen, Rundungsdifferenzen möglich

Sortimentsbezogen variieren die (prozentualen) Bindungsquoten dabei zum Teil recht deutlich (vgl. vorstehende Abbildung). Während bei Möbeln sowie den vor allem im FOC vorgehaltenen Sortimenten Bekleidung/ Wäsche, Schuhe/ Lederwaren und Sport sehr deutliche Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen sind, ergibt sich in einigen anderen Warengruppen (z.B. Elektronik, Fahrräder, Bücher / Zeitschriften, Spielwaren) ein anderes Bild; denn hier bleibt die Umsatzleistung z. T. deutlich hinter der vorhandenen Kaufkraft zurück.

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Korrespondierend zu dem flächenbezogenen eindeutigen Angebotsschwerpunkt der VG Montabaur sind auch die mit Abstand höchsten Kaufkraftzuflüsse bei **Möbeln/ Einrichtungsbedarf**³⁶ festzustellen. In diesen Warengruppen überschreitet der Umsatz die lokale Kaufkraft per Saldo um rd. 68 Mio. €, was insbesondere auf die Möbelstandorte in Görghausen (XXXLutz Müllerland / Poco) bzw. Heiligenroth (Hermes) zurückzuführen ist.

Auch in den Warengruppen **Bekleidung / Wäsche** und **Schuhe / Lederwaren** sowie **Sport** sind sortimentsbezogene Umsatz-Kaufkraft-Relationen zwischen rd. 160 % und rd. 280 % ein klares Indiz für eine weit über die Verbandsgemeinde hinausgehende Kundenansprache und korrespondieren mit sortimentsbezogenen Kaufkraftzuflüssen von rd. 43 Mio. € (Bekleidung), 6 Mio. € (Schuhe) bzw. 3 Mio. € (Sport). Eine überregionale Bedeutung hat dabei vor allem das Fashion Outlet Montabaur mit einer Vielzahl von Anbietern aus diesen Segmenten.

Auch bei **Elektrohausräten** (v.a. Expert Klein / Heiligenroth), **Heimtierbedarf** (v.a. Fressnapf, Randsortiment Dehner / Heiligenroth) sowie **Blumen und Pflanzen** (v.a. Gartencenter Dehner, Gartencenter Kuch / Heiligenroth) sind bei Umsatz-Kaufkraft-Relationen zwischen rd. 130 % und 145 % per Saldo Kaufkraftzuflüsse festzustellen.

Ausgeglichene Kennwerte liegen in den Warengruppen **Drogeriewaren** (u.a. dm / Heiligenroth, Rossmann / Montabaur), **Baumarktbedarf** (v.a. Obi / Montabaur), **Autozubehör** (v.a. ATU, Autoplus / Heiligenroth) sowie **Papier-, Büro-, Schreibwaren** (u.a. Schreibwaren und mehr / Montabaur) vor und sind Ausdruck einer adäquaten Angebotssituation.

In der umsatzstarken Warengruppe der **Nahrungs- und Genussmittel** liegt mit rd. 95 % dagegen eine leicht negative Umsatz-Kaufkraft-Relation vor: Hier übersteigen die Kaufkraftabflüsse in Richtung der Umlandkommunen (z.B. Wirges, Bad Ems, Nassau, Limburg, Diez) die Zuflüsse, sodass per Saldo etwa 6 Mio. € nicht in der VG Montabaur gebunden werden können.

Kaufkraftabflüsse sind aufgrund fehlender Angebote auch im Sortiment **Unterhaltungselektronik** zu verzeichnen und korrespondieren mit der im vorangegangenen Kapitel dargelegten geringen Flächenausstattung in diesem Sortiment.

Darüber hinaus gewährleistet eine Vielzahl an vorhandenen Fachgeschäften eine umfassende Basisversorgung, wenngleich der Großteil der vorhandenen Kaufkraft nicht vor Ort gebunden werden kann (u.a. Bücher, Fahrräder, Spielwaren).

³⁶ inkl. Lampen / Leuchten

Tabelle 14: Umsatz-Kaufkraft-Relation und Kaufkraftsaldo in der VG Montabaur

Sortiment	Kaufkraft	Umsatz	Umsatz-Kaufkraft-Relation	Kaufkraftsaldo
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	106,6	100,8	95	-5,8
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	14,8	15,2	102	0,3
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, medizinische, orthopädische Artikel, Hörgeräte	31,0	20,5	66	-10,5
Tierfutter, Heimtierzubehör, lebende Tiere	2,5	3,6	143	1,1
Bekleidung, Wäsche	23,8	66,4	279	42,6
Schuhe, Lederwaren	5,4	11,1	204	5,6
Sport-, Campingartikel	5,3	8,5	162	3,3
Bücher, Zeitschriften	4,4	1,7	37	-2,8
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	3,6	3,4	96	-0,1
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	4,3	2,3	54	-2,0
Möbel	17,6	69,5	395	51,9
GPK*, Haushaltswaren, Geschenkartikel	2,9	10,5	365	7,6
Haus-, Tisch-, Bettwäsche, Heimtextilien, Gardinen, Bettwaren	3,7	10,9	290	7,1
Lampen und Leuchten	1,4	3,0	210	1,6
Elektrohausgeräte	4,9	7,0	145	2,2
Unterhaltungselektronik, Computer, Telekom., Foto	15,8	5,2	33	-10,6
Optik, Uhren, Schmuck	5,9	4,5	76	-1,4
Bau- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge, Teppiche	14,4	16,3	114	2,0
Blumen, Pflanzen, Gartenbedarf	9,2	12,2	132	2,9
Fahrräder, Fahrradzubehör	3,5	1,2	35	-2,3
Autozubehör	2,8	2,8	100	0,0
Sonstiger Einzelhandel**	2,5	0,6	22	-2,0
Gesamt	286,6	377,1	132	90,6

* Glas, Porzellan, Keramik
** u.a. Kinderwagen, Kunstgegenstände
Quelle: Eigene Erhebungen, Rundungsdifferenzen möglich

5 Zwischenfazit der Angebots- und Nachfrageanalyse

Innerhalb des Verbandsgemeindegebietes stellt die Stadt Montabaur als „freiwillig kooperierendes“ Mittelzentrum den einzigen zentralen Ort dar. Als solches soll die Stadt Montabaur aus landes- bzw. regionalplanerischer Sicht neben grundzentralen Funktionen auch die „Versorgungsfunktion des gehobenen Bedarfs für den jeweiligen Mittelbereich“ gewährleisten.

Dabei verfügen die rd. 40.800 Einwohner der Verbandsgemeinde mit rd. 107 % über ein sowohl im bundesweiten als auch im regionalen Vergleich vergleichsweise hohes einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau. Das entsprechende Kaufkraftpotenzial summiert sich auf rd. 287 Mio. €, wovon Nahrungs- und Genussmittel mit rd. 107 Mio. € die Warengruppe mit der höchsten Kaufkraftplattform darstellt. Erst mit deutlichem Abstand folgen Apothekenwaren (rd. 31 Mio. €), Bekleidung (rd. 24 Mio. €), Möbel (rd. 18 Mio. €), Unterhaltungselektronik (rd. 16 Mio. €) sowie Drogeriewaren (15 Mio. €). Die örtlichen Kaufkraftpotenziale in den sonstigen Warengruppen fallen zum Teil deutlich geringer aus und bewegen sich zwischen rd. 1 Mio. €³⁷ und rd. 11 Mio. €³⁸.

Insbesondere aufgrund umfassender Angebote im südwestlich angrenzenden Oberzentrum Koblenz sowie den umliegenden Mittelzentren Wirges und Limburg befindet sich die VG Montabaur zudem in einer ausgeprägten regionalen Wettbewerbssituation, die als limitierender Faktor des gemeindlichen Einzelhandels anzusehen ist.

Dennoch kann der lokale Einzelhandel mit rd. 377 Mio. € per Saldo eine **positive Umsatz-Kaufkraft-Relation** erwirtschaften, wobei sich sortimentsbezogen große Unterschiede feststellen lassen: Während vor allem bei Möbeln und Einrichtungsbedarf sowie in den Fashion-Angeboten des FOC's hohe Kaufkraftzuflüsse bestehen, sind sowohl bei medizinischen Artikeln als auch bei Unterhaltungselektronik aktuell noch relevante Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen.³⁹

Insgesamt ist diesbezüglich festzuhalten, dass vor allem durch das 2015 in Bahnhofsnähe eröffnete FOC in den vergangenen Jahren aber eine deutliche Angebotsausweitung stattgefunden hat, in deren Zuge die in der Verbandsgemeinde erwirtschaftete Umsatzleistung nochmals deutlich angehoben werden konnte.⁴⁰

Hierbei stellt das Mittelzentrum Montabaur mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 47.200 m² – nach dem Gewerbegebiet Heiligenroth – den flächenbezogen zweitgrößten Einzelhandelsstandort innerhalb der Verbandsgemeinde dar. Zu den Angebotsschwerpunkten zählen neben dem Stadtzentrum und dem Factory Outlet Center „The Style Outlets“ zudem die ergänzenden Nahversorgungszentren Quartier-Süd

³⁷ Haus-/ Tisch-/ Bettwäsche bzw. Heimtextilien

³⁸ Baumarkt

³⁹ Darüber hinaus kann in der gegebenen Siedlungs- und Angebotsstruktur davon ausgegangen werden, dass dem Onlinehandel mit seinen ohnehin stetig wachsenden Marktanteilen vor allem in den von umliegenden Angebotsstandorten relativ weit entfernt gelegenen Ortsgemeinden ebenfalls eine vergleichsweise hohe Versorgungsbedeutung bei den Nonfood-Sortimenten zukommt.

⁴⁰ > 50 Mio. €

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

und Allmannshausen, der solitäre Nahversorgungsstandort „Moselstraße“ (v.a. Rewe) sowie die beiden Ergänzungsstandorte „Am alten Galgen“ (v.a. Obi Baumarkt) und „Hunsrückstraße“ (AMS Möbel).⁴¹

Darüber hinaus prägen insbesondere die umfangreichen Einzelhandelsangebote im Gewerbegebiet Heiligenroth (u.a. Möbelhaus Hermes, Kaufland, Aldi, Lidl, Dehner, dm, Siemes, Deichmann, Expert, Fressnapf, Takko), die ergänzenden Nahversorgungszentren im Westen (Ortsgemeinde Neuhäusel; v.a. Rewe/Netto) und Osten der Verbandsgemeinde (Ortsgemeinde Nentershausen (Rewe⁴²) sowie die Angebote der Ortsgemeinde Görghausen (XXXLutz Müllerland, Poco, Lidl, Aldi) die lokale Einzelhandelsstruktur. In den sonstigen Ortsgemeinden sind dagegen nur sehr untergeordnet Einzelhandelsbetriebe vorzufinden, die sich oftmals auf die Nahversorgung (u.a. Unser Lädchen / Girod; Nah und Gut Best / Welschneudorf) bzw. einzelne Fachangebote (u.a. Sport Hesse / Ruppach-Goldhausen; Baufachmarkt Höber / Niederelbert) beziehen; sechs der insgesamt 25 Ortsgemeinden verfügen über keinerlei Einzelhandelsangebote

Insgesamt beläuft sich das **Verkaufsflächenangebot** im Verbandsgemeindegebiet auf rd. 142.000 m², das – bezogen auf die Einwohnerzahl der VG Montabaur – mit einem Ausstattungsindex von rd. 3,48 m² je Einwohner einhergeht. Zum Vergleich: Im Bundesdurchschnitt stehen jedem Einwohner rd. 1,45 m² Verkaufsfläche zur Verfügung.⁴³

Allerdings zeigen sich auch hier innerhalb des Verbandsgemeindegebietes deutliche lokale Unterschiede: So liegt die Arealität in den Ahrbachgemeinden bei etwa dem 10-fachen des Bundesdurchschnitts. Auch in den Eisenbachgemeinden sowie der Stadt Montabaur lassen sich noch überdurchschnittliche Kennwerte feststellen, während die Pro-Kopf-Flächenausstattung in den sonstigen Gemeinden mit 0,02 bis 0,50 m² je Einwohner deutlich unterhalb des Bundesdurchschnitts liegen.

Als **Zwischenfazit** ist demnach festzuhalten, dass die Zielvorstellungen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung sowohl die räumlich als auch sortimentsbezogen differenzierten Besitzstrukturen innerhalb der Verbandsgemeinde aufgreifen und unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben adäquat weiterentwickeln soll.

Diese „Spielregeln“ werden mit dem folgenden Zentrenkonzept vorgeschlagen.

⁴¹ vgl. Handlungsempfehlungen zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Montabaur, BBE 2020

⁴² Dieser wird aktuell umfassend modernisiert und auf bis zu rd. 1.200 m² erweitert.

⁴³ HDE Zahlenspiegel 2020; eigene Berechnung

6 Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die VG Montabaur sowie Handlungsempfehlungen

6.1 Relevante Vorgaben der regionalen Raumordnung und der Landesplanung (Zusammenfassung)

Wie bereits einführend in Kapitel 1.2 umfassend dargelegt, verfolgt das Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept der Verbandsgemeinde Montabaur insbesondere das Ziel, unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Besonderheiten und Problemlagen des Planungsraumes, zielgerichtete Vorschläge für eine Ausgestaltung der landes- und regionalplanerischen Steuerungsansätze zu entwickeln.

Für das vorliegende Konzept sind insbesondere folgende **Zielvorgaben** des Landesentwicklungsprogramms von Relevanz:

Das LEP IV sieht als Regelfall vor, dass großflächige Einzelhandelsbetriebe (= Betriebe mit mehr als 800 m² Verkaufsfläche) grundsätzlich nur in zentralen Orten zulässig sind, ab einer Verkaufsfläche von 2.000 m² nur in Mittel- und Oberzentren (**Zentralitätsgebot**)⁴⁴. Demnach ist das Mittelzentrum Montabaur als einziger zentraler Ort der Verbandsgemeinde grundsätzlich als einziger Standort für großflächige Einzelhandelsbetriebe vorgesehen, sofern diese nicht größer als 2.000 m² sind.

Das **städtebauliche Integrationsgebot**⁴⁵ fordert für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten eine standortgerechte Ansiedlung innerhalb von städtebaulich integrierten Bereichen, das heißt in Innenstädten, Stadt- sowie Stadtteilzentren.

Diese zentralen Versorgungsbereiche sind von den Gemeinden in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen.

Neben der räumlichen Abgrenzung dieser städtebaulich integrierten Bereiche ist gleichzeitig eine **orts-spezifische Sortimentsliste** zur Definition innenstadt- bzw. nicht-innenstadtrelevanter Sortimente festzulegen.

Ausnahmen von der Zuordnung zu zentralen Versorgungsbereichen werden nur für großflächige Betriebe mit nicht-innenstadtrelevanten Kernsortimenten, wie z.B. Bau- und Möbelmärkte zugelassen, für die spezielle Standortanforderungen gelten: Hoher Flächenbedarf bei gleichzeitig niedrigen Flächenproduktivitäten macht innenstadtintegrierte Standorte für diese Betriebsformen in der Regel betriebswirtschaftlich unrentabel. Weiterhin sind die starken Belastungen des Standortumfelds dieser Betriebe durch den Ziel- und Querverkehr zu berücksichtigen.

Vor diesem Hintergrund ist die Einbindung dieser Betriebe in die Siedlungsschwerpunkte mit intensiver Wohnnutzung im Umfeld der Zentren oftmals problematisch, weshalb beispielsweise Baumarkt- und Gartenmarktsortimente nicht zu den innenstadtrelevanten Sortimenten gezählt werden. Die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten ist deshalb

⁴⁴ Ministerium des Innern und für Sport Rheinland-Pfalz: Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz (LEP IV), Z 57.

⁴⁵ Ebd., Z 58.

auch an **Ergänzungsstandorten** innerhalb der zentralen Orte zulässig⁴⁶. Die Festlegung von Ergänzungsstandorten erfolgt ebenfalls durch die Kommune in Abstimmung mit der Regionalplanung. Um die Zentrenverträglichkeit eines Vorhabens sicherzustellen, sind innenstadtrelevante Sortimente regelmäßig nur als begrenzte Randsortimente zulässig.

6.2 Begriff des zentralen Versorgungsbereiches

Bei einem stadtplanerischen Konzept zur Steuerung des Einzelhandels handelt es sich - nach entsprechender Beschlussfassung durch den Verbandsgemeinderat - um ein städtebauliches Entwicklungskonzept, das nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB bei der Aufstellung der Bebauungspläne zu berücksichtigen ist.

Bei der Erarbeitung derartiger informeller Planungen liegt der Schwerpunkt darin, städtebauliche Belange zu konkretisieren, die in die Abwägung einzustellen sind. Insbesondere die in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB genannten Belange der Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche spielen dabei eine wichtige Rolle. Dieser Begriff findet im Übrigen Erwähnung in den Vorschriften der §§ 2 Abs. 2, 9 Abs. 2a, 34 Abs. 3, 34 Abs. 3a BauGB, 11 Abs. 3 BauNVO. Es handelt sich um einen Begriff des durch den Bundesgesetzgeber geregelten Bauplanungsrechts.

Ziel eines Einzelhandelskonzeptes ist es, auf Gemeindeebene die konkreten **Abgrenzungen und Funktionen** der zentralen Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte zu bestimmen.

Für den einfachen Bebauungsplan nach § 9 Abs. 2a BauGB hat der Bundesgesetzgeber die Bedeutung von Einzelhandelskonzepten im Satz 2 ausdrücklich betont. Diese Regelung lautet wie folgt:

„Dabei ist insbesondere ein hierauf bezogenes städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 zu berücksichtigen, das Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält“.

Zentrale Versorgungsbereiche sind nach der hierzu mittlerweile vorliegenden Rechtsprechung, insbesondere des OVG NRW sowie des Bundesverwaltungsgerichts, räumlich abgrenzbare Bereiche, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.

Diese Kernaussage seiner früheren Rechtsprechung hat das Bundesverwaltungsgericht in einem Urteil vom 17.12.2009 (4C 2.08) weitergehend konkretisiert: Entscheidend ist danach, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat. Der Begriff „zentral“ ist nicht geographisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen.

Betont hat das Bundesverwaltungsgericht in der genannten Entscheidung auch, dass ein zentraler Versorgungsbereich eine „integrierte Lage“ voraussetzt. Dies hatte das OVG NRW in seinem Urteil vom

⁴⁶ Ebd., Z 59.

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

19.06.2008 (7 A 1392/07) dahingehend beschrieben, dass der Standort für die zu versorgende Bevölkerung nicht nur mit dem Pkw günstig zu erreichen sein muss. Das Bundesverwaltungsgericht hat dies dahingehend ergänzt, dass isolierte Standorte mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben keinen zentralen Versorgungsbereich bilden können, auch wenn sie über einen weiten Einzugsbereich verfügen und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllen mögen.

Ein zentraler Versorgungsbereich setzt auch keinen übergemeindlichen Einzugsbereich voraus. Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherstellung einer wohnortnahen Grundversorgung der im Einzugsbereich lebenden Bevölkerung. In dem OVG NRW-Urteil vom 15.02.2012 (10 D 32/11.NE bzw. 10 A 1770/09) wurden die Kriterien konkretisiert. Demgemäß muss die ansässige Einzelhandelsausstattung geeignet sein, „den allgemeinen Anforderungen an ein Nahversorgungszentrum“ zu entsprechen. Als Grundvoraussetzung sollte im Allgemeinen mindestens ein moderner und zukunftsfähiger Anbieter aus dem Nahrungs- und Genussmittelsektor ansässig sein. Bei einem zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereich muss die städtebauliche Begründung auch belegen, dass die Entwicklung in einem überschaubaren Zeitraum wahrscheinlich ist bzw. durch den Einsatz des planungsrechtlichen Instrumentariums realisierbar erscheint.

6.3 Leitziele der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung und Standortkonzept

Die einzelhandelsrelevanten Ziele der Landesplanung (vgl. Kapitel 6.1) bilden den Orientierungsrahmen für das kommunale Einzelhandels- und Zentrenkonzept. Beschließt der Verbandsgemeinderat das Konzept als städtebauliche Planung im Sinne von § 1 Abs. 6 BauGB, ist es künftig bei der Aufstellung einzelhandelsrelevanter Bauleitpläne als wichtige Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen.

Aufbauend auf den mit dem 2008 verabschiedeten Einzelhandelskonzept festgelegten Leitzielen sowie den Ergebnissen der aktuellen Angebots- und Nachfrageanalyse ist daher in erster Linie ein differenziertes Versorgungsmodell mit Standortbereichen unterschiedlicher Funktion und Versorgungsreichweite abzuleiten. Diesbezüglich gilt es, das derzeitige Standortkonzept zu überprüfen und ggf. anzupassen: Neben der räumlichen Abgrenzung der einzelnen zentralen Versorgungsbereichen sind hierbei auch die jeweiligen Versorgungsfunktionen zu verifizieren. Hierbei können die Empfehlungen zu den Leitlinien der künftigen Einzelhandelsentwicklung der VG Montabaur den vom Büro Dr. Acocella im Jahr 2008 vorgelegten Zielkatalog aufgreifen und wie folgt konkretisieren:

- **Erhaltung/ Stärkung der Versorgungsstrukturen in der Verbandsgemeinde (dezentrale Konzentration)**

In der stark von der Topographie des Westerwaldes beeinflussten Siedlungsstruktur der Verbandsgemeinde Montabaur sind neben den Angebotsstrukturen des Mittelzentrums Montabaur sowohl in der gewachsenen Ortsmitte der östlich gelegenen Ortsgemeinde Nentershausen als auch im Zentrum der südwestlichen gelegenen Ortsgemeinde Neuhäusel ergänzenden (Nah-)Versorgungsstrukturen vorzufinden. Diese ermöglichen der in diesem Teilraum lebenden Bevölkerung eine wohnortnahe Grundversorgung und tragen daher in hohem Maße zu einem flächendeckenden Versorgungsangebot im Verbandsgemeindegebiet bei.

Bereits mit dem Vorgängerkonzept ist diese Grundstruktur der örtlichen Versorgung in ein räumliches Standortkonzept überführt worden, dass neben dem übergeordneten Hauptzentrum der Stadt Montabaur auch zwei ergänzende Nahversorgungszentren in den beiden Ortsgemeinden Nentershausen und Neuhäusel vorgesehen hat.

Auch angesichts des demographischen Wandels und eines damit einhergehenden steigenden Anteils immobiler Bevölkerungsgruppen ist es auch weiterhin von übergeordneter Relevanz, die lokale Angebotsstruktur nicht allein auf das Mittelzentrum Montabaur zu fokussieren sondern auch zukünftig ein dezentrales Versorgungsangebot vorzuhalten.

Vor diesem Hintergrund gilt es, neben einem Ausbau der innerstädtischen Angebote auch die Nahversorgungszentren in Neuhäusel und Nentershausen langfristig in ihrem Bestand zu sichern.

Eine der wesentlichen Entwicklungsziele des Konzepts ist demnach auch weiterhin die Gewährleistung einer flächendeckenden Nahversorgung im Verbandsgemeindegebiet. Wie vorab bereits dargelegt ist eine Fokussierung der Nahversorgung auf das Mittelzentrum angesichts der gegebenen Siedlungsstruktur nicht sachgerecht. Vielmehr sind die vorhandenen Ergänzungen im Osten und Südwesten der Verbandsgemeinde auch weiterhin sinnvoll und in ihrer Funktion zu erhalten. Hierbei ist allerdings festzuhalten, dass der zentrale Versorgungsbereich in Nentershausen mit dem dort ansässigen Rewe-Supermarkt alleine die Nahversorgung der Eisenbachgemeinden aber

nicht sicherstellen kann.⁴⁷ In der kleinstrukturierten Ortsmitte sind allerdings auch keine Flächenareale vorhanden, die zur Aufnahme weiterer Nahversorger in der Lage sind. Vor diesem Hintergrund wird vorgeschlagen, die Nahversorgung in diesem Teilraum der VG Montabaur neu zu strukturieren und neben dem Nahversorgungszentrum in Nentershausen einen auf die Nahversorgung beschränkten Nahversorgungsstandort in der nahegelegenen Nachbarkommune Görghausen festzulegen. Gemeinsam mit dem übergeordneten zentralen Versorgungsbereich in Nentershausen wird dieser eine umfassende Nahversorgung in den Eisenbachgemeinden gewährleisten können. Denn die beiden dort vorhandenen Märkte Aldi und Lidl übernehmen bereits heute wichtige ergänzende Versorgungsfunktion in diesem Teilgebiet der VG Montabaur und sollten daher ebenfalls zukunftsfähig aufgestellt werden (können).

Dass neben den Angeboten der zentralen Versorgungsbereiche grundsätzlich auch weitere Standorte erforderlich sind, die den Flächenanforderungen moderner Lebensmittelmärkte Rechnung tragen und die aufgrund ihrer Lagebeziehungen im Siedlungsraum eine möglichst flächendeckende, wohnungsnah Versorgung der Bevölkerung ermöglichen, zeigen auch die Entwicklungen im Stadtgebiet von Montabaur. Dort ist das Hauptzentrum mit den Standortbereichen „Quartier-Süd“ sowie „Allmannshausen“ zwischenzeitlich um zusätzliche Angebotsstandorte des Lebensmitteleinzelhandels ergänzt worden. Zugleich ist mit dem Rewe-Markt an der Moselstraße ein weiterer Anbieter mit hohem Wohngebietsbezug im Stadtgebiet vorzufinden, der wichtige wohnortnahe Versorgungsfunktion übernimmt.

Auch im Norden der Verbandsgemeinde sind durch die Angebote im Gewerbegebiet Heiligenroth ergänzende Nahversorgungsstrukturen gegeben, wenngleich diese in Bezug zum örtlichen Kaufkraftpotenzial deutlich überdimensioniert sind.

Lediglich im südlichen Verbandsgemeindegebiet sind derzeit keine Angebote in Form von modernen Lebensmittelmärkten vorzufinden. Ein entsprechendes Versorgungsangebot wäre daher grundsätzlich erstrebenswert. Allerdings verfügen die einzelnen Ortsgemeinden jeweils nur über geringe Einwohnerzahlen; zugleich schränken die topographischen Gegebenheiten die Standortsuche nach geeigneten Entwicklungsflächen zusätzlich ein.

Die zukünftige Entwicklung der Nahversorgungsstrukturen sollte sich daher nur auf wenige vorhandene Angebotsstandorte beschränken, die neben den zentralen Versorgungsbereichen auch ergänzende Nahversorgungsstandorte umfassen. Hierbei sollte lediglich im südlichen Verbandsgemeindegebiet ein Ausbau der Angebotssituation aktiv angestrebt werden („potenzieller Nahversorgungsstandort“); vielmehr gilt es, die gegebene Angebotssituation langfristig aufrechtzuerhalten und maßvoll weiterzuentwickeln.

⁴⁷ Demgegenüber ist in der Ortsmitte von Neuhäusel mit einem Rewe-Supermarkt sowie einem Netto-Lebensmittel-discounter eine umfassende Lebensmittelversorgung gewährleistet.

■ Erhalt und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Montabaur

Auch die Sicherung der hervorgehobenen Versorgungsfunktion des Mittelzentrums Montabaur für die VG Montabaur als übergeordnetes Entwicklungsziel ist weiterhin zu bestätigen. Dabei ist eine quantitative Stärkung im Sinne einer Steigerung der Zentralität der Stadt Montabaur auf Grund der in der Verbandsgemeinde vorhandenen Angebote (u.a. Gewerbegebiet Heiligenroth, Möbelmärkte Görgeshausen) entweder nur eingeschränkt möglich oder nicht sinnvoll (Stichwort „Nahversorgung“; s.o.).

Besonderes Augenmerk ist daher vielmehr auf die Entwicklung des Stadtzentrums zu richten, das als traditioneller Versorgungsmittelpunkt von hervorgehobener Bedeutung für die mittelzentrale Versorgungsfunktion der Stadt ist. Aufgrund der Konzentration von Einzelhandelsbetrieben sowie ergänzenden privaten und öffentlichen Dienstleistungseinrichtungen und Gastronomiebetrieben stellt die Innenstadt von Montabaur den wichtigsten integrierten Versorgungsstandorte innerhalb der VG Montabaur dar und wird daher auch weiterhin den übergeordneten zentralen Versorgungsbereich („Hauptzentrum“) im Verbandsgemeindegebiet darstellen.

Gemäß den Vorgaben der Landesplanung (Zentralitätsgebot/Integrationsgebot) sollte die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten daher prioritär nur noch im Innenstadtbereich von Montabaur zugelassen werden. Ansatzpunkte hierfür ergeben sich insbesondere aus der Neugestaltung des Konrad-Adenauer-Platzes bzw. den im Zuge dessen neu geschaffenen Einzelhandelsflächen.

Ausnahmen kommen lediglich für das FOC Montabaur in Betracht, das aufgrund seines klar definierten Profils als Fashion-Outlet eine überregionale Ausstrahlungskraft entfaltet. In dieser Funktion sollte der Standort weiter gestärkt werden. Um allerdings städtebaulich unverträgliche Standortkonkurrenzen zu vermeiden sind Weiterentwicklungen auf Einzelhandelsangebote mit FOC-typischer Warencharakteristik zu beschränken.

■ Erhalt und Stärkung der Einzelhandelszentralität der Innenstadt sowie der Nahversorgungszentren

Den obigen Ausführungen folgend sollen somit auch zukünftig alle wichtigen innenstadtrelevanten Einzelhandelsfunktionen im Hauptzentrum von Montabaur gebündelt werden. Zugleich ist aber auch der Verbleib des Lebensmitteleinzelhandels in zentraler Lage von Montabaur perspektivisch zu sichern⁴⁸: Denn neben der Versorgung der im Stadtzentrum lebenden und arbeitenden Bevölkerung trägt der vorhandene Supermarkt auch wesentlich zur Frequenz der Innenstadt bei.

Gleiches gilt im Grundsatz auch für die in den Ortsgemeinden Nentershausen und Neuhäusel vorhandenen Nahversorgungszentren, wo die ergänzenden Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen ebenfalls wesentlich von den Kundenfrequenzen der ortsansässigen Lebensmittelmärkte profitieren.

⁴⁸ Mit der im Zusammenhang mit der Entwicklung „Allmannshausen“ erfolgten, vertraglich fixierten Zusage von Rewe zur Sicherung des Innenstadtmarktes, ist der langfristige Erhalt dieses wichtigen innerstädtischen Ankerbetriebes zwischenzeitlich gesichert worden.

Der Sicherung der vorhandenen Nahversorgungsstrukturen kommt daher auch wesentlich dem Funktionserhalt der zentralen Versorgungsbereiche zu Gute.

■ Erhalt und Stärkung der Identität der Innenstadt von Montabaur

Das verbandsgemeindliche Einzelhandelskonzept aus 2008 empfiehlt an dieser Stelle, dass „der Einzelhandel insbesondere in der Innenstadt von Montabaur von verschiedenen Betriebstypen geprägt sein [soll]“ und sowohl die „Vielfalt des Einzelhandels sowohl hinsichtlich Branchen wie auch hinsichtlich Betriebstypen [...], aber auch die Vielfalt der sonstigen Angebote“ gestärkt werden soll.⁴⁹

Dieses Leitziel ist auch mit der aktuellen Fortschreibung aufrechtzuerhalten und zu bekräftigen.

Zu berücksichtigen hierbei ist, dass in den gewachsenen Stadtzentren bereits seit vielen Jahren Transformationsprozesse zu beobachten sind, die durch die pandemiebedingten Auswirkungen nochmals deutlich beschleunigt wurden und an Tempo gewonnen haben.

Der Wandel der Innenstädte vom reinen Einkaufs- zum Erlebnisort ist daher bereits in vollem Gange: das Stadtzentrum von Morgen lebt mehr denn je von Innenstadtbesuchen unterschiedlichster Besuchsmotive und wird damit perspektivisch vielmehr eine multifunktionale Begegnungsstätte darstellen.

Übergeordnetes Ziel ist es daher, insbesondere der lokalen Bevölkerung eine möglichst umfassende Angebotspalette zum Besuch der Innenstadt anzubieten.

Neben Einkaufs- und Dienstleistungsangeboten sind Aspekte wie Freizeit, Wohnen, Kultur, Arbeiten und Mobilität stärker in den Mittelpunkt zu rücken und unter Berücksichtigung der standortspezifischer Gegebenheiten der Montabaurer Innenstadt zu fördern.

Dabei tragen Veranstaltungen wie Wochenmärkte – die während Corona wieder verstärkt aufgesucht worden sind und mit denen zugleich die Themenfelder „Nachhaltigkeit“ und „Regionalität“ glaubhaft bespielt werden können –, Open-Air-Veranstaltungen, Konzerte, Stadtfeste etc. ebenfalls wesentlich zur lokalen Standortattraktivität der „eigenen“ Stadtmitte bei. Aber auch interdisziplinäre Fragestellungen, wo beispielsweise Ladesäulen zukünftig benötigt werden und wie diese möglichst kopplungswirksam im Kernstadtbereich integriert werden können, gewinnen perspektivisch an Bedeutung.

Als besonders vielversprechend zeigen sich hierbei Ansätze, die auf eine frühzeitige Beteiligung der Bevölkerung sowie möglichst vieler Akteure aus Politik, Verwaltung, Werbegemeinschaften, Unternehmen sowie Eigentümer und Immobilienwirtschaft setzen. Workshops, Befragungen aber auch Social Media-Aktionen bieten hierzu zahlreiche Möglichkeiten, die Beteiligten aktiv an der Zukunftsgestaltung der eigenen Stadtmitte einzubeziehen und Bedarfe und Visionen gemeinsam zu entwickeln.

⁴⁹ Einzelhandelsuntersuchung als Grundlage für ein Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Montabaur; Büro Dr. Acocella (2008); S. 120

■ Schaffung von Investitionssicherheit

Mit der Fortschreibung des verbandsgemeindlichen Einzelhandelskonzepts und der Überprüfung des 2008 beschlossenen Standort- und Zentrenmodells wird der bereits bestehende Orientierungs- und Beurteilungsrahmen für zukünftige Einzelhandelsentwicklungen an die aktuellen Gegebenheiten angepasst und unter Berücksichtigung städtebaulicher Entwicklungsziele weiterentwickelt.

Die vorgeschlagene Standortstruktur bietet demnach nicht nur Politik und Verwaltung die Möglichkeit, an sie herangetragene Planungen sachgerecht zu beurteilen, sondern schafft durch die klarstellende Festlegung positiv zu gestaltender Entwicklungsräume wie auch restriktiv handzuhabender Standortbereiche zugleich Planungs- und Investitionssicherheit für Einzelhandel, Investoren und Grundstückseigentümer.

Hierbei dient das aus dem fortgeschriebenen Einzelhandelskonzept abzuleitende und in Bebauungspläne zu überführende Planungsrecht grundsätzlich nicht dem Schutz vor Konkurrenz, sondern dem Schutz zentraler Versorgungsbereiche und der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung.

■ Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe

Auch das Ziel, die vorhandenen Gewerbegebiete für die eigentlichen Zielgruppe, nämlich Handwerk und produzierendem Gewerbe, vorzuhalten, sollte weiterhin Bestand haben. Nicht nur zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche wird daher vorgeschlagen, die zukünftige Einzelhandelsentwicklungen in den vorhandenen Gewerbegebieten auf den nicht-innenstadtrelevanten Einzelhandel zu beschränken.

Großflächige Einzelhandelsentwicklungen im nicht-innenstadtrelevanten Einzelhandel sollten hierbei nur auf möglichst wenige, dafür aber besonders geeignete „Ergänzungsstandorte für den nicht-innenstadtrelevanten Einzelhandel“ konzentriert werden.

Hierfür bieten neben dem weitläufigen Gewerbegebiet in Heiligenroth auch die durch großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-innenstadtrelevantem Kernsortiment geprägten Standortbereiche in Görgeshausen (v.a. XXXLutz Müllerland) sowie der Stadt Montabaur (Am alten Galgen / Hunsrückstr.) entsprechende Anknüpfungspunkte.

Aus diesem übergeordneten Zielkatalog ergeben sich folgende grundlegenden **Handlungsempfehlungen** für die künftige Einzelhandelsentwicklung der Verbandsgemeinde Montabaur

- (Großflächige) Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten sollten auch weiterhin auf die zentralen Versorgungsbereiche der Verbandsgemeinde Montabaur konzentriert werden. Ein über den Bestand hinausgehender Ausbau dezentraler Angebotsstandorte würde aufgrund des insgesamt bereits hohen Flächenbesatzes und der hiermit einhergehenden innergemeindlichen Konkurrenzsituationen letztlich zu einer Schwächung der gewachsenen Strukturen führen.

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

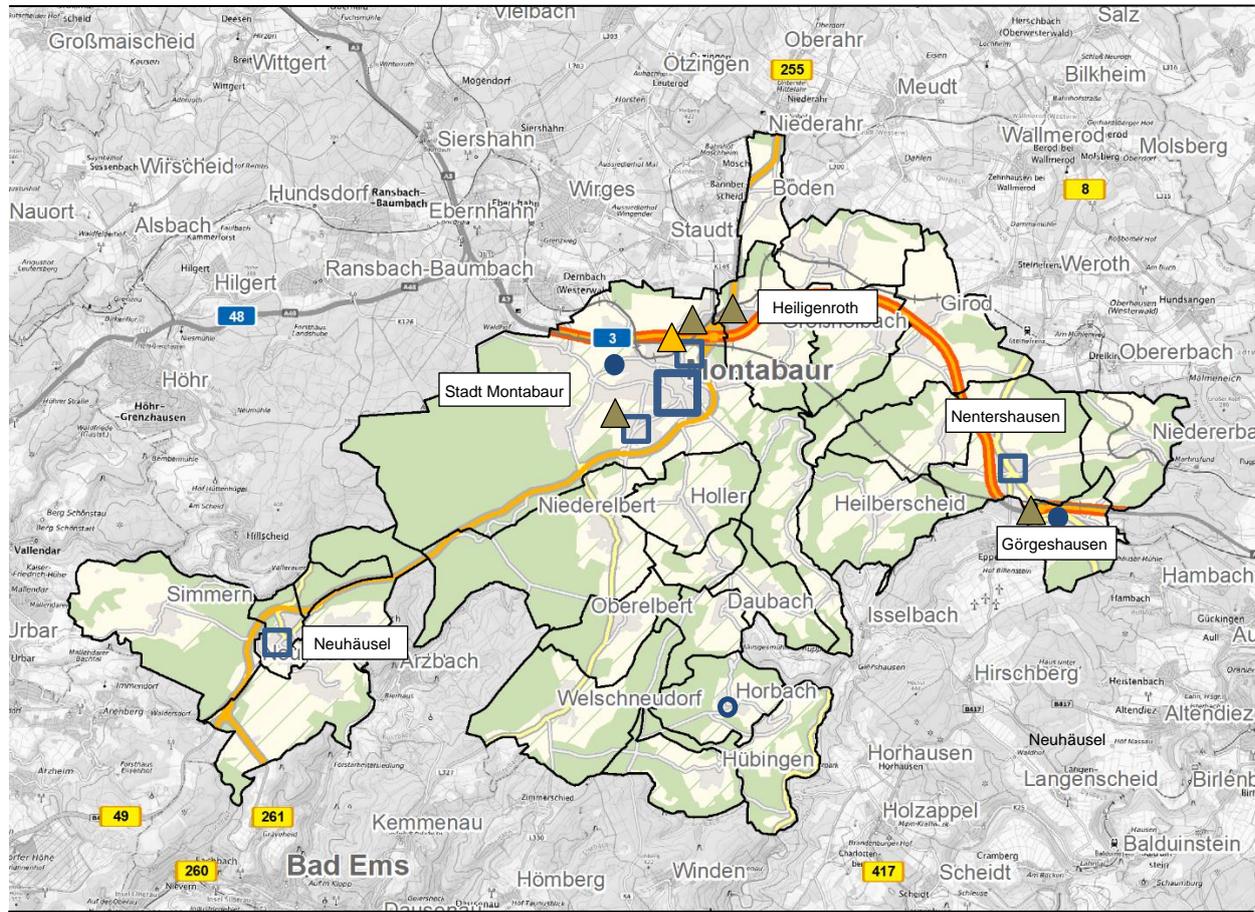
- Vor diesem Hintergrund ist ein Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten in den Gewerbegebieten zu empfehlen. Sofern noch nicht geschehen sollten bereits vorhandene Betriebe im Bestand festgeschrieben werden, wobei notwendigen Maßnahmen zur betrieblichen Erneuerung Rechnung getragen werden sollte.
- Das FOC Montabaur am ICE-Bahnhof Montabaur entfaltet aufgrund seines klar definierten Profils als Fashion-Outlet eine überregionale Ausstrahlungskraft. In dieser Funktion sollte der Standort weiter gestärkt werden. Die bereits Ende 2019 angestoßenen Erweiterungsplanungen folgen dieser Empfehlung.⁵⁰

Ein Ausbau ergänzender, nicht FOC-typischer Einzelhandelsnutzungen sollte allerdings der Montabaurer Innenstadt vorbehalten bleiben, um städtebaulich unverträgliche Standortkonkurrenzen zu vermeiden. Gleiches gilt grundsätzlich auch für das im Bereich des Bahnhofvorplatzes angrenzende Kerngebiet.
- Auch stark frequentierte Lebensmittelbetriebe sollten prioritär den zentralen Versorgungsbereichen vorbehalten werden.
- Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ist die Sicherung und Entwicklung von Angeboten der Nahversorgung dagegen ausschließlich an den vorgeschlagenen „Nahversorgungsstandorten“ anzustreben. Im Umkehrschluss sollten die nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetriebe an städtebaulich nur unzureichend integrierten Standorten im Bestand festgeschrieben werden.
- Im (großflächigen) nicht-innenstadtrelevanten Einzelhandel sollte eine Konzentration auf wenige, städtebaulich geeignete Standorte im Stadtgebiet verfolgt werden. Innenstadt- und nahversorgungsrelevante Sortimente sollten an diesen Standorten künftig nur noch als betriebsformentypische Randsortimente zugelassen werden.
- Zur genauen Untergliederung der Einzelhandelsangebote in nahversorgungsrelevante, innenstadtrelevante und nicht-innenstadtrelevante Sortimente ist die „Montabaurer Sortimentsliste“ zu prüfen und ggf. anzupassen (vgl. Kapitel 6.7). Die Sortimentsliste bildet eine wesentliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels über die Bauleitplanung.

In der zusammenfassenden Darstellung des räumlich und funktional gegliederten Einzelhandels-Standortkonzepts für die Stadt Montabaur ergibt sich folgendes Bild (siehe folgende Abbildung):

⁵⁰ Diesbezüglich sind bereits erste Abstimmungsgespräche mit der Landes- und Regionalplanung terminiert.

Abbildung 12: Einzelhandels-Standortkonzept für die Verbandsgemeinde Montabaur



- Hauptzentrum
- Nahversorgungszentrum
- Nahversorgungsstandort
- Nahversorgungsstandort (Entwicklung)
- ▲ Ergänzungsstandort
grfl. nicht-zentrenrel. EZH
- ▲ Sonderstandort

Quelle: Eigene Darstellung

6.4 Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche

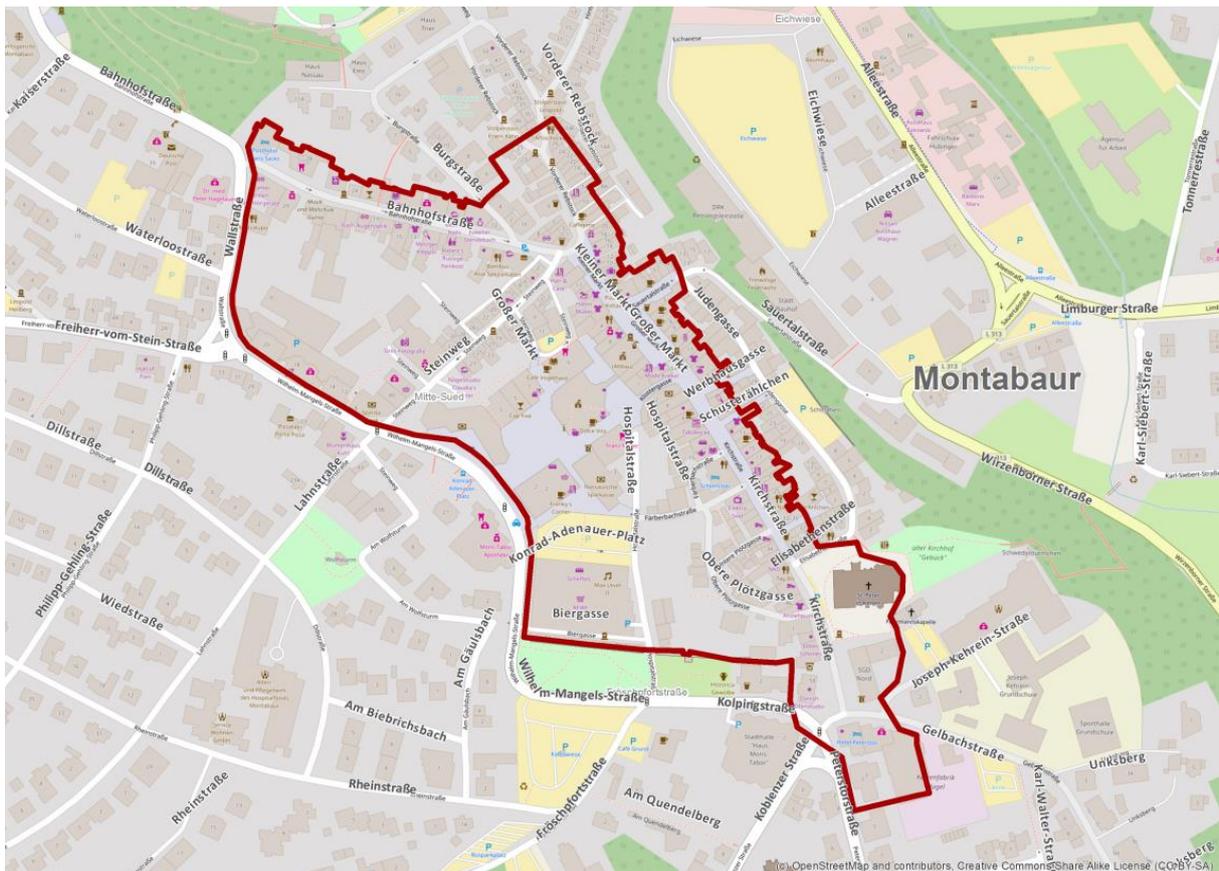
6.4.1 Hauptzentrum Innenstadt

Die Innenstadt von Montabaur stellt innerhalb der Verbandsgemeinde das bedeutendste gewachsene Versorgungszentrum innerhalb der Verbandsgemeinde dar und übernimmt deshalb Versorgungsfunktionen für die Gesamtbevölkerung. Auch zukünftig soll das Stadtzentrum daher als „Hauptzentrum“ mit gesamtgemeindlichen Versorgungsaufgaben qualifiziert werden.

Damit wird die Innenstadt als einziger Standortbereich im Verbandsgemeindegebiet dazu privilegiert, großflächige Einzelhandelsbetriebe mit mehr als 800 m² Verkaufsfläche und innenstadtrelevanten Kernsortimenten⁵¹ aufzunehmen, die sich in ihrer Größendimension auf die mittelzentrale Versorgungsfunktion der Verbandsgemeinde bemessen.

Aufgrund der weitreichenden, bauleitplanerischen Privilegien ist die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches dementsprechend von erheblicher Bedeutung und daher sorgfältig vorzunehmen und genau abzuwägen.

Karte 15: Räumliche Abgrenzung des Hauptzentrums Montabaur



Quelle: Eigene Darstellung

⁵¹ zur Definition siehe Kap. 6.7

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Gegenüber der derzeitigen Abgrenzung aus 2008 ergeben sich unter Berücksichtigung der Bestandsstrukturen vorhandener Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen nur geringfügig Veränderungen, die sich im Wesentlichen auf eine nun parzellenscharfe Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches beschränken. Lediglich im Nordwesten, im Kreuzungsbereich von östlicher Bahnhofstraße und Wallstraße wird eine stärkere Fokussierung auf den Kernbereich durch eine engere Abgrenzung vorgeschlagen.⁵²

Damit umfasst der Hauptgeschäftsbereich auch weiterhin vor allem die als Fußgängerzone ausgebauten Bereiche entlang der Kirchstraße sowie entlang des Großen und Kleinen Marktes zzgl. angrenzender Gassen, den östlichen Bereich der Bahnhofstraße sowie die Strukturen entlang des Steinwegs. Hier ist ein nahezu geschlossener Besatz von überwiegend kleinteiligen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben vorzufinden. Daneben sind auch das zwischen Hospitalstraße und Wilhelm-Mangels-Straße gelegene „City-Center“ sowie der zentral gelegene Konrad-Adenauer-Platz der räumlichen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches zuzuordnen.

Die innerstädtische Einzelhandelsentwicklung sollte hierbei zukünftig auf ein funktionierendes „Tandem“ aus neu gestaltetem Konrad-Adenauer-Platz/ „City-Center“ und Fußgängerzone ausgerichtet sein, das als wesentliche Stütze des innerstädtischen Einzelhandels anzusehen ist.

Denn eine Steigerung der innerstädtischen (Kunden-)Frequenzen kann nur durch Publikumsmagneten erreicht werden, dazu zählen ausdrücklich auch zusätzliche größere Handelsfilialisten, die bisher insbesondere aufgrund der kleinteiligen Strukturen und dementsprechend fehlender geeigneter Ladenlokale im Stadtzentrum nicht untergebracht werden konnten.

Das mit der geplanten Umgestaltung des „City-Centers“ zwischenzeitlich eine vertraglich fixierte Zusage von Rewe zum langfristigen Erhalt des Innenstadtmarktes erfolgt ist, kann als wichtiger Grundstein der empfohlenen Einzelhandelsausrichtung bewertet werden. Denn ein größerer Lebensmittelmarkt übernimmt für den gesamten Geschäftsbereich der Innenstadt wichtige Funktion des Frequenzbildners und sichert gleichzeitig die fußläufige Versorgung der innerstädtischen Wohnquartiere.

Neue Impulse wird die Innenstadt von Montabaur auch durch die Neuplanung des zentral gelegenen Konrad-Adenauer-Platzes erfahren, der nicht nur den städtebaulichen Mittelpunkt von Montabaur darstellt sondern von dem mit dem donnerstags und samstags dort stattfindenden Wochenmarkt zusätzliche Frequenzen ausgehen.

Geplant ist, am Standort der ehemaligen Hisgen-Immobilie⁵³ sowie des benachbarten Sparkassen-Gebäudes⁵⁴ einen L-förmigen Gebäudekomplex mit bis zu vier Vollgeschossen zu errichten. Neben Mietflächen für Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen im Erdgeschoss soll in den oberen Geschossen außerdem innerstädtischer Wohnraum geschaffen werden. Durch die attraktive Freiraumgestaltung wird zudem die Aufenthaltsqualität dieses städtischen Identifikationspunktes nochmals angehoben. Auch, dass mit der Sparkasse ein kundenfrequenzstarker Ankernutzer in zentraler Innenstadtlage verbleibt, ist

⁵² vgl. Ausführungen am Ende des Kapitels

⁵³ Diese soll umfassend saniert und in den neuen Gebäudekörper integriert werden. Mit den aufwendigen Bauarbeiten ist im Sommer 2021 begonnen worden.

⁵⁴ In einem zweiten Bauabschnitt ist der Abriss des bestehenden Sparkassen-Gebäudes geplant.

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

für die langfristige Stabilisierung des Stadtzentrums als Versorgungsstandort von hervorgehobener Bedeutung. Darüber hinaus bieten moderne und nachfragegerechte Mietflächen Einzelhandelsformaten (erstmalig) die Chance in der Montabaurer Innenstadt Fuß zu fassen, die in der ansonsten kleinteilig strukturierten Innenstadt bislang keine adäquaten Ladenlokale vorgefunden haben.

Hierbei gilt es Nutzungen zu identifizieren, die einerseits die Fashion-Angebote des nahegelegenen FOC's ergänzen und andererseits in der Lage sind im Spannungsfeld mit den vor allem fachmarktbezogenen Angeboten im Gewerbegebiet Heiligenroth erfolgreich zu bestehen. Sowohl im Sinne eines umfassenden (Nah-)Versorgungsangebots als auch vor dem Hintergrund der regelmäßig stattfindenden Einkaufsbeziehungen und den damit einhergehenden Kundenfrequenzen wäre die Ansiedlung eines Drogeriemarktes prioritär zu verfolgen. Denn dieses Angebotsformat ist seit den insolvenzbedingten Schließungen von Schlecker bzw. Ihr Platz nicht mehr in der Innenstadt von Montabaur vorzufinden. Aber auch das Mehrbranchen-Kaufhaus „Woolworth“ wäre angesichts des breit gefächerten Warenangebotes dazu in der Lage, das innerstädtische Einzelhandelsangebot entsprechend aufzuwerten – zumal der Anbieter derzeit wieder verstärkt auf der Suche nach neuen Ladenlokalen und bislang noch nicht im Verbandsgemeinde ansässig ist.

Abbildung 13: Neugestaltung Konrad-Adenauer-Platz



Quelle: Architekturbüro Schäfer, Westerburg

Mit Blick auf die zunehmende Bedeutung des Onlinehandels kann die Zukunft der Montabaurer Innenstadt aber nicht allein im Einzelhandel liegen. An Bedeutung gewinnen wird auch urbanes Wohnen und modernes Arbeiten – etwa in Form von Co-Working. Auch geht der Trend eindeutig in Richtung Gastronomie, die heute deutlich höhere Verbrauchsausgaben zu verzeichnen hat als noch vor wenigen Jahren. Davon können auch die eher kleinteilig strukturierten Lagen des Stadtzentrums profitieren. Insbesondere für die historische Altstadt bestehen daher auch zukünftig weitere Profilierungschancen.

Neben den Entwicklungen am Konrad-Adenauer-Platz ist in der Innenstadt von Montabaur auch die Neugestaltung der Bahnhofstraße vorgesehen, die zukünftig als städtebaulich attraktive (fußläufige) Verbindung Achse zwischen dem Bahnhof und der Innenstadt fungieren soll.

Geplant ist hier u.a. durch die Verlagerung der Straßenführung den bestehenden Gehweg aufzuweiten und städtebaulich aufzuwerten. Damit soll die Bahnhofstraße zukünftig einen Promenadencharakter erhalten. Um hierfür die planerischen Voraussetzungen zu schaffen, sollen über den gesamten Verlauf der

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Bahnhofstraße zwischen der Einmündung Steinstraße und Bahnhofplatz - ein Straßenzug von etwa 1.000 Metern Länge - zukünftig neben Gastronomie- und sonstigen Dienstleistungsbetrieben auch Einzelhandelsnutzungen vorgesehen werden. Damit allerdings keine Schwerpunktverschiebungen in den Frequenzlagen der Innenstadt ausgelöst werden, sollten die Einzelhandelsnutzungen auf kleinteilige Betriebe beschränkt werden.

Abbildung 14: Neugestaltung Bahnhofstraße



Quelle: Stadt Montabaur, Freiraumplanerischer Realisierungswettbewerb; eigene Bearbeitung

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Mit Umsetzung der Rahmenplanung wird es gelingen, die Bahnhofstraße als Verbindungsachse zwischen Altstadt und ICE-Bahnhof auch für den nicht-motorisierten Verkehr deutlich aufzuwerten. Ansatzpunkte, die Bahnhofstraße darüber hinaus durch eine weitere Verdichtung zentrenkompatibler Nutzungen zu einer belebten Geschäftsstraße zu entwickeln, ergeben sich allerdings nur in eingeschränktem Maße.

Denn zum einen ermöglicht die Führung der Bahnhofstraße entlang des Hangfußes des Schlossbergs zwischen Steinweg und der Alleestraße lediglich eine einseitige Bebauung. Dadurch sind sämtliche bauliche Entwicklungen auf die Westseite der Bahnhofstraße beschränkt. Potenzialflächen sind in diesem Bereich, der vom Gebäudekomplex des Amtsgerichts und einer hochwertigen, teilweise gründerzeitlicher Bebauung dominiert wird, nicht vorhanden.

Nördlich der Alleestraße durchläuft die Bahnhofstraße ein Quartier, das überwiegend durch Dienstleistungen und Büronutzungen geprägt ist. Aufgrund der weitgehend lückenfreien Bebauung sind Verdichtungsansätze für zentrentypische Nutzungen nicht gegeben.

Den Einzelhandelsschwerpunkt nördlich des Schlossberges bildet das Hermes-Center, ein kleinerer Fachmarktstandort mit einem Netto-Lebensmittelmarkt als Leitbetrieb. Der Standort nimmt eine Solitär-lage in der nördlichen Kernstadt ein und entfaltet keine so hohe Frequenzwirkung, dass dadurch Ansatzpunkte für die Entwicklung der Bahnhofstraße zu einer belebten Geschäftsstraße und damit zum Teil des innerstädtischen Hauptzentrums gegeben wären.

Festzuhalten ist, dass die Bahnhofstraße auch nach Umsetzung der geplanten Aufwertungsmaßnahmen im öffentlichen Straßenraum nicht in die räumliche Abgrenzung des Hauptzentrums einbezogen werden sollte. Denn die baulichen Strukturen lassen allenfalls einen Streubesatz von kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen zentrenkompatiblen Nutzungen zu.

Sollten perspektivisch Einzelhandelsentwicklungen möglich werden, ist eine räumliche Anbindung der neu hinzutretenden Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen an die Geschäftslagen der Altstadt vorauszusetzen. Erfolgt dies nicht, besteht die Gefahr, dass vom Stadtkern losgelöste Nutzungskluster entstehen, die allenfalls einen geringen Funktionsaustausch zulassen.

6.4.2 Nahversorgungszentrum Neuhäusel

Versorgungsschwerpunkt im westlichen Verbandsgemeindegebiet ist die Ortsmitte von Neuhäusel, die aufgrund ihrer wichtigen Versorgungsfunktion für die rd. 7.350 Einwohner der Augstgemeinden bereits mit dem verbandsgemeindlichen Einzelhandelskonzept 2008 als ergänzendes Nahversorgungszentrum qualifiziert worden ist.

In Bezug auf die lokale Angebotssituation ist festzuhalten, dass mit der 2019 erfolgten Eröffnung der Netto-Filiale in der bislang von einem Edeka-Supermarkt genutzten Immobilie am Sauvigny-les-Bois-Platz mit zwei Lebensmittelmärkten nun wieder ein umfassendes Nahversorgungsangebot in zentraler Lage von Neuhäusel zur Verfügung steht.

Darüber hinaus bieten die vor allem auf die Versorgung der lokalen Bevölkerung ausgerichteten kleinteiligen Besitzstrukturen entlang der Hauptstraße eine ergänzende Basisversorgung (u.a. Optiker, Banken, Frisör, Gastronomie).

Aufgrund der hervorgehobenen Funktion des Lebensmitteleinzelhandels für den zentralen Versorgungsbereich – neben der Versorgung der örtlichen Bevölkerung dient er zugleich auch den kleineren Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen als wichtiger Frequenzbringer – ist der langfristige Erhalt der beiden Lebensmittelmärkte das übergeordnete Entwicklungsziel für das Nahversorgungszentrum. Hierbei sollte auch langfristig der Angebotsmix Vollsortimenter und Lebensmitteldiscounter erhalten bleiben, damit die Bevölkerung weiterhin ein umfassendes Lebensmittelangebot in zentraler Lage von Neuhäusel vorfindet. Wenngleich beide Märkte standortseitig nur über eingeschränkte Erweiterungsmöglichkeiten verfügen, sind ggf. angestrebte Modernisierungs- bzw. Umbaumaßnahmen daher durchweg zu unterstützen.

Auch finden kleinflächige Einzelhandelsnutzungen mit innenstadtrelevanten Sortimenten grundsätzlich im zentralen Versorgungsbereich ihren richtigen Standort und sind in ihrer Dimension an der Versorgungsfunktion für die Augstgemeinden zu bemessen.

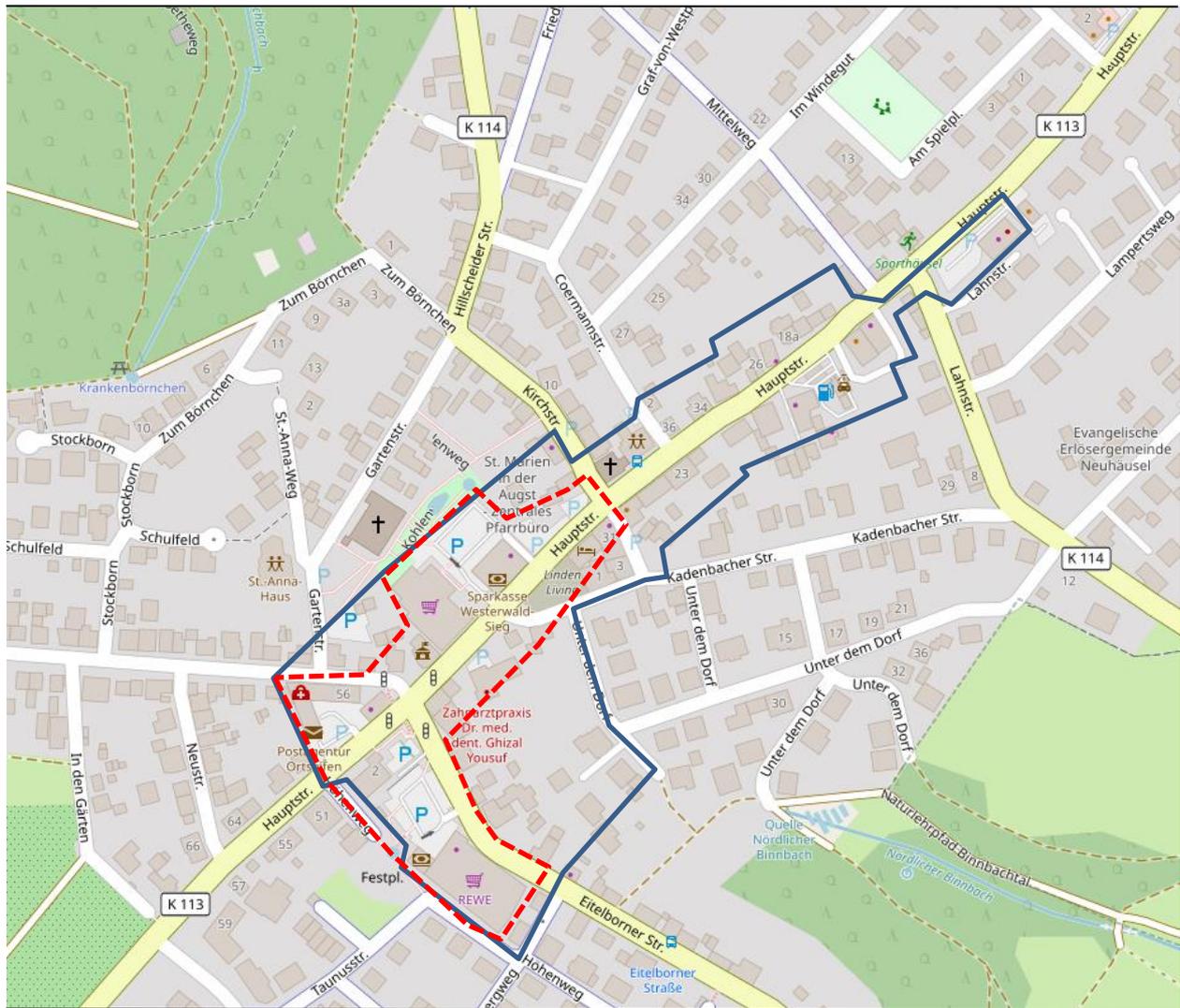
In Anbetracht der übergeordneten Bedeutung der beiden Lebensmittelmärkte für die Funktion des Nahversorgungszentrums wird vorgeschlagen, die beiden Standorte von Rewe und Netto unverändert in den zentralen Versorgungsbereich einbezogen zu lassen. Auch der Sauvigny-les-Bois-Platz soll weiterhin in Gänze dem Nahversorgungszentrum zugeordnet werden. Denn dieser ist als zentral gelegene Stellplatzanlage insbesondere für die Funktionsfähigkeit der Netto-Filiale von erheblicher Bedeutung.

Während im südlichen Bereich demnach lediglich an die aktuellen Nutzungen angepasste, arrondierende Veränderungen des zentralen Versorgungsbereichs empfohlen werden, sind die am nördlichen Ende entlang der Hauptstraße seinerzeit noch vorhandenen Besitzstrukturen inzwischen überwiegend in Wohnraum umgenutzt worden. Vor diesem Hintergrund wird vorgeschlagen, den zentralen Versorgungsbereich zukünftig auf Höhe des Kreuzungsbereichs mit der Kirchstraße zu begrenzen. Auch im Osten wird eine räumliche Konzentration auf die konkret von Einzelhandelsbetrieben und ergänzenden Dienstleistungen geprägten Strukturen entlang der Hauptstraße empfohlen.

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Damit umfasst das Nahversorgungszentrum zukünftig ein etwa 250 Meter langes Teilstück der Hauptstraße⁵⁵, den zentral gelegenen Sauvigny-les-Bois-Platz sowie den Standortbereich des Rewe-Marktes entlang der Eitelborner Straße.

Karte 16: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs „Nahversorgungszentrum Neuhäusel“



-  Zentraler Versorgungsbereich 2008
-  Zentraler Versorgungsbereich 2022

Quelle: Eigene Darstellung

⁵⁵ In etwa zwischen Höhenweg im Süden und Kirchstraße im Norden

6.4.3 Nahversorgungszentrum Nentershausen

Im östlichen Verbandsgemeindegebiet übernimmt die gewachsene Ortsmitte von Nentershausen wichtige ergänzende Grundversorgungsfunktion und ist daher bereits 2008 als zentraler Versorgungsbereich mit ergänzender (Nah-)Versorgungsfunktion für die vier Umlandgemeinden Nornborn, Heilberscheid, Niedererbach und Görgeshausen festgelegt worden.⁵⁶

Hierbei erstreckt sich der zentrale Versorgungsbereich entlang eines rd. 400 Meter langen Teilstücks der Koblenzer Straße – in etwa von der Querstraße „Beim Kalksbrunnen im Norden bis zum Kreuzungsbereich mit der Rheinstraße im Süden.

Größter Anbieter und gleichzeitig wichtigster Träger der Nahversorgung ist der am südlichen Ende des zentralen Versorgungsbereichs gelegene Rewe-Supermarkt, der soeben erst neu aufgestellt und damit in seinem Bestand langfristig gesichert worden ist.⁵⁷ Damit ist das wesentliche Entwicklungsziel des zentralen Versorgungsbereichs bereits erfolgreich umgesetzt worden. Denn auch in Nentershausen ist der vorhandene Supermarkt als einziger größerer Lebensmittelmarkt nicht nur von hervorgehobener Bedeutung für die lokale Versorgung, sondern auch wichtiger Frequenzbringer für die kleinteiligen Einzelhandels- und Dienstleistungsstrukturen.

Insgesamt betrachtet ergibt sich für das Lebensmittelsegment daher kein akuter Handlungsbedarf. Grundsätzlich sollten zukünftige Modernisierungs- bzw. Umbaumaßnahmen dieser bedeutenden Magnetbetriebe aber positiv begleitet werden.

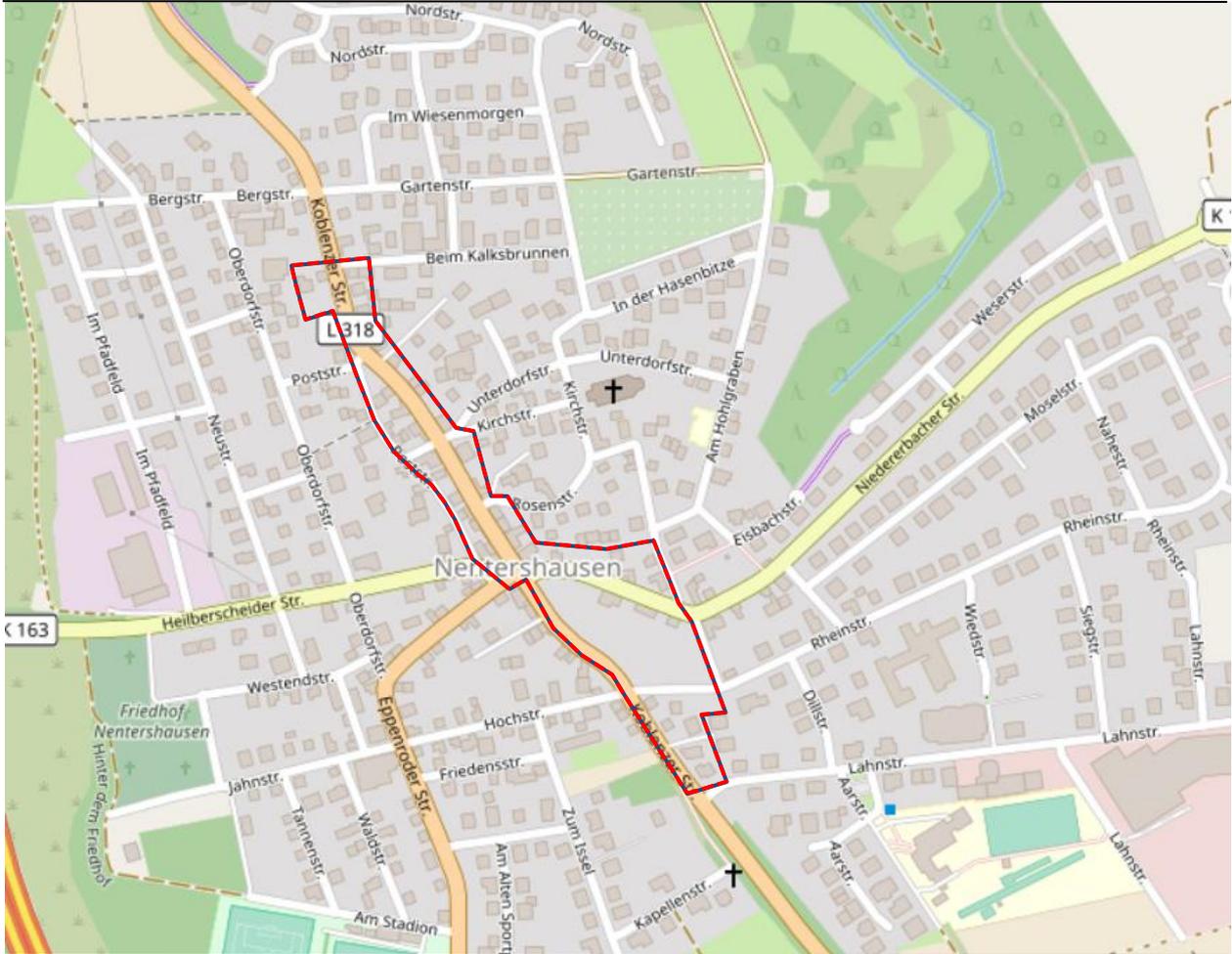
Darüber hinaus sollte es auch weiterhin planerisches Ziel bleiben, den Geschäftsbereich entlang der Hauptstraße aufzuwerten und insbesondere die dort vorhandenen Strukturen zu stärken und abzusichern. Hierbei sind grundsätzlich auch kleinflächige Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten zulässig, sofern diese sich in ihrer Versorgungsfunktion an den rd. 5.940 Einwohner der fünf Eisenbachgemeinden Görgeshausen, Heilberscheid, Nentershausen, Niedererbach und Nornborn orientieren.

Angesichts der vorhandenen Besitzstrukturen, die sich immer noch im Wesentlichen linear entlang der Hauptstraße erstrecken, ergibt sich zudem keine Notwendigkeit, die 2008 erfolgte Abgrenzung zu verändern.

⁵⁶ Diese Einstufung ist mit dem Zielabweichungsbescheid der SGD Nord vom 06.07.2016 nochmals bestätigt worden. Diesbezüglich heißt es dort: „Der zentrale Versorgungsbereich befindet sich in einem faktisch städtebaulich integrierten Bereich, der zudem durch die Verbandsgemeinde Montabaur im EHK festgelegt wurde“.

⁵⁷ Die Wiedereröffnung des neu errichteten Rewe-Marktes hat im Januar 2022 stattgefunden.

Karte 17: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs „Nahversorgungszentrum Nentershausen“



-  Zentraler Versorgungsbereich 2008
-  Zentraler Versorgungsbereich 2022

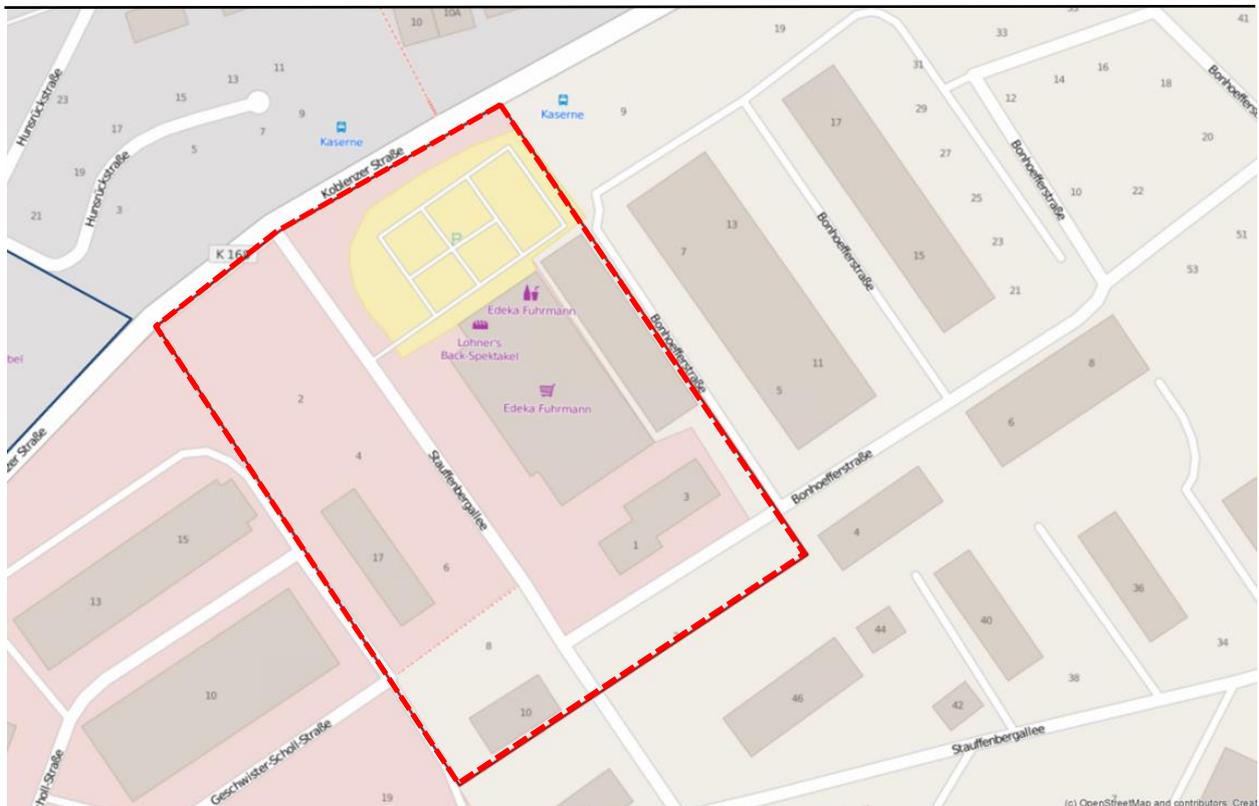
Quelle: Eigene Darstellung

6.4.4 Eingeschränkte Nahversorgungszentren „Quartier Süd“ und „Allmannshausen“ in der Stadt Montabaur

Darüber hinaus sind auch im Stadtgebiet von Montabaur weitere Standorte erforderlich, die den Flächenanforderungen moderner Lebensmittelmärkte Rechnung tragen und die aufgrund ihrer Lagebeziehungen im Siedlungsraum eine möglichst flächendeckende, wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung ermöglichen.

Vor diesem Hintergrund hat der Rat der Stadt Montabaur bereits 2014 den Standortbereich des neuen Edeka-Marktes im „**Quartier-Süd**“ als ergänzenden, auf den Lebensmitteleinzelhandel beschränkten zentralen Versorgungsbereich festgelegt.

Karte 18: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs „Quartier-Süd“



Quelle: Eigene Darstellung

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Daneben ist auch der im nördlichen Kernstadtbereich gelegene Standortbereich „**Allmannshausen**“ als zweiter, auf den Lebensmitteleinzelhandel beschränkter zentraler Versorgungsbereich beschlossen worden.⁵⁸

An dem bereits durch die Bestandsbetriebe Trinkgut und Penny für den nahversorgungsbezogenen Einzelhandel vorgeprägten Standortbereich befinden sich aktuell ein Rewe-Supermarkt mit rd. 2.100 m² VKF und eine Aldi-Filiale mit rd. 1.250 m² im Bau. Das für die Umsetzung des Vorhabens notwendige Bebauungsplanverfahren ist mit Satzungsbeschluss vom 15.07.2021 beendet worden.⁵⁹

Damit wird „Allmannshausen“ zukünftig den größten Angebotsstandort nahversorgungsrelevanter Sortimente in der Stadt Montabaur darstellen und eine weitere Profilierung der Nahversorgungsstrukturen im Stadtgebiet ermöglichen.

Entsprechend der mit dem städtischen Einzelhandelskonzept der Stadt Montabaur bereits getroffenen Abgrenzung wird auch für das verbandsgemeindliche Einzelhandelskonzept vorgeschlagen, neben dem Geltungsbereich des Bebauungsplanes auch die benachbarten Grundstücke mit den Bestandsbetrieben Penny, Trinkgut und „Mühlenbäcker“ in den eingeschränkten zentralen Versorgungsbereich einzubeziehen.

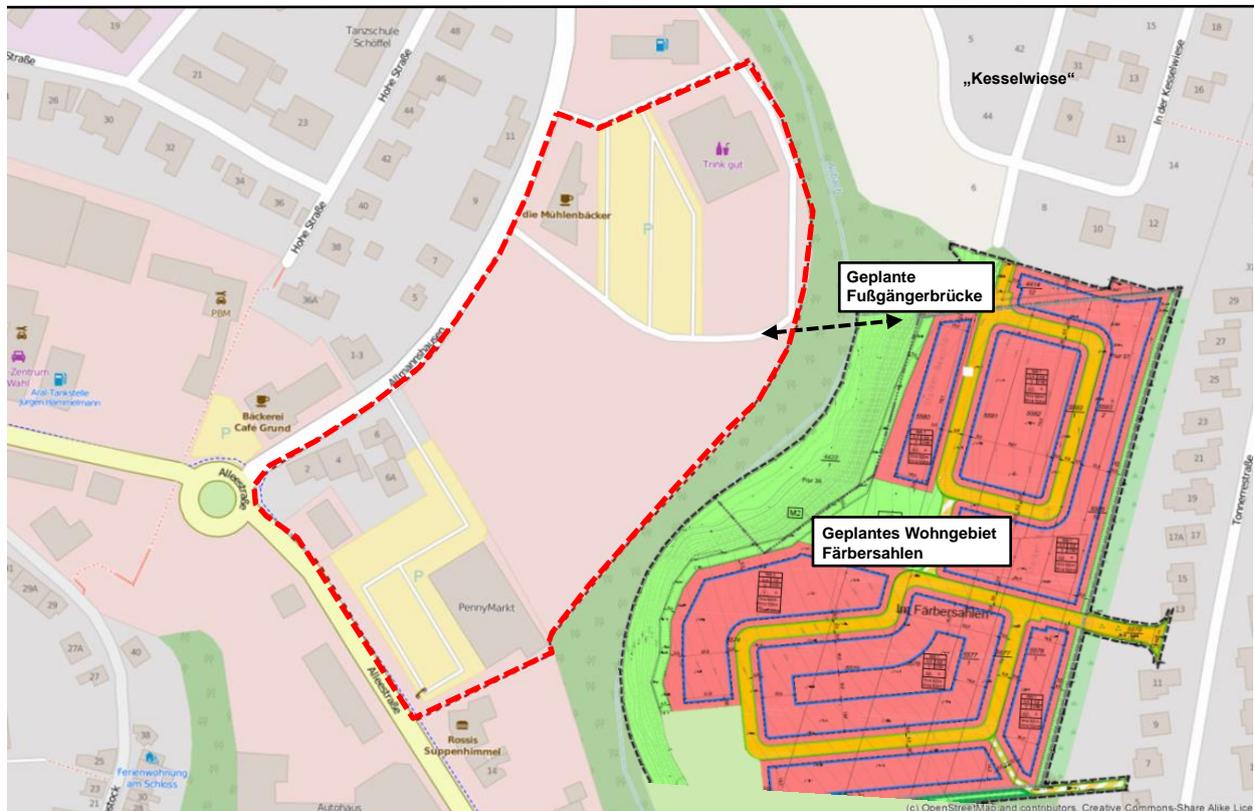
Demnach ergibt sich die folgende Abgrenzung:

⁵⁸ Bereits am 22.09.2016 hat der Stadtrat der Stadt Montabaur hierzu folgenden Beschluss gefasst: „Unter dem Vorbehalt, dass für den an der Hospitalstraße gelegenen Lebensmittelmarkt eine langfristige Betreibergarantie vertraglich abgesichert wird, beschließt der Stadtrat den Standortbereich „Allmannshausen“ als ergänzenden, auf den Lebensmitteleinzelhandel beschränkten zentralen Versorgungsbereich (=eingeschränktes Nahversorgungszentrum) zu qualifizieren. Neben dem für das Ansiedlungsvorhaben vorgesehenen Projektareal sind die bereits am Standort bereits vorhandenen nahversorgungsrelevanten Anbieter (Penny, Trinkgut, Mühlenbäcker) in die räumliche Abgrenzung einzubeziehen.“

Mit Stadtratsbeschluss vom 17.09.2020 ist zudem die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Montabaur als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB beschlossen worden und damit u.a. auch der Standortbereich Allmannshausen als eingeschränkter zentraler Versorgungsbereich für die Nahversorgung bestätigt worden.

⁵⁹ Zwei Eilanträge gegen die erteilten Baugenehmigungen sind zwischenzeitlich vom Verwaltungsgericht Koblenz abgelehnt worden (11/2021). Eine Beschwerde am Oberverwaltungsgericht Rheinland-Pfalz ist zulässig.

Karte 19: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs „Allmannshausen“



Quelle: Eigene Darstellung

Hierbei sind im räumlichen Umfeld von „Allmannshausen“ neben gewerblichen Nutzungen und Dienstleistungsbetrieben auch mehrere Wohngebiete vorzufinden. So hat mit der westlich von „Allmannshausen“ gelegenen Entwicklung des zwischen der Alleestraße und der Bahnallee gelegenen „Aubachviertels“ eine attraktive Nachverdichtung im Kernstadtbereich stattgefunden, die zu einem deutlichen Anstieg der dort lebenden Bevölkerung geführt hat. Auch der Wohnbereich an der Hohen Straße befindet sich unmittelbar westlich von „Allmannshausen“.

Östlich sind mit den Wohngebieten „Himmelfeld“ und „Kesselwiese“ zwei weitere, dem Kernstadtbereich von Montabaur zuzuordnende Wohngebiete vorhanden, wobei lediglich in letzterem einige wenige Bauflächen noch nicht belegt sind. Mit dem südlich an die „Kesselwiese“ angrenzenden Wohngebiet „Färbersahlen“ ist aufgrund dieser hohen Nachfrage eine weitere Baufläche in innenstadtnaher Lage geplant.⁶⁰

Das Gebiet „Färbersahlen“ stellt derzeit die letzte verbliebene größere Wohnbauentwicklungsfläche in zentraler Lage von Montabaur dar und ist somit als Schwerpunkt der lokalen Städtebaupolitik zu verstehen. Die hier neu gewonnenen Wohnflächen sollen dabei angemessen in die Nahversorgungsstruktur der Stadt Montabaur integriert werden.

⁶⁰ Inklusive dem noch auf der „Kesselwiese“ zur Verfügung stehenden Bauland geht die Stadt Montabaur von einem Zuwachs von bis zu 600 Einwohnern aus.

Der Standortbereich „Allmannshausen“ greift demnach – ebenso wie seinerzeit der Standortbereich des ehemaligen Kasernenareals am eingeschränkten Nahversorgungszentrum „Quartier Süd“ – bestehende Planungsabsichten der Stadt Montabaur zur Wohnbauentwicklung mit auf und wird nach Umsetzung der beabsichtigten Entwicklungen (v.a. Wohnungsbau, Fußwegeanbindung, ÖPNV-Haltestelle) eine mit dem eingeschränkten Nahversorgungszentrum Quartier-Süd vergleichbare städtebauliche Integration aufweisen.

6.5 Entwicklung der Standorte mit ergänzender Nahversorgungsfunktion

Neben den innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ansässigen nahversorgungsrelevanten Betrieben sind im Verbandsgemeindegebiet weitere Lebensmittelbetriebe ansässig, denen wichtige Aufgaben der wohnungsnahen Versorgung zufallen. Diese **ergänzenden Nahversorgungsstandorte** erfüllen als kleine Versorgungszentren oder Einzelstandorte allerdings nicht die quantitativen und/ oder qualitativen Anforderungen der Rechtsprechung an einen „zentralen Versorgungsbereich“, übernehmen aber dennoch wichtige Nahversorgungsfunktionen und sind daher bei der Bewertung der Verträglichkeit von Planvorhaben zu berücksichtigen.

In erster Linie gilt es hier, den vorhandenen Anbietern marktgerechte Auftritte⁶¹ zu ermöglichen, um die von ihnen übernommenen Nahversorgungsfunktionen auch perspektivisch aufrechtzuerhalten. Zu diesen „**Nahversorgungsstandorten**“ zählen:

- Rewe/ Moselstraße (Stadt Montabaur),
- Aldi und Lidl (Ortsgemeinde Görgeshausen) sowie
- ein potenzieller Nahversorgungsstandort im südlichen Verbandsgemeindegebiet.

Eine Notwendigkeit zur Schaffung weiterer Nahversorgungsangebote außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche bzw. der ergänzenden Nahversorgungsstandorte zeichnet sich derzeit nicht ab. Diese sollten daher nur noch in Ausnahmefällen erfolgen und an die Bedingungen geknüpft werden, dass

- der Standort einen deutlichen Bezug zu einem durch Wohnungsnutzung geprägten Gebiet aufweist (wohngebietsintegrierte Lage) und
- durch den geplanten Nahversorgungsbetrieb keine negativen raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten sind.

⁶¹ u.a. Verbreiterung der Gänge zwischen den Regalen zur besseren Durchgängigkeit, Ausweitung der Regalmeter, um mehr Waren eines Artikels nebeneinander platzieren zu können und so die Sichtbarkeit des Warenangebots zu verbessern, Reduzierung der Regalhöhen, um den Zugang zu Artikeln zu erleichtern, Steigerung der Einkaufsatmosphäre durch kundenfreundlichere Warenpräsentation. Dies geht letztlich oftmals mit der Notwendigkeit einer größeren Verkaufsfläche einher.

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Während die vorgeschlagenen Nahversorgungsstandorte demnach einen wichtigen Beitrag zu einer flächendeckenden Versorgung im Verbandsgemeindegebiet beitragen, übernehmen die in den **Gewerbegebieten** ansässigen Lebensmittelmärkte nur sehr eingeschränkte Funktionen für die wohnortnahe Versorgung: Sie sind fußläufig gar nicht bzw. nur sehr schlecht zu erreichen und sprechen fast ausschließlich Pkw-Kunden an. Diese Standorte übernehmen somit nur eingeschränkte Funktionen auf Ebene der wohnungsnahen Grundversorgung. Vor diesem Hintergrund sollten Verkaufsflächenerweiterungen der nicht-integrierten Nahversorgungsbetriebe ausgeschlossen werden, sofern diese über die grundsätzlich zulässige Bestandssicherung hinausgehen.

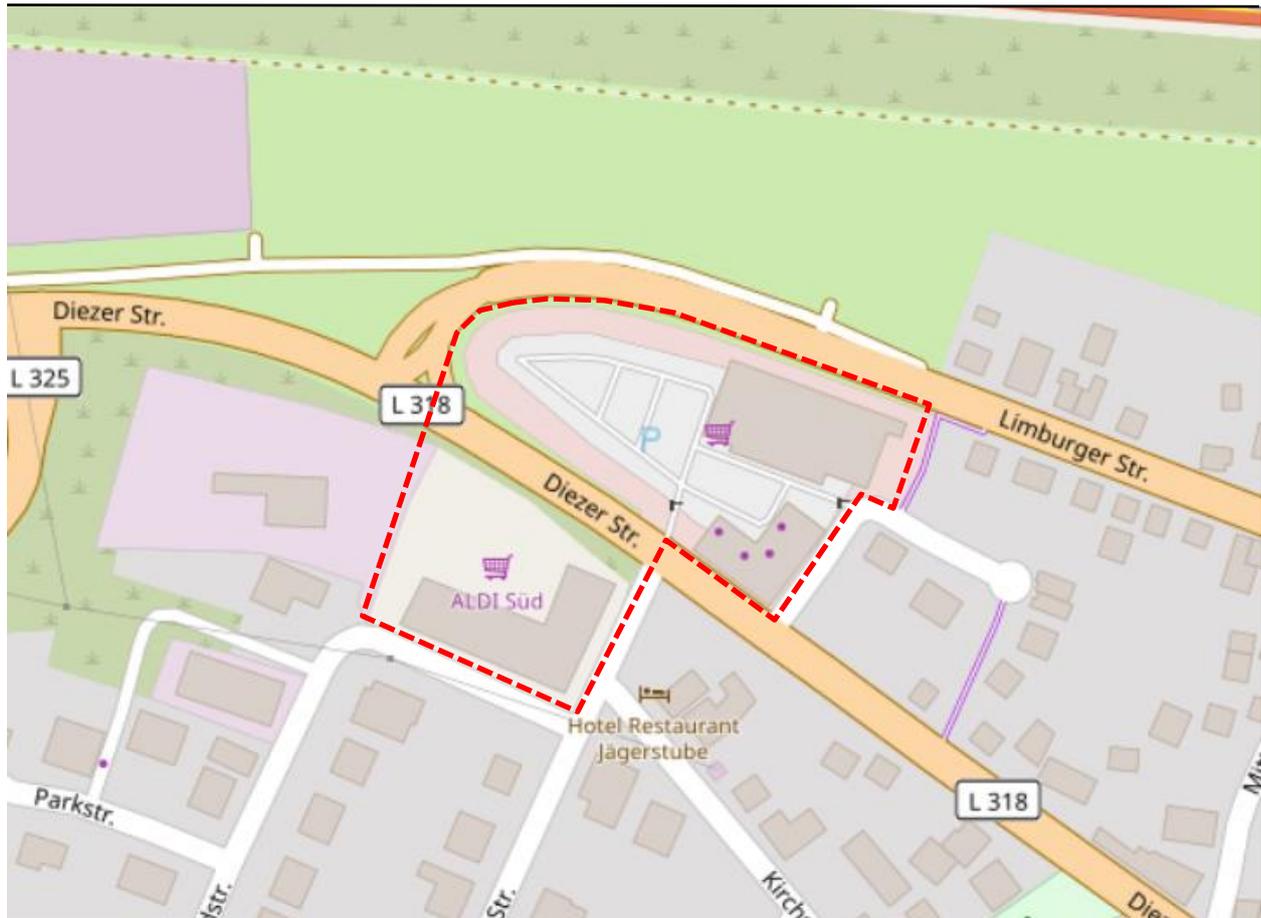
Daraus ergibt sich die grundlegende Handlungsempfehlung, zur Förderung der für die wohnortnahe Versorgung bedeutsamen Angebotsstandorte in den zentralen Versorgungsbereichen bzw. an den „Nahversorgungsstandorten“ keine zusätzlichen größeren Lebensmittelmärkte in nicht-integrierter Lage mehr zuzulassen.

Lediglich kleinflächige Läden zur Gebietsversorgung oder „Hofläden“ in integrierter Wohngebietslage bzw. den kleineren Ortschaften, die ausschließlich der Versorgung einzelner Wohngebiete bzw. Ortslagen dienen und deshalb auch in allgemeinen Wohngebieten nach § 4 BauNVO zulässig wären, sollten auch weiterhin möglich sein.

6.5.1 Nahversorgungsstandort Görgeshausen

Aufgrund fehlender Entwicklungsmöglichkeiten im zentralen Versorgungsbereich von Nentershausen wird der von zwei Lebensmitteldiscountern geprägte Angebotsstandort in der benachbarten Ortsgemeinde **Görgeshausen** als ergänzender Nahversorgungsstandort mit wichtiger Versorgungsfunktion für die in den Eisenbachgemeinden lebende Bevölkerung vorgeschlagen.

Karte 20: Räumliche Abgrenzung des Nahversorgungsstandorts „Görgeshausen“



Quelle: Eigene Darstellung

Mit der kürzlich erst erfolgten Neuaufstellung von Rewe wird zwar der wichtigste Nahversorger in zentraler Lage von Nentershausen marktgerecht aufgestellt; allein kann dieser Markt aber die Versorgung der rd. 7.400 Einwohner im östlichen Verbandsgemeindegebiet nicht umfassend gewährleisten. Ergänzende Versorgungsfunktionen übernehmen daher die beiden am nördlichen Siedlungsrand der Nachbargemeinde Görgeshausen gelegenen Lebensmitteldiscounter Aldi (Eröffnung 12/2021; 800 m² Verkaufsfläche) und Lidl (rd. 950 m² Verkaufsfläche). Damit sichern die Ortsgemeinden Nentershausen und Görgeshausen gemeinsam eine umfassende Nahversorgung im östlichen Verbandsgemeindegebiet.

Neuansiedlungen weiterer, auf die Nahversorgung ausgerichteter Betriebe sollten auch weiterhin prioritär im zentralen Versorgungsbereich Nentershausen erfolgen. Die in Görgeshausen ansässigen Lebensmit-

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

telmärkte sollten in ihrem Bestand gesichert und ihnen dabei Möglichkeiten zu einer angemessenen Modernisierung eingeräumt werden. Ein weiterer Ausbau der Besitzstrukturen sollte in Görgeshausen aber nicht erfolgen.

6.5.2 Nahversorgungsstandort Moselstraße

Für die im Westen der Stadt Montabaur lebende Bevölkerung stellt der an der **Moselstraße** gelegene Supermarkt einen wichtigen Bestandteil der wohnortnahen Versorgung dar. Dieser soll zukünftig als ergänzender Nahversorgungsstandort in das Standortkonzept aufgenommen werden.

Karte 21: Räumliche Abgrenzung des Nahversorgungsstandorts „Moselstraße“



Quelle: Eigene Darstellung

Erforderliche Maßnahmen zur Bestandssicherung sollen hier zulässig sein; ein wesentlicher Ausbau des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels soll hingegen nicht erfolgen.

Die Funktion des Nahversorgungsstandorts sollte ausschließlich auf das Grundstück des bestehenden Supermarktes bezogen werden und eine Ausweitung des Einzelhandelsangebots nicht erfolgen.

6.5.3 Potenzieller Nahversorgungsstandort „Südliches Verbandsgemeindegebiet“

Um die Nahversorgung für die rd. 5.500, im Siedlungsraum der **südlichen Ortsgemeinden**⁶² lebenden Einwohner zu stärken wird zudem vorgeschlagen, dort die Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebes mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment grundsätzlich zu ermöglichen. Im Sinne dieses Zentrenkonzeptes ist er als **potenzieller Nahversorgungsstandort** einzuordnen.

Denn dort ist aktuell lediglich ein sehr begrenztes Nahversorgungsangebot vorhanden, dass auch in den Kapiteln 4.1.3, 4.1.5 und 4.1.6 aufgezeigten Umsatz-Kaufkraft-Relationen zwischen lediglich rd. 3 % bis maximal 15 % seinen Ausdruck findet.

Sowohl angesichts des absehbaren lokalen Versorgungsbezuges sowie des ansprechbaren Kaufkraftpotenzials als auch der landesplanerischen Zielvorgaben⁶³ wird hier die Realisierung eines kleinflächigen Lebensmittelmarktes mit maximal 800 m² Verkaufsfläche anzustreben sein.

Für das südliche Verbandsgemeindegebiet ist daher zu prüfen, ob in möglichst zentraler und verkehrlich für den Großteil der örtlichen Bevölkerung in kurzer Distanz zu erreichender Lage geeignete Entwicklungsflächen vorhanden sind, die für einen Markt mit entsprechender Verkaufsfläche geeignet wären.

⁶² Umfasst die Ortsgemeinden der Elbertgemeinden, des Buchfinkenlandes und der Gelbachhöhen ohne die unmittelbar an die Stadt Montabaur angrenzenden Ortsgemeinden Niederelbert und Holler

⁶³ Keine der Ortsgemeinden übernimmt eine zentralörtliche Funktion. Mit Einwohnerzahlen zwischen rd. 460 Ew. und rd. 1.200 Ew. verfügt auch keine Ortsgemeinde über eine ausreichende Bevölkerungszahl um die Ausnahmeregelung von Z 57 (vgl. Kapitel 1.2) in Anspruch nehmen zu können.

6.6 Entwicklung der Standorte mit Ergänzungs- und Sonderfunktionen

6.6.1 Ergänzungsstandort „Gewerbegebiet Heiligenroth“

Mit einer Gesamtverkaufsfläche von mehr als 49.000 m² stellt das verkehrsgünstig gelegene **Gewerbegebiet in Heiligenroth** den flächengrößten Angebotsstandort in der Verbandsgemeinde dar.

Standortprägend sind neben dem weit in die Region ausstrahlenden Hermes-Möbelhaus auch die weiteren großflächigen Einzelhandelsbetriebe (u.a. Gartencenter Dehner, Gartencenter Kuch, Kaufland⁶⁴, Lidl, Expert) sowie eine Vielzahl nicht großflächiger Fachmärkte (u.a. Aldi, Kik, Takko, Fressnapf, McTrek, Deichmann, Tedi).

Wenngleich der sortimentsbezogene Angebotsschwerpunkt zu etwa zwei Drittel auf nicht-innenstadtrelevante Sortimente entfällt, sind auch in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten (u.a. Kaufland, dm) bzw. innenstadtrelevanten Sortimenten (u.a. Expert Elektrofachmacht, Siemes Schuhcenter, Kik, Takko) umfangreiche Angebote vorzufinden.

Diesbezüglich sind mit dem Bebauungsplan „Industriegebiet“ für die vorhandenen Betriebe bestandssichernde Festsetzungen getroffen worden, die auf den einzelnen Grundstücken auch Aussagen zu den jeweils zulässigen Teilsortimenten treffen. Mögliche Weiterentwicklungen in den nahversorgungs- bzw. innenstadtrelevanten Sortimenten ergeben sich demnach aus den baurechtlich zulässigen Obergrenzen.

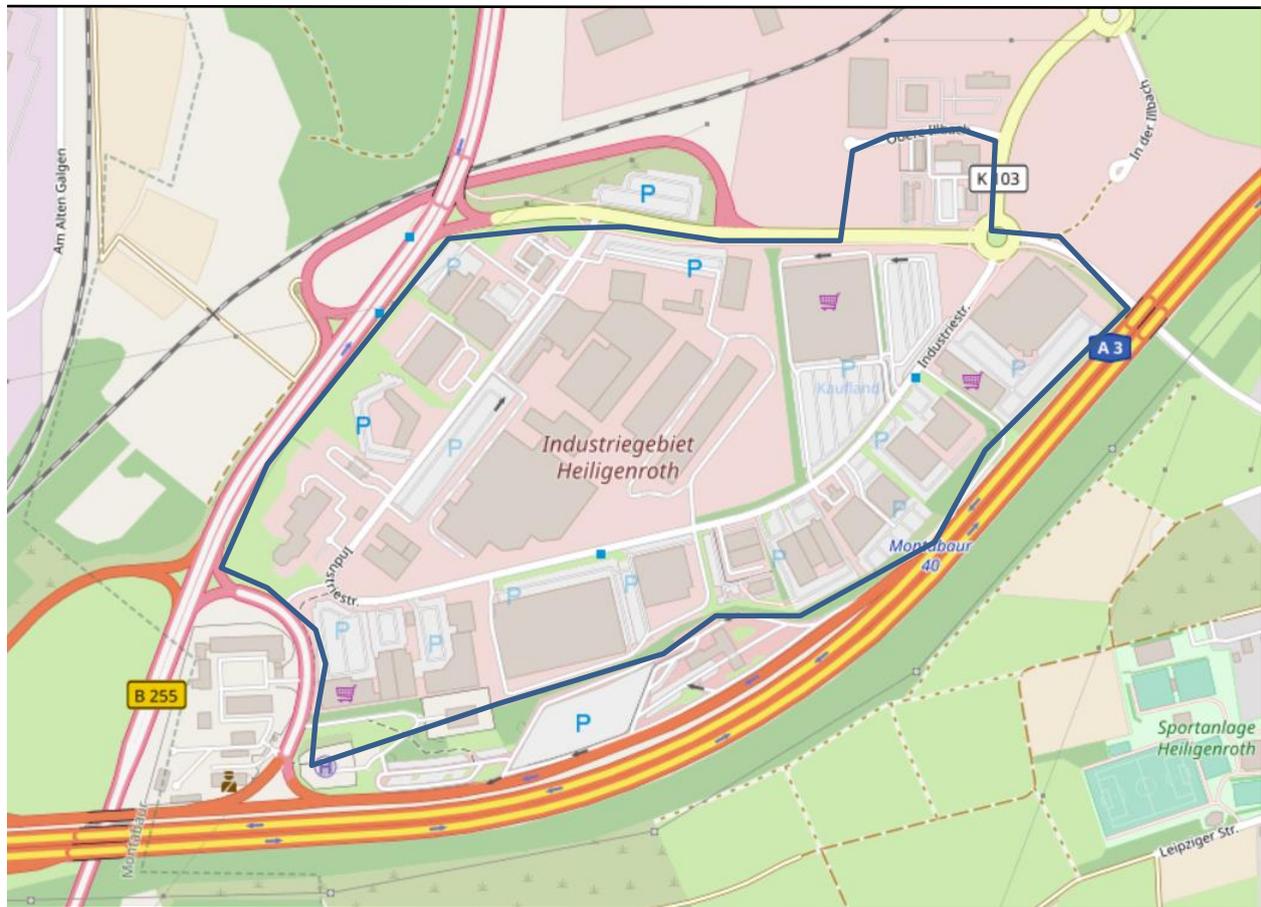
Insbesondere um Standortkonkurrenzen zu den zentralen Versorgungsbereichen der VG Montabaur – insbesondere der nur rd. 5 km entfernt gelegenen Innenstadt Montabaur – zu vermeiden, ist die künftige Einzelhandelsentwicklung des Standorts auch weiterhin auf die nicht-innenstadtrelevanten Kernsortimente zu lenken.

Damit wird dem etablierten Einzelhandelsstandort die Möglichkeit gegeben, auch zukünftig über die eigene Ortsgemeinde hinausstrahlende Einzelhandelsbetriebe mit nicht-innenstadtrelevanten Kernsortimenten vorzuhalten, die aufgrund der sehr guten verkehrlichen Erreichbarkeit im Gewerbegebiet Heiligenroth geeignete Standortvoraussetzungen vorfinden.

Die geringe Distanz zur südlich gelegenen Autobahn A 3 (rd. 1,5 km) sowie die unmittelbar zu erreichende, in weiten Teilen vierspurig ausgebaute Bundesstraße B 255 bietet aber auch für (produzierendes) Gewerbe sowie Logistikunternehmen sehr gute Nutzungsoptionen.

⁶⁴ Ehem. Real; zum 01/2022 von Kaufland übernommen

Karte 22: Räumliche Abgrenzung des Ergänzungsstandortes „Gewerbegebiet Heiligenroth“



Quelle: Eigene Darstellung

6.6.2 Ergänzungsstandort „Möbelstandort Görgeshausen“

Bei dem seit 2019 von der XXXL-Gruppe betriebenen **Möbelmarkt Müllerland**, der 2019 nach sechsmonatigem Umbau wiedereröffnet und um einen Poco-Möbelmitnahmemarkt ergänzt wurde, handelt es sich um den größten Einzelhandelsbetrieb im Verbandsgemeindegebiet. Die Verkaufsfläche von XXXL Müllerland und Poco addiert sich auf insgesamt rd. 32.000 m².

Auch aufgrund der sehr guten verkehrlichen Erreichbarkeit durch die nahegelegene und in einer Fahrzeit von gerade einmal rd. 1 – 2 Minuten zu erreichende Autobahnanschlussstelle „Diez“ der A 3 verfügt der attraktive Standortverbund über eine regionale Ausstrahlung.

Damit übernimmt der Angebotsstandort auch innerhalb der Verbandsgemeinde wichtige möbelspezifische Versorgungsfunktion und wird daher als zu sichernder „Ergänzungsstandort“ in das vorgeschlagene Standortkonzept übernommen.

Künftige Weiterentwicklungen des Standortes sind zur Bestandssicherung zulässig und ausschließlich auf das Möbelsortiment bzw. einrichtungsbezogene Ergänzungssortimente zu beschränken.

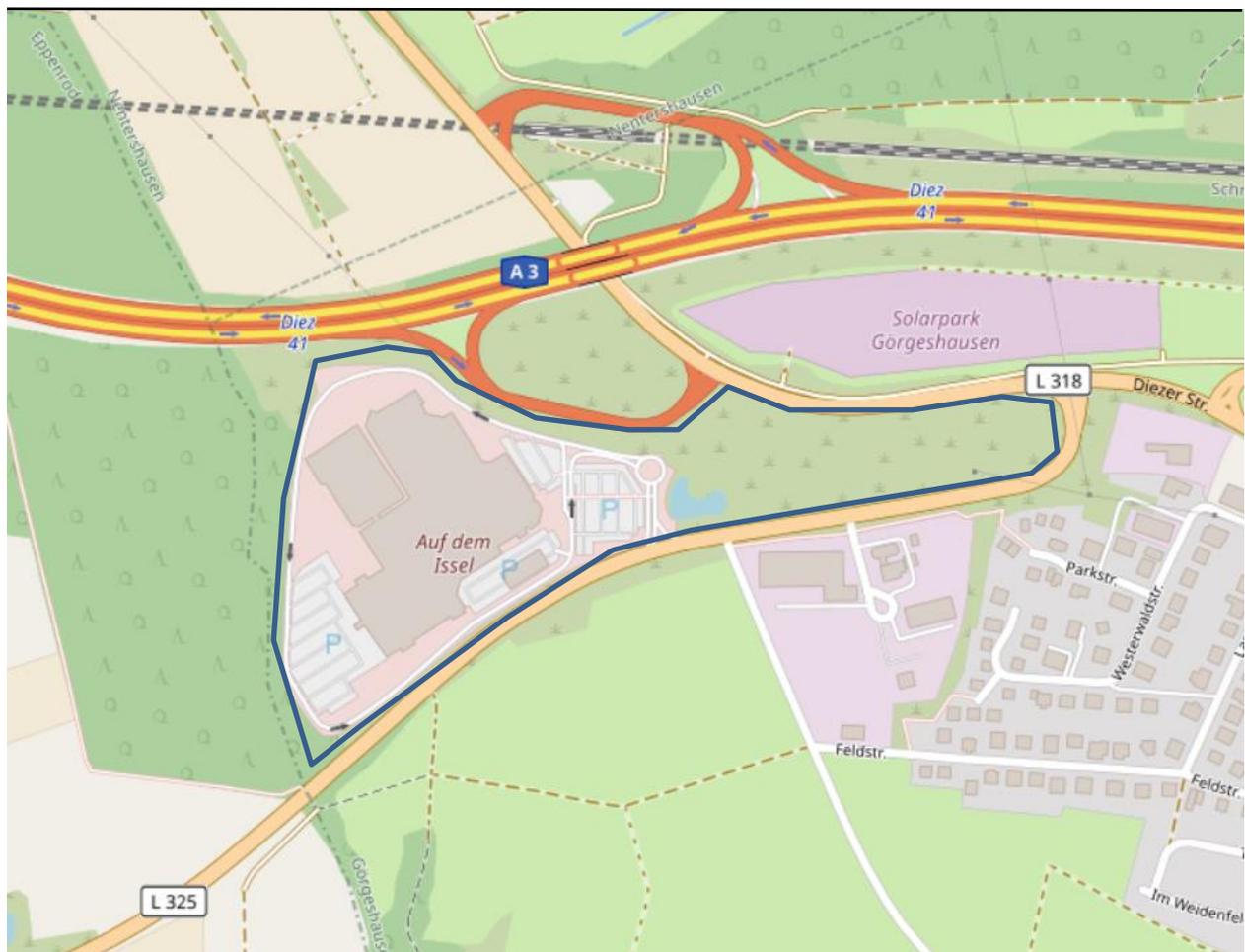
Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Die Abgrenzung des vorgeschlagenen Ergänzungsbereichs orientiert sich am Geltungsbereich des mit Realisierung des Möbelhauses aufgestellten Bebauungsplanes „Unter dem Issel“.

Neben dem Standortbereich von XXXL Müllerland und Poco wird demnach auch das östlich gelegene Nachbargrundstück in die räumliche Abgrenzung des Ergänzungsstandorts einbezogen.

Diese derzeit noch unbebaute Fläche ist schon seit der Aufstellung des Bebauungsplanes Anfang der 1990er Jahre zur Aufnahme von das Möbelhaus ergänzenden Handwerks- und Gewerbebetrieben vorgesehen gewesen und steht daher seit jeher im inneren Zusammenhang mit dem vorhandenen Möbelstandort.

Karte 23: Räumliche Abgrenzung des Ergänzungsstandortes „Görgeshausen (Möbel)“



Quelle: Eigene Darstellung

Vor diesem Hintergrund ordnen sich auch die aktuellen Planungen, die die Realisierung eines weiteren Gebäudekörpers mit einer Verkaufsfläche von rd. 13.300 m² für Möbel auf dem östlich des Möbelhauses gelegenen Grundstück vorsieht, grundsätzlich in die standortbezogenen Handlungsempfehlungen für den Ergänzungsstandort ein.

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Im Gegenzug soll zudem auf die gemäß des Bebauungsplans in den beiden oberen Geschossen des vorhandenen Möbelhauses noch zulässigen, allerdings bislang nicht ausgenutzten „Verkaufsflächenreserven“ von rd. 38.300 m² verzichtet werden. Demnach übersteigen die im Sondergebiet noch zulässigen Verkaufsflächen die neu geplante Größenordnung deutlich, sodass sich im Zuge der geplanten Einzelhandelsentwicklung die (zulässige) Gesamtverkaufsfläche am Möbelstandort Görghausen per Saldo sogar um gut 25.000 m² reduziert.

Bei den geplanten Einzelhandelsentwicklungen sind die innenstadtrelevanten Randsortimente – insbesondere zum Schutz der beiden in etwa gleich weit entfernten Einkaufsinnenstädte Montabaur und Limburg an der Lahn – auf eine landesplanerisch zulässige Größendimension zu begrenzen.⁶⁵

6.6.3 Ergänzungsstandort „Stadt Montabaur – Am alten Galgen“

Das Grundstück des großflächigen Obi Bau- und Gartenmarktes **„Am alten Galgen“** ist im städtischen Einzelhandelskonzept als Ergänzungsstandort für den nicht-innenstadtrelevanten großflächigen Einzelhandel festgelegt worden.

Karte 24: Räumliche Abgrenzung des Ergänzungsstandortes „Am alten Galgen“



Quelle: Eigene Darstellung

⁶⁵ vgl. Begründung/Erläuterung zu Ziel 59; S. 99; LEP IV Rheinland-Pfalz

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

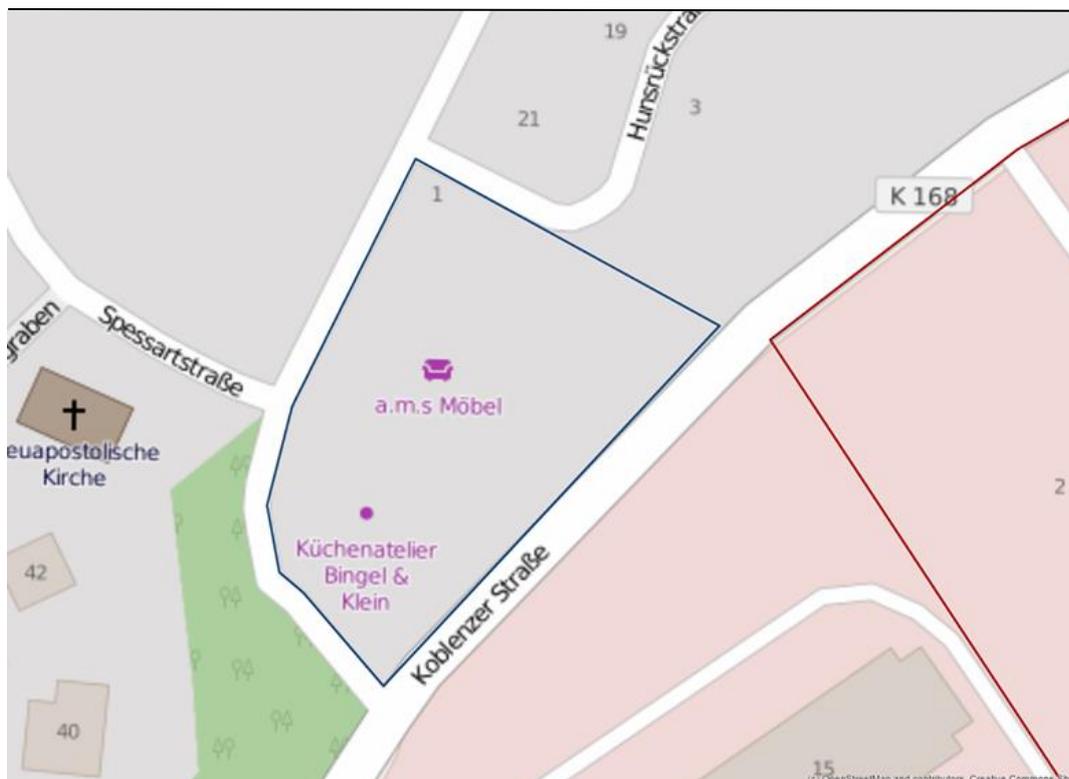
Auch auf Ebene der Verbandsgemeinde stellt die Obi-Filiale den mit Abstand größten Anbieter bau- marktspezifischer Sortimente dar und ist als solcher von hervorgehobener Versorgungsbedeutung für die lokale Bevölkerung. Vor diesem Hintergrund wird empfohlen, den Standortbereich auch im verbandsgemeindlichen Einzelhandelskonzept als Ergänzungsstandort für den nicht-innenstadtrelevanten Einzelhandel festzulegen.

Da in diesem Gebiet aber nur eingeschränkte Flächenpotenziale für die Ansiedlung weiterer Einzelhandelsbetriebe vorhanden sind, müssen künftige Einzelhandelsentwicklungen im Wesentlichen innerhalb des baulichen Bestands stattfinden. Sofern Nutzungsänderungen angestrebt werden, sollten diese auf Einzelhandelsbetriebe mit nicht-innenstadtrelevanten Kernsortimenten beschränkt bleiben.

6.6.4 Ergänzungsstandort „Stadt Montabaur – Hunsrückstraße“

Der Solitärstandort des an der **Hunsrückstraße** ansässigen AMS-Möbelhauses ist gemäß dem städtischen Einzelhandelskonzept ebenfalls **als Ergänzungsstandort für den nicht-innenstadtrelevanten Einzelhandel** qualifiziert worden. Dieser wird als solcher auch in das verbandsgemeindliche Standortkonzept überführt.

Karte 25: Räumliche Abgrenzung des Ergänzungsstandortes „Hunsrückstraße“



Quelle: Eigene Darstellung

Vor allem aufgrund seiner geringen Flächenpotenziale ist der Standort nicht für die Ansiedlung weiterer großflächiger Einzelhandelsbetriebe geeignet. Vor diesem Hintergrund liegt die Entwicklungsperspektive des Ergänzungsstandortes in der Bestandssicherung des bereits ansässigen Einzelhandels.

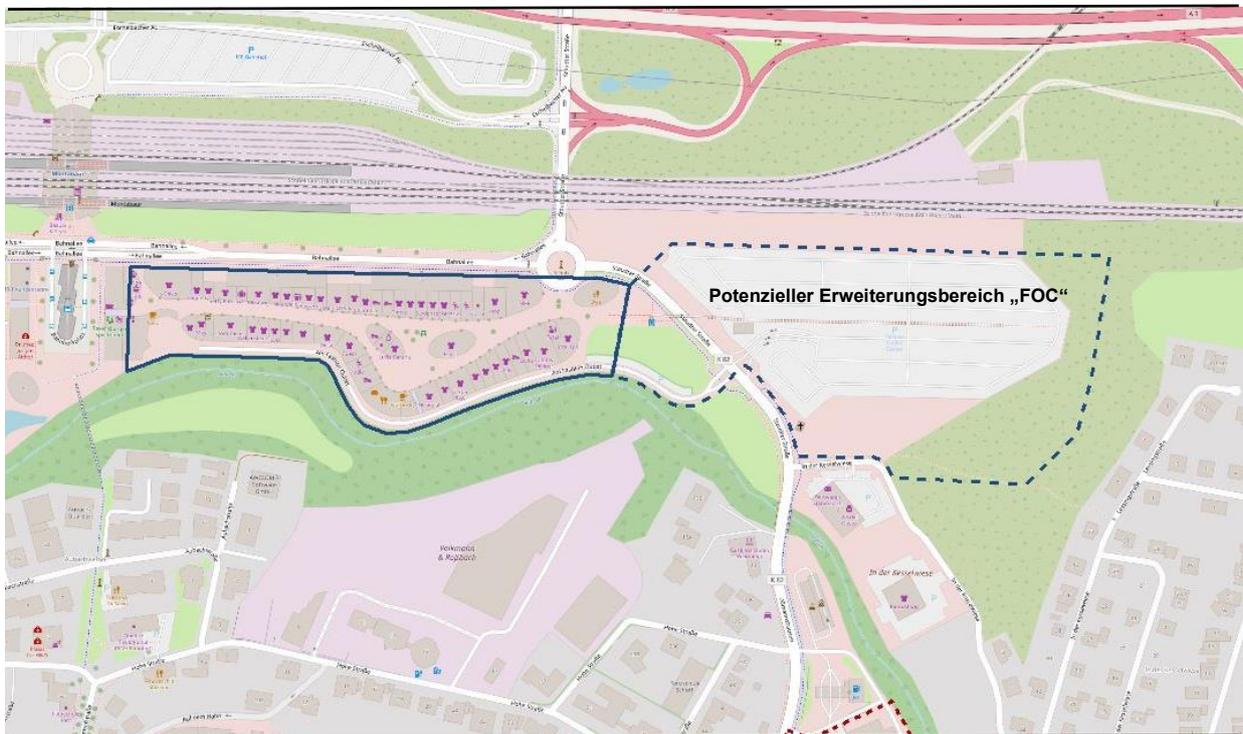
Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

6.6.5 Sonderstandort Factory Outlet

Eine der angebotsseitig größten Veränderungen gegenüber dem Vorgängerkonzept stellt die im Sommer 2015 erfolgte Eröffnung des in unmittelbarer Nähe zum ICE-Haltepunkt in Montabaur gelegenen **FOC's** dar, mit der ein weiterer Angebotsstandort mit überregionaler Ausstrahlungskraft im Verbandsgemeindegebiet geschaffen worden ist. Im Zeitverlauf konnten so die sortimentsbezogenen Einzelhandelszentralitäten bei **Bekleidung / Wäsche, Schuhe / Lederwaren** sowie **Sport** nochmals deutlich angehoben werden und belaufen sich inzwischen auf Werte zwischen rd. 160 %⁶⁶ und rd. 280 %⁶⁷.

Vor dem Hintergrund der versorgungsstrukturellen Bedeutung einerseits sowie den Angebotsspezifika eines Factory-Outlet-Centers andererseits wird den Empfehlungen des städtischen Einzelhandelskonzepts folgend der Standortbereich des FOC's als **Sonderstandort** in das Standortkonzept der VG Montabaur aufgenommen.⁶⁸

Karte 26: Räumliche Abgrenzung des Sonderstandortes „FOC“



Quelle: Eigene Darstellung

- ⁶⁶ Schuhe/ Lederwaren; Im Zeitverlauf konnte die sortimentsbezogene Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 112 % (2007) auf aktuell rd. 162 % um etwa 50 Prozentpunkte angehoben werden.
- ⁶⁷ Bekleidung/Wäsche; Die Umsatz-Kaufkraft-Relation ist im Vorgängerkonzept für das Jahr 2007 mit rd. 150 % angegeben worden und ist demnach nahezu verdoppelt worden.
- ⁶⁸ Die Begrifflichkeit des „Sonderstandortes“ ist als solches nicht in der Landesplanung zu finden. Das LEP IV sieht für großflächige Einzelhandelsnutzungen lediglich die beiden Standortkategorien „Städtebaulich integrierte Bereiche“ (= zentrale Versorgungsbereiche) und „Ergänzungsstandorte“ vor. Beiden lässt sich das FOC Montabaur nicht zuordnen. Demnach übernimmt das Factory-Outlet-Center nicht nur im verbandsgemeindlichen Standortkonzept sondern auch unter landesplanerischen Gesichtspunkten eine „Sonderrolle“.

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Um städtebaulich unverträgliche Standortkonkurrenzen zu vermeiden, sollten die im Zuge der nunmehr geplanten FOC-Erweiterung vorgesehenen Angebotsarrondierungen ausschließlich auf Betriebe mit der im Bebauungsplan festgesetzten „FOC-typischen Warencharakteristik“⁶⁹ beschränkt bleiben. Der für die bauliche Erweiterung sowie die Stellplatzanlage vorgesehene „potenzielle Erweiterungsbereich“ des FOC's schließt sich unmittelbar östlich der aktuellen Shoppingzeile an und umfasst neben der derzeitigen Stellplatzanlage auch mehrere, z.T. landwirtschaftlich genutzte (Frei-)Flächen.

6.7 Überprüfung der örtlichen Sortimentsliste

Mit dem Beschluss des verbandsgemeindlichen Einzelhandelskonzeptes 2008 ist auch eine örtliche Sortimentsliste („Montabaurer Sortimentsliste“) zur Definition der innenstadtrelevanten und nicht-innenstadtrelevanten Sortimente beschlossen worden. Diese Sortimentsliste ist vor dem Hintergrund der zwischenzeitlich erfolgten Marktentwicklungen zu überprüfen.

Innenstadtrelevante Sortimente zeichnen sich im Allgemeinen dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot einer Innenstadt prägend und daher für eine starke und intakte Innenstadt bedeutsam sind. Als innenstadtrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzumlenkungen und daraus resultierenden Verdrängungseffekten in der Innenstadt führen kann.

Die Einstufung als „innenstadtrelevantes Sortiment“ setzt allerdings nicht voraus, dass ein Sortiment bereits in einer Innenstadt vertreten ist. Dies bedeutet, dass auch Sortimente als innenstadtrelevant eingestuft werden können, die gegenwärtig nicht bzw. nur in einem geringen Umfang in einer Innenstadt angeboten werden, jedoch als ein wichtiger Beitrag zu einer attraktiven und leistungsstarken Innenstadt anzusehen sind.

Als wesentliche Merkmale innenstadtrelevanter Sortimente anzusehen sind:

- eine hohe Verbundwirkung mit anderen Sortimenten
- eine hohe Beratungsintensität
- eine hohe Flächenproduktivität
- eine gute Handlichkeit bzw. geringe Sperrigkeit⁷⁰.

Dagegen sind alle diejenigen Sortimente als **nicht-innenstadtrelevant** anzusehen, die nicht oder nur in geringem Umfang in der Innenstadt vertreten sind und für das innerstädtische Angebotsspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen.

⁶⁹ z.B. Vorsaison, 2. Wahl, Retouren, Überhangproduktionen etc.

⁷⁰ weshalb sie nicht nur mit dem Pkw transportierbar sind

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Vielfach können diese Sortimente aufgrund ihrer Beschaffenheit und der besonderen Standortanforderungen der auf sie spezialisierten Betriebe (z.B. hoher Flächenbedarf, starke Pkw-Orientierung, Sperrigkeit der Waren) kaum in innerstädtische Bereiche integriert werden.

Gewissermaßen eine Untergruppe der innenstadtrelevanten Sortimente stellen die **nahversorgungsrelevanten** Sortimente dar. Es handelt sich dabei vor allem um Angebote des kurzfristigen Grundbedarfs, die von allen Bevölkerungsschichten und Altersgruppen gleichermaßen nachgefragt werden.

Die Nahversorgungsrelevanz von derartigen Sortimenten ergibt sich aus den in sehr kurzen Abständen wiederkehrenden Versorgungsvorgängen, die insbesondere auch für weniger mobile Verbraucher ohne eigenen Pkw durch ein am Wohnstandort und damit verbrauchernah gelegenes Angebot gewährleistet werden sollen. Eine Beschränkung solcher Angebote ausschließlich auf die größeren Zentren würde die verbrauchernahe Versorgung mit Waren des Grundbedarfs einschränken. Insofern können bei Beachtung der spezifischen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Rahmenbedingungen nahversorgungsrelevante Sortimente auch an Standorten zugelassen werden, die zwar außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen liegen, aber einen deutlichen Wohngebietsbezug aufweisen.

Gleichwohl weisen nahversorgungsrelevante Warenangebote auch eine wichtige Bedeutung für Versorgungszentren auf. Insbesondere in den Zentren von Klein- und Mittelstädten können kundenfrequenzstarke Lebensmittelbetriebe die wichtige Funktion von Frequenzbringern übernehmen. Auch in der Stadt Montabaur ist dies der Fall.

In der Vergangenheit wurden bundesweit von verschiedenen Kommunen, Planungsbehörden und Trägern öffentlicher Belange Sortimentslisten entwickelt, in denen die innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Sortimente definiert wurden.

Eine allgemeingültige Aufstellung ist jedoch nicht möglich. Im LEP IV wird darauf verzichtet, allgemeine und verbindliche Vorgaben hinsichtlich einer Definition der innenstadtrelevanten Sortimente zu machen. Es wird zwar explizit auf die Innenstadtrelevanz bestimmter Sortimente hingewiesen, es bleibt aber ausdrücklich den Kommunen durch die Erstellung von kommunalen Einzelhandelskonzepten überlassen, hier im begründeten Einzelfall eine Erweiterung bzw. Reduzierung der Sortimentslisten vorzunehmen.

Bei der Bewertung der Innenstadtrelevanz einzelner Sortimente wird folgende Vorgehensweise gewählt:

- Bewertung der Bedeutung der Sortimente für die Funktionsfähigkeit und Entwicklungsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche in der Verbandsgemeinde Montabaur
- Berücksichtigung der Angebotsstruktur nach Standorten, insbesondere der sortimentsbezogenen Ausstattungen innerhalb der vorgeschlagenen zentralen Versorgungsbereichen.

Demnach sind die einzelnen Warengruppen wie folgt zu bewerten:

Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Drogeriewaren sind als Angebote des Grundbedarfs den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zuzurechnen. Für die Stadt Montabaur konnte zudem aufgezeigt werden, dass der Lebensmitteleinzelhandel wegen seiner hohen frequenzerzeugenden Wirkungen von wesentlicher Bedeutung für die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches ist. Gleiches gilt

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

grundsätzlich auch für einen im Innenstadtbereich anzusiedelnden Drogeriemarkt. Insofern weisen nahversorgungsrelevante Waren auch eine hohe Zentrenrelevanz auf.

Grundsätzlich ist auch das Sortiment „Getränke“ zunächst als nahversorgungsrelevant einzustufen. Im Falle der Vertriebsform des **Getränkemarktes** ist jedoch eine differenzierte Betrachtung sinnvoll. Denn diese Betriebe bieten überwiegend Getränke in großen Gebinden und in Mehrwegverpackungen an. Dies bedeutet, dass die Märkte fast ausschließlich von Pkw-Kunden aufgesucht werden und deshalb über Standorte mit guter Anfahrbarkeit und großzügig bemessenen Stellplatzangeboten verfügen müssen (bspw. „Fristo“ in der Stadt Montabaur an der Bahnhofsallee; Getränke Hoffmann⁷¹ an der Industriestraße in Heiligenroth). Darüber hinaus ergibt sich aus der Sperrigkeit der Waren ein großer Flächenbedarf. Vor diesem Hintergrund ist die Integration von Getränkemarkten in zentrale Versorgungsbereiche oder Wohngebietslagen nicht grundsätzlich zu fordern und im Einzelfall auch an außerhalb des Zentrums gelegenen Standorten durchaus angemessen.

Bekleidung / Lederwaren / Schuhe, Uhren / Schmuck, Foto/Optik, Glas / Porzellan / Keramik (GPK), Hausrat, Geschenkartikel erfüllen im hohen Maße die Kriterien der Innenstadtrelevanz. Da sie ohne Ausnahme wichtige Leitsortimente des innerstädtischen Einzelhandels darstellen, ist die Innenstadtrelevanz dieser Sortimente als unstrittig anzusehen.

Auch **Parfümerie- und Kosmetikartikel** zeichnen sich durch eine hohe Flächen- und Beratungsintensität aus und verfügen über hohe Verbundwirkungen mit anderen Branchen. Aus diesem Grund sind die Sortimente den innenstadtrelevanten Sortimenten zu zuordnen.

Bei pharmazeutischen, medizinischen und orthopädischen Artikeln wird eine Aufteilung in nahversorgungs- und innenstadtrelevante Sortimente empfohlen. **Pharmazeutische Artikel (Apothekenwaren)** gehören neben den Nahrungs- und Genussmitteln sowie den Drogeriewaren zum Grundbedarf der menschlichen Versorgung und sind vor diesem Hintergrund als nahversorgungsrelevante Sortimente einzustufen. **Medizinisch-orthopädische Artikel** werden hingegen von Verbrauchern seltener nachgefragt, weshalb die sich hierauf spezialisierten Fachgeschäfte einen deutlich größeren Einzugsbereich benötigen. Da medizinisch-orthopädische Artikel ansonsten die Anforderungen von innenstadtrelevanten Sortimenten erfüllen und sich zudem der überwiegende Teil der entsprechenden Fachanbieter im Stadtzentrum von Montabaur befindet (u.a. Orthopädie-Schuhtechnik Sanitätshaus Keil, Hörgeräte Geers), sind sie als innenstadtrelevant anzusehen.

Aufgrund einer vergleichbaren Warenbeschaffenheit mit den auch zukünftig als innenstadtrelevant vorgeschlagenen Leitsortimenten der Gesundheitsfürsorge (= medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel) sollen auch **„Optiker“** weiterhin den innenstadtrelevanten Sortimenten zugeordnet werden. Auch die Angebotsstruktur innerhalb der Verbandsgemeinde rechtfertigt diese Einstufung: Sowohl im Stadtzentrum von Montabaur (u.a. Augenoptik Flach/ Kirchstraße), im Nahversorgungszentrum Neuhäusel (Brillenhäus Roth/ Hauptstraße) als auch dem Nahversorgungszentrum Nentershausen (Die Brille/ Poststraße) sind entsprechende Fachangebote vorzufinden und prägen dementsprechend das jeweilige Versorgungsangebot.

⁷¹ ehem. Toom-Getränkemarkt

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Bei der Warengruppe „**Blumen**“ wird ebenfalls eine differenzierende Betrachtung empfohlen. Während **Schnittblumen** zumeist über Blumenfachgeschäfte verkauft werden und daher als innenstadtrelevantes Sortiment anzusehen sind⁷², werden Waren des Gartenbedarfes (z.B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, Pflanzen und Pflanzgefäße in Montabaur vor allem von den im Gewerbegebiet Heiligenroth ansässigen Gartencentern Dehner bzw. Kuch sowie im dezentral in der Stadt Montabaur gelegenen Obi-Markt angeboten. **Gartenmarktspezifische Sortimente** werden daher als nicht-innenstadtrelevant eingestuft.

Aufgrund der flächenintensiven Warenpräsentation und Sperrigkeit der Artikel sind auch die Sortimente **Bau- und Heimwerkerbedarf** (inkl. Farben, Tapeten, Bodenbeläge) als nicht-innenstadtrelevant zu bewerten. Darüber hinaus nehmen die angebotsprägenden Anbieter in der VG Montabaur⁷³ ebenfalls durchgehend Standorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ein, während das Baumarktsortiment in den Zentren kaum vorzufinden ist.

Auch **die Sortimente des Möbeleinzelhandels – Wohnmöbel und Küchen, Gartenmöbel sowie Büromöbel** - zeichnen sich im Allgemeinen durch einen hohen Flächenbedarf und Sperrigkeit aus, so dass sich die Standortanforderungen von Möbelanbietern in Innenstadtlagen nur in Ausnahmefällen realisieren lassen. Zudem befinden sich die größten Anbieter XXXLMüllerland / Poco in Görgeshausen, Möbel Hermes / Heiligenroth sowie AMS Möbel / Stadt Montabaur ebenfalls außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Vor diesem Hintergrund wird empfohlen, diese Sortimente weiterhin als nicht-innenstadtrelevant einzustufen.

Zudem wird vorgeschlagen, die Warengruppen **Bettwaren (Matratzen, Lattenroste, Ober- und Unterdecken), Lampen und Leuchten und Teppiche** ebenfalls den nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten zuzuordnen. Denn diese sind aktuell nicht als prägende Sortimente des Innenstadteinzelhandels zu identifizieren und auch aufgrund der geringen Handlichkeit der angebotenen Waren und der hierdurch bedingten Notwendigkeit, diese fast nur mit dem Pkw zu transportieren, als nicht-innenstadtrelevant zu bewerten.

Die Sortimentsgruppen **Haus- / Tisch- / Bettwäsche (Haustextilien)** und **Stoffe / Gardinen / Vorhänge (Heimtextilien)** entfallen vor allem auf die Randsortimentsabteilungen der großen Möbelhäuser und sind in den Ortsmitten in keinem nennenswerten Umfang mehr vertreten.

Vor diesem Hintergrund wird vorgeschlagen, die Sortimente Haus- und Heimtextilien zukünftig als nicht-innenstadtrelevant einzustufen.

Die Sortimente **Papier-, Büro-, Schreibwaren / Zeitschriften / Bücher und Büroartikel** erfüllen in hohem Maße die oben aufgeführten Kriterien der Zentrenrelevanz und werden in Montabaur zudem auch von mehreren innerhalb des Hauptzentrums ansässigen Betrieben angeboten (u.a. Schreibwaren Wetzlar, Buchhandlung Erlesenes, Buchhandlung Reuffel). Aus diesem Grund sind diese Sortimente als innenstadtrelevant zu bewerten.

⁷² u.a. Blumenladen „Allerhand“ am Konrad-Adenauer-Platz in der Stadt Montabaur

⁷³ v.a. Obi/ Stadt Montabaur; Bauzentrum Mies/ Stadt Montabaur

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Die Sortimente der **Unterhaltungselektronik, Computer, Computerzubehör** und auch **Telekommunikationsgeräte** sind hinsichtlich ihrer frequenzschaffenden Wirkung uneingeschränkt den innenstadtrelevanten Sortimenten zuzuordnen, wohingegen im Bereich der **Elektrohaushaltswaren** grundsätzlich zwischen **Elektrogroßgeräten** und sonstigen **elektrischen Haushaltsgeräten** unterschieden werden kann. Während Elektrogroßgeräte (nur Großgeräte wie Herde, Kühlschränke, Spülmaschinen und Waschmaschinen; sog. „Weiße Ware“) mit Möbeln vergleichbare Standortanforderungen stellen und deshalb als nicht-innenstadtrelevant angesehen werden sollten, sind Elektrokleingeräte generell den innenstadtrelevanten Sortimenten zuzuweisen.

Auch die gegebene Angebotsstruktur rechtfertigt die vorgeschlagene Unterteilung: Während die mit Abstand größten Angebote durchgängig außerhalb der vorgeschlagenen Zentren vorzufinden sind (Expert Klein / Heiligenroth; Elektrogeräte Pehl / Holler), werden Elektrokleingeräte auch im Hauptzentrum von Montabaur vorgehalten (Elektro Seel / Kirchstr.).

Entgegen der Zuordnung aus 2008 wird damit vorgeschlagen zukünftig die Warengruppe der „Elektrogroßgeräte“ als nicht-innenstadtrelevant einzuordnen.

Spielwaren/Hobby sowie **Sportbekleidung, Sportschuhe** und die meisten **Sportartikel** sind ebenfalls grundsätzlich als innenstadtrelevante Leitsortimente zu bewerten. Für einzelne Sortimente innerhalb der Warengruppe Sportartikel ist jedoch eine differenzierte Betrachtung erforderlich:

- **Sport- und Freizeitboote:** Anbieter von Sport- und Freizeitbooten sind hinsichtlich ihrer Standortanforderungen dem Kfz-Handel gleichzusetzen und deshalb als nicht-innenstadtrelevant zu bewerten.
- **Campingartikel:** Aufgrund des hohen Flächenbedarfs der Ausstellungsflächen - insbesondere für Zelte und Zeltzubehör - werden diese Waren nur noch in Ausnahmefällen vom innerstädtischen Einzelhandel geführt. Neben spezialisierten Fachanbietern wird dieses Sortiment vielfach als Randsortiment in erster Linie von Bau- und Gartenmärkten – in den meisten Fällen jedoch außerhalb der Zentren – oder bei den meisten Lebensmittel-Discountmärkten im Rahmen der wöchentlich wechselnden Aktionswaren angeboten. Auch in der Verbandsgemeinde Montabaur ist dies der Fall. So nehmen die Spezialisten „McTrek“ in Heiligenroth sowie „Seegler Outdoor“ in der Ortsgemeinde Ruppach-Goldhausen Lagen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ein. Vor diesem Hintergrund wird empfohlen, das Sortiment „Campingartikel“ nicht länger als innenstadtrelevant sondern zukünftig als nicht-innenstadtrelevant einzustufen.

Im Sortiment **Fahrrad und Fahrradzubehör** ist derzeit kein größeres Fachmarktangebot in Montabaur vorhanden. Zudem befinden sich die vorhandenen Spezialisten durchgängig außerhalb der vorgeschlagenen Zentren⁷⁴, sodass Fahrrädern in den zentralen Versorgungsbereich keine zentrentragende Funktion zukommt. Daher sollte das Sortiment Fahrräder / -zubehör auch weiterhin als nicht-innenstadtrelevant eingestuft werden.

Für das Sortiment **„Tierfutter, Heimtierzubehör und lebende Tiere“** wird vorgeschlagen, dieses –entgegen der aktuellen Sortimentsliste - als nicht-innenstadtrelevant einzustufen. Denn die mit deutlichem Ab-

⁷⁴ u.a. AB Radsport/ Holler, Alpine Bike/ Großholbach

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

stand größten Angebotsflächen befinden sich im Gewerbegebiet Heiligenroth (v.a. Fressnapf, Randsortiment Dehner), während sich das entsprechende Angebot innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im Wesentlichen auf das Teilsegment Heimtierfutter als –flächenmäßig deutlich untergeordnetes - Randsortiment der vorhandenen Lebensmittelgeschäfte beschränkt.

Da diese Sortimente somit für die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche nur eine geringe Bedeutung haben, wird vorgeschlagen, diese zukünftig als nicht-innenstadtrelevant einzustufen.

Auch beim Sortiment **Autozubehör** sind die größten Anbieter im Gewerbegebiet Heiligenroth ansässig (ATU; Autoplus). Aufgrund der gegebenen Angebotssituation im Verbandsgemeindegebiet, den spezifischen Standortanforderungen und der nur geringen Verbundeffekte auf sonstige, innenstadtrelevante Sortimente ist diese Warengruppe auch künftig als nicht-innenstadtrelevant einzustufen.

Spezialisierte Anbieter von **Handelswaffen, Munition, Jagd- und Angelgeräte** sind aktuell nicht im Verbandsgemeindegebiet ansässig und daher auch in den zentralen Versorgungsbereichen nicht vorzufinden, so dass diesem Segment ebenfalls keine Zentrenrelevanz zukommt.

Aufbauend auf den vorangegangenen Ausführungen erfolgt in der nachstehenden „Sortimentsliste für die Verbandsgemeinde Montabaur“ zusammenfassend eine differenzierende Darstellung der einzelnen Warengruppen nach innenstadt- und nahversorgungsrelevanten sowie nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten. Wie oben dargestellt, ergeben sich im Vergleich zu der 2008 beschlossenen Sortimentsliste nur geringe Abweichungen.

Die Bezeichnung der Warengruppen stützt sich auf die vom Statistischen Bundesamt herausgegebene Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008).

Abbildung 15: Sortimentsliste der nahversorgungs-, innenstadt- und nicht-innenstadtrelevanten Sortimente für die Verbandsgemeinde Montabaur

Definition innenstadt- und nahversorgungsrelevante Sortimente		Definition nicht-innenstadtrelevanter Sortimente*	
WZ-Nr.**	Bezeichnung	WZ-Nr.**	Bezeichnung
Nahversorgung (nahversorgungsrelevante Sortimente***)			
47.11.1	Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren		Ausnahme: Getränkefachmärkte
47.11.2	Sonstiger Einzelhandel mit Waren verschiedener Art, Hauptrichtung Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren		
47.73	Apotheken		
aus 47.75	Drogerieartikel, (ohne kosmetische Erzeugnisse und Parfümerieartikel)		
aus 47.78.9	Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel	45.32.0	Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör, Autokindersitze
Bekleidung, Schuhe, Sport			
47.71	Bekleidung		
47.72	Schuhe, Lederwaren und Reisegepäck		
aus 47.64.2	Sportartikel (inkl. Sportbekleidung, -schuhe, -geräte)	aus 47.64.2	Sportgroßgeräte, Boote, Campingartikel und Campingmöbel
Bücher, Schreib- und Spielwaren			
47.61.0	Bücher		
47.62.1	Fachzeitschriften, Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen		
47.62.2	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel		
47.65	Spielwaren und Bastelartikel		
47.59.3	Musikinstrumente und Musikalien		
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektro, Foto			
47.43	Geräte der Unterhaltungselektronik		
47.63	Ton- und Bildträger		
47.41	Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte und Software		
47.42	Telekommunikationsgeräte		
aus 47.54	elektrische Haushaltsgeräte (nur Kleingeräte)	aus 47.54	elektrische Haushaltsgeräte (nur Großgeräte)
47.78.2	Foto- und optische Erzeugnisse		
Fortsetzung folgt			

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Bau- und Gartenbedarf, Blumen, Zoobedarf

aus 47.76.1	Schnittblumen	47.52.1	Metall- und Kunststoffwaren (u. a. Schrauben und -zubehör, Kleineisenwaren, Bauartikel, Dübel, Beschläge, Schlösser und Schlüssel, Installationsbedarf für Gas, Wasser, Heizung und Klimatechnik, Bauelemente aus Eisen, Metall und Kunststoff, Werkzeuge aller Art; Werkstatteinrichtungen, Leitern, Lager- und Transportbehälter, Spielgeräte für Garten und Spielplatz, Drahtwaren, Rasenmäher)
		47.52.3	Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf
		aus 47.76.1	Pflanzen, Sämereien und Düngemittel (u. a. Baumschul-, Topf- und Beetpflanzen, Weihnachtsbäume, Blumenbindereierzeugnisse, Blumenerde, Blumentöpfe)
		47.76.2	zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Futtermittel für Haustiere)

Möbel, Einrichtungsbedarf

47.59.2 aus 47.59.9	keramische Erzeugnisse und Glaswaren Haushaltsgegenstände (u. a. Koch-, Brat- und Tafelgeschirre, Schneidwaren, Bestecke, nicht elektrische Haushaltsgeräte)	47.59.1	Wohnmöbel, Kücheneinrichtungen, Büromöbel
		aus 47.51	Haushaltstextilien (Haus-, Tisch- und Bettwäsche), Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche / Bettwaren (u. a. Matratzen, Lattenroste, Oberdecken)
		aus 47.53	Heimtextilien (Gardinen, Dekorationsstoff, Vorhänge, dekorative Decken)
		aus 47.53	Teppiche, Bodenbeläge und Tapeten
47.78.3	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel	aus 47.59.9	Holz-, -Kork Flecht- und Korbwaren (u. a. Drechslerwaren, Korbmöbel, Bast- und Strohwaren, Kinderwagen), Spiegel
		aus 47.59.9	Lampen, Leuchten und Beleuchtungsartikel
		aus 47.59.9	sonstige Haushaltsgegenstände (u. a. Bedarfsartikel für den Garten, Garten- und Campingmöbel, Grillgeräte)
		47.79	Antiquitäten und Gebrauchsgüter

Sonstige Sortimente

47.74	medizinische und orthopädische Artikel		
47.77	Uhren und Schmuck		
47.78.1	Augenoptiker		
47.78.3	Kunstgegenstände, Bilder, Bilderrahmen, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel	47.64.1	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör
		aus 47.78.9	Handelswaffen, Munition, Jagd- und Angelgeräte

* WZ = Wirtschaftszweig (siehe Quellenangabe)

Quelle: BBE-Zusammenstellung im Rückgriff auf die Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008)

7 Abschließende Empfehlungen

Die vorliegende Untersuchung soll einer geordneten, städtebaulich verträglichen Einzelhandels- und Standortentwicklung der Verbandsgemeinde Montabaur im Rahmen der Bauleitplanung dienen. Um die notwendige Rechtssicherheit für die kommunale Planung herzustellen und zugleich den Investoren und Betreibern des Einzelhandels Planungssicherheit zu geben, ist ein Selbstbindungsbeschluss des Rates über die Grundzüge des Einzelhandelskonzeptes erforderlich.

Dieser Beschluss sollte durch eine breite Beteiligung der Öffentlichkeit vorbereitet werden. Hintergrund ist die Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts, das mit seinen Urteilen vom 27.03.2013 klargestellt hat, dass es ausreicht, wenn in einem Zentrenkonzept die für die Funktionsfähigkeit der jeweiligen Zentren entscheidenden und mithin zentrenbildenden Sortimente festgelegt werden und diese Sortimente darauf aufbauend in einem Bebauungsplan für ein Gebiet außerhalb der Zentren ausgeschlossen werden. Das Gericht sieht es somit als ausreichend an, wenn der konkrete Nachweis der Zentrumschädlichkeit eines Sortiments bereits mit der Erstellung des gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes und nicht erst getrennt für jeden einzelnen, einen Einzelhandelsausschluss regelnden Bebauungsplan geführt wird. Die grundsätzliche Rechtfertigung eines Bebauungsplans zur Steuerung des Einzelhandels kann somit bereits mit dem gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept geführt werden.

Das Instrument des kommunalen Einzelhandelskonzeptes wurde somit in seinem Gewicht zur Artikulierung gemeindlicher Planungsinteressen deutlich gestärkt. Bezogen auf die Nutzungsmöglichkeiten einzelner privater Grundstücke können bereits mit dem Konzept weitgehende Vorentscheidungen getroffen werden. Deshalb ist anzuraten, die Öffentlichkeit an der Erstellung des gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes zu beteiligen und im Rahmen des Beteiligungsverfahrens insbesondere deutlich zu machen, welche Bedeutung diese vorbereitende Planung für private Individualinteressen entfalten kann.

In Anlehnung an das Verfahren nach § 3 Baugesetzbuch sollte der Öffentlichkeit die Gelegenheit gegeben werden, Bedenken und Anregungen in die Planung einzubringen. Alle abwägungsrelevanten Eigentümer- und Betreiberbelange sollten intensiv geprüft und abgewogen werden. Besonders zu beachten sind dabei konkret angezeigte Planungsabsichten zur Erweiterung oder Neuerrichtung von Einzelhandelsbetrieben.

Köln, im August 2022

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Claus Freuen



i. V. Rainer Schmidt-Illguth

8 Anhang: Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

Das vorliegende Einzelhandelskonzept soll als wichtige Grundlage für die künftige Einzelhandelssteuerung und als Abwägungsgrundlage für die Bauleitplanung dienen. Dazu ist es notwendig, dass der Rat der VG Montabaur das Konzept als „sonstige städtebauliche Planung“ gemäß § 1 Abs. 6 Satz 11 BauGB beschließt. Das Konzept kann seine Gestaltungswirkung nur dann entfalten, wenn das planungsrechtliche Instrumentarium sowohl für die Innenentwicklung als auch zur Steuerung der Einzelhandelsstruktur außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angewandt wird.

8.1 Steuerung des Einzelhandels mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten

Um für einzelne, nicht-integrierte Standortbereiche Ausschlussregelungen für bestimmte Warengruppen zu treffen, sind den Gemeinden weitgehende Möglichkeiten gegeben:

Bezüglich der Rechtswirksamkeit kommunaler Einzelhandelskonzepte hat das Bundesverwaltungsgericht mit Urteilen von 27.03.2013⁷⁵ klargestellt, dass sich eine Kommune bei der Rechtfertigung eines Bebauungsplans, der die Einzelhandelsentwicklung außerhalb eines Zentrums mit dem Ziel steuern soll, den Erhalt und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche zu fördern, allein auf ein beschlossenes Einzelhandelskonzept berufen kann. Es ist somit bei Vorliegen eines Konzepts, das die Kommune als sonstige städtebauliche Planung im Sinne von § 1 Abs. 6 Satz 11 BauGB beschlossen hat, nicht mehr erforderlich, jeden Ausschlussbebauungsplan mit Bezug auf den jeweiligen Einzelfall hinsichtlich seiner städtebaulichen Notwendigkeit zu rechtfertigen.

Die Klarstellung des Bundesverwaltungsgerichts zu den Anforderungen an die städtebauliche Rechtfertigung sortimentsbezogener Einzelhandelsausschlüsse vereinfacht die kommunale Planungspraxis und schafft Rechtssicherheit.

Dass § 1 Abs. 9 BauNVO grundsätzlich auch Sortimentsbeschränkungen des Einzelhandels zulässt, hatte das Bundesverwaltungsgericht bereits in seiner Entscheidung vom 4. Oktober 2001 klargestellt. Demnach sind auch Sortimentsbeschränkungen des Einzelhandels zulässig, wenn diese Differenzierung marktüblichen Gegebenheiten entspricht (BVerwG, 4 BN 45.01 – BRS 64 Nr.28). Diese Anforderung ist dann erfüllt, wenn die gewählten Sortimentsbezeichnungen zweifelsfrei die in der Realität vorhandenen Einzelhandelsbetriebe bezeichnen (siehe OVG NRW, Urteil vom 22. April 2004, Az. 7a D 142/02, Seite 18).

Als rechtlicher Hintergrund für die vorgeschlagenen Ausschlussregelungen in bestimmten Standortbereichen ist weiterhin zu beachten, dass die Zulässigkeit von Sortimentsbeschränkungen nicht nur auf großflächige Einzelhandelsbetriebe⁷⁶ begrenzt ist, die mit einer Geschossfläche von mehr als 1.200 m² der so genannten Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegen. Nach dem zitierten Urteil des OVG

⁷⁵ Urteile 4 C 13.11, 4 CN 6.11 und 4 C 7.11

⁷⁶ Zur Definition der Großflächigkeit vgl. Ausführungen im folgenden Kapitel 8.2.

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

NRW vom 22. April 2004 lässt § 1 Abs. 9 BauNVO den Ausschluss aller Arten baulicher Anlagen im Sinne der BauNVO zu, mithin auch den Ausschluss bestimmter Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten nach § 8, Industriegebieten nach § 9 und sogar in Mischgebieten nach § 6 BauNVO.

Allerdings ist zu beachten, dass eine Feindifferenzierung der zulässigen Art der baulichen Nutzung nach § 1 Abs. 9 BauNVO eine städtebauliche Begründung erfordert, die sich aus der jeweiligen konkreten Planungssituation ergeben muss und geeignet ist, die Abweichung vom normativen Regelfall der Baugebietsausweisung zu rechtfertigen. Wie vorab bereits dargelegt, kann sich die Kommune zur städtebaulichen Rechtfertigung einer Planung auf ein beschlossenes Einzelhandelskonzept berufen.

Bei einer Überplanung bestehender Gebiete ermächtigt § 1 Abs. 10 BauNVO die Gemeinde dazu, in den Bebauungsplan Festsetzungen aufzunehmen, mit denen Erweiterungen, Änderungen, Nutzungsänderungen und Erneuerungen im Plangebiet vorhandener baulicher Anlagen ermöglicht werden und damit einen erweiterten Bestandsschutz für Betriebe zu gewähren, die bei typisierender Betrachtungsweise „an sich“ unzulässig sind. In einer Entscheidung des Verwaltungsgerichtshofs Baden-Württemberg vom 08.10.2013 wurde klargestellt, dass es jedoch im planerischen Ermessen der Gemeinde liege, von dieser Ermächtigung Gebrauch zu machen. Voraussetzung für den Ausschluss eines erweiterten Bestandsschutzes sind jedoch eine ausreichende städtebauliche Begründung und eine ordnungsgemäße Abwägung (VGH BW, 3 S 2356/12).

8.2 Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels

Die Baunutzungsverordnung (BauNVO) enthält mit § 11 Abs. 3 eine Sondervorschrift für die planungsrechtliche Behandlung des großflächigen Einzelhandels. Die grundlegende Vorgabe besteht darin, großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich auf die Ziele der Raumordnung oder die städtebauliche Entwicklung auswirken können, lediglich in Kerngebieten und in Sondergebieten zuzulassen.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe, insbesondere mit innenstadtrelevanten Sortimenten, sollten aufgrund ihrer zumeist nicht unerheblichen Auswirkungen auf die lokalen und regionalen Versorgungsstrukturen, die Umwelt und die Stadtentwicklung nur dann zugelassen werden, wenn sie nach Art und Umfang in einem angemessenen Verhältnis zur lokalen und regionalen Versorgungsstruktur stehen. Darüber hinaus ist eine weitere Grundvoraussetzung entsprechend der Vorgabe des LEP IV, dass sich der Standort innerhalb eines ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiches befindet.

Aus städtebaulicher Sicht ist im Zuge von Ansiedlungsverfahren zu prüfen, ob der großflächige Einzelhandelsbetrieb mit dem städtebaulichen Gefüge vereinbar ist. Dabei ist ein wesentlicher öffentlicher Belang das Interesse der Gemeinden an der Erhaltung und Weiterentwicklung ihrer Zentren.

Mit seinem Urteil vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) hat das Bundesverwaltungsgericht die Grenze der Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben verbindlich festgelegt. Demnach sind Einzelhandelsbetriebe großflächig im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr.2 BauNVO, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten (Tatbestandsmerkmal, unabhängig von lokalen Gegebenheiten).

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Im Rahmen seiner Auseinandersetzung mit den Bestimmungsgrößen großflächiger Einzelhandelsbetriebe hat das Bundesverwaltungsgericht weiterhin die Frage beantwortet, wann die Funktionseinheit mehrerer Einzelhandelsbetriebe als großflächiger Einzelhandelsbetrieb im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu betrachten ist. Die Eckpunkte lassen sich wie folgt zusammenfassen (BVerwG 4 C 14.04, Urteil vom 24. November 2005):

- Ob es sich bei einer Verkaufsstätte um einen einzigen oder um mehrere Betriebe handelt, bestimmt sich nach baulichen und betrieblich-funktionellen Gesichtspunkten.
- Für die räumliche Abgrenzung eines Einzelhandelsbetriebs ist auf die nach außen erkennbaren baulichen Gegebenheiten abzustellen.
- Eine Verkaufsstätte kann nur dann ein selbstständiger Einzelhandelsbetrieb sein, wenn sie selbstständig, d. h. unabhängig von anderen Einzelhandelsbetrieben genutzt werden kann und deshalb baurechtlich auch als eigenständiges Vorhaben genehmigungsfähig wäre.
- Hierzu muss die Verkaufsstätte jedenfalls
 - einen eigenen Eingang,
 - eine eigene Anlieferung und
 - eigene Personalräume haben sowie
 - unabhängig von anderen Betrieben geöffnet und geschlossen werden können.

Demgegenüber hat das Oberverwaltungsgericht Münster in seinem Urteil vom 29. Mai 2013 (10 A 1144/11) die Meinung vertreten, dass die Verkaufsflächen von baulich und funktionell zwar eigenständigen Betrieben allerdings dann zusammenzurechnen sind, wenn die Gesamtläche durch einen Einzelhandelsbetrieb als Hauptbetrieb (z.B. Lebensmitteldiscounter) geprägt wird und auf den baulich abgetrennten Flächen zu dessen Warenangebot als Nebenleistung ein Warenangebot hinzutritt, das in einem inneren Zusammenhang mit der Hauptleistung steht, diese jedoch nur abrundet und von untergeordneter Bedeutung bleibt (z. B. Backshop, Lotto/Toto/Zeitschriften).

Im entschiedenen Fall hat das OVG Münster demgemäß eine betriebliche Einheit zwischen einem Lebensmitteldiscounter und einem Backshop abgeleitet, die als ein (großflächiger) Einzelhandelsbetrieb zu bewerten sei.

Nach § 11 Abs. 3 BauNVO 1990 sind städtebauliche Auswirkungen bei Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche des Betriebes 1.200 m² überschreitet.

Weist das Vorhaben mehr als 800 m² Verkaufsfläche, aber weniger als 1.200 m² Geschossfläche auf, ist die Genehmigungsbehörde darlegungspflichtig, ob mit Auswirkungen zu rechnen ist. Bei mehr als 1.200 m² Geschossfläche obliegt es dem Antragsteller, die Regelvermutung zu widerlegen.

Hierzu bedarf es zunächst des Nachweises einer "atypischen Fallgestaltung". Dazu müssen Anhaltspunkte dafür bestehen, dass von einem Vorhaben jenseits der Vermutungsgrenze keine Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder die wohnungsnahe Versorgung der Bevölkerung ausgehen.

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

Dabei sind nach dem Verordnungstext "... in Bezug auf die in Satz 2 [des § 11 Abs. 3 BauNVO] bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Stadtteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen."

Insofern kann diese Atypik aus betrieblichen oder städtebaulichen Besonderheiten des konkreten Sachverhaltes resultieren. Dabei können **betriebliche Besonderheiten** z. B. vorliegen

- bei einer Abweichung des Verhältnisses von Geschossfläche zur Verkaufsfläche, d. h. wenn der Anteil der Verkaufsfläche trotz Überschreitung des Schwellenwertes von 1.200 m² Geschossfläche unter 800 m² liegt,
- wenn der Betrieb beschränkt ist auf ein schmales Warensortiment (z. B. Baustoffe),
- bei Artikeln, die üblicherweise in Verbindung mit handwerklichen Dienstleistungen angeboten werden (z. B. Kfz-Handel mit Werkstatt).

Städtebauliche Besonderheiten können beispielsweise vorliegen,

- wenn der Einzugsbereich des Betriebs im Warenangebot bisher unterversorgt war und innerhalb des Einzugsbereichs des Betriebs keine zentralen Versorgungsbereiche vorhanden sind,
- wenn der Betrieb in zentraler und für die Wohnbevölkerung gut erreichbarer Lage (städtebaulich integriert) errichtet werden soll und das Vorhaben aufgrund eines außergewöhnlich hohen Nachfragepotenzials im Nahbereich überwiegend von der lokalen Nachfrage getragen wird.

Auch im unbeplanten Innenbereich nach § 34 BauGB - also innerhalb der im Zusammenhang bebauten Stadtteile, jedoch außerhalb des Geltungsbereichs eines qualifizierten Bebauungsplanes - kann die Regelung des § 11 Abs. 3 BauNVO in bestimmten Fällen Anwendung finden. Sie gilt beispielsweise dann, wenn nach § 34 Abs. 2 BauGB die Eigenart der näheren Umgebung faktisch einem der Baugebiete der BauNVO, z. B. einem Gewerbe- oder Industriegebiet, entspricht. Auch in diesem Fall ist die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in der Regel unzulässig, es sei denn, die Eigenart der näheren Umgebung wird bereits durch großflächige Einzelhandelsbetriebe geprägt und entspricht somit faktisch einem Sondergebiet nach § 11 Abs. 3 BauNVO.

8.3 Festsetzungen zu Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels

Um potenzielle raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen grundsätzlich in einem 'verträglichen Rahmen' zu halten und die zukünftige Flächenentwicklung in den Sonderlagen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO planungsrechtlich abzusichern, sind in der Regel Begrenzungen der zulässigen Verkaufsfläche und genaue Sortimentsfestsetzungen zu empfehlen. Insbesondere sollten verbindliche und definitorisch eindeutige Festsetzungen der innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Sortimente erfolgen, die auf der vorab definierten Liste innenstadt- und nahversorgungsrelevanter Sortimente basieren. Dabei ist darauf zu achten, dass vorhabenbezogene und nicht baugebietsbezogene Verkaufsflächenobergrenzen und Sortimentsfestlegungen getroffen werden.

Zur Festsetzung „Sondergebiet“ muss die Zweckbestimmung speziell festgesetzt werden. Während die BauNVO bei den übrigen Baugebieten (§§ 2 bis 9) die Zweckbestimmung des Gebietes und die zulässige Art der Nutzung selbst festlegt, müssen diese Regelungen bei Sondergebieten im Bebauungsplan getroffen werden. Dadurch ergibt sich ein größerer Spielraum, die zulässige Nutzung zu konkretisieren. Neben der Angabe der Zweckbestimmung (SO-Gebiet für großflächige Einzelhandelsbetriebe) ist die Festsetzung der Art der Nutzung (d. h. der einzeln aufzuführenden zulässigen Anlagen) unerlässlich.

Bei Festsetzungen von Verkaufsflächenobergrenzen ist zwischen baugebietsbezogenen und vorhabenbezogenen Obergrenzen zu unterscheiden. Die Festsetzung baugebietsbezogener Verkaufsflächenbeschränkungen ist vom Bundesverwaltungsgericht für ein Sondergebiet für unwirksam erklärt worden, weil sie weder als Bestimmung des Maßes der baulichen Nutzung noch als Festsetzung der Art der baulichen Nutzung zulässig ist.

Festsetzungen zu vorhabenbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen sind jedoch zulässig, da die Gemeinde auf der Grundlage von § 11 Abs. 2 BauNVO die Art der baulichen Nutzung näher konkretisieren und zu diesem Zweck die Merkmale bestimmen kann, die ihr am besten geeignet erscheinen, um das von ihr verfolgte Planungsziel zu erreichen. Insbesondere darf sie in einem von ihr festgesetzten Sondergebiet den vorhabenbezogenen Anlagentyp durch die von ihr bestimmte Begrenzung der Verkaufsflächen selbst festsetzen.⁷⁷

Bei großflächigen Betrieben mit nicht-innenstadtrelevanten Kernsortimenten hängt die städtebaulich verträgliche Obergrenze für innenstadt- und nahversorgungsrelevante Randsortimente jeweils von der Art und Größe des konkreten Vorhabens sowie von der örtlichen Situation ab.

8.4 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten

Eine Beschränkung von bestimmten, in einem Baugebiet an sich zulässigen Nutzungen ist nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO grundsätzlich dann möglich, wenn besondere städtebauliche Gründe dies rechtfertigen.

Nach allgemeiner Rechtsauffassung bleibt beispielsweise der Gebietscharakter bei Einschränkung von Einzelhandelsnutzungen in einem Gewerbegebiet gewahrt, wie das Bayerische Verwaltungsgericht bereits 1985 im Rahmen eines Normenkontroll-Verfahrens bestätigte.⁷⁸ In dem vorgenannten Urteil wird u. a. ausgeführt, dass der Einzelhandel nur einen schmalen Ausschnitt aus der Fülle der nach § 8 Abs. 2 BauNVO allgemein zulässigen Nutzungen eines Gewerbegebietes darstellt, so dass die Wahrung des Gebietscharakters auch dann gegeben ist, wenn ein Bebauungsplan diese Nutzungsart ausschließt.

Ein Planungserfordernis kann sich zwingend daraus ergeben, dass sich in einem Gewerbegebiet eine Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben entwickeln könnte, die hinsichtlich Sortiment und Verkaufsflächenumfang nachbargemeindliche Belange im Sinne des § 2 Abs. 2 BauGB berühren könnte und somit

⁷⁷ BVerwG, 27.04.1990, 4 C 36.87 und 03.04.2008, 4 CN 4.07

⁷⁸ Bay VGH, Normenkontroll-Urteil vom 23.05.1985, Nr. 2 N 83 A 1490.

Einzelhandelskonzept für die VG Montabaur – Fortschreibung 2022

raumordnungsrechtliche Relevanz erreichen würde (siehe Kap 7.1 zum Thema Agglomerationen). Unter anderem das Oberverwaltungsgericht Lüneburg hat mit einem Urteil vom 10.07.2015 festgestellt, dass bei Gewerbegebietsplanungen unter Beachtung der landesplanerischen Ziele zur Verhinderung zentrenschädlicher Agglomerationen und unter Beachtung nachbargemeindlicher Belange Einzelhandelsausschlüsse erforderlich werden können.

(OVG Lüneburg 1. Senat, Urteil vom 10.07.2015, 1 KN 121/11)

Vor diesem Hintergrund wird empfohlen, Einzelhandelsbetriebe und sonstige Gewerbebetriebe mit Verkaufsf lächen für den Verkauf an Endverbraucher in den Gewerbegebieten durch geeignete Bebauungspläne auszuschließen, sofern sich das Kernsortiment aus innenstadt- bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten zusammensetzt. innenstadt- und nahversorgungsrelevante Sortimente sollten nur als Randsortimente zulässig sein, die dem nicht-innenstadtrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnet und diesem im Angebotsumfang deutlich untergeordnet sind.

Ausnahmen sind für Einzelhandelsbetriebe denkbar, die aufgrund ihres Warensortiments und ihrer begrenzten Verkaufsf läche überwiegend der Versorgung der im Gewerbegebiet Tätigen dienen (z. B. Kiosk).

Auch sollten Verkaufsstätten von produzierenden und weiterverarbeitenden Betrieben sowie Handwerksbetrieben zugelassen werden, wenn die Verkaufsf läche

- dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet,
- in betrieblichem Zusammenhang errichtet,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig deutlich untergeordnet ist und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten wird.

Zu beachten ist, dass bereits bestehenden Einzelhandelsbetrieben individuell auf sie zugeschnittener Bestandsschutz eingeräumt werden muss.

Mit den vorgeschlagenen Empfehlungen zu den textlichen Festsetzungen werden:

- die unkontrollierbare Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben verhindert,
- Handwerks- und Gewerbebetrieben die Möglichkeit gegeben, funktional untergeordneten Einzelhandel mit dem Produktionsbetrieb angemessen zu verknüpfen und
- zum Zeitpunkt der Planänderung bereits bestehenden Einzelhandelsbetrieben angemessene Erweiterungen, Nutzungsänderungen und Erneuerungen zugestanden.

8.5 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten

Zur Umsetzung des vorgeschlagenen Einzelhandelskonzeptes kann es unter Umständen erforderlich werden, auch in allgemeinen Wohngebieten nach § 4 oder Mischgebieten nach § 6 BauNVO Regelungen zum Ausschluss bestimmter Einzelhandelsnutzungen zu treffen.

Diese setzen jedoch in der Regel besondere städtebauliche Begründungen voraus, die zum Beispiel auf Zielaussagen des Einzelhandelskonzeptes beruhen können.

Auch der Verbandsgemeinde Montabaur steht der Weg, in Mischgebieten nur bestimmte Einzelhandelsnutzungen zuzulassen, grundsätzlich offen. Generell ist hierbei aber darauf zu achten, dass durch die Regelungen zum Ausschluss von (bestimmten) Einzelhandelsnutzungen der Gebietscharakter gewahrt bleibt.

8.6 Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich

Am 1. Januar 2007 ist das Gesetz zur Erleichterung von Planungsvorhaben für die Innenentwicklung der Städte in Kraft getreten. Mit ihm sind das Baugesetzbuch (BauGB) sowie das Gesetz über die Umweltverträglichkeitsprüfung (UVPG) und die Verwaltungsgerichtsordnung (VwGO) geändert worden.

Der Erhalt und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ist in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB als bei Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigender Belang ausdrücklich aufgenommen worden. Um dieses Ziel im unbeplanten Innenbereich zu erreichen, ist es nach § 9 Abs. 2a BauGB möglich, in einem Bebauungsplan beschränkende Festsetzungen insbesondere zum Einzelhandel zu treffen, ohne dass ein Baugebiet im Sinne der Baunutzungsverordnung ausgewiesen wird.

Die Anwendung dieses Steuerungsinstruments macht eine genaue Begründung erforderlich. Denn wie bereits in früheren Urteilen von hohen Gerichten klargestellt wurde, „... ist der bauplanerische Ausschluss einzelner Nutzungsarten nur dann städtebaulich gerechtfertigt, wenn er anhand eines schlüssigen Plankonzepts auf Eignung, Erforderlichkeit und Angemessenheit überprüft werden kann“ (VGH Mannheim, Urteil vom 28.01.2005)⁷⁹.

Wie § 9 Abs. 2a BauGB in Satz 3 ausdrücklich darlegt, ist bei Anwendung der Rechtsvorschrift insbesondere darzulegen, dass in den bestehenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereichen die planungsrechtlichen Voraussetzungen für Vorhaben, die diesen Versorgungsbereichen dienen, nach § 30 oder § 34 bereits vorhanden sind oder zumindest durch einen in Aufstellung befindlichen Bebauungsplan geschaffen werden sollen.

⁷⁹ zitiert nach Schmitz, H: Die Novellierung des BauGB 2007 unter Berücksichtigung der spezifischen Berliner Planungsbedingungen, Berlin 2007.

8.7 Möglichkeiten zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes durch die Bauleitplanung

Zur Umsetzung des vorgeschlagenen Einzelhandelskonzeptes werden für die künftige Bauleitplanung zusammengefasst folgende Handlungsempfehlungen ausgesprochen:

- Neuansiedlungen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten sind grundsätzlich nur innerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche möglich. An den sonstigen Nahversorgungsstandorten soll durch einen aktiven Bestandsschutz die wohnungsnaher Versorgung erhalten und bedarfsgerecht ausgebaut werden – hierbei sind die landesplanerischen Zielvorgaben zu beachten.
- Sofern die bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen bisher fehlen, ist die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche durch geeignete Bebauungspläne als Kern- bzw. Sondergebiet ggf. auch mit Festlegungen von Verkaufsflächen und Sortimenten nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu regeln.
- Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nur an städtebaulich integrierten Standorten zugelassen werden, die der wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung dienen, sofern die Zielsetzung der Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche nicht entgegensteht und sonstige, ebenfalls der Nahversorgung dienende Standorte nicht in ihren städtebaulich wünschenswerten Entwicklungsmöglichkeiten gehemmt werden.
- Um die Innenstadt zu stärken und ihre Entwicklung zu fördern, sollten Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten an Konkurrenzstandorten konsequent über Bebauungsplanfestsetzungen ausgeschlossen werden. Zudem sollten auch die im Zuge der geplanten FOC-Erweiterung vorgesehenen Angebotsarrondierungen ausschließlich auf Betriebe mit der im Bebauungsplan festgesetzten „FOC-typischen Warencharakteristik“ beschränkt bleiben.
- Für die Ergänzungsstandorte des Einzelhandels mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten sollte eine bestandssichernde Weiterentwicklung des großflächigen Einzelhandels mit nicht-innenstadtrelevanten Kernsortimenten planungsrechtlich grundsätzlich unterstützt werden. Innenstadt- und nahversorgungsrelevante Sortimente sollten in diesem Bereich auf Randsortimente beschränkt werden, die dem nicht-innenstadtrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnet und diesem im Angebotsumfang deutlich untergeordnet sind (Einzelfallprüfung).
- Vorhandene Bebauungspläne sollten daraufhin überprüft werden, ob die angestrebte Förderung der zentralen Versorgungsbereiche den generellen Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen oder den Teilausschluss bestimmter Einzelhandelsnutzungen erfordert. Ggf. sind unter Beachtung der Anforderungen des Bestandsschutzes Einzelhandelsbetriebe mit innenstadt- und nahversorgungsrelevantem Sortiment gemäß § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO durch geeignete Bebauungspläne auszuschließen. Für den unbeplanten Innenbereich sollten Bebauungspläne aufgestellt werden, die die Einhaltung der vorab definierten städtebaulichen Ziele gewährleisten.

9 Anhang

9.1 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Einwohnerentwicklung in der Verbandsgemeinde Montabaur und Vergleichsräumen 2009 - 2019 (2009 = 100 %)	17
Abbildung 2: Altersstruktur der Bevölkerung in der VG Montabaur in den Jahren 2017 und 2035 im Vergleich	18
Abbildung 3: Umsatzentwicklung 2020 – 2019 (1. Halbjahr)	21
Abbildung 4: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in den Ortsgemeinden der VG Montabaur	25
Abbildung 5: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der VG Montabaur und in Vergleichsräumen	26
Abbildung 6: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten.....	28
Abbildung 7: Angebotsstrukturen nach räumlicher Gliederung	31
Abbildung 8: (Unechte) Umsatz-Kaufkraft-Relation im Überblick – Stadt Montabaur	127
Abbildung 9: Verkaufsflächen und Umsätze in der VG Montabaur nach Sortimenten	128
Abbildung 10: Verkaufsflächenanteile in der VG Montabaur nach Sortimenten	129
Abbildung 11: Umsatz-Kaufkraft-Relation im Überblick – VG Montabaur.....	140
Abbildung 12: Einzelhandels-Standortkonzept für die Verbandsgemeinde Montabaur.....	154
Abbildung 13: Neugestaltung Konrad-Adenauer-Platz	157
Abbildung 14: Neugestaltung Bahnhofstraße	158
Abbildung 15: Sortimentsliste der nahversorgungs-, innenstadt- und nicht-innenstadtrelevanten Sortimente für die Verbandsgemeinde Montabaur	184

9.2 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Einwohner der Verbandsgemeinde Montabaur	14
Tabelle 2: Kaufkraftpotenzial der Verbandsgemeinde Montabaur	27
Tabelle 3: Einzelhandelsbezogen Kennwerte in den Ahrbachgemeinden	35
Tabelle 4: Einzelhandelsbezogen Kennwerte in den Augstgemeinden	47
Tabelle 5: Einzelhandelsbezogen Kennwerte im Buchfinkenland	61
Tabelle 6: Einzelhandelsbezogen Kennwerte in den Eisenbachgemeinden	72
Tabelle 7: Einzelhandelsbezogen Kennwerte in den Elbertgemeinden	95
Tabelle 8: Einzelhandelsbezogen Kennwerte in den Gelbachhöhen.....	106
Tabelle 9: Einzelhandelsbezogen Kennwerte in der Stadt Montabaur	120
Tabelle 10: Verkaufsflächen und Umsätze in der VG Montabaur nach Sortimenten	130
Tabelle 11: Indizes zur Bewertung der Nahversorgung im Verbandsgemeindegebiet (nur Lebensmittel/ Getränke)	135
Tabelle 12: Verkaufsflächenentwicklung in der VG Montabaur	137

Tabelle 13: Entwicklung Anzahl der Betriebe nach Größenklassen in der VG Montabaur	138
Tabelle 13: Umsatz-Kaufkraft-Relation und Kaufkraftsaldo in der VG Montabaur.....	142

9.3 Kartenverzeichnis

Karte 1: Zentrale Orte und Versorgungsbereiche	6
Karte 2: Lage der Verbandsgemeinde Montabaur und zentralörtliche Gliederung	12
Karte 3: Siedlungsstruktur der VG Montabaur	15
Karte 4: Regionale Wettbewerbssituation	20
Karte 5: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in den Ortsgemeinden der VG Montabaur	24
Karte 6: Räumliche Verteilung der Kaufkraft	29
Karte 7: Arealitätskennziffer innerhalb der VG Montabaur	32
Karte 8: Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der VG Montabaur	33
Karte 9: Übersicht Einzelhandelsbesatz Ahrbachgemeinden	34
Karte 6: Übersicht Einzelhandelsbesatz Augstgemeinden.....	46
Karte 11: Übersicht Einzelhandelsbesatz Buchfinkenland	60
Karte 12: Übersicht Einzelhandelsbesatz Eisenbachgemeinden	71
Karte 13: Übersicht Einzelhandelsbesatz Elbertgemeinden	94
Karte 14: Übersicht Einzelhandelsbesatz Gelbachhöhen	105
Karte 15: Übersicht Einzelhandelsbesatz Stadt Montabaur	119
Karte 16: Räumliche Abgrenzung des Hauptzentrums Montabours	155
Karte 17: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs „Nahversorgungszentrum Neuhäusel“	161
Karte 18: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs „Nahversorgungszentrum Nentershausen“	163
Karte 19: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs „Quartier-Süd“	164
Karte 20: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs „Allmannshausen“	166
Karte 21: Räumliche Abgrenzung des Nahversorgungstandorts „Görgeshausen“	169
Karte 22: Räumliche Abgrenzung des Nahversorgungstandorts „Moselstraße“	170
Karte 23: Räumliche Abgrenzung des Ergänzungsstandortes „Gewerbegebiet Heiligenroth“	173
Karte 24: Räumliche Abgrenzung des Ergänzungsstandortes „Görgeshausen (Möbel)“	174
Karte 25: Räumliche Abgrenzung des Ergänzungsstandortes „Am alten Galgen“	175
Karte 26: Räumliche Abgrenzung des Ergänzungsstandortes „Hunsrückstraße“	176
Karte 27: Räumliche Abgrenzung des Sonderstandortes „FOC“	177