

Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Stadt Waltrop

Auftraggeber:
Stadt Waltrop

Durchführung:
BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG

Anna Heynen M.A.
Dipl.-Kfm. Jörg Lehnerdt
Dipl.-Geogr. Rainer Schmidt-Ilguth

Köln, im Mai 2008



Geschäftsführer: Hilmar Juckel
Aufsichtsratsvorsitzender: Josef Sanktjohanser, Präsident des HDE e.V.
Sitz der Gesellschaft: Köln/Registergericht Köln: HRA 25675
Komplementär: BBE Verwaltungs GmbH
Geschäftsführer: Hilmar Juckel
Sitz der Gesellschaft: Köln/Registergericht Köln: HRB 62231

BBE RETAIL EXPERTS
Unternehmensberatung
GmbH & Co. KG
Agrippinawerft 30/D-50678 Köln
Telefon +49(0)221 93655- 01
Telefax +49(0)221 93655-101
info@bbe-retail-experts.de
www.bbe-retail-experts.de

Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung	4
1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung	4
1.2 Methodische Vorgehensweise und Primärerhebungen	5
2 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung	6
2.1 Lage im Raum und Verkehrsanbindung	6
2.2 Demographische Entwicklung	8
2.3 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Stadt Waltrop	10
3 Einzelhandelssituation in der Stadt Waltrop	11
3.1 Gesamtstädtische Strukturdaten und Einzelhandelszentralität	11
3.2 Zentrale Versorgungsbereiche	18
3.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Waltrop-Innenstadt	18
3.2.2 Zentraler Versorgungsbereich Waltrop-Ost	21
3.3 Wohnungsnahe Versorgung in Waltrop	23
3.4 Regionale Wettbewerbssituation	27
4 Prognose der Einzelhandelsentwicklung	29
4.1 Einzelhandelsrelevante Strukturveränderungen und Trends	29
4.1.1 Konsumtrends in der Gesellschaft	29
4.1.2 Konsequenzen für den Einzelhandel	31
4.2 Zukünftige Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Waltrop	32
4.2.1 Auswirkungen der demographischen Entwicklung auf die Nachfrage	32
4.2.2 Einzelhandelsplanungen in Nachbarkommunen	32

5	Entwicklungskonzept und Handlungsempfehlungen	34
5.1	Vorgaben der Landesplanung	34
5.2	Leitziele und Standortkonzept	36
5.3	Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche	40
5.3.1	Empfehlungen zur Entwicklung des Hauptzentrums Waltrop-Innenstadt	40
5.3.2	Empfehlungen zur Entwicklung des Nahversorgungszentrums Waltrop-Ost	46
5.4	Empfehlungen zur Sicherung und Stärkung der Nahversorgung	48
5.5	Empfehlungen zur Entwicklung des zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandels	49
5.6	Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung	50
5.6.1	Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente	50
5.6.2	Steuerung des Einzelhandels mit Umsatzschwerpunkten bei zentrenrelevanten Sortimenten	56
5.6.3	Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels	57
5.6.4	Festsetzungen zu Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels	60
5.6.5	Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten	60
5.6.6	Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten	62
5.6.7	Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich	62

Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1:	Statistische Bezirke in Waltrop	6
Abbildung 2:	Einwohnerentwicklung in Waltrop und Vergleichsräumen (1998-2006)	8
Abbildung 3:	Altersstruktur der Bevölkerung in Waltrop: Jahre 2003 und 2020 im Vergleich	9
Abbildung 4:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt Waltrop nach Warengruppen	10
Abbildung 5:	Verkaufsflächen in der Stadt Waltrop nach Warengruppen	12
Abbildung 6:	Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Waltrop	14
Abbildung 7:	Einzelhandelszentralität (Umsatz-Kaufkraft-Relationen) in der Stadt Waltrop nach Warengruppen	16
Abbildung 8:	Nutzungsstruktur der Waltroper Innenstadt	18
Abbildung 9:	Einzelhandel im zentralen Versorgungsbereich Waltrop-Ost	21
Abbildung 10:	Fußläufige Einzugsradien größerer Lebensmittelmärkte	24
Abbildung 11:	Standort-Check Nahversorgung	26
Abbildung 12:	Wichtige Angebotsstandorte im Umland	27
Abbildung 13:	Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Waltrop	38
Abbildung 14:	Abgrenzung des Hauptzentrums Waltrop-Innenstadt und potenzielle Entwicklungsflächen	42
Abbildung 15:	Abgrenzung Nahversorgungszentrum Waltrop-Ost	46
Abbildung 16:	Waltroper Liste zur Definition der nahversorgungsrelevanten, zentren- sowie nicht-zentrenrelevanten Sortimente (Stand 20.10.08) sowie Überarbeitung nach Stellungnahme der Bez.-Reg. Münster v. 17.11.08	55

Tabellenverzeichnis:

Tabelle 1:	Verkaufsflächenvergleich (1997 und 2008) nach Warengruppen	13
Tabelle 2:	Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Standortbereichen	15
Tabelle 3:	Einzelhandelszentralität (Umsatz-Kaufkraft-Relationen) in der Stadt Waltrop	17
Tabelle 4:	Verkaufsflächen und Umsätze des Einzelhandels in der Waltroper Innenstadt nach Warengruppen	19
Tabelle 5:	Umsatz-Kaufkraft-Relationen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel nach Standortbereichen	23
Tabelle 6:	Mögliche Verkaufsflächengrößen zentrenrelevanter Planvorhaben bei Ausschöpfung landesplanerisch verträglicher Umsatzleistungen	40

1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Die Stadt Waltrop plant, auf Basis der vorliegenden Gutachten zum Einzelhandel (Econ-Consult 1999, GMA 2003) ihr kommunales Zentrenkonzept zu aktualisieren.

Aufgrund der weiterhin dynamischen Entwicklung der Einzelhandelsstrukturen, aktueller Veränderungen der rechtlichen Rahmenbedingungen (BauGB, LEPro, BVG/OVG-Urteile) und absehbarer Konsequenzen aus der demographischen Entwicklung besteht die Notwendigkeit zur Überprüfung und Anpassung von Zielvorgaben und zur Aktualisierung von Basisdaten. Letztlich ist eine neue konzeptionelle Grundlage für alle zukünftigen Entscheidungen zu Standortfragen des Einzelhandels erforderlich.

Aufgabe des Zentrenkonzeptes ist es daher zunächst, eine aktualisierte Bewertung der Angebotsstrukturen und eine Analyse der Nachfragesituation vorzunehmen. Darauf aufbauend sollen zentrale Versorgungsbereiche (Innenstadt, Waltrop-Ost und ggf. weitere Standorte) abgegrenzt und Versorgungsfunktionen zugewiesen werden. Dabei sind auch aktuelle Standortfragen zu diskutieren, die sich durch Ansiedlungs- oder Verlagerungswünsche einzelner Unternehmen ergeben.

Bei der Beurteilung der Angebots- und Nachfragesituation der Region kann dabei auch auf die Ergebnisse des Regionalen Einzelhandelskonzepts für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche zurückgegriffen und eine inhaltliche Übereinstimmung mit den dort vorgeschlagenen Verfahren und Kriterien sichergestellt werden.

1.2 Methodische Vorgehensweise und Primärerhebungen

Die vorliegende Analyse basiert im Einzelnen auf den nachfolgend dargestellten Erhebungen und Datenquellen:

Betriebsstättenerhebung

Im März 2008 wurde von der BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung in der Stadt eine Vollerhebung aller Einzelhandelsbetriebe¹ durchgeführt. Dabei wurden die Verkaufsflächen der Betriebe nach 18 Warengruppen differenziert erhoben. Soweit einsehbar, wurden auch die leerstehenden Ladenlokale mit ihrer Verkaufsfläche erfasst. Anschließend wurde für alle Betriebe unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern die Umsatzleistung ermittelt.

Nachfrageanalyse

Die im Rahmen der Analyse verwendeten Daten zum einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial in der Stadt Waltrop stammen von der BBE-Marktforschung².

Weitere Grundlagen

Für die Konzeptentwicklung wurde auf relevante Daten aus sekundärstatistischen Quellen sowie einzelhandelsbezogene Kenndaten der BBE Regionalforschung zurückgegriffen. Vorliegende Planungunterlagen der Stadt Waltrop wie Flächennutzungsplan, Katasterpläne, Bebauungspläne, Bauvoranfragen sowie sonstige vorhandene Gutachten wurden ebenfalls ausgewertet.

Alle Erhebungsprogramme wurden mit dem Auftraggeber abgestimmt, die Datenschutzbestimmungen sind bei dieser Untersuchung gewährleistet.

¹ Als Einzelhandelsbetriebe werden hier und im Folgenden diejenige Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Zu den Ladenhandwerksbetrieben gehören Bäckereien, Konditoreien und Metzgereien. Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handwerks, des Handels mit Mineralölzeugnissen (außer größeren Verkaufsräumen in Tankstellen) und ähnlichen Waren.

² Die BBE-Marktforschung analysiert und dokumentiert die Entwicklungstendenzen im Bereich Einzelhandel. Es werden jährlich mehrere aktuelle Fachdokumentationen und Publikationen erstellt und über den hauseigenen Verlag publiziert.

2 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

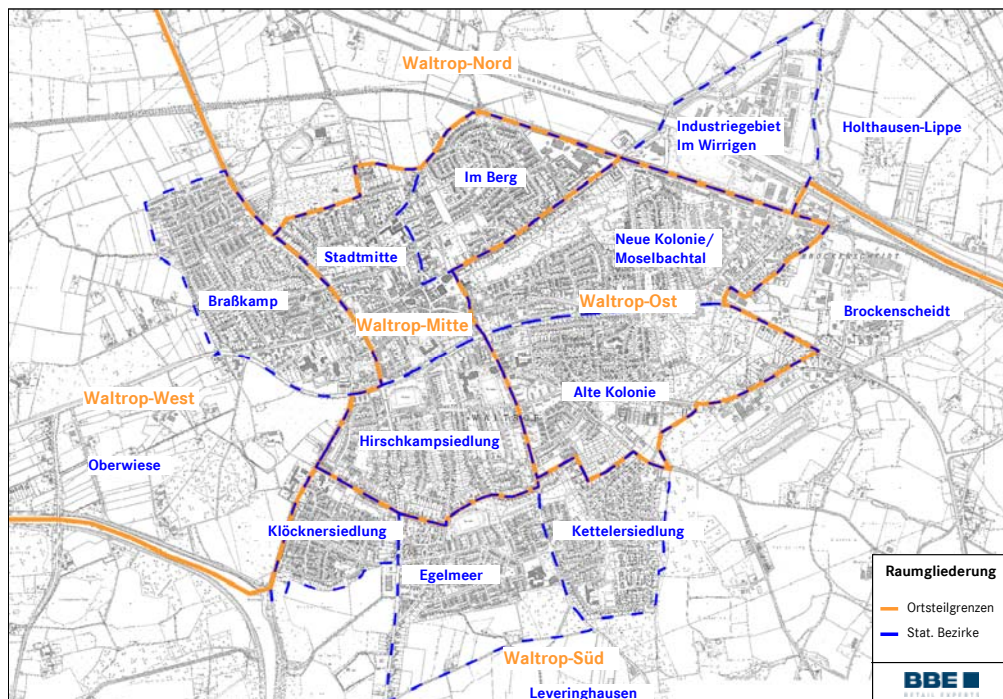
2.1 Lage im Raum und Verkehrsanbindung

Die Stadt Waltrop liegt zwischen der Kernzone des Ruhrgebietes und des ländlichen Münsterlandes im Landkreis Recklinghausen, der insgesamt etwa 648.000 Einwohner aufweist.

Die Stadt Waltrop grenzt im Norden an die Stadt Selm, im Osten an die Stadt Lünen, im Süden an die Stadt Dortmund und im Westen an die Stadt Castrop-Rauxel sowie im Nord-Westen an die Stadt Datteln.

Die Stadt Waltrop verfügt über ein Bevölkerungspotenzial von 29.749 Einwohnern³, das sich auf 14 statistische Bezirke verteilt (Waltrop-Mitte, Braßkamp, Im Berg, Neue Kolonie/ Moselbachtal, Alte Kolonie, Industriegebiet „Im Wirrigen“, Kettlersiedlung, Egelmeer, Klöcknersiedlung, Holthausen Lippe, Brockenscheidt, Leveringhausen, Oberwiese, Hirschkampssiedlung).

Abbildung 1: Statistische Bezirke in Waltrop



Quelle: Eigene Darstellung

³ Quelle: Einwohnermeldeamt der Stadt Waltrop, Stand: 31.03.2008

Sofern im Rahmen der vorliegenden Analyse räumliche Differenzierungen der Untersuchungsergebnisse vorzunehmen sind, werden erwähnte 14 statistische Bezirke in fünf Raumeinheiten zusammengefasst:

- Waltrop-Mitte 8.696 Einwohner
- Waltrop-West 4.319 Einwohner
- Waltrop-Süd 8.371 Einwohner
- Waltrop-Ost 7.485 Einwohner
- Waltrop-Nord 878 Einwohner⁴.

Der Stadt Waltrop ist im Landesentwicklungsplan NRW die Funktion eines Mittelzentrums zugewiesen. Aufgrund dieser Lage in der Ballungsrandzone des Oberzentrums Dortmund und im Standortverbund gleichrangiger zentraler Orte kommt der Stadt Waltrop aus Sicht der Landesplanung somit in erster Linie die Aufgabe zu, die Versorgung der eigenen Wohnbevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des Grundbedarfs sowie des gehobenen und auch des spezialisierten Bedarfs sicher zu stellen.

Die Stadt Waltrop verfügt über eine direkte Anbindung über die Autobahnen A2 und A45 an das deutsche Autobahnnetz. Wichtigste Verkehrsachse für den Individualverkehr ist die in Süd-Nord-Richtung von der Stadt Dortmund nach Datteln verlaufende Landesstraße 609 sowie die in Ost-Süd-West Richtung verlaufende Landesstraße 511 von Recklinghausen über Lünen nach Brambauer.

Eine direkte Anbindung an das Streckennetz der Deutschen Bahn ist in der Stadt Waltrop nicht vorhanden, so dass sich das Angebot öffentlicher Verkehrsmittel auf regionale Buslinien beschränkt, welche Waltrop mit den Nachbarnstädten Datteln, Recklinghausen, Dortmund (S-Bahn-Haltepunkt Mengede) und Lünen (U-Bahn-Anschluss an die U45 Lünen-Dortmund) verbinden.

Die Linie 231 verbindet Waltrop mit Recklinghausen, die Linien 283 und 285 beginnen und enden innerhalb der Stadt, die Linie 284 verbindet Waltrop mit dem Lünen Stadtteil Brambauer. Die Schnellbuslinie SB24 verkehrt zwischen Recklinghausen und dem Dortmunder Stadtteil Mengede. Auch die NachtExpress-Linie NE14 (nur am Wochenende) führt durch die Stadt.

⁴

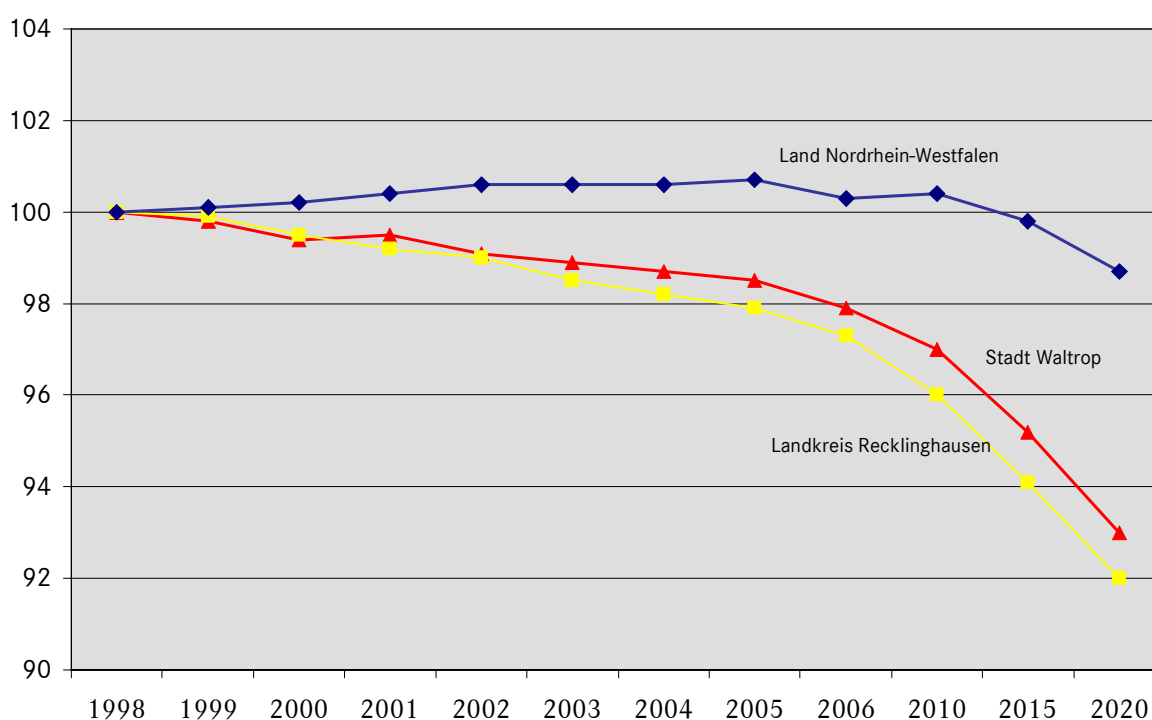
Siehe auch Abbildung 1. Die vorgenommene Raumgliederung deckt sich mit derjenigen die von Econ-Consult 1999 im Rahmen des Gutachtens „Stärken-/ Schwächenanalyse und Profilierungskonzept Waltrop“ vorgenommen hat (Econ-Consult, Köln 1999. Im Folgenden zitiert als „Profilierungskonzept 1999“.

2.2 Demographische Entwicklung

Nach Angaben des Statistischen Landesamtes Nordrhein-Westfalen lebten in der Stadt Waltrop Ende 2006 29.948⁵ Einwohner. Im Vergleich zu 1998 (etwa 30.600 Einwohner) musste die Stadt in diesem Zeitraum einen Bevölkerungsrückgang um 2 Prozentpunkte hinnehmen.

Wie die Abbildung 2 illustriert, folgte die Stadt Waltrop damit dem Trend des Kreises Recklinghausen.

Abbildung 2: Einwohnerentwicklung in Waltrop und Vergleichsräumen (1998-2006)



* Rundungsdifferenzen möglich

Quelle: Landesamt für die Datenverarbeitung und Statistik in Nordrhein-Westfalen (Stand: 31.12.1998 und 31.12.2006), Bertelsmann Stiftung

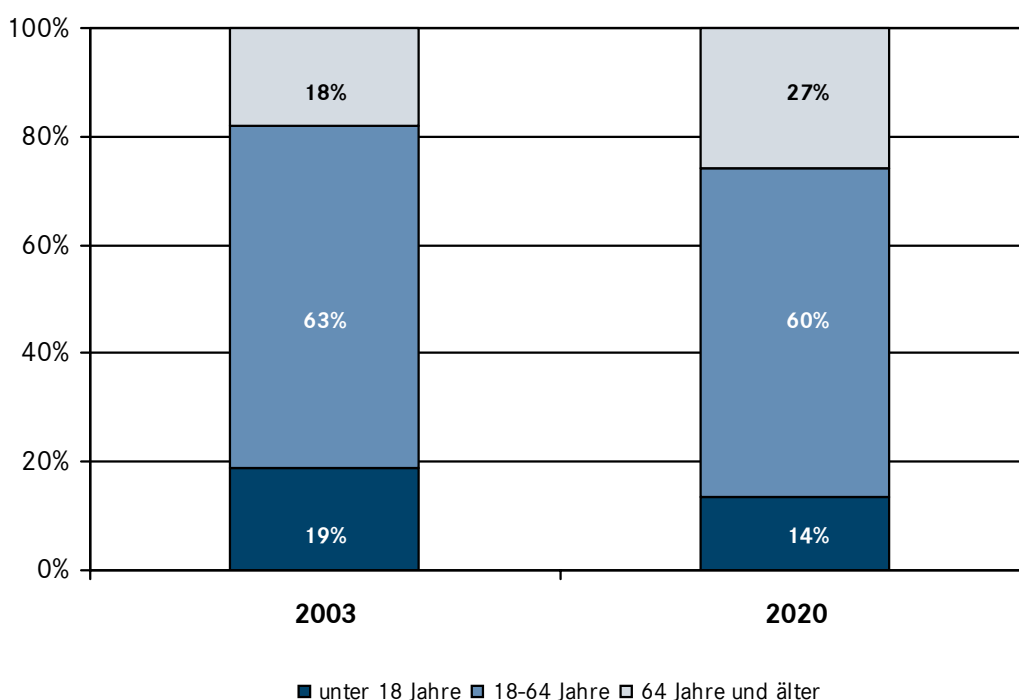
⁵

Um den Regionalvergleich zu ermöglichen, wird hier auf die Bevölkerungszahlen des LDS NRW sowie der Bertelsmann-Stiftung zurück gegriffen. Im sonstigen Untersuchungszusammenhang finden dagegen Zahlen aus der eigenen Bevölkerungsfortschreibung der Stadt Waltrop Verwendung, da diese kleinräumig nach statistischen Bezirken untergliedert werden können.

Bevölkerungsprognosen ergeben, dass sich der Trend einer negativen Bevölkerungsentwicklung auch weiterhin fortsetzen wird. So weist eine Prognose der Bertelsmann-Stiftung⁶ aus dem Jahr 2003 für den Zeitraum bis zum Jahr 2020 einen Rückgang der Bevölkerungszahl um 5 Prozentpunkte aus; damit würde die Stadt Waltrop im Jahre 2020 ein Bevölkerungspotenzial von etwa 28.467 Einwohnern aufweisen.

Zu beachten ist auch, dass sich infolge des demographischen Wandels bei annähernd rückläufiger Einwohnerzahl zusätzlich auch deutliche Veränderungen in der Alterszusammensetzung der Bevölkerung ergeben werden. So werden im Jahre 2020 rd. 27 % der Waltruper das fünfundsechzigste Lebensjahr erreicht oder überschritten haben (2003: 18 %), während gleichzeitig der Anteil der Kinder und Jugendlichen von heute 19 % auf künftig 14 % sinken wird (siehe Abbildung 3).

**Abbildung 3: Altersstruktur der Bevölkerung in Waltrop:
Jahre 2003 und 2020 im Vergleich**



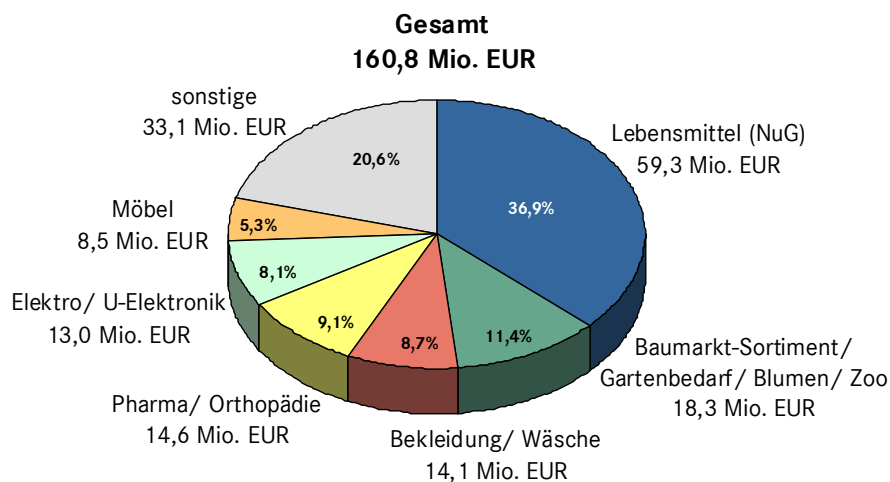
Quelle: Bertelsmann-Stiftung, Wegweiser Demographischer Wandel

⁶ Quelle: Bertelsmann-Stiftung, Wegweiser Demographischer Wandel (www.wegweiserdemographie.de)

2.3 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Stadt Waltrop

Zur Berechnung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenziales werden die privaten Verbrauchsausgaben zugrunde gelegt, die wiederum aus dem verfügbaren Einkommen abzüglich der Sparquote resultieren. Von den privaten Verbrauchsausgaben im gesamten Bundesgebiet sind demnach für das Jahr 2008 pro Kopf insgesamt 5.410 € einzelhandelsrelevant⁷.

Abbildung 4: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt Waltrop nach Warengruppen



Quelle: BBE-Marktforschung

Die BBE-Marktforschung weist für das Jahr 2008 für die Stadt Waltrop eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer je Einwohner von 95 % aus. Die einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben liegen somit 5 % unter dem Bundesdurchschnitt.

Auf der Grundlage der BBE-Kenndaten ergibt sich für die Stadt Waltrop eine jährliche Kaufkraft pro Kopf in Höhe von 5.406 €. Multipliziert mit der Einwohnerzahl lässt sich ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Höhe von rd. insgesamt 161 Mio. € für das Jahr 2008 errechnen (siehe Abbildung 4).

Etwa 37 % (59,3 Mio. €) des Volumens entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel, für die Warengruppe Baumarkt-Sortiment/Gartenbedarf/Blumen/Zoo stehen im Stadtgebiet 18,3 Mio. € oder 12 % der

⁷ Unter den einzelhandelsrelevanten Ausgaben ist derjenige Ausgabenteil zu verstehen, der pro Kopf der Bevölkerung dem Einzelhandel zufließt (ohne die Ausgabenanteile, die von den gesetzlichen und privaten Krankenkassen für Arzneimittel und Sanitätsartikel erstattet werden). Um zu diesem Wert zu gelangen, werden von der Gesamtkaufkraft die pro Gebiet unterschiedlichen Ausgaben für Dienstleistungen, Wohnung, Reisen und Altersvorsorge abgezogen. Unberücksichtigt bleiben auch die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Brennstoffe und Reparaturen.

Gesamtausgaben zur Verfügung. Die jährlichen Ausgaben für die Warengruppe pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel (ohne die von den Krankenkassen erstatteten Ausgabenanteile) addieren sich auf etwa 15 Mio. € und erreichen damit ein ähnlich hohes Niveau wie das Sortiment Bekleidung/ Wäsche und Elektro/Unterhaltungselektronik.

3 Einzelhandelssituation in der Stadt Waltrop

3.1 Gesamtstädtische Strukturdaten und Einzelhandelszentralität

Im Rahmen der Betriebsstättenerhebung wurden die Verkaufsflächen (VKF) aller im Stadtgebiet Waltrop ansässigen Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe⁸ einschließlich der Apotheken und Tankstellen-Convenience-Shops⁹, differenziert nach Warengruppen, erfasst.

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Erhebungen detailliert aufgezeigt.

Im Stadtgebiet Waltrop gibt es insgesamt

- 183 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe, die zusammen über eine
- Verkaufsfläche von 28.185 qm verfügen und einen
- Gesamtumsatz von ca. 98,7 Mio. € erwirtschaften.

Die Aufteilung der Verkaufsfläche und des Umsatzes auf die einzelnen Warengruppen veranschaulicht die folgende Abbildung:

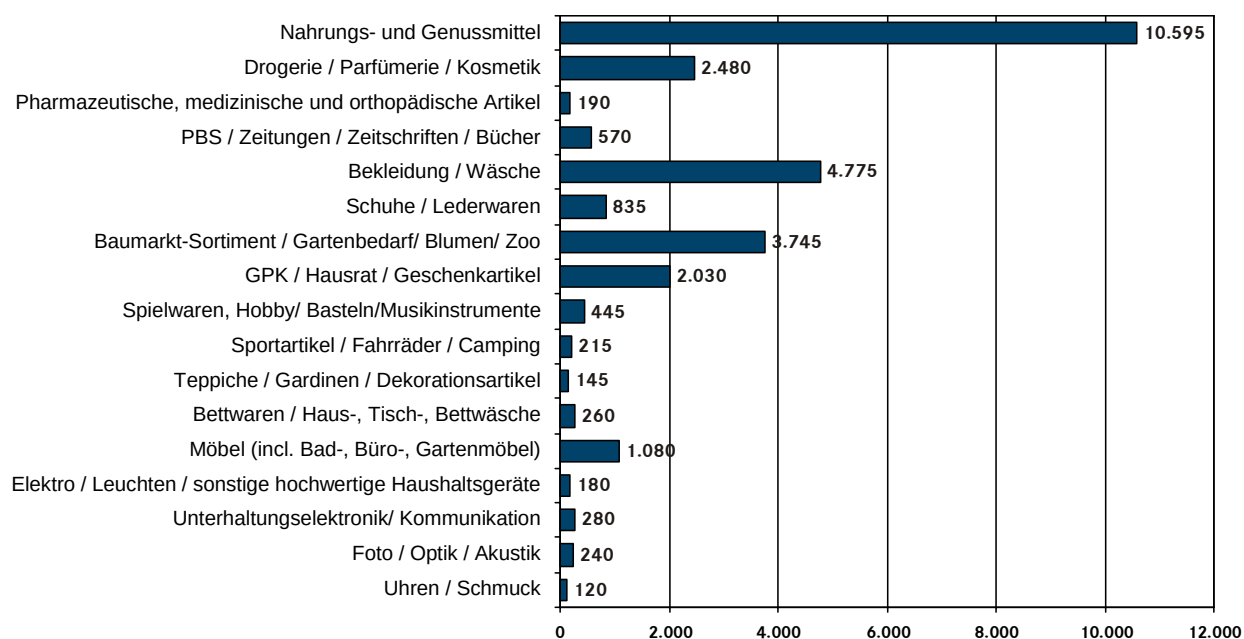
⁸

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.

⁹

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

Abbildung 5: Verkaufsflächen in der Stadt Waltrop nach Warengruppen



Quelle: Eigene Erhebungen

In Bezug auf das Verkaufsflächenangebot nach einzelnen Warengruppen weist die Branche Nahrungs- und Genussmittel mit rd. 10.595 qm die höchste Flächenausstattung auf.

Neben der Branche Nahrungs- und Genussmittel sind weitere Verkaufsflächenschwerpunkte in den Hauptwarengruppen Bekleidung/Wäsche (4.775 qm) sowie Baumarkt und Gartenbedarf/ Blumen/ Zoo (3.745 qm) festzustellen. Hauptanbieter der letztgenannten Warengruppen ist Gartenbedarf Schlingemann, auf den bereits über 40 % der warengruppenspezifischen Gesamtverkaufsfläche entfallen.

Als größte Bekleidungsanbieter sind das Woolworth Warenhaus sowie das großflächige Fachgeschäft Sebbel Mode & Fashion hervorzuheben. Vornehmlich niedrigpreisige Bekleidung auf rd. 750 qm Verkaufsfläche bietet der Gerwi Schnäppchenmarkt an.

Betrachtet man die Einzelhandelsverkaufsfläche bezogen auf die Einwohnerzahl, ergibt sich die Arealitätsziffer. Diese hat für die gesamte Stadt Waltrop einen Dichtwert von 0,95 qm je Einwohner. Im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (1,35 qm je Einwohner) verzeichnet die Stadt Waltrop daher einen geringen Einzelhandelsflächenbesatz.

Tabelle 1: Verkaufsflächenvergleich (1997 und 2008) nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufsfläche (ECON 1998) in qm	Verkaufsfläche (BBE 2008) in qm	Veränderung (1998= 100)
Nahrungs- und Genussmittel	10.177	10.595	104
Bekleidung / Wäsche	5.155	4.775	93
Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik; Pharmazeutische, med. orthop. Artikel	1.855	2.480	134
Baumarkt-Sortiment i.e.S./ Gartenbedarf; Blumen/ Zoo	4.296	3.745	87
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	1.475	2.030	138
Spielwaren, Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente; Sportartikel / Fahrräder / Camping	1.290	660	51
Möbel; Teppiche/ Gardinen/ Deko; Bettwaren / Haus-, Tisch-, Bettwäsche	7.435	1.485	20
Elektro/ Leuchten; Unterhaltungselektronik/ Musik/ Video/ PC/ Drucker/ Kommunikation; Foto/ Optik/ Akustik	855	700	82
Sonstige Warengruppen	1.940	1.715	88
Gesamt	34.478	28.185	82

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Vergleicht man die Ergebnisse der aktuellen Erhebung mit den Verkaufsflächenbeständen im Jahre 1998 (Quelle: Profilierungskonzept 1999), so zeigt sich, dass die Stadt Waltrop heute über einen um rd. 6300 qm geringeren Bestand als im Vergleichsjahr verfügt. Zu einem überwiegenden Teil ist dieser Flächenrückgang auf die Schließung des Einrichtungshauses Musshoff zurückzuführen. Der Betrieb, der 1998 über ca. 6.000 qm Verkaufsfläche verfügte, wird heute auf deutlich reduzierter Fläche (ca. 2.400 qm) nur noch stundenweise als Lagerverkauf geführt.

Im Hinblick auf die **räumliche Verteilung der Betriebe** in der Stadt Waltrop bleibt festzustellen, dass sich ein erheblicher Teil der Einzelhandelsbetriebe vor allem in der Raumeinheit **Waltrop-Mitte** konzentriert. Dort sind 120 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 14.200 qm ansässig, die einen Umsatz von rd. 60 Mio. € erwirtschaften.

In Waltrop-Mitte befindet sich auch die Waltroper Innenstadt, die innerhalb der mit dem Regionalen Einzelhandelskonzept¹⁰ festgelegten Grenzen über einen Besitz von 104 Betrieben mit rd. 12.500 qm Verkaufsfläche verfügt (siehe Kap. 3.2.1).

Abbildung 6: Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Waltrop



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

¹⁰ BBE Unternehmensberatung: Regionales Einzelhandelskonzept für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche, Fortschreibung 2007. Im Rahmen der Analyse wurden alle größeren Zentren räumlich abgegrenzt und nach ihrer Versorgungsfunktion in die Kategorien A-, B- und C-Zentren eingestuft. Die Waltroper Innenstadt ist als C-Zentrum in das regionale Zentrennetz aufgenommen.

In der Raumeinheit **Waltrop-Ost** befinden sich insgesamt 35 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von 5.550 qm, die einen Umsatz von 14 Mio. € (19 % des Gesamtumsatzes) generieren. Mit 860 qm und mit 800 qm sind der Supermarkt Rewe an der Industriestraße und der Discountmarkt Plus an der Dortmunder Straße die größten Betriebe in Waltrop-Ost. Diesem Standortbereich entlang der Dortmunder Straße bzw. Berliner Straße kann die Funktion eines Nebenzentrums im östlichen Stadtgebiet¹¹ zugewiesen werden. Dort befinden sich aktuell 21 Betriebe mit zusammen rd. 2.000 qm Verkaufsfläche, die überwiegend eine kleinteilige Einzelhandelstruktur aufweisen (siehe Kap 3.2.2).

Mit rd. 6.300 qm Verkaufsfläche in 17 Betrieben findet sich ein Viertel der Gesamtverkaufsfläche im Teilraum Waltrop-Süd. Bei der Interpretation dieser Zahlen ist allerdings zu beachten, dass zur Gewährleistung der Konsistenz in der räumlichen Untergliederung diesem Teilraum neben den südlich der Innenstadt gelegenen statistischen Bezirken (Egelermeer, Klöcknersiedlung, Kettlersiedlung, Levringshausen) auch der Bezirk Brockenscheidt zum Teilraum Süd gerechnet wird. Somit fallen neben dem Musshoff-Lagerverkauf (ca. 2.400 qm) und dem Rewe Supermarkt am Egelmeer (ca. 750 qm) auch der Fabrikverkauf von Manufactum (ca. 1.300 qm) und die Aldi-Filiale (Am Schwarzbach, ca. 800 qm) in diesen Teilraum.

Größter Betrieb im westlichen Teilraum ist der Gartenmarkt Schlingemann (ca. 1.600 qm) in der westlichen Hochstraße. In der Raumeinheit Waltrop-Nord wurde kein Einzelhandel erhoben (siehe Tabelle 2).

Tabelle 2: Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Standortbereichen

Standortbereich	Betriebe		Umsatz		Verkaufsfläche	
	absolut	in %	in Mio. €	in %	in qm	in %
Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	104	57	51,0	52	12.485	44
Sonstige Standorte in Waltrop-Mitte	16	9	9,9	10	1.760	6
Zentraler Versorgungsbereich Waltrop-Ost	21	11	9,5	10	1.950	7
Sonstige Standorte in Waltrop-Ost	19	10	9,2	9	3.600	13
Waltrop-West	6	3	2,7	3	2.020	7
Waltrop-Süd	17	9	16,4	17	6.370	23
Waltrop-Nord	0	0	0,0	0	0	0
Stadt Waltrop	183	100	98,7	100	28.185	100

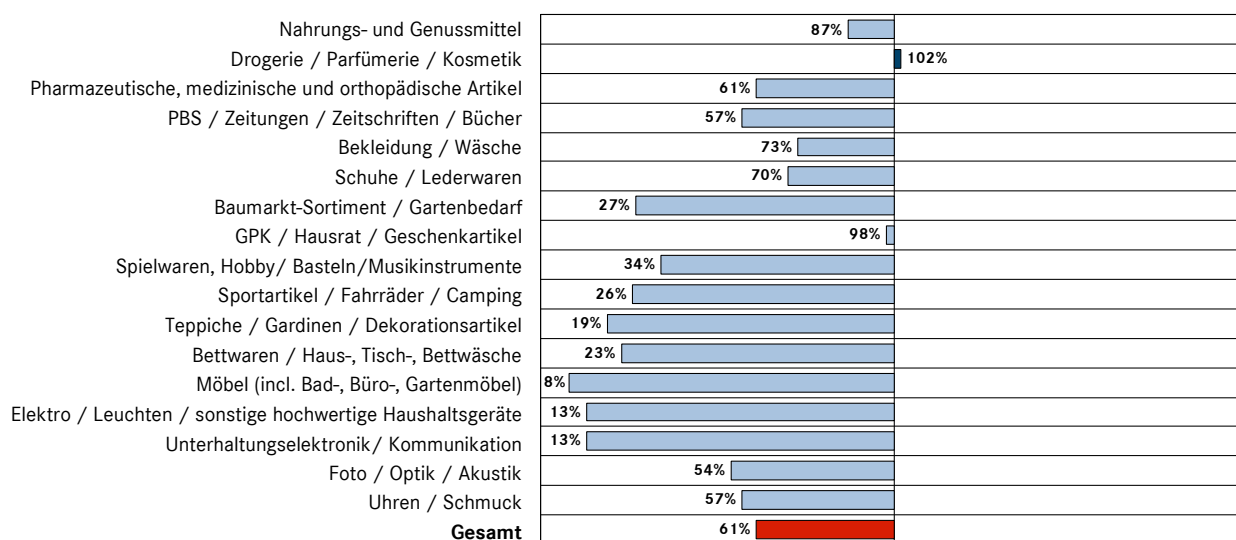
Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

¹¹ siehe Profilierungskonzept 1999 sowie GMA: Die Stadt Waltrop als Einzelhandelsstandort unter besonderer Berücksichtigung der Innenstadt Köln 2003.

Werden die beiden Größen Einzelhandelsumsatz und einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Beziehung zueinander gesetzt, so lassen sich Aussagen über die Ausstrahlungskraft des ansässigen Einzelhandels vornehmen (Einzelhandelszentralität). Ergibt sich ein Wert unter 100 %, so sind die Abflüsse höher als die Zuflüsse, bei einem Wert über 100 % setzt der Einzelhandel mehr um, als Kaufkraft vor Ort vorhanden ist.

Die Umsatz-Kaufkraft-Relationen lässt sich differenziert nach Warengruppen darstellen. Graphisch umgesetzt, ergibt sich aus den Zentralitätswerten der verschiedenen Teilmärkte ein Polaritätsprofil, das Rückschlüsse auf die quantitativen Stärken und Schwächen des Einzelhandels zulässt.

Abbildung 7: Einzelhandelszentralität (Umsatz-Kaufkraft-Relationen) in der Stadt Waltrop nach Warengruppen



Abkürzungen: PBS = Papierwaren, Büroartikel, Schreibwaren; GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: BBE-Marktforschung; eigene Erhebungen und Berechnungen

Die Abbildung 7 und Tabelle 3 illustrieren, dass der vom Gutachter prognostizierte Umsatz (98,7 Mio. €) eine Größenordnung erreicht, die 61 % des im Stadtgebiet von Waltrop verfügbaren Kaufkraftpotenzials (160,8 Mio. €) entspricht.

Vergleicht man die aktuell ermittelte Einzelhandelszentralität mit der des Jahres 1998, so zeigt sich, dass diese mit 61 % unter dem vor rund 10 Jahren ermittelten Leistungsindex (69 %) liegt.

Die niedrigere Zentralitätsziffer erklärt sich daraus, dass sich die „Schere“ zwischen Kaufkraft und Umsatz weiter geöffnet hat. So liegt das Kaufkraftpotenzial heute (nominal) mit 160,8 Mio. € **über**

dem damaligen Wert (151,0 Mio. €), während die Umsatzleistung mit 98,7 Mio. € hinter der Jahresumsatzleistung von 1997 (104,5 Mio. €) zurückbleibt.

Das nach Branchen differenzierte Polaritätsprofil zeigt auf, dass der Durchschnittswert deutliche Unterschiede zwischen den verschiedenen Warengruppen überdeckt. Die Spannbreite der Bindungsquote reicht von 13 % in den Elektroniksortimenten bis 102 % in der Warengruppe Drogerie/ Parfümerie Kosmetik.

Tabelle 3: Einzelhandelszentralität (Umsatz-Kaufkraft-Relationen) in der Stadt Waltrop

Warengruppe	Kaufkraft-potenzial in Mio. EUR	Umsatz in Mio. EUR	Umsatz-Kaufkraft-Relation in Mio. EUR
Nahrungs- und Genussmittel	59,3	51,6	-7,7
Blumen / Zoo	2,1	2,0	-0,2
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	7,0	7,1	0,1
Pharmazeutische, med. orthop. Artikel	14,6	8,9	-5,8
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	5,8	3,3	-2,5
Bekleidung / Wäsche	14,1	10,3	-3,8
Schuhe / Lederwaren	3,3	2,3	-1,0
Baumarkt-Sortiment i.e.S./ Gartenbedarf	16,2	3,0	-13,1
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	2,8	2,7	0,0
Spielwaren, Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente	3,6	1,2	-2,4
Sportartikel / Fahrräder / Camping	2,4	0,6	-1,7
Teppiche / Gardinen / Deko	1,8	0,3	-1,5
Bettwaren / Haus-, Tisch-, Bettwäsche	1,7	0,4	-1,3
Möbel (incl. Bad-, Büro-, Gartenmöbel)	8,5	0,7	-7,8
Elektro / Leuchten / sonstige hochw. Haushaltsgeräte	3,8	0,5	-3,4
Unterhaltungselektronik/ Musik/ Video/ PC/ Drucker/ Kommunikation	9,1	1,2	-7,9
Foto / Optik / Akustik	3,2	1,7	-1,5
Uhren / Schmuck	1,5	0,9	-0,7
Gesamtstadt	160,8	98,7	-62,1

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Per Saldo hat die Stadt Waltrop Kaufkraftabflüsse in einer Größenordnung von rd. 62 Mio. € zu verzeichnen. Auffällig ist, dass auch im wichtigsten Sortiment des täglichen Bedarfs, Nahrungs- und Genussmittel, eine negative Bindungsquote zu verzeichnen ist und per Saldo 7,7 Mio. € aus Waltrop abfließen. Die quantitativ höchsten Kaufkraftabflüsse sind per Saldo in den Branchen Baumarkt und Gartenbedarf (-13,1 Mio. €) sowie in den Elektronikbranchen (Elektro/ Leuchten, Haushaltsgeräte sowie Unterhaltungselektronik/ Musik/ Video/ PC/ Drucker/ Kommunikation, zusammen 11,3 Mio. €) sowie Möbel (-7,8 Mio. €) zu verzeichnen. Auch im Bereich der zentrenrelevanten Leitsortimente Bekleidung und Schuhe erreicht der Waltroper Einzelhandel lediglich Umsatzleistungen in Größenordnungen von 70 % des sortimentspezifischen Kaufkraftpotenzials.

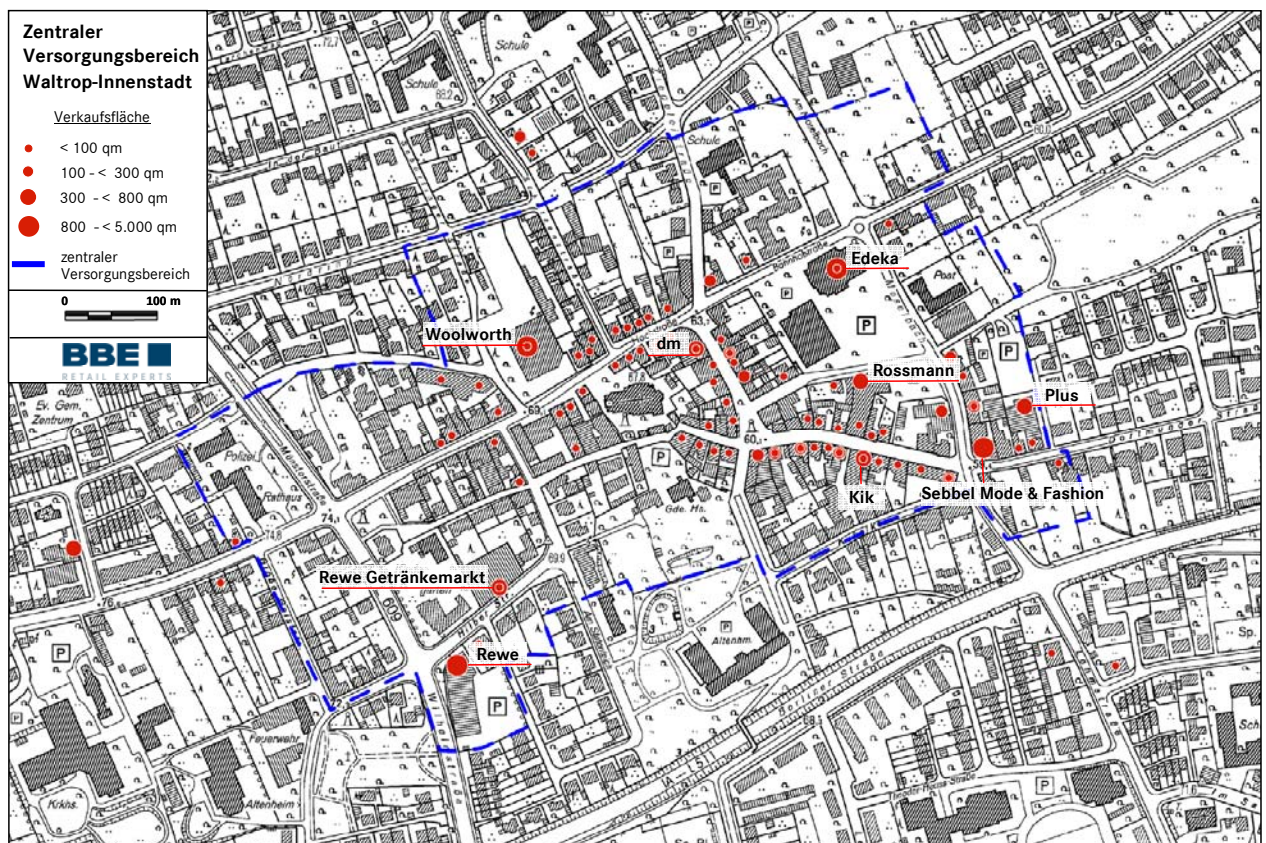
3.2 Zentrale Versorgungsbereiche

3.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Waltrop-Innenstadt

Mit insgesamt 104 Einzelhandelsbetrieben, einer Verkaufsfläche von rd. 12.500 qm und einer Jahresumsatzleistung von ca. 51 Mio. € stellt die Innenstadt den hervorgehobenen Handelsschwerpunkt der Innenstadt dar.

Der zentrale Versorgungsbereich, dessen Abgrenzung nachrichtlich aus dem Regionalen Einzelhandelskonzept, Fortschreibung 2007 übernommen wurde, erstreckt sich zwischen der Münsterstraße im Westen, dem Nordring im Norden, dem Straßenzug Am Moselbach im Osten und den Straßenzügen Kukelke und Hilberstraße im Süden.

Abbildung 8: Nutzungsstruktur der Waltroper Innenstadt



Quelle: eigene Erhebungen

Hauptfunktionsträger des Einzelhandels sind die verkehrsberuhigte Hochstraße und die Fußgängerzonen Hagelstraße, Rösterstraße und westliche Dortmunderstraße bis „Am Moselbach“ (siehe Abbildung 8).

Wichtige Betriebe für die Nahversorgung im Innenstadtbereich finden sich mit dem Supermarkt Edeka Maly und Rossmann am Raiffeisenplatz und mit dem Rewe Supermarkt an der Hilberstraße.

Tabelle 4: Verkaufsflächen und Umsätze des Einzelhandels in der Waltroper Innenstadt nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in qm	in %	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	3.803	30%	19,7	39%
Bekleidung / Wäsche	3.245	26%	7,8	15%
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	1.715	14%	5,3	10%
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	940	8%	1,9	4%
Schuhe / Lederwaren	790	6%	2,2	4%
Elektrowaren, Unterhaltungselektronik, Foto/ Optik/ Akustik	545	4%	3,1	6%
Sonstige Sortimente	1.448	12%	11,1	22%
Gesamt	12.485	100%	51,0	100%

GPK: Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Die vorstehende Tabelle 4 illustriert, dass auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren auffallend hohe Flächen- und Umsatzanteile entfallen: mit zusammen rd. 5.500 qm entfallen 44 % der Verkaufsflächen, mit rd. 25 Mio. € sogar fast die Hälfte der Umsätze auf diese Branchen.

Somit ist erkennbar, dass die Innenstadt für die Waltroper Wohnbevölkerung eine sehr wichtige Versorgungsfunktion auch für die Deckung des täglichen Bedarfs übernimmt. Wesentlich gestärkt wird diese Funktion noch durch den mittwochs und samstags auf dem Raiffeisenplatz stattfindenden Frischemarkt.

Das Angebot im Bereich Bekleidung/Wäsche wird von zwei Anbietern bestimmt: erstens vom Kaufhaus Woolworth, das auf mehr als der Hälfte seiner Gesamtverkaufsfläche von rd. 2.000 qm Bekleidung im vornehmlich niedrigen bis mittleren Preissegment anbietet. Zweitens aber vom Modehaus „Sebbel Mode & Fashion“ an der Straße Am Moselbach, dass auf über 1.000 qm Verkaufsfläche ein markenorientiertes Angebot auch für jüngere Zielgruppen anbietet. Ergänzt wird das das Bekleidungs-

angebot von mehreren inhabergeführten Fachgeschäften sowie einigen auch überregional tätigen Filialisten (u.a Kik, Ernsting´s family, Jeans Fritz, Bonita).

Mit einigen inhabergeführten Fachgeschäften (u. a. Henk, Lückner, Pettrup, Röttger) und einer Filiale von Deichmann vergleichsweise differenziert ist auch der Besatz im Bereich Schuhe/ Lederwaren.

Ebenso hervorzuheben ist das Angebot an Glas/ Porzellan/ Keramik mit spezialisierten Anbietern wie Breddemann, Inside oder Leonardo sowie der entsprechenden Fachabteilung von Woolworth.

Typisch für Innenstädte kleinerer Mittelzentren, ist der Filialisierungsgrad in der Waltroper Innenstadt gering: Nur etwa 20 % der ansässigen Einzelhandelsbetriebe lassen sich den Filialbetrieben zuordnen. Damit liegt der Anteil der Filialgeschäfte nur unwesentlich über dem des Jahres 1998, als eine Quote von rd. 15 % ermittelt wurde (Profilierungskonzept 1999, Seite 55).

Hinsichtlich der Betriebsgrößenstruktur ist festzustellen, dass die Verkaufsflächen der Innenstadt sehr kleinteilig strukturiert sind. Die durchschnittliche Größe der Verkaufsräume beträgt rd. 120 qm. Zu beachten ist allerdings, dass fast 80 % der Betriebe über weniger als 100 qm verfügen und zusammen lediglich eine Flächengröße von ca. 2.500 qm erreichen. Demgegenüber halten die vier großflächigen Betriebe im Innenstadtbereich (Woolworth, Rewe, Sebbel und Edeka) zusammen bereits über 5.200 qm Verkaufsfläche vor.

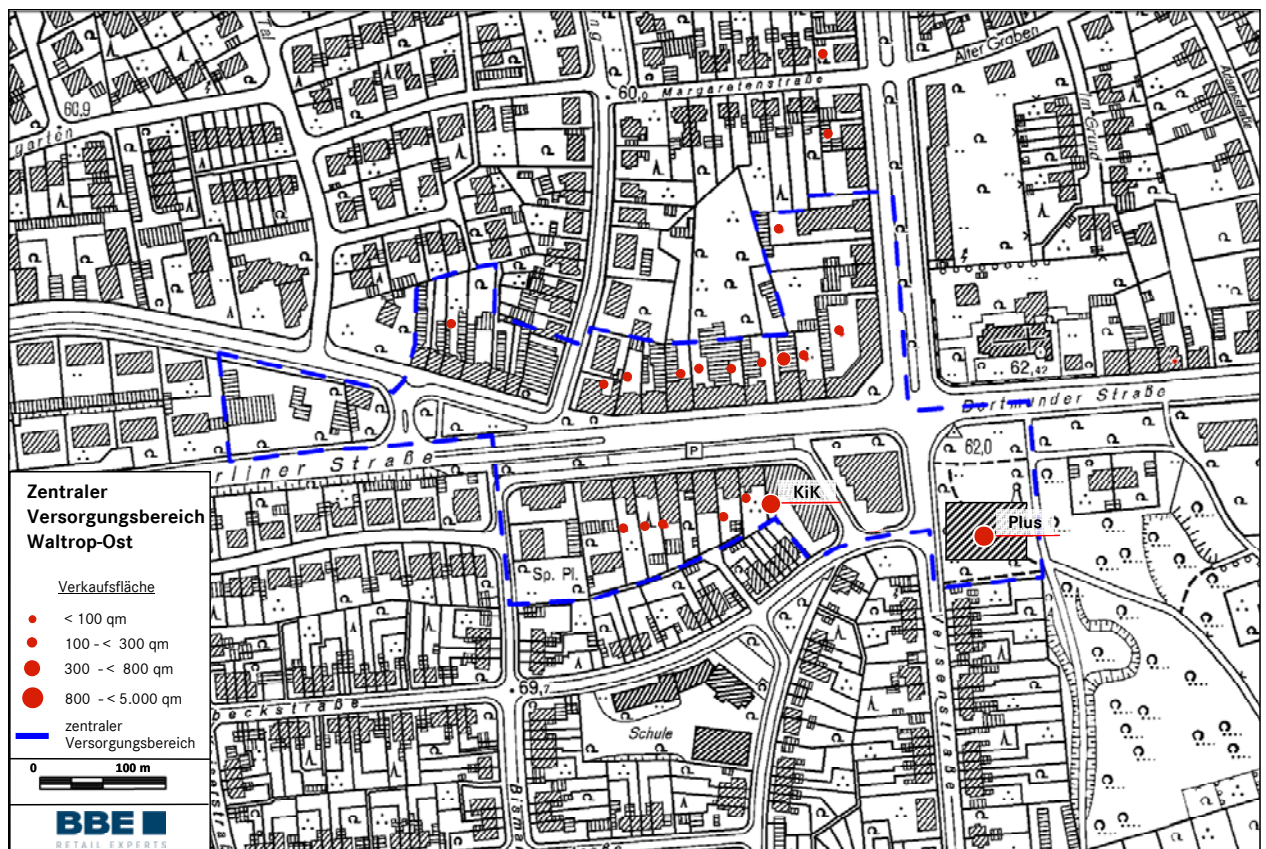
3.2.2 Zentraler Versorgungsbereich Waltrop-Ost

Das Nebenzentrum Waltrop-Ost erstreckt sich vom Einmündungsbereich der Dortmunder in die Berliner Straße bis zum Knotenpunkt Dortmundstraße/ Riphäusstraße/ Velsenstraße. Die Distanz zur Innenstadt beträgt etwa 900 m.

Innerhalb des Geschäftszentrums, das in Anlehnung an die vom GMA-Gutachten 2003 vorgeschlagenen räumlichen Abgrenzung definiert wurde, waren zum Erhebungszeitpunkt 21 Betriebe ansässig, die auf einer Verkaufsfläche von 1.950 qm nach eigener Schätzung einen Jahresumsatz von rd. 9,5 Mio. € erwirtschaften.

Die Einzelhandelsbetriebe bilden eine zwar überschaubare, aber recht kompakte Geschäftslage nördlich und südlich der Dortmundstraße (siehe Abbildung 9).

Abbildung 9: Einzelhandel im zentralen Versorgungsbereich Waltrop-Ost



Quelle: Eigene Erhebungen

Größter Betrieb im Geschäftsbereich ist der Plus-Discountmarkt an der Einmündung Velsenstraße in die Dortmunder Straße, der Ende 2007 neu errichtet wurde und mit 800 qm Verkaufsfläche und einem großzügig bemessenen Kundenparkplatz an diesem verkehrsgünstigen Standort ein modernes Filialkonzept präsentiert. Dieser Betrieb wurde von der gegenüber liegenden Straßenseite an diesen Standort verlagert. Das frühere Ladenlokal mit rd. 370 qm Verkaufsfläche stand zum Erhebungszeitpunkt leer, wurde aber zwischenzeitlich mit einer Mischnutzung verschiedener Mieter (Weine, Delikatessen, Fahrräder, Autoersatzteile, Werkzeuge, Haushaltsgeräte) belegt.

Aufgrund ihrer Verkaufsfläche hervorzuheben sind auch ein Kik Textilfachmarkt im Standortverbund der ehemaligen Plus-Filiale mit rd. 400 qm Verkaufsfläche und das Fachgeschäft „Spielen und Schreiben“ Brandt. Letzterer Betrieb ist der mit Abstand größte Spielwarenanbieter in Waltrop und verfügt über mehr als 250 qm Verkaufsfläche.

3.3 Wohnungsnahe Versorgung in Waltrop

Wie bereits dargelegt, ergibt sich für die Stadt Waltrop insgesamt im Bereich der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel kein ausgeglichenes Verhältnis zwischen generiertem Umsatz und im Stadtgebiet vorhandener sortimentspezifischer Kaufkraft. Denn nach eigenen Prognosen erreicht der mit Nahrungs- und Genussmitteln generierte Umsatz mit knapp 51,6 Mio. € eine Größenordnung, die 13 % (7,7 Mio. €) unter dem Kaufkraftpotenzial liegt.

Bei einer Betrachtung der Zentralitätswerte auf Stadtteilebene zeigt sich, dass insbesondere im Westen und Norden von Waltrop Minderbesätze festzustellen sind, während Waltrop-Mitte aufgrund der in diesem Teilraum ansässigen Märkte Edeka, Rewe und Plus Discountmarkt sowie einem breiten und differenzierten Besatz an Ladenhandwerksbetrieben und Lebensmittel-Spezialisten ein positiver Saldo zu verzeichnen ist (siehe Tabelle 5).

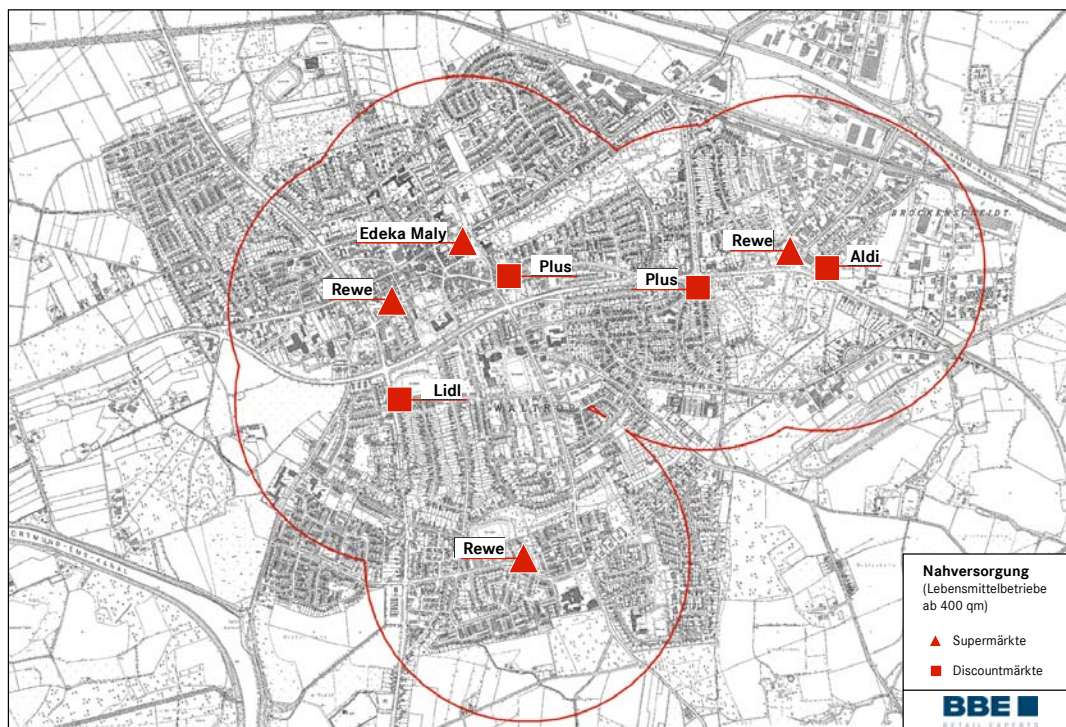
Tabelle 5: Umsatz-Kaufkraft-Relationen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel nach Standortbereichen

	Umsatz (NuG)	Kaufkraft (NuG)	Umsatz- Kaufkraft- Relation	Umsatz- Kaufkraft- Saldo
Standortbereich	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €
Waltrop-Mitte	26,8	17,3	155	+9,5
Waltrop-Ost	11,5	14,9	77	-3,4
Waltrop-Süd	11,9	16,7	72	-4,8
Waltrop-West	1,3	8,6	15	-7,3
Waltrop-Nord	0,0	1,7	0	-1,7
Gesamt	51,6	59,3	87	-7,7

Quelle: BBE Marktforschung; eigene Erhebungen und Berechnungen

Als wichtigste Träger der Nahversorgung sind in die folgende kartographische Darstellung (siehe Abbildung 10) alle Lebensmittelmärkte (Discounter und Vollsortimenter) mit mehr als 400 qm aufgenommen worden. Zur räumlichen Bewertung der Nahversorgungssituation wird sodann um jeden Standort ein 700-Meter-Radius gezogen. Denn es kann davon ausgegangen werden, dass sich die Bevölkerung, die im 700-Meter-Umkreis eines Marktes wohnt, in einem akzeptablen Zeitaufwand fußläufig versorgen kann.

Abbildung 10: Fußläufige Einzugsradien größerer Lebensmittelmärkte



Quelle: Eigene Erhebungen

Wie sich zeigt, gibt es in der Stadt Waltrop mehrere Teilräume, die weiter als 700 Meter von einem Lebensmittelmarkt entfernt sind. Dazu gehören insbesondere die nördlichen Wohnquartiere im statistischen Bezirk Braßkamp, weite Teile der Klöcknersiedlung, der Osten der Kettlersiedlung sowie der Norden des statistischen Bezirks „Im Berg“.

Unter Distanzgesichtspunkten nahezu optimal platziert ist der Rewe Supermarkt am Egelmeer, der eine Zentrallage innerhalb von Waltrop-Süd einnimmt. Im Innenstadtbereich von Waltrop und im Bereich Waltrop-Ost liegt eine Mehrfachversorgung durch die dort angesiedelten Lebensmittel-Betriebe vor, so dass die Wohnbevölkerung fußläufig sogar mehrere Angebotsalternativen zur Verfügung stehen.

Um die Zukunftsfähigkeit der wichtigsten Nahversorgungsstandorte beurteilen zu können, werden die bereits erwähnten Lebensmittelmärkte mit mehr als 400 qm Verkaufsfläche einem Standort-Check unterzogen. Dabei wird einerseits die betriebliche Situation aus Betreibersicht, nämlich die Wettbewerbsfähigkeit der Verkaufsfläche und die PKW-Erreichbarkeit betrachtet. Zweitens wird die städtebauliche Integration der Betriebe in zentrale Versorgungsbereiche und/ oder ihr Wohngebietsbezug bewertet.

Die Kriterien und ihre Wertungsstufen im Einzelnen:

- **Betriebsgröße:** Orientierung an den heute üblichen Größen neu projektierter Objekte der jeweiligen Betriebsform. Discounter erhalten eine negative Wertung bei Verkaufsflächen von deutlich unter 800 qm, eine neutrale Wertung bei rund 800 qm und eine positive Wertung bei über 800 qm Verkaufsfläche; bei Vollsortimentbetrieben werden negative Wertungen bei Verkaufsflächen von unter 1.200 qm, neutrale Wertungen bei Größen zwischen 1.200 und 1.400 qm und positive Wertungen bei über 1.400 qm Verkaufsfläche vergeben.
- **PKW-Erreichbarkeit:** Kriterien sind die Sichtbeziehung zu einer Hauptverkehrsstraße und die Verfügbarkeit eigener Kundenparkplätze. Fehlt die Sichtbeziehung zu einer Hauptverkehrsstraße oder der Kundenparkplatz ist schlecht zugänglich und klein dimensioniert, ist die Erreichbarkeitssituation aus Betreibersicht allenfalls als durchschnittlich zu bewerten. Werden beide Punkte in negativer Hinsicht erfüllt, ist eine negative Wertung zu vergeben.
- **Zentrenbezug:** Lage innerhalb (positive Wertung), am Rand (neutrale Wertung) oder außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs.
- **Wohngebietsbezug:** Integrierte Lage innerhalb eines größeren Wohngebiets (positive Wertung), am Rand eines größeren Wohngebiets (neutrale Wertung) oder an einem isolierten Standort ohne bzw. mit nur eingeschränktem fußläufigen Wohngebietsbezug.

Wie Abbildung 11 illustriert, weisen in erster Linie die Supermärkte Edeka an der Bahnhofstraße sowie Rewe an der Industriestraße und am Egelmeer Schwächen in der betrieblichen Situation auf. Die in diesen Objekten jeweils vorhandenen Verkaufsflächen liegen deutlich unter den in der heute für die Betriebsform des Supermarktes eigentlich üblichen Größenordnungen.

Unter städtebaulichen Gesichtspunkten nehmen die genannten Betriebe gute bis sehr gute Lagen ein, da sie sich an zentralen Standorten innerhalb der Innenstadt und/ oder innerhalb von Wohngebieten befinden.

Städtebaulich ebenfalls positiv zu bewerten sind die Lagebeziehungen der Discounterstandorte Plus innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und Lidl an der Leveringhäuser Straße.

Abbildung 11: Standort-Check Nahversorgung

	Betrieb, Standort, Verkaufsfläche			
	Edeka Maly Bahnhofstraße rd. 870 qm	Rewe Hilberstraße rd. 1.250 qm	Plus Dortmunder Str. (Zentrum) rd. 750 qm	Plus Dortmunder Str. (Ost) rd. 800 qm
Betriebsgröße	-	Ø	Ø	Ø
PKW-Erreichbarkeit	Ø	+	Ø	+
Zentrenbezug	+	+	+	+
Wohngebietsbezug	+	+	+	+
	Aldi Am Schwarzbach rd. 800 qm	Rewe Industriestraße rd. 850 qm	Lidl Leveringhäuser Straße rd. 800 qm	Rewe Egelmeer rd. 750 qm
Betriebsgröße	Ø	-	Ø	-
PKW-Erreichbarkeit	+	+	+	Ø
Zentrenbezug	-	-	-	-
Wohngebietsbezug	Ø	Ø	+	+

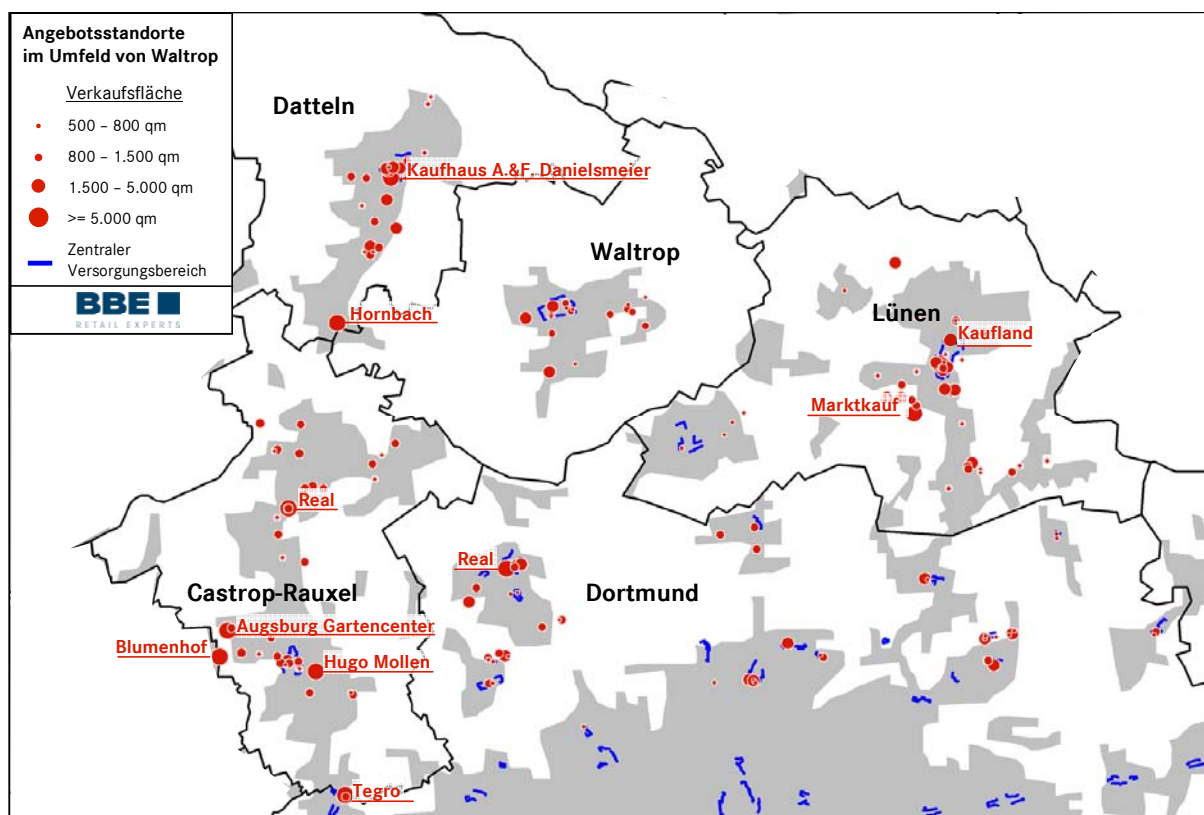
Quelle: BBE Marktforschung; eigene Erhebungen und Berechnungen

3.4 Regionale Wettbewerbssituation

Wie bereits vorliegende Analysen aufzeigen konnten (u. a. Profilierungskonzept 1999), ist die Bevölkerung der Stadt Waltrop beim Einkauf von mittel- und langfristigen Bedarfsgütern auf eine Vielzahl von Wettbewerbsstandorten orientiert.

Für den Einkauf von „city-typischem Bedarf“ ist die Innenstadt von Dortmund, aber auch die City von Recklinghausen von großer Bedeutung.

Abbildung 12: Wichtige Angebotsstandorte im Umland



Quelle: Eigene Erhebungen; Regionales Einzelhandelskonzept, Fortschreibung 2007

Im näheren Umfeld finden sich in Dortmund-Mengede und im Fachmarktzentrum Siemensstraße („Castrop-Park“) in Castrop-Rauxel-Habinghorst zwei Real SB-Warenhäuser, die sich als große Vollsor-timentsbetriebe -wie auch Marktkauf und Kaufland in Lünen- in Wettbewerbsbeziehungen zum Walt-roper Lebensmitteleinzelhandel befinden. An der Siemenstraße in Castrop-Rauxel ist darüber hinaus auch ein größeres Gartencenter des Betreibers Dehner sowie eine Media Markt-Filiale ansässig, die wie Saturn in der City Lünen auch für Kunden aus Waltrop eine interessante Einkaufsalternative für Elektronikwaren darstellen (siehe auch Abbildung 12).

Hervorzuheben ist auch die City Lünen, die mit einigen kompetenten Großbetrieben (u. a. Peek & Cloppenburg, C & A, Hertie, Drogeriekaufhaus Müller) und einem differenzierten Besatz an Fachgeschäften über eine Gesamtverkaufsfläche von über 30.000 qm verfügt¹².

Auch die Innenstadt von Datteln verfügt über einen vergleichsweise breiten Einzelhandelsbesatz auch im Textilbereich (u. a. Kaufhaus A. & F. Danielsmeier).

Ebenfalls in der Nachbarstadt Datteln ist an der Walter-Sauer-Straße nahe den Stadtgrenzen zu Waltrop und Castrop-Rauxel ein Hornbach Baumarkt ansässig, der mit einer Verkaufsfläche von fast 14.000 qm ein Einkaufsziel regionaler Bedeutung darstellt.

¹² Quelle: Regionales Einzelhandelskonzept, Fortschreibung 2007, S. 49.

4 Prognose der Einzelhandelsentwicklung

4.1 Einzelhandelsrelevante Strukturveränderungen und Trends

4.1.1 Konsumtrends in der Gesellschaft

Nicht nur die Bevölkerung, ihre soziodemographische Struktur und die Höhe der für Konsumzwecke verfügbaren Kaufkraft haben maßgeblichen Einfluss auf die weitere Entwicklung der Versorgungsstrukturen. Auch die Präferenzen und Gewohnheiten beim Einkauf werden die räumliche Verteilung, die Sortimentsgestaltung und damit letztlich die unterschiedlichen Vertriebsformen weiterhin einem stetigen Wandel unterwerfen. So sollen zunächst die aus Sicht der BBE-Marktforschung wesentlichen Verbrauchertrends aufgezeigt werden.

„Smart-Shopping“: Discount und Luxus sind kein Widerspruch mehr

Grundbedürfnisse sollen effizient und preisgünstig erfüllt werden, das gesparte Geld kann dann für Luxus ausgegeben werden. Aber auch da muss das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmen. Traditionelle Verhaltensmuster verschwinden: Der Konsument schlüpft ständig in andere Identitäten und sucht einerseits das ultimative Sonderangebot, andererseits Erlebnisse, Freundlichkeit und Bequemlichkeit. Für Marken wird nicht automatisch mehr ausgegeben. Hinzu kommt aber auch, dass nur rd. 40 % der Haushalte so kaufkraftstark sind, dass sie ihre Konsumwünsche weitgehend erfüllen können, der größere Rest der Bevölkerung muss sich zwangsläufig zurückhalten.

Individualismus als Gegenentwurf zu Massenmode

Viele Verbraucher machen aus der Not eine Tugend: Lifestyle zeigt sich für sie nicht mehr durch regelmäßigen Kauf von modischer Kleidung, Schuhen oder persönlichen Accessoires. Stattdessen wird die Nachfrage immer mehr von einem Wunsch nach Individualität bestimmt. Stil ist gefragt, rastloser Konsum nicht. Markenprodukte können dank kundenindividueller Massenfertigung sogar nach eigenen Vorstellungen abgeändert oder gestaltet werden.

Gesundheitsorientierung

Gesundes Essen wird Vielen immer wichtiger. Gesundheit und Genuss sind längst kein Widerspruch mehr, immer mehr Menschen wollen ihr Wohlbefinden gezielt durch bewusstes Einkaufen steigern. So werden Bio-Lebensmittel zum Massenmarkt, Essen „mit Herkunft“ und regionale Produkte sind zu-

nehmend gefragt. „Glokalisierung“ steht bei vielen für eine Neuorientierung und löst die manchem längst überdrüssige „Geiz-ist-geil“-Mentalität ab. Rauchen verliert an Bedeutung.

Wellness und neue Besinnlichkeit

Es wird immer erstrebenswerter, Arbeit und Freizeit ins Gleichgewicht bringen. Der Rückzug ins Private ersetzt hektischen Konsum, stattdessen wird Zeit mit der Familie oder dem Lebenspartner verbracht. Aus kulturellem Interesse – aber auch dank „Billigflieger“ und günstiger Pauschalangebote – werden mehr Städtereisen durchgeführt, „sanfte“ Sportarten wie Nordic Walking oder Wandern sowie Musik, Lesen und kreative Tätigkeiten bieten Entspannung. Langsamkeit und Authentizität sind gefragt. Dabei ist durchaus Eitelkeit im Spiel: „Selbstoptimierung“ durch gesunde Ernährung, „Selbstmedikation“, Sport, Entspannung und falls nötig plastische Chirurgie spielen vor allem für kaufkraftstarke Haushalte eine zunehmende Rolle.

Online leben

Immer mehr Haushalte sind ans Internet angeschlossen, immer leistungsfähigere Technik ermöglicht schnellen Informationsaustausch, Mediengenuss und nicht zuletzt Preisvergleiche und Online-Einkauf. Mobile Geräte und die ständige Verbindung zum Netz bestimmen den Alltag und verändern die Kommunikations- und Freizeitgewohnheiten nicht nur junger Menschen. Medienkompetenz entscheidet über Zukunftschancen: Während gut Ausgebildete von den faszinierenden Möglichkeiten profitieren, fallen „Computeranalphabeten“ und Kaufkraftschwache weiter zurück.

Neue Senioren

Es wird mehr ältere Menschen geben, ihr Einkaufsverhalten wird sich von dem früherer „Senioren“ unterscheiden: Sie wollen das Leben genießen, haben Ansprüche und stellen Sparen nicht mehr in den Mittelpunkt. Sie schätzen die Vielfalt, allerdings nur wenn sie mit persönlicher Ansprache durch das Personal einhergeht. Sie wollen, dass man sich Zeit für sie nimmt und erwarten Service. Viele sind bis ins hohe Alter mobil, an neuen Erfahrungen interessiert und kaufkraftstark. Auch als Singles wollen sie dabei nicht allein sein. So ist Wohnen in der Stadt zunehmend gefragt, dient Einkauf auch der Begegnung mit anderen Menschen und werden überschaubare Versorgungsstrukturen in Wohnortnähe bevorzugt.

4.1.2 Konsequenzen für den Einzelhandel

Die BBE Marktforschung geht unter Würdigung der skizzierten Trends bis zum Jahr 2020 von folgender **Entwicklung für die einzelnen Warengruppen** aus ¹³:

- Nominal wird der Einzelhandelsumsatz geringfügig wachsen. Im Rahmen einer so langfristigen Betrachtung bewegt sich dieser Wert in der Mitte einer Prognose-Bandbreite von rd. 330 bis 420 Mrd. €, die bei Annahme verschiedener Szenarien aus heutiger Sicht denkbar erscheint. Dennoch gilt als gesichert, dass reale Zuwächse nur in begrenztem Maße zu erwarten sind.
- Der „Food“-Bereich – Nahrungs- und Genussmittel sowie sonstiger kurzfristiger Haushaltsbedarf (Tiernahrung, Reinigungsmittel, Blumen) kann – gemessen am Einzelhandelsdurchschnitt – trotz anhaltendem Preiswettbewerb leicht überdurchschnittlich wachsen. Die Konsumenten werden tendenziell gesünder/besser essen – Bio-Produkte und Convenience/ Out of Home bewirken vor allem ein qualitatives Wachstum, hingegen werden keine größeren Mengen nachgefragt.
- Die Entwicklung zeigt vor allem bei Bekleidung/Wäsche/Strickwaren und Schuhen nach unten. Dazu tragen ein rückläufiger Mengenverbrauch und der Trend zu preiswerter Bekleidung bei.
- Das Segment Einrichtung/Haushalt könnte bei steigendem Haushaltsbestand mit 10 % leicht überdurchschnittlich wachsen, vor allem bezogen auf Möbel/Einrichtung und auch Hausgeräte/Beleuchtung inkl. sanitäre Haustechnik. Impulse gehen dabei von neuen Technologien und vom Trend zum Rückzug ins eigene Heim aus. Hausrat/Eisenwaren und Heimtextilien legen dagegen nur unterdurchschnittlich zu.
- Allenfalls geringes Wachstum ist im Bereich Bau-, Heimwerker und Gartenbedarf bei anhaltend hartem Wettbewerb der großen Filialisten im Handel zu erwarten. Impulse kommen aber aus dem Freizeitbereich, auch wirken zunehmende Haushaltszahlen begünstigend.
- „Consumer Electronics“ zählen trotz anhaltend ruinöser Preiskämpfe nach wie vor zu den Wachstumssegmenten. Im Einzelnen fallen darunter: klassische Unterhaltungselektronik, PC/Zubehör und Telekommunikation, bespielte Bild- und Tonträger, PC- und Videospiele/Software sowie aus dem Fotobereich Digitalkameras. Mit Blick auf die steigende Zahl von "Home Offices" wird voraussichtlich auch der Bürobedarf gute Zuwächse haben. Unterdurchschnittlich wird hingegen der Fotobereich -ohne Digitalkameras- zulegen.
- Bei den übrigen Sortimenten wird es nur leichtes Wachstum geben, vor allem beeinflusst von Körperpflege/Kosmetika und stark steigenden Ausgaben für Gesundheit. Auch Sport- und Spielwaren werden sich mit Blick auf das wachsende Freizeitsegment steigern können.

¹³ Vgl. BBE-Zukunftsstudie „Quo Vadis, Konsum?“

4.2 Zukünftige Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Waltrop

4.2.1 Auswirkungen der demographischen Entwicklung auf die Nachfrage

Die an anderer Stelle (siehe Kap 2.2) bereits zitierten Prognosezahlen zur Bevölkerungsentwicklung in der Stadt Waltrop lassen erwarten, dass sich der Trend zu einer abnehmenden Einwohnerzahl in den nächsten Jahren fortsetzen wird.

Selbst wenn es der Stadt Waltrop mittels einer forcierten Wohnbauflächenentwicklung gelingen sollte, den kontinuierlichen Bevölkerungsrückgang abzuschwächen, ist für die nächsten Jahre kein Zuwachs in der Einwohnerzahl, sondern eine Festschreibung des heutigen Bevölkerungspotenzials zu erwarten.

Vor diesem Hintergrund und unter Berücksichtigung der allgemeinen Wachstumsprognosen ist deshalb davon auszugehen, dass der Einzelhandel in der Stadt Waltrop nur in begrenztem Maße zusätzliche, aus einem Bevölkerungswachstum resultierende Umsatzpotenziale erwarten kann.

Stattdessen wird es erforderlich werden, auf die sich abzeichnenden qualitativen Veränderungen in der Nachfrage zu reagieren:

- Die Trends zu einer allgemein gesünderen Ernährung, aber auch zu Convenience, sollte vom Lebensmitteleinzelhandel auch in Waltrop aufgegriffen werden.
- Sport, Gesundheit, Fitness sind Themen, an denen auch ältere Zielgruppen künftig noch stärker als heute interessiert sein werden.
- Es gilt, ein ausgewogenes Verhältnis zwischen jugendorientierten Angeboten und speziell auf die zunehmende Zahl von Senioren zugeschnittenen Leistungen zu finden.
- Speziell im Bereich des modischen Bedarfs ist es erforderlich, der zunehmenden Polarisierung der Nachfrage zu entsprechen. Waren im mittleren Preissegment werden an Bedeutung verlieren; stattdessen wird einerseits die Nachfrage nach preiswerten Produkten noch weiter zunehmen. Andererseits wird aber auch eine Reaktion des Handels auf die Konsumwünsche der kaufkraftstärkeren Bevölkerungsgruppen nach gehobenen Waren und außergewöhnlichen Serviceleistungen erforderlich.

4.2.2 Einzelhandelsplanungen in Nachbarkommunen

Wichtige Rahmenbedingungen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in Waltrop bilden die zu erwartenden Wettbewerbsveränderungen in den Nachbarkommunen.

Aktuell liegen den Gutachtern keine Informationen zu größeren, für die Stadt Waltrop relevanten Planungen vor. Eine Ausnahme bildet lediglich die Planung der Stadt Datteln, neben dem bestehenden Hornbach Baumarkt an der Walter-Sauer-Straße Planungsrecht für einen Lebensmittel-Discountmarkt (Lidl) mit rd. 800 qm Verkaufsfläche zu schaffen.

5 Entwicklungskonzept und Handlungsempfehlungen

5.1 Vorgaben der Landesplanung

Aus Sicht der Landesplanung hat ein kommunales Einzelhandelskonzept insbesondere die Funktion, unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Besonderheiten und Problemlagen der jeweiligen Kommune genau Vorschläge für eine Ausgestaltung des landesplanerischen Steuerungsansatzes zu entwickeln.

Seit Mitte 2007 sind dabei neue Vorgaben zu beachten. Denn mit Inkrafttreten des Gesetzes zur Änderung des Gesetzes zur Landesentwicklung vom 19. Juni 2007 (GV. NRW. 2007 S. 225) wurde die bisherige Kernvorschrift für die Planung großflächiger Einzelhandelsvorhaben aus § 24 Abs. 3 Landesentwicklungsprogramm (LEPro) durch § 24a LEPro ersetzt. Das neue Ziel der Raumordnung für die Planung großflächiger Einzelhandelsvorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO gilt seit dem 5. Juli 2007.

Demnach kommen für großflächigen Einzelhandel künftig nur noch Standorte in zentralen Versorgungsbereichen (d.h. Innenstädten, Ortsmitten, Stadtteilzentren) in Betracht, sofern es sich um Vorhaben mit zentrenrelevanten Sortimenten handelt. Vorhandene Standorte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche genießen Bestandsschutz. Vorhaben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten (insb. Möbelmärkte, Gartencenter, Baumärkte) und mit begrenztem Randsortiment dürfen weiterhin außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen entstehen.

Im Detail gilt:

- Die zulässigen Nutzungen müssen sich in Art und Umfang nach der Funktion des zentralen Versorgungsbereiches richten, in dem ihr Standort liegt. Sie dürfen weder zentrale Versorgungsbereiche noch die wohnungsnah Versorgung der Bevölkerung im Einzugsgebiet beeinträchtigen. Hersteller-Direktverkaufszentren (ab 5.000 m² VKF) dürfen – wenn überhaupt – nur in Großstädten (ab 100.000 Einwohnern) entstehen.
- Die räumliche und funktionale Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche erfolgt durch die Kommunen, ist aber an Kriterien gebunden, etwa die „städtebaulich integrierte Lage innerhalb eines im Regionalplan dargestellten Allgemeinen Siedlungsbereichs“ (ASB) und die „gute verkehrliche Anbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz“.
- Eine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche oder der Nahversorgung wird regelmäßig nicht unterstellt, solange der erwartete Umsatz eines Planvorhabens die zurechenbare Kaufkraft weder in einzelnen Sortimentsbereichen noch insgesamt übersteigt. Bezugsmaßstab ist bei Hauptzentren die Kommune, bei Nebenzentren sind es die funktional zugeordneten Stadtteile.

- Gemäß § 24a Abs. 3 LEPro dürfen Sondergebiete für solche Vorhaben auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen geplant werden, wenn ergänzend zu dem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment nur ein begrenztes zentren- und nahversorgungsrelevantes Randsortiment vorgesehen ist. Von einer Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche oder der wohnungsnahen Grundversorgung ist in der Regel dann nicht auszugehen, wenn für das Kernsortiment ausreichend Kaufkraft innerhalb der Standortgemeinde zur Verfügung steht und sich der Umfang des Randsortiments auf 10 % bzw. höchstens 2.500 qm der insgesamt in dem betreffenden Sondergebiet zulässigen Verkaufsfläche beschränkt.
- Standorte von zwei oder mehr Vorhaben mit mind. 50.000 qm Verkaufsfläche müssen in den Regionalplänen als ASB mit Zweckbindung dargestellt werden. Ihre Randsortimente dürfen insgesamt max. 5.000 m² VKF umfassen.

Ergänzend wir auch der „Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen“ vom 7. Mai 1996 zur Zeit durch die Landesregierung aktualisiert, der als Verwaltungsvorschrift wesentliche Punkte der gesetzlichen Rahmenbedingungen zusammenfasst und erläutert. Wie der bisherige Erlass auch, soll dessen fortgeschriebene Fassung¹⁴

(...) den Regionalräten als Trägern der Regionalplanung, den Bezirksregierungen, den Gemeinden als Trägern der Bauleitplanung und den Bauaufsichtsbehörden als Grundlage für die Beurteilung von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben i. S. v. § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung - BauNVO - (Einzelhandelsgroßbetriebe) dienen und für Investoren, Grundstückseigentümer und den Einzelhandel Planungs- und Investitionssicherheit schaffen.

Unter Punkt 4.1 „Gemeindliche Einzelhandelskonzepte“ führt der Entwurf des neuen Einzelhandelserlasses NRW einleitend aus:

„Mit der Aufstellung von gemeindlichen Einzelhandelskonzepten und der planungsrechtlichen Absicherung dieser Konzepte durch Bauleitpläne können die Gemeinden die Entwicklung ihrer Zentren und Nebenzentren unterstützen und für eine ausgewogene Versorgungsstruktur sorgen. Einzelhandelskonzepte schaffen einerseits eine Orientierungs- und Beurteilungsgrundlage für die Bauleitplanung und die Beurteilung von Vorhaben wie auch andererseits Planungs- und Investitionssicherheit für den Einzelhandel, Investoren und Grundstückseigentümer.

In den Einzelhandelskonzepten legen die Gemeinden ihre Entwicklungsziele für den Einzelhandel (angestrebte Einzelhandelsausstattung für die angemessene Versorgung der Bevölkerung) und die Standorte für die weitere Entwicklung des Einzelhandels (Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche hinsichtlich ihrer konkreten Lage und räumlichen Ausdehnung und ihrer konkret gegebenen Versorgungsfunktion) fest. Dabei werden auf der Grundlage einer konkreten Bestandserhebung und -analyse der Einzelhandelsituation sowie einer Darstellung der städtebaulichen Konzeption für die Einzelhandelsentwicklung die bestehenden tatsächlichen zentralen Versorgungsbereiche sowie die erstmalige oder weitere Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche festgelegt.“

¹⁴

Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben; Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass). Gem. RdErl. d. Ministeriums für Bauen und Verkehr - V A 3 / VI A 1 - 16.21 - u. d. Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie- 323 - 58 - 28. Entwurfsfassung mit Datum vom 20.12.2007.

Vor diesem Hintergrund werden im vorliegenden Standortkonzept folgende Aussagen getroffen:

- Ableitung eines funktional differenzierten Versorgungsmodells mit zwei Zentren unterschiedlicher Versorgungsreichweite (Hauptzentrum Innenstadt und Nahversorgungszentrum Waltrop-Ost)
- Genaue Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche (räumliche Festlegung)
- Identifizierung von Entwicklungsarealen für standortgerechte Einzelhandelsnutzungen innerhalb der Zentren
- Standortkonzept für die wohnungsnah Versorgung in den Wohngebieten ohne direkten Zentrenbezug
- Vorschläge zu standortverträglichen Entwicklungen im Bereich des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten und Identifizierung potenzieller Ansiedlungsstandorte
- Identifizierung und Begründung zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente unter Beachtung der ortsspezifischen Besonderheiten in den Angebotsstrukturen
- Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzepts im Rahmen der Bauleitplanung

Wird das kommunale Einzelhandelskonzept vom Rat der Gemeinde beschlossen, wäre dieses als städtebauliche Planung im Sinne von § 1 Abs. 11 BauGB bei der Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen und würde dadurch zu einer verbindlichen Leitlinie für die künftige Stadtentwicklungsplanung.

5.2 Leitziele und Standortkonzept

Diese neuen Ansätze der Landesplanung bilden den Orientierungsrahmen für das kommunale Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Waltrop, das sich aus Sicht des Gutachters an folgende **Leitziele** ausrichten sollte:

- Stärkung und Sicherung der hervorgehobenen Versorgungsfunktion der Innenstadt als Hauptzentrum der Stadt Waltrop,
- Förderung des Zentrums Waltrop Ost als Nahversorgungszentrum,
- Konzentration zusätzlicher Nahversorgungsangebote ausschließlich auf die beiden zentralen Versorgungsbereiche und Standorte mit ausgeprägtem Wohngebietsbezug,
- Konzentration des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten auf städtebaulich geeignete Standorte im Stadtgebiet.

Unter Berücksichtigung der vorgestellten Zielvorstellungen empfehlen die Gutachter, die künftige Entwicklung der Versorgungsstrukturen in Waltrop an folgendem **räumlichen Versorgungsmodell** auszurichten:

Zentrale Versorgungsbereiche

Die Funktion des **Hauptzentrums** wird der **Waltroper Innenstadt** zugewiesen. Damit wird das Stadtzentrum als einziger Standortbereich im Stadtgebiet dazu privilegiert, großflächige Einzelhandelsbetriebe mit mehr als 800 qm Verkaufsfläche mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (zur Definition siehe Kap. 5.6.1) aufzunehmen. Darüber hinaus sollten seitens der Stadt Waltrop alle Möglichkeiten zur Förderung des Lebensmitteleinzelhandels in der Innenstadt ausgeschöpft werden. Insbesondere ist anzustreben, die Standortvoraussetzungen für Vollsortimentsbetriebe im räumlichen Zusammenhang der Hauptgeschäftslagen zu erhalten bzw. zu fördern.

Das **Nebenzentrum Waltrop-Ost** an der Dortmunder Straße erhält die Funktionszuweisung eines **Nahversorgungszentrums**. Damit wird dieser Standortbereich als ein zentraler Versorgungsbereich bestimmt, der unter Berücksichtigung der Vorgaben von § 24a LEPro auch für die Aufnahme großflächiger Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten geeignet ist. Zusätzlich wird mit dieser Festlegung ausgesagt, dass zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe mit weniger als 800 qm Verkaufsfläche und Versorgungsfunktionen auf Stadtteilebene neben der Innenstadt auch im Zentrum Waltrop-Ost einen geeigneten Standort finden.

Weitere zentrale Versorgungsbereiche sollten im Stadtgebiet von Waltrop nicht ausgewiesen werden, um städtebaulich unverträgliche Standortkonkurrenzen zwischen den Zentren zu vermeiden.

Vertiefende Empfehlungen zur Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche werden in Kap. 5.3 ausgesprochen.

Abbildung 13: Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Waltrop



Ergänzungsstandorte für die Nahversorgung

Der Standort des Rewe Supermarktes im in zentraler Lage der Wohnsiedlung Egelmeer übernimmt wichtige Ergänzungsfunktionen im Bereich der wohnungsnahen Versorgung für die südlichen Waltroper Stadtquartiere. Deshalb wird dieser Standort als „Ergänzungsstandort Nahversorgung (Bestand)“ in das Konzept aufgenommen.

Aufgrund seiner Bedeutung für die Versorgung der umliegenden Wohngebiete wird auch der bestehende Standort des Lidl Discountmarktes am Hirschkamp-Stadium als „Ergänzungsstandort Nahversorgung (Bestand)“ dargestellt.

Schließlich wird empfohlen, die für die Ausweisung als Mischgebiet vorgesehenen Teilbereiche des geplanten „Service- und Gewerbeparks Leveringhäuser Feld“ entlang der Leveringhäuser Straße mit der Funktion eines „Ergänzungsstandorts Nahversorgung (Planung)“ zu versehen. Denn dieses Areal könnte einen (nicht-großflächigen) Einzelhandelsbetrieb mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment aufnehmen, der die Funktion eines zusätzlichen Nahversorgers für die Wohngebiete Klöcknersiedlung, Egelmeer und Altenbruch übernehmen würde (siehe hierzu die ausführlichen Erläuterungen in Kap. 5.4).

Ergänzungsstandorte für den zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandel

Als Ergänzungsstandort für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten wird das Areal des ehemaligen Musshoff-Möbelhauses vorgeschlagen.

Hier besteht heute Baurecht für den Möbele Einzelhandel mit rd. 6.000 qm Verkaufsfläche. Im Zuge einer Überplanung könnte hier Planungsrecht für Fachmärkte mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten geschaffen werden, die an dieser Stelle aufgrund der günstigen Verkehrszentralität und der städtebaulich günstigen Lage zum Siedlungsschwerpunkt der Stadt Waltrop einen geeigneten Standort finden würden (siehe hierzu auch Kap. 5.5).

5.3 Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche

5.3.1 Empfehlungen zur Entwicklung des Hauptzentrums Waltrop-Innenstadt

Wie bereits erläutert, wird die Innenstadt mit der Funktion des Hauptzentrums der Stadt Waltrop nach den Zielvorgaben von § 24a LEPro NRW als einziger Standortbereich dazu privilegiert, großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten und gesamtstädtischen Versorgungsfunktionen aufzunehmen.

Innenstadt Waltrop als zentraler Versorgungsbereich mit der Funktionszuweisung „Hauptzentrum“

Dies bedeutet, dass innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zentrenrelevante Planvorhaben hinsichtlich ihrer Dimensionierung dann mit den Zielen der Landesplanung übereinstimmen, wenn weder in einzelnen Sortimentsbereichen noch insgesamt eine Umsatzleistung erreichen wird, die höher als die im Stadtgebiet Waltrop vorhandene Kaufkraft ist. Da das Regionale Einzelhandelskonzept hinsichtlich der Größendimensionierung zentrenrelevanter Vorhaben den selben Bewertungsmaßstab anlegt, könnte für Vorhaben, die die entsprechenden Umsatzgrenzen einhalten, auch der „Regionale Konsens“ unterstellt werden.

Tabelle 6: Mögliche Verkaufsflächengrößen zentrenrelevanter Planvorhaben bei Ausschöpfung landesplanerisch verträglicher Umsatzleistungen

Sortiment	Sortimentspezifische Kaufkraft	Mögliche Verkaufsfläche	
	(in Mio. €)	niedrige Flächenleistung (in qm)	hohe Flächenleistung (in qm)
Bekleidung/ Wäsche (1.500 bzw. 3.500 €/ qm)	14,1	9.400	4.000
Schuhe/ Lederwaren	3,3	2.200	950
Spielwaren/ Hobby/ Basteln (1.500 bzw. 3.500 €/ qm)	3,6	2.400	1.000
Sportartikel (1.500 bzw. 3.500 €/ qm)	2,4	1.600	700
Elektroniksortimente (5.000 bzw. 8.500 €/ qm)	13,0	2.600	1.500

Quelle: BBE Marktforschung; eigene Erhebungen und Berechnungen

Um die Größenordnung von damit aus Sicht der Landesplanung verträglicher und regional konsensfähiger Planungen zu verdeutlichen, sind in der nachfolgenden tabellarischen Übersicht für wichtige zentrenrelevante Leitbranchen die jeweils möglichen Verkaufsflächenobergrenzen aufgeführt (siehe Tabelle 6).

Dargestellt werden jeweils zwei Berechnungsvarianten. Variante 1 mit niedriger Flächenleistung gibt die maximal möglichen Verkaufsflächen für den Fall wieder, dass discountorientierte Fachmarktnutzungen geplant werden. In Variante 2 werden Flächenleistungen unterstellt, die bei einer Realisierung der Verkaufsflächen innerhalb eines innerstädtischen Einkaufszentrums unterstellt werden müssten.

Die Rechenbeispiele zeigen, dass die mit LEPro 24a NRW definierten Ziele zur Größenbegrenzung möglicher Einzelhandelsplanungen Spielräume vorgeben, die keine Einschränkungen von standortseitig in der Waltroper Innenstadt möglichen Entwicklungen erwarten lassen.

Einordnung der Waltroper Innenstadt in das regionale Zentrennetz

Das Regionale Einzelhandelskonzept, Fortschreibung 2007, formuliert Kriterien zur Einstufung der Innenstädte und Stadtteilzentren in ein regionales Zentrennetz.

Die Innenstadt von Waltrop wurde dabei als C-Zentrum eingestuft. Diese Einstufung wird durch die vorliegende Analyse bestätigt, denn

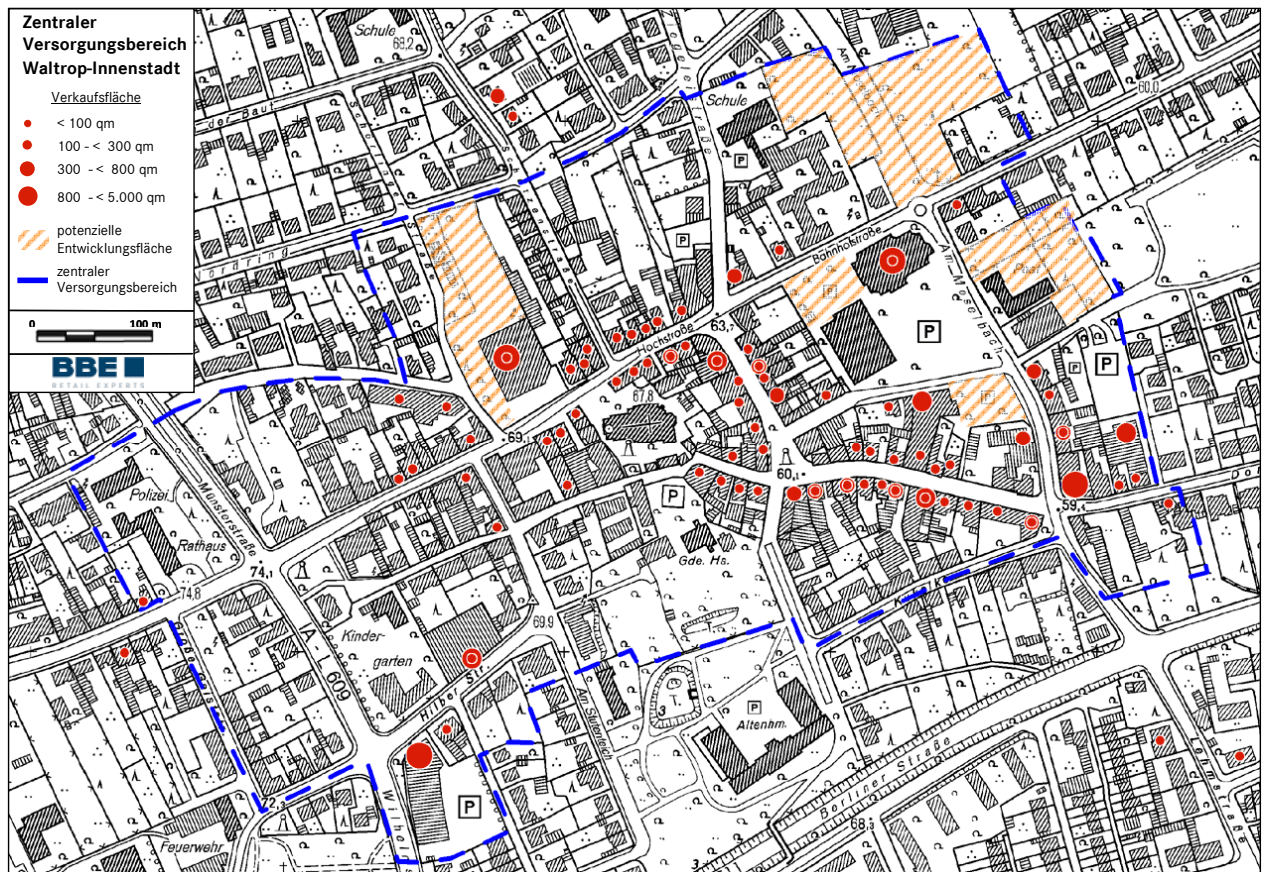
- mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 12.500 qm wird die vorgegebene Mindestgröße (mindestens 10.000 qm) überschritten,
- die in der Waltroper Innenstadt ansässigen Betriebe mit mehr als 500 qm Verkaufsfläche verfügen zusammen über rd. 7.100 qm (REHK-Kriterium: mindestens 5.000 qm),
- aufgrund des geschlossenen Geschäftsbesatzes und der hohen Einzelhandelsdichte im verkehrsberuhigten bzw. als Fußgängerzone gestalteten Hauptgeschäftsbereich werden auch die qualitativen Kriterien erfüllt.

Räumliche Festlegung des Hauptzentrums Innenstadt

Mit der Fortschreibung des Regionalen Einzelhandelskonzepts wurde bereits eine räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs regional abgestimmt. Diese Abgrenzung beruht auf dem GMA-Innenstadtkonzept 2003, mit dem die Waltroper Innenstadt einer fundierten städtebaulichen Analyse unterzogen wurde.

Dieser Abgrenzungsvorschlag wird vom vorliegenden Zentrenkonzept übernommen (siehe Abbildung 14).

Abbildung 14: Abgrenzung des Hauptzentrums Waltrop-Innenstadt und potenzielle Entwicklungsflächen



Quelle: Eigene Erhebungen; Stadt Waltrop; Regionales Einzelhandelskonzept

Potenzielle Entwicklungsflächen mit Standorteignung für den Einzelhandel in der Waltroper Innenstadt

Die Analyse der Einzelhandelsstrukturen in der Waltroper Innenstadt zeigte auf, dass innerhalb der gewachsenen Strukturen der Hauptgeschäftslagen keine größeren Flächenpotenziale für die Integration weiterer Einzelhandelsbetriebe gegeben sind.

Vor diesem Hintergrund wurden in den letzten Jahren bereits differenzierte städtebauliche Analysen vorgenommen, die sich mit der Entwicklungseignung unterschiedlicher Areale in der Innenstadt befassten und größtenteils sehr konkrete Aussagen zu deren Nutzungspotenzialen getroffen haben.

Wichtigstes Planungsziel war dabei, Flächenpotenziale für den kundenfrequenzstarken Lebensmittel-einzelhandel zu identifizieren, um den an der Bahnhofsstraße ansässigen Edeka Supermarkt am Standort Innenstadt zu halten und dem Betrieb eine Neukonzeption auf vergrößerter, zeitgemäßer Verkaufsfläche zu ermöglichen.

Die vorliegenden Analysen und Planentwürfe¹⁵ werden wie folgt bewertet:

- Pläne von Bruch-Kunath weisen nach, dass die bestehende Verkaufsfläche des Supermarktes unter **Nutzung des westlich anschließenden städtischen Parkplatzes** auf eine Verkaufsfläche von rd. 1.600 qm erweitert werden könnte. Die Erschließung des Gebäudes würde weiterhin von der Südseite über den Raiffeisenplatz erfolgen.

Die Planung belegt, dass an diesem Standort weitere Verkaufsflächen in einer Größenordnung von bis zu 800 qm geschaffen werden können. Zu bedenken ist allerdings, dass der im Erweiterungsfall realisierbare Grundriss aufgrund seiner langgestreckten Form den Anforderungen eines Lebensmittel-Vollsortimentsbetriebs an die Ladenraumgestaltung nur unzureichend entsprechen würde.

Alternativ könnte das erweiterte Objekt jedoch mit zwei unterschiedlichen Nutzern belegt werden, die jeweils über Verkaufsflächen von rd. 800 qm verfügen würden. Damit wären an diesem Standort auch größere Fachmarktnutzungen mit zentrenrelevanten Sortimenten in wettbewerbsfähigen Größen zu integrieren.

¹⁵ Folgende Planungen wurden ausgewertet: Econ-Consult: Profilierungskonzept Waltrop, Köln 1999; GMA: Innenstadtkonzept, Köln 2003; Scheuven + Wachten: Masterplan Innenstadt, Dortmund, 2004; verschiedene Planungen der Edeka Handelsgesellschaft Rhein-Ruhr, Moers 2005; Bruch-Kunath-Architekten: Planung zur Erweiterung des Wohn- und Geschäftshauses Bahnhofstraße 20, Birkenwerder 2005; Architekturbüro Oedenwaller: Planung „Am Moselbach“, Dortmund 2005.

- Der Masterplan Innenstadt Waltrop zeigt mit der von den Gutachtern präferierten Variante 3b auf, dass bei **Überbauung des heute von der Stadthalle belegten Grundstücks** unter Einbeziehung des Nordparkplatzes an der Bahnhofstraße insgesamt bis zu 2.300 qm Verkaufsfläche geschaffen werden könnten. Dazu wäre allerdings ein Stadthallen-Neubau auf dem Herne-Bay-Platz südlich der Isbruchstraße erforderlich.
- Für den **Bereich östlich des Straßenzuges „Am Moselbach“** wurden bereits unterschiedliche Planungen mit dem Ziel erarbeitet, die Standortvoraussetzungen für die Integration eines Lebensmittel-Vollsortimenters mit mindestens 1.500 qm Verkaufsfläche zu schaffen. Die Zufahrt würde dabei über das nördlich an die Post angrenzende Grundstück erfolgen. Die Verkaufsflächen des Supermarktes würden im rückwärtigen Bereich von Post und Volksbank unter Nutzung von Teilflächen des Moselbach-Parks erfolgen. Damit wäre auch die Möglichkeit verbunden, einen größeren Kundenparkplatz von bis zu rd. 100 Stellplätzen zu errichten.

Die Realisierung einer dieser Planvarianten böte den Vorteil, dass nicht nur zusätzliche Verkaufsflächen geschaffen würden, sondern darüber hinaus auch der Raiffeisenplatz als wichtigster Besucherparkplatz der Innenstadt von der Stellplatznachfrage des kundenfrequenzstarken Lebensmittelmarktes entlastet würde.

Darüber hinaus bestünde im Realisierungsfall die Möglichkeit, den heute von Edeka genutzten Verkaufsraum mit anderen zentrentypischen Nutzungen zu belegen.

- Im **Umfeld des Woolworth-Kaufhauses** befinden sich einige mindergenutzte Grundstückflächen. Das GMA-Innenstadtkonzept empfiehlt in diesem Bereich eine Nutzungsverdichtung, um in ergänzender Bebauung zum bestehenden Kaufhaus weitere Ladenflächen zu schaffen.
- Im **Bereich „Am Moselbach“ nördlich der Bahnhofstraße** befinden sich größere Freiflächen, die ursprünglich für die Errichtung einer nördlichen Innenstadterschließung vorgesehen waren. Diese Planung wird nicht mehr weiter verfolgt.
- Dieser Standortbereich ist für die Aufnahme zusätzlicher Einzelhandelsnutzungen aufgrund seiner Lagebeziehungen zu den bestehenden Geschäftslagen der Innenstadt sehr gut geeignet. Voraussetzung ist allerdings die Einbeziehung der östlich an den Straßenzug Am Moselbach angrenzenden privaten Grundstücke.

Zusammenfassend ist somit festzustellen, dass die Waltroper Innenstadt unter dem Vorbehalt, dass die großteils in Privatbesitz befindlichen Grundstücke für eine Flächenentwicklung aktiviert werden können, innerhalb der Grenzen des vorgeschlagenen zentralen Versorgungsbereichs über ausreichende Flächenpotenziale verfügt, um den heutigen Branchenmix zu stabilisieren und weiter zu entwickeln.

Empfehlungen zur Verbesserung des Branchenmixes

Die Analyse der Nutzungsstrukturen in der Waltroper Innenstadt kamen unter anderem zu dem Ergebnis, dass der Betriebsformenmix vom kleinteiligen Einzelhandel dominiert wird und fast 80 % der Ladenlokale über maximal 100 qm Verkaufsfläche verfügen. Vor diesem Hintergrund wird es erforderlich, ergänzend zum Bestand zusätzliche Flächenpotenziale für größere Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt zu erschließen.

Von besonderer Priorität ist dabei, wettbewerbsfähige Standorte für den Lebensmittel Vollsortiments-einzelhandel in der Innenstadt zu erschließen. Denn die Funktionsfähigkeit der Waltroper Innenstadt wird auch zukünftig von ihrer Attraktivität im Bereich des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels bestimmt werden.

Aus diesem Zusammenhang erklärt sich die Empfehlung der Gutachter, neben der Innenstadt und dem Nebenzentrum Waltrop-Ost keine weiteren Nahversorgungszentren im Stadtgebiet auszuweisen und damit weitere Standortbereiche für den großflächigen Lebensmitteleinzel zu öffnen.

Mit Blick auf die heutigen Angebotsstrukturen wären darüber hinaus insbesondere folgende Angebots-ergänzungen wünschenswert:

- Während die wichtige Leitbranche **Bekleidung/ Wäsche** in der Innenstadt vergleichsweise kompetent vertreten ist, sind in anderen zentrenrelevanten Sortimente teilweise ausgeprägte Defizite zu erkennen.
- Angebotsergänzungen sind im Bereich **Sportartikel** erforderlich, da sich hier der heute nur ein geringer Besatz findet. Größere, filialisierte Fachgeschäfte sind heute mit Verkaufsflächen ab ca. 300 qm tragfähig zu betreiben. Als Beispiel können die Sportfachgeschäfte bzw. Sportfachmärkte der Verbundgruppen Intersport oder Sport 2000 genannt werden, die auch in Mittelstädten von selbstständigen Einzelhändlern auf bis zu 700 qm realisiert werden.
- Das **Spielwaren**angebot in der Waltroper beschränkt sich heute im Wesentlichen auf die Fachabteilung des Woolworth-Kaufhauses. Die Ansiedlung eines Fachgeschäftes - auch in Verbindung mit komplementären Warengruppen (Schreibwaren, Bücher, Bastelbedarf) - ist zu empfehlen.
- Im Bereich **Unterhaltungselektronik/ Elektrogeräte** werden die vorhandenen Potenziale in Waltrop bei weitem nicht abgeschöpft. Das Angebot beschränkt sich in der Waltroper Innenstadt im Wesentlichen auf zwei, allerdings kompetente Fachgeschäfte sowie mehrere Mobilfunkanbieter. Vor diesem Hintergrund sehen die Gutachter Chancen für eine Erweiterung des Angebotes, speziell in Verbindung mit dem Bereich Foto und hochwertigen Hausgeräten. Voraussetzung wäre allerdings die Erschließung einer größeren Verkaufsfläche in der Größenordnung von ca. 800 bis ca. 1.200 qm mit günstiger Erreichbarkeit und im Standortverbund mit weiteren kundenfrequenzstarken Nutzern.

5.3.2 Empfehlungen zur Entwicklung des Nahversorgungszentrums Waltrop-Ost

Die Gutachter schlagen vor, das Nebenzentrum Waltrop-Ost mit der Funktion eines Nahversorgungszentrums zu belegen. Nach den Zielvorgaben von § 24a LEPro NRW würde damit das Zentrum als einziger Standortbereich neben dem Hauptzentrum dazu privilegiert, großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten aufzunehmen, sofern diese sich in ihren Versorgungsfunktionen auf die Stadtteilebene beschränken.

Abbildung 15: Abgrenzung Nahversorgungszentrum Waltrop-Ost



Quelle: Eigene Erhebungen; eigene Darstellung

Nebenzentrum Waltrop-Ost als zentraler Versorgungsbereich mit der Funktionszuweisung „Nahversorgungszentrum“

Aus Sicht der Gutachter ist dem Nahversorgungszentrum Waltrop-Ost das östliche Waltroper Stadtgebiet funktional zuzuordnen. In diesem Teilraum (statistische Bezirke Alte Kolonie, Neue Kolonie/ Mosebachtal, Industriegebiet Im Wirrigen, Holthausen-Lippe) leben aktuell ca. 7.500 Einwohner.

In dem so definierten Nahversorgungsbereich steht ein sortimentsspezifisches Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel in einer Größenordnung von ca. 11,5 Mio. € zur Verfügung. Diese Potenzialbasis definiert somit die aus landesplanerischer Sicht verträgliche Umsatz-Obergrenze eines möglichen Planvorhabens mit Lebensmitteln im Kernsortiment.

Räumliche Festlegung des Nahversorgungszentrums Waltrop-Ost

Die Gutachter schlagen vor, die räumliche Abgrenzung des Nahversorgungszentrums auf die bestehende Geschäftslage entlang der Dortmunder Straße zu beschränken. Wie die Abbildung 15 illustriert, wird das Grundstück des neu errichteten Plus Discountmarktes in den Abgrenzungsentwurf einbezogen.

Als westliche Grenze wird das Eckgrundstück Dortmunder/ Berliner Straße in das Versorgungszentrum einbezogen. Wie bereits vom GMA-Innenstadtkonzept 2003 dargelegt, ist das Areal für die Aufnahme zusätzlicher Einzelhandelsnutzungen mit Nahversorgungsbezug geeignet. Auch aus städtebaulicher Sicht wäre eine Bebauung in diesem Bereich wünschenswert, um dem Zentrum Waltrop-Ost einen definierten baulichen Abschluss auch an der Westseite geben zu können.

5.4 Empfehlungen zur Sicherung und Stärkung der Nahversorgung

Neben den im räumlichen Zusammenhang der zentralen Versorgungsbereiche Innenstadt ansässigen nahversorgungsrelevanten Betrieben sind im Stadtgebiet Waltrop mehrere Lebensmittelbetriebe ansässig, denen wichtige Aufgaben der wohnungsnahen Versorgung zufallen.

Dies trifft insbesondere auf den Rewe Supermarkt im Wohngebiet **Egelmeer** zu, der aufgrund seiner wohngebietsintegrierten Lage heute als Hauptfunktionsträger der Nahversorgung in diesem Bereich zu sehen ist. Zu beachten ist allerdings, dass der Betrieb mit rd. 750 qm eine bezogen auf die Betriebsform des Supermarktes vergleichsweise geringe Verkaufsfläche aufweist. Sollten seitens des Betreibers Bestrebungen bekannt werden, den Betrieb zu vergrößern, sollten diese von der Stadt Waltrop intensiv gefördert werden. U. a. wäre dabei zu prüfen, ob auch bei einer Überschreitung der Verkaufsflächengröße von 800 qm auf die Ausweisung eines Sondergebietes im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO verzichtet werden kann. Denn die zentrale Lage innerhalb eines Wohngebiets ohne Sichtbeziehung zu einer Hauptverkehrsstraße liefert den Ansatz, eine atypische Fallgestaltung unter Hinweis auf die besonderen städtebaulichen Rahmenbedingungen geltend zu machen.

Aufgrund seiner integrierten Lage und der sich daraus ergebenden Bedeutung für die Versorgung umliegender Wohnquartiere übernimmt der Discounterstandort von **Lidl am Hirschkamp-Stadion** eine wichtige Ergänzungsfunktion für die wohnungsnahen Versorgung. Eine Ausweitung der Verkaufsflächen an diesem Standort wird jedoch nicht empfohlen, um unverträglichen Standortkonkurrenzen zur Waltroper Innenstadt vorzubeugen.

Schließlich sehen die Empfehlungen des Gutachters vor, die für die Ausweisung als **Mischgebiet** vorgesehenen Teilbereiche des geplanten „**Service- und Gewerbeparks Leveringhäuser Feld**“ entlang der Leveringhäuser Straße mit der Funktion eines „Ergänzungsstandorts Nahversorgung (Planung)“ zu versehen. Aus Sicht der Gutachter könnte hier ein **nicht-großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment** angesiedelt werden. Dieser Betrieb fände an diesem Standort günstige Rahmenbedingungen vor. Aus städtebaulicher Sicht brächte eine Ansiedlung den Vorteil, dass das Nahversorgungsangebot für die Wohngebiete Klöcknersiedlung, Egelmeer und Altenbruch verbessert würde. Zu betonen ist allerdings, dass der Ansiedlung mehrerer nahversorgungsrelevanter Betriebe durch entsprechende Bebauungsplanfestsetzungen unbedingt vorgebeugt werden sollte, um die „schleichende“ Entwicklung eines weiteren Nebenzentrums definitiv auszuschließen.

5.5 Empfehlungen zur Entwicklung des zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandels

Aus den Ergebnissen der Situationsanalyse ist abzulesen, dass die Stadt Waltrop im Bereich der nicht-zentrenrelevanten Nutzungen stark ausgeprägte Angebotsdefizite zu verzeichnen hat. Angebotsergänzungen wären insbesondere im Bereich Bau- und Gartenbedarf wünschenswert. Aktuell steht der in diesem Marktsegment im Stadtgebiet Waltrop verfügbaren Kaufkraft von rd. 16 Mio. € ein Umsatz von lediglich rd. 3 Mio. € gegenüber, so dass per Saldo ein Kaufkraftabfluss von rd. 13 Mio. € zu verzeichnen ist.

Auch unter Berücksichtigung der Tatsache, dass der Hornbach-Baumarkt in Datteln zwischenzeitlich vollständig am Markt etabliert ist und die Ansiedlungspotenziale am Standort Waltrop einschränkt, sehen die Gutachter Chancen zur Ansiedlung eines wettbewerbsfähigen Bau- und Gartenmarktes in Waltrop.

Ein geeigneter Standort fände sich im Gebiet des geplanten „Service- und Gewerbeparks Leveringhäuser Feld“, der günstige Voraussetzungen für die Ansiedlung eines Bau- und Gartenmarktes bietet. Hierzu sei auch auf die Ergebnisse einer Verträglichkeitsuntersuchung¹⁶ aus dem Jahre 2002 verwiesen, die die Raumverträglichkeit eines Bau- und Gartenmarktes mit bis zu 10.000 qm Verkaufsfläche nachgewiesen hat.

Zum jetzigen Zeitpunkt sehen die Planungen der Stadt Waltrop aufgrund einer ausgeprägten Nachfrage nach Gewerbeflächen jedoch vor, in diesem Standortbereich auf die Integration großflächiger Einzelhandelsbetriebe zu verzichten und im Gewerbepark kleinteiligen Gewerbenutzungen den Vorzug zu geben.

Als Ergänzungsstandort für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten wird deshalb das Areal des ehemaligen Musshoff-Möbelhauses vorgeschlagen. Hier besteht heute Baurecht für den Möbeleinzelhandel mit rd. 6.000 qm Verkaufsfläche. Im Zuge einer Überplanung könnte hier Planungsrecht für Fachmärkte mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten geschaffen werden, die an dieser Stelle aufgrund der günstigen Verkehrszentralität und der städtebaulich günstigen Lage zum Siedlungsschwerpunkt der Stadt Waltrop einen geeigneten Standort finden würden. Als mögliche Nutzer kommen beispielsweise spezialisierte Anbieter rund um das Thema infrage, wie z.B. Warengruppen-Spezialisten aus dem Möbeleinzelhandel oder ein Fachmarkt für Bodenbeläge.

¹⁶ Econ-Consult: Verträglichkeitsuntersuchung zur geplanten Ansiedlung eines Bau- und Gartenmarktes im Gewerbepark Leveringhäuser Feld in der Stadt Waltrop. Köln 2002.

5.6 Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

Die Umsetzung der vorgeschlagenen Zentrenkonzeption erfordert einen maßvollen Einsatz planungsrechtlicher Steuerungsinstrumente. Denn nur so wird es gelingen, die aus unternehmerischer Sicht am Standort Waltrop zusätzlich wettbewerbsfähigen Einzelhandelsnutzungen auf diejenigen Standorte zu lenken, die sich aus städtebaulicher Sicht bestmöglich in das Siedlungsgefüge einordnen.

Vor diesem Hintergrund werden im Folgenden grundlegende Empfehlungen zur planungsrechtlichen Steuerung des Einzelhandels ausgesprochen.

5.6.1 Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente

Vorrangiges Ziel für Ansiedlungsvorhaben von Einzelhandelsbetrieben mit Umsatzschwerpunkten bei **zentrenrelevanten Sortimenten** sollte es nach dem vorgeschlagenen Standortkonzept sein, diese weitgehend in den zentralen Versorgungsbereich der Waltroper Innenstadt einzubinden. Die resultierende Kundenfrequenz soll der Belebung der Hauptgeschäftslagen dienen und diese weiter stärken.

Zentrenrelevante 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 zentrenrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzzumlenkungen und daraus resultierenden Verdrängungseffekten in der Innenstadt führen kann.

Die Einstufung als "zentrenrelevantes Sortiment" setzt allerdings nicht voraus, dass ein Sortiment bereits in einer Innenstadt vertreten ist. Dies bedeutet, dass auch Sortimente als zentrenrelevant 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 zentrenrelevanter Sortimente anzusehen sind:

- eine hohe Verbundwirkung mit anderen Sortimenten
- eine hohe Beratungsintensität
- eine hohe Flächenproduktivität
- eine gute Handlichkeit bzw. geringe Sperrigkeit (weshalb sie nicht nur mit dem Pkw transportierbar sind)

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

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 zentrenrelevanten 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 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 Waltrop ist dies der Fall. So sind beispielsweise die Lebensmittelmärkte Edeka und Plus sowie die Drogeriemärkte dm, Rossmann und Ihr Platz als wesentliche Magnetbetriebe in der Innenstadt zu betrachten. Insofern weisen nahversorgungsrelevante Waren für die Stadt Waltrop auch eine hohe Zentrenrelevanz auf.

In der Vergangenheit wurden bundesweit von verschiedenen Kommunen, Planungsbehörden und Trägern öffentlicher Belange Sortimentslisten entwickelt, in denen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente auf Basis grundsätzlicher Überlegungen definiert wurden (u. a. „Kölner Liste“).

Eine allgemeingültige Aufstellung genügt jedoch der aktuellen Rechtsprechung zufolge nicht den Anforderungen, die etwa an textliche Festsetzungen im Rahmen der Bauleitplanung zu stellen sind. Sollen zum Schutz des Innenstadtbereiches bestimmte Warensortimente an nicht integrierten Standorten

ausgeschlossen werden, bedarf es beispielsweise nach Ansicht des OVG Münster ausdrücklich einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation.

Dabei gibt es erfreulicherweise keine grundsätzlichen Zweifel daran, dass das Ziel der Erhaltung der Attraktivität und der Einzelhandelsfunktion einer Innenstadt zur städtebaulichen Rechtfertigung des Ausschlusses von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten herangezogen werden darf¹⁷.

Mit der Novellierung des LEPro NRW ist den Kommunen die Aufgabe zugewiesen worden, zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente eigenverantwortlich festzulegen. Allerdings sind dabei die in Anlage zum neu eingefügten § 24 a benannten „zentrenrelevanten Leitsortimente“ zu beachten, die damit als Ziel der Landesplanung zu interpretieren sind.

Demzufolge sind folgende Sortimentsgruppen grundsätzlich als **zentrenrelevant** definiert:

- Bücher, Zeitschriften, Papier, Schreibwaren
- Bekleidung, Lederwaren, Schuhe
- Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Elektrohaushaltswaren (Kleingeräte)
- Foto, Optik
- Haus- und Heimtextilien, Haushaltswaren, Einrichtungszubehör (ohne Möbel)
- Uhren, Schmuck
- Spielwaren, Sportartikel

Der neue § 24 a LEPro NRW verzichtet auf die Vorgabe nahversorgungsrelevanter Sortimente, die in jedem Fall von den Kommunen zu bestimmen sind.

Für einen großen Teil des gesamten Sortimentsspektrums ist die Zentrenrelevanz unter Würdigung der oben skizzierten Kriterien demnach unstrittig. Weiter gehende Festlegungen können und sollten unter Würdigung der ortsspezifischen Gegebenheiten getroffen werden.

Um die Leitsortimente § 24 a LEPro NRW definitorisch eindeutig zu bestimmen, wurde mit der Fortschreibung des Regionalen Einzelhandelskonzept vorgeschlagen, die Definition der Einzelhandelssortimente auf die Klassifikation der Wirtschaftszweige (Stand 2003) zu stützen.

Für die „Übersetzung“ der in Anlage zum neuen § 24 a LEPro aufgeführten „zentrenrelevanten Leitsortimente“ in diese Systematik wurde folgende Gegenüberstellung vorgeschlagen:

¹⁷ Vgl. Schmitz / Federwisch (Hrsg.): Einzelhandel und Planungsrecht (2005), S. 165

Zentrenrelevante Sortimente (nach § 24 a LEPro)

- **Bücher, Zeitschriften, Papier, Schreibwaren**
Papierwaren/ Büroartikel/ Schreibwaren (aus WZ-Nr. 52.47.1)
Bücher und Fachzeitschriften (WZ-Nr. 52.47.2)
Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen (WZ-Nr. 52.47.3)
- **Bekleidung, Lederwaren, Schuhe**
Bekleidung, Bekleidungszubehör, Kürschnerwaren (WZ-Nr. 52.42)
Schuhe, Leder- und Täschnnerwaren (WZ-Nr. 52.43)
- **Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Elektrohaushaltswaren (Kleingeräte)**
Geräte der Unterhaltungselektronik und Zubehör (WZ-Nr. 52.45.2)
Computer, Computerteile, periphere Einheiten, Software (WZ-Nr. 52.49.5)
Telekommunikationsendgeräte und Mobiltelefone (WZ-Nr. 52.49.6)
Elektrische Haushaltsgeräte und elektrotechnische Erzeugnisse (WZ-Nr. 52.45.1)¹⁸
- **Foto, Optik**
Augenoptiker (WZ-Nr. 52.49.3)
Foto- und optische Erzeugnisse (WZ-Nr. 52.49.4)
- **Haus- und Heimtextilien, Haushaltswaren, Einrichtungszubehör (ohne Möbel)**
Haushaltstextilien, Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten,
Meterware für Bekleidung und Wäsche (WZ-Nr. 52.41)
nicht elektrische Haushaltsgeräte, Koch-, Brat- und Tafelgeschirre, Schneidwaren, Bestecke (aus WZ-Nr. 52.44.33)
Keramische Erzeugnisse und Glaswaren (WZ-Nr. 52.44.4)
Heimtextilien (WZ-Nr. 52.44.7)
Wand- und Deckenleuchten, Standleuchten, Tischleuchten (aus WZ-Nr. 52.44.2)¹⁹
- **Uhren, Schmuck**
Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck (WZ-Nr. 52.48.5)
- **Spielwaren, Sportartikel**
Spielwaren (WZ-Nr. 52.48.6)
Sportartikel ohne Campingartikel, Campingmöbel, Sport- und Freizeitboote, Yachten
(aus WZ-Nr. 52.49.8)

Im Rahmen des Regionalen Einzelhandelskonzepts wurden darüber hinaus weitere Sortimentsgruppen als zentrenrelevant oder nahversorgungsrelevant eingestuft. Dabei wurden einige Sortimente hervorgehoben, die nicht im gesamten Kooperationsraum als zentrenrelevant zu betrachten sind.

¹⁸

In Anlehnung an die weiter differenzierte Klassifizierung der Wirtschaftszweige nach NACE ist die Gruppe „524512 - EH mit Öfen, Herden, Kühlschränken, Waschmaschinen“ auszuschließen, da es sich bei diesen Gütern nicht um „Kleingeräte“ handelt.

¹⁹

Abweichend zur Sortimentsliste des Regionalen Einzelhandelskonzept wird hier die Warengruppe „Wohnraumleuchten“ dem Einrichtungszubehör und nicht den Elektrohaushaltswaren zugerechnet.

Von den Vorschlägen des Regionalen Einzelhandelskonzepts ausgehend, wird auch für die Stadt Waltrop eine differenzierte Sortimentsliste vorgeschlagen, die nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante und nicht-zentrenrelevante Warengruppen unterscheidet. Übertragen auf die Stadt Waltrop ist die vom Regionalen Einzelhandelskonzept vorgeschlagene Sortimentszuordnung wie folgt zu beurteilen:

Nahversorgungsrelevante Sortimente

Wie bereits erläutert, werden die Kriterien für die Nahversorgungsrelevanz von Nahrungs- und Genussmitteln sowie Drogeriewaren auch in Waltrop erfüllt. Sie decken den Grundbedarf jedes Haushaltes ab und werden häufig eingekauft. Wie auch in den anderen Städten des Kooperationsraums gelten diese Merkmale eingeschränkt auch für Tierfutter, das aus diesem Grund auch als typisches Randsortiment von Lebensmittel-Anbietern geführt wird.

Zentrenrelevante Sortimente

Die aus Sicht des Regionalen Einzelhandelskonzepts als uneingeschränkt zentrenrelevant identifizierten Sortimente – darunter insbesondere Bekleidung, Schuhe, Spielwaren, Sportartikel und Elektronikwaren – erfüllen auch in der Stadt Waltrop die oben skizzierten Kriterien für eine Zentrenrelevanz. Sie sind in der Innenstadt, teilweise auch im Nebenzentrum Waltrop-Ost (z. B. Schreibwaren, Bekleidung, Spielwaren, Computer) bereits heute vertreten.

Die in der regionalen Sortimentsliste als „optional zentrenrelevant“ dargestellten Sortimente Teppich-erzeugnisse, Zoobedarf, Fahrräder und Campingartikel sind in den Waltroper Zentren allenfalls als saisonale Aktionswaren oder als eingeschränktes Nebensortiment vertreten und deshalb aus Sicht der Gutachter den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zuzurechnen.

Nicht zentrenrelevante Sortimente

Die hier aufgelisteten Sortimente – darunter beispielsweise Möbel, Bau- und Heimwerkerbedarf, Gartenbedarf und Kfz-Teile – erfüllen die oben skizzierten Kriterien für eine Zentrenrelevanz nicht.

Zusammengefasst ergibt sich nach den Empfehlungen der Gutachter für die Stadt Waltrop folgende Sortimentsliste:

Abbildung 16: Waltroper Liste zur Definition der nahversorgungsrelevanten, zentren- sowie nicht-zentrenrelevanten Sortimente (Stand 20.10.08) sowie Überarbeitung nach Stellungnahme der Bez.-Reg. Münster v. 17.11.08

WZ 2003	Bezeichnung
nahversorgungsrelevante Sortimente	
52.11.1, 52.2	Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren, Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln
52.31.0	Apotheken
52.33.2	Drogerieartikel
52.49.1	Blumen (Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen)
52.49.2	Heim- und Kleintierfutter
zentrenrelevante Sortimente (ohne räumliche Differenzierung)	
52.32.0	medizinische u. orthopädische Artikel
52.33.1	kosmetische Erzeugnisse u. Körperpflegemittel
52.47.1	Schreib- u. Papierwaren, Büroartikel
52.47.2	Bücher u. Fachzeitschriften
52.47.3	Unterhaltungszeitschriften u. Zeitungen
52.42	Bekleidung, Bekleidungszubehör, Kürschnerwaren
52.43	Schuhe, Leder- u. Täschnerwaren
52.41	Haushaltstextilien, Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten, Meterware für Bekleidung u. Wäsche
	Einrichtungszubehör (ohne Möbel):
	52.44.7 Heimtextilien (Raumdekoration, Bettwaren, Matratzen)
	52.48.2 Kunstgegenstände, Bilder, Spiegel, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen, Geschenk-artikel
	52.44.2 Wohnraumleuchten (Wand- u. Deckenleuchten, Standleuchten, Tischleuchten)
52.48.6	Spielwaren, Bastelbedarf
52.49.8	Sportartikel, Waffen- und Jagdbedarf
52.46.2	Unterhaltungselektronik u. Zubehör, Tonträger
52.49.5	Computer, Computerteile u. Software
52.49.6	Telekommunikationssendegeräte u. Mobiltelefone
52.49.4	Foto- u. optische Erzeugnisse, Akustische Erzeugnisse
aus 52.45.1	Elektrische Haushaltsgeräte und elektrotechnische Erzeugnisse (ohne Großgeräte wie Herde, Kühlschränke, Spülmaschinen und Waschmaschinen)
52.45.3	Musikinstrumente u. Musikalien (außer Großinstrumente)
52.44.3	Haushaltsgegenstände (nicht elektrische Haushaltsgeräte, Koch-, Brat- und Tafelgeschirre, Schneidwaren, Bestecke)
52.44.4	keramische Erzeugnisse u. Glaswaren
52.48.5	Uhren, Edelmetallwaren u. Schmuck
52.50.1	Antiquitäten u. antike Teppiche
nicht-zentrenrelevante Sortimente	
52.44.1	Wohnmöbel aller Art, Badezimmereimöbel, Einbauküchen, Küchenmöbel, Büromöbel, Garten- u. Campingmöbel
52.44.6	Holz-, Kork-, Flecht- u. Korbwaren
	Einrichtungszubehör:
	52.44.7 Heimtextilien (Teppicheerzeugnisse)
aus 52.45.1	elektrische Haushaltsgeräte – Großgeräte (u. a. Herde, Kühlschränke, Spülmaschinen und Waschmaschinen)
	Bau- u. Heimwerkerbedarf (Bauelemente, Werkstoffe, Baustoffe, Fliesen, Holz, Werkzeuge, Beschläge, Rollläden, Gitter, Rollos, Markisen, Bad- u. Sanitätseinrichtungen u. Zubehör, Elektroartikel, u. a. Kabel, Antennen, Batterien, Kompressoren)
aus 52.45.3	Musikinstrumente (Großinstrumente wie Klaviere, Kontrabässe, Celli)
52.46.1	Eisen-, Metall- u. Kunststoffwaren
52.46.2	Anstrichmittel (Farben, Lacke)
52.48.1	Tapeten u. Bodenbeläge
52.49.1	Pflanzen u. Saatgut, Pflanzengefäße Erde, Torf, Pflege- u. Düngemittel, Gartengeräte, Rasenmäher, Gartenhäuser, Zäune, Teichbau
52.49.2	zoologischer Bedarf u. lebende Tiere (ohne Heim- u. Kleintierfutter)
52.49.7	Fahrräder, Fahrradteile u. -zubehör
52.49.8	Campingartikel (Zelte u. Zubehör), Reitsport, Angelbedarf
50.30.3	Einzelhandel mit Kraftwagenteilen u. Zubehör
50.40.3	Einzelhandel mit Krafträdern, Kraftradteilen u. Zubehör

Quelle: eigene Zusammenstellung im Rückgriff auf die Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2003)

5.6.2 Steuerung des Einzelhandels mit Umsatzschwerpunkten bei zentrenrelevanten Sortimenten

Um das Ziel einer weitgehenden Konzentration des zentrenrelevanten Einzelhandels auf die Ortsmitten zu erreichen, wird der Stadt Waltrop mit dem vorliegenden Konzept unter anderem empfohlen, Ausschlussregelungen für die Standortbereiche außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zu treffen.

Dazu sind der Stadt Waltrop weitgehende Möglichkeiten gegeben:

Wie das Bundesverwaltungsgericht in seiner Entscheidung vom 4. Oktober 2001 klarstellt, lässt § 1 Abs. 9 BauNVO auch Sortimentsbeschränkungen des Einzelhandels zu, 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 Einzelhandelsbetriebe²⁰ begrenzt ist, die mit einer Geschossfläche von mehr als 1.200 qm der so genannten Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegen. Nach dem zitierten Urteil des OVG 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.

²⁰ Zur Definition der Großflächigkeit vgl. Ausführungen im folgenden Kapitel 5.6.3.

5.6.3 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 zentrenrelevanten 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 sowie an einem integrierten Standort und in integrierten städtebaulichen Strukturen geplant sind.

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 sich zur Grenze der Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben verbindlich geäußert. Demnach sind Einzelhandelsbetriebe großflächig im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr.2 BauNVO, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 qm überschreiten (Tatbestandsmerkmal, unabhängig von lokalen Gegebenheiten).

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.
- Ist innerhalb eines Gebäudes die Betriebsfläche baulich in mehrere selbstständig nutzbare betriebliche Einheiten unterteilt, bilden diese Einheiten gleichwohl einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO, wenn die Gesamtfläche durch einen Einzelhandelsbetrieb als Hauptbetrieb 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).

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 qm überschreitet.

Weist das Vorhaben mehr als 800 qm Verkaufsfläche, aber weniger als 1.200 qm Geschossfläche auf, ist die Genehmigungsbehörde darlegungspflichtig dafür, ob mit Auswirkungen zu rechnen ist. Bei mehr als 1.200 qm 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 wohnungsnahе Versorgung der Bevölkerung ausgehen.

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 Ortsteile, 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 qm Geschossfläche unter 800 qm 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 Ortsteile, 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.

In einem Bebauungsplan, der ein Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel festsetzt, kann die Stadt Festlegungen über die höchstzulässige Verkaufsfläche nach Quadratmetergrenzen treffen. Dabei kann sie –innerhalb der vom BauGB gesetzten Grenzen– die maximal zulässige Verkaufsfläche ohne Bindung an bestimmte Anlagetypen selbst bestimmen, um städtebauliche Fehlentwicklungen zu vermeiden. Zu beachten ist dabei, dass eine Abwägung mit den Eigentumsinteressen erfolgen muss und evtl. bereits bestehenden Einzelhandelsbetrieben Möglichkeiten für betriebsnotwendige Erweiterungen, Nutzungsänderungen und Erneuerungen einzuräumen sind.

5.6.4 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 zentrenrelevanten Sortimente erfolgen, die auf der vorab definierten Liste zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente basieren.

Bei großflächigen Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten hängt die städtebaulich verträgliche Obergrenze für zentrenrelevante Randsortimente jeweils von der Art und Größe des konkreten Vorhabens sowie auch von der örtlichen Situation ab.

Laut § 24a LEPro ist die Höchstgrenze für Vorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten an nicht integrierten Standorten auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche, max. jedoch auf 2.500 qm zu beschränken. Sollten zwei oder mehr Einzelhandelsvorhaben an einem Standort realisiert werden und beträgt deren Gesamtverkaufsfläche zusammen mehr als 50.000 qm, darf der Umfang der zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente insgesamt maximal 5.000 qm betragen.

5.6.5 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten

Eine Beschränkung von bestimmten, in einem Baugebiet an sich zulässigen Nutzungen ist der Stadt Waltrop 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 bestätigte²¹.

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.

²¹ Bay VGH, Normenkontroll-Urteil vom 23.05.1985, Nr. 2 N 83 A 1490.

Vor diesem Hintergrund wird der Stadt Waltrop empfohlen, Einzelhandelsbetriebe und sonstige Gewerbebetriebe mit Verkaufsflächen für den Verkauf an Endverbraucher in Gewerbegebieten durch geeignete Bebauungspläne auszuschließen, sofern sich das Kernsortiment aus zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten zusammensetzt. Zentrenrelevante Sortimente sollten nur als Randsortimente zulässig sein, die dem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnet und diesem im Angebotsumfang deutlich untergeordnet sind.

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

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

- 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.

5.6.6 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten

Zur Umsetzung des vorgeschlagenen Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes 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 eines Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes beruhen können.

Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass jeweils der Gebietscharakter gewahrt bleibt, was einem generellen Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen wohl entgegenstehen dürfte.

5.6.7 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 (UVP) und die Verwaltungsgerichtsordnung (VwGO) geändert worden.

Die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ist in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB als bei Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigender Belang ausdrücklich aufgenommen worden. Als zusätzliches planungsrechtliches Steuerungsmoment ist es nach § 9 Abs. 2a BauGB möglich, in einem Bebauungsplan für im Zusammenhang bebaute Ortsteile ohne Ausweisung von Baugebieten im Sinne der Baunutzungsverordnung die Zulässigkeit beschränkende Festsetzungen insbesondere zum Einzelhandel zu treffen, um zentrale Versorgungsbereiche zu erhalten und zu entwickeln.

Die Anwendung des neuen Steuerungsinstruments macht eine genaue Begründung erforderlich. Denn wie bereits in früheren Urteilen auch 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)²².

²² zitiert nach Schmitz, H: Die Novellierung des BauGB 2007 unter Berücksichtigung der spezifischen Berliner Planungsbedingungen, Berlin 2007.

Die vorliegende Untersuchung ist urheberrechtlich geschützt. Der Auftraggeber ist berechtigt, die Untersuchung an Dritte weiterzugeben, soweit dies mit dem Zweck der Untersuchung in unmittelbarem Zusammenhang steht. Darüber hinaus ist jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts, insbesondere Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe der Untersuchung nur mit vorheriger Zustimmung der BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung erlaubt.
