

## **Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente des Einzelhandels in der Stadt Köln**

Anhaltspunkte für die Zentrenrelevanz von Einzelhandelsortimenten ergeben sich aus dem vorhandenen Angebotsbestand in den Zentren bzw. zentralen Versorgungsbereichen in Verbindung mit städtebaulichen Kriterien.

Die Nummerierung erfolgt nach Sortimentsgruppen entsprechend der „Klassifikation der Wirtschaftszweige“ des Statistischen Bundesamtes, Ausgabe 2003.

*Zentrenrelevante Sortimente und Sortimentsgruppen sind:*

1. Bücher, Zeitschriften, Papier, Schreibwaren, Zeichenmaterial, Schul- und Büroartikel (WZ 52.47);
2. Textilien (52.41), Bekleidung (52.42), Schuhe und Lederwaren (52.43), Pelzwaren (52.42.5), Schmuck- und Kurzwaren (52.41.2)  
- ohne Bodenfliesen und Bodenbelag als Bahnware und ohne abgepasste Teppiche und Läufer;
3. Geräte der Unterhaltungselektronik (52.45.2) sowie Bild- und Tonträger, Computer, Computerzubehör und Software (52.49.5), Telekommunikationsendgeräte und Mobiltelefone (52.49.6);
4. Elektrogeräte (52.45.1) für den Haushalt einschl. Leuchten (52.44.2) und Elektrozubehör wie Glühlampen und Verlängerungskabel o. Ä.  
- ohne Elektrogroßgeräte sowie elektrotechnische Erzeugnisse wie Fassungen, Abzweigdosen, Elektrorohre, Kabel und Leitungen, Elektromotoren o. Ä.;
5. Feinmechanische und optische Erzeugnisse (52.49.3, 52.49.4), Uhren/Schmuck (52.48.5), Spielwaren (52.48.6) und tragbare Musikinstrumente wie Blas- u. Saiteninstrumente sowie Musikalienzubehör (52.45.3)  
- ohne große Musikinstrumente wie Tasteninstrumente, Schlagzeuge o. Ä.;
6. Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Antiquitäten (52.48.2 teilw.);
7. Glas, Porzellan, Keramik (52.44.4), Geschenkartikel (52.48.2 teilw.), Edelmetallwaren (52.48.5 teilw.), Bastelartikel;
8. Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren (52.44.6);
9. Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Haustextilien (52.41.1) und Heimtextilien(52.44.7);
10. Baby- und Kinderartikel einschl. Kinderwagen;
11. Camping-, Wander-, Trekking- und Sportartikel (auch Bekleidung, ohne Campingmöbel) (52.49.8), Handelswaffen, Munition, Jagd- u. Angelgeräte;
12. Fahrräder, Fahrradteile und –zubehör (52.49.7);

13. Heim- und Kleintierfutter, zoologische Artikel, lebende Heim- und Kleintiere (52.49.2);
14. Blumen (52.49.1 teilw.);
15. Haushaltswaren/Küchenbedarf (52.44.3);
16. Gebrauchtwaren dieser Liste.

Nahversorgungsrelevante Sortimente sind vor allem die Waren des täglichen Bedarfs, die der Grundversorgung - insbesondere mit Lebensmitteln - dienen. Sie können auch zentrenrelevant sein. Dies sind:

17. Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren (52.2);
18. Arzneimittel (52.31), medizinische und orthopädische Artikel (52.32) sowie kosmetische Erzeugnisse, Parfüm, Hygieneartikel und Körperpflegemittel (52.33);
19. Wasch-, Putz-, Reinigungs- und Pflegemittel (52.49.9 teilw.).

#### **Besondere Begründung für die Aufnahme einzelner Sortimente:**

- **Zu Pkt. 4:**  
**Leuchten** werden explizit in die zentrenrelevanten Sortimente eingeschlossen. Zwar werden entsprechende Käufe inzwischen häufig außerhalb der Zentren aus den Randsortimenten der großflächigen Bau- und Möbelmärkte getätigt. Dennoch spielen Leuchten als ein Leitsortiment insbesondere für kleinere, **designorientierte Geschäftsneugründungen** in integrierten City- und Cityrandlagen sowie einigen Nebenzentren nach wie vor eine - z. T. sogar zunehmende - Zentren prägende Rolle.

Anmerkung: Da des Weiteren gemäß § 24.a LEPro ohnehin **bis zu 2.500 m<sup>2</sup> VKF** für zentrenrelevante Nebensortimente bei Neuansiedlungen bzw. im Bestand an nicht integrierten Standorten zulässig sein können, würde eine Herausnahme von Leuchten aus den nominell zentrenrelevanten Sortimenten die Gefahr mit sich bringen, dass das oben genannte Kontingent mit anderen zentrenrelevanten Artikeln aufgefüllt würde. Dies gefährdet das Anliegen des Zentrumschutzes.

**Elektro Großgeräte**, wie etwa alle Arten von Weißgeräten, werden hingegen ausgenommen. Sowohl Größe und Gewicht als auch die Seltenheit des Einkaufs dieser Produkte ebenso wie der hohe Flächenbedarf entsprechender Angebote, lässt ein Angebot außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche als unbedenklich erscheinen.

- **Zu Pkt. 5: Große Musikinstrumente** wie Klaviere oder Schlagzeuge werden analog zu den Elektro Großgeräten betrachtet.
- **Zu Pkt. 12: Fahrräder und Zubehör** werden explizit in die zentrenrelevanten Sortimente eingeschlossen. Die Entwicklung der letzten Jahre zeigt deutlich eine Renaissance des Fahrradhandels in Verbindung mit Reparaturservice in

den Nebenzentren der Stadtteile und in der City. Sie sind im Sinne eines attraktiven Angebotsmixes der Zentren, insbesondere auch für eine wachsende Zahl weniger autoorientierter Stadtteilbewohner aller Generationen zu unterstützen.

Anmerkung: Diese Betriebe haben wegen Ihrer Serviceorientierung und Beschäftigungsintensität häufig auch Nischencharakter im Sinne einer lokalen, stadtteilbezogenen Ökonomie.