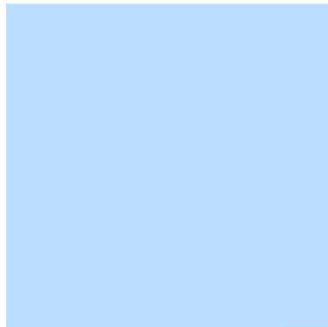


## **Stadt Marl**

Neuaufstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts

**Dipl.-Volksw. Angelina Sobotta**  
**M. A. Sozialwissenschaft Isabel Maniura**  
**Dipl.-Geogr. Timo Grebe**

Köln, Januar 2017



**Geschäftsführende  
Gesellschafter:**

Dipl.-Geogr. Ursula Mölders  
Stadt- und Regionalplanerin SRL  
Dipl.-Ing. Dominik Geyer  
Stadtplaner AK NW, Bauassessor  
Stadt- und Regionalplaner SRL

**Gesellschafter/Seniorpartner:**  
Dr. Paul G. Jansen

**Stadt- und Regionalplanung  
Dr. Jansen GmbH**

Neumarkt 49  
50667 Köln

Fon 0221 94072-0  
Fax 0221 94072-18

Handelsregister: HRB Köln 62236  
Umsatzsteuer-ID: DE 257979980

[info@stadtplanung-dr-jansen.de](mailto:info@stadtplanung-dr-jansen.de)  
[www.stadtplanung-dr-jansen.de](http://www.stadtplanung-dr-jansen.de)



## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>5</b>
1.1	Aufgabenstellung	5
1.2	Methodisches Vorgehen und Bearbeitungsablauf	5
<b>2</b>	<b>Übergeordnete Rahmenbedingungen</b>	<b>9</b>
2.1	Rechtliche Vorgaben	9
2.1.1	Bauplanungsrecht	9
2.1.2	Landesrecht Nordrhein-Westfalen	9
2.2	Allgemeine Entwicklungstendenzen im Einzelhandel	11
2.2.1	Entwicklungen auf der Angebotsseite	11
2.2.2	Entwicklungen auf der Nachfrageseite	12
2.2.3	Auswirkungen auf die Stadtentwicklung	13
2.3	Untersuchungsrelevante Rahmenbedingungen am Standort Marl	14
2.3.1	Lage im Raum und regionalplanerische Einstufung	14
2.3.2	Bevölkerungs- und Siedlungsentwicklung	15
2.3.3	Wirtschaftsstruktur und Arbeitsplätze	17
<b>3</b>	<b>Einzelhandelsstandort Marl</b>	<b>19</b>
3.1	Einzelhandelsausstattung und Leistungsfähigkeit	19
3.1.1	Verteilung nach Branchen und Teilräumen	19
3.1.2	Struktur und Verteilung großflächiger Einzelhandelsbetriebe	21
3.1.3	Bereinigte Einzelhandelsausstattung der Stadt Marl	22
3.1.4	Einzugsbereich und Kaufkraft	23
3.1.5	Zentralität des Marler Einzelhandels	25
3.1.6	Kaufkraftbewegungen in Marl	27
3.2	Einzelhandelsentwicklung in Marl seit 2008	31
3.3	Umsatzentwicklung und Verkaufsflächenbedarf bis zum Jahre 2025	32
3.4	Bewertung des Einzelhandelsstandorts Marl aus Bürgersicht	34
3.4.1	Einkaufshäufigkeit	35
3.4.2	Einkaufsorientierung	37
3.4.3	Bewertung des Marler Einzelhandelsstandorts	37
3.4.4	Veränderungswünsche für die Einkaufs- und Versorgungssituation in der Stadt Marl	39
3.4.5	Zwischenfazit	39
<b>4</b>	<b>Zentrenkonzept für die Stadt Marl</b>	<b>41</b>
4.1	Grundsätzliche Anmerkungen	41
4.1.1	Zentrenkonzept als räumliches Steuerungsinstrument	41
4.1.2	Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche	42
4.1.3	Bedeutung des Status „Zentraler Versorgungsbereich“	43
4.2	Zentrenhierarchie in Marl	44
4.2.1	Hauptzentrum Stadtkern Marl	45
4.2.2	Stadtteilzentrum Hüls	55

4.2.3	Nahversorgungszentrum Brassert	64
4.2.4	Nahversorgungszentrum Drewer	70
4.2.5	Nahversorgungszentrum Polsum	75
4.2.6	Nahversorgungszentrum Marl-Hamm	81
4.3	Marler Sortimentsliste	87
<b>5</b>	<b>Nahversorgungssituation</b>	<b>93</b>
<b>6</b>	<b>Sonstige Standorte</b>	<b>100</b>
6.1	Vorbemerkung	100
6.2	Dezentrale Standortagglomerationen	100
6.3	Sonstige integrierte Standortlagen	103
6.3.1	Alt-Marl	103
6.3.2	Sinsen-Lenkerbeck	103
<b>7</b>	<b>Ziele und Steuerungsvorgaben für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Marl</b>	<b>105</b>
7.1	Ziele der Einzelhandelsentwicklung und -steuerung	105
7.2	Empfehlungen zur Einzelhandelssteuerung	106
7.3	Ansiedlungsleitlinien	108
<b>8</b>	<b>Zusammenfassung der Untersuchung</b>	<b>111</b>

In dem nachfolgenden Text verwenden wir eine geschlechtsneutrale Sprache. Bei der konkreten Ansprache von Personen werden sowohl die weiblichen als auch die männlichen Personen genannt, z. B. „Bewohnerinnen und Bewohner“. Sollte aus Versehen oder aus Gründen der besseren Lesbarkeit an einigen Stellen nur die männliche Form, z. B. „Akteure“ gewählt sein, meinen wir aber immer auch die weiblichen Personen, nämlich die Akteurinnen. Selbstverständlich sind für uns immer Männer und Frauen gleichzeitig, gleichgestellt und chancengleich angesprochen.

Dieses Gutachten unterliegt dem Urheberrecht. Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung des Texts in Teilen oder als Ganzes sind nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt, soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart ist.



## 1 Einleitung

### 1.1 Aufgabenstellung

Im nördlichen Ruhrgebiet, im Übergang vom Ruhrgebiet zum Münsterland, liegt die Stadt Marl. Sie ist dem Kreis Recklinghausen zugeordnet und fungiert nach den Aussagen des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen als Mittelzentrum. Die Stadt profitiert von der guten Einbindung in das überregionale Verkehrsnetz, da die Autobahnen A 43, A 52 und B 225 ein Dreieck rund um den Siedlungskern bilden. Die gute Erreichbarkeit der Nachbarkommunen, insbesondere des leistungsstarken Mittelzentrums Recklinghausen, ist jedoch zugleich mit einer hohen Wettbewerbssituation durch den dort ansässigen Einzelhandel verbunden.

Seit Vorlage des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts (EHK) für die Stadt Marl im Jahr 2008 (Junker + Kruse Stadtforschung und Planung) haben sich die Einzelhandelsstrukturen in der Stadt Marl fortentwickelt, sodass das derzeit bestehende EHK mittlerweile kein geeignetes Instrumentarium zur Steuerung des Einzelhandels mehr darstellt.

Ebenso finden die Veränderungen auf landesplanerischer Ebene bei der Neuaufstellung des EHK ihre Berücksichtigung: Im Juli 2013 ist der Sachliche Teilplan Großflächiger Einzelhandel im Rahmen der Neuaufstellung des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) in Kraft getreten, der die räumliche Steuerung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mittels raumordnerischer Ziele und Grundsätze reguliert.

In Bezug auf die zukünftige Einzelhandelsentwicklung soll eine Umsetzungsstrategie aufgezeigt werden, die für alle perspektivisch erforderlichen handelsbezogenen und bauleitplanerischen Entscheidungen herangezogen werden kann. Dabei sind Aussagen über das künftig zu erwartende Kaufkraftpotenzial, die anzustrebende Ausstattung mit Einzelhandelsflächen und sinnvolle Veränderungen bzw. Ergänzungen der Sortimente sowie der Standorte anzustellen. Das Konzept gibt damit sowohl der Stadt Marl als auch Investoren und Betreibern Handlungsempfehlungen für eine städtebaulich ausgerichtete Standortpolitik.

### 1.2 Methodisches Vorgehen und Bearbeitungsablauf

Der Auftrag zur Erstellung des Einzelhandelskonzepts ist im Dezember 2015 durch die Stadt Marl erteilt worden. Dieser umfasste auch eine vollständige Erfassung des Einzelhandelsbestandes in der Stadt, die Anfang Februar 2016 durch Mitarbeiter von Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH durchgeführt wurde.

Von allen Einzelhandelsbetrieben wurden Name, Adresse, Branche und Verkaufsfläche erhoben. Die Verkaufsfläche wurde mit elektronischen Messgeräten erfasst, wobei eine detaillierte Aufgliederung nach neun Branchen und rund 50 Sortimentsgruppen (vgl. Tabelle 1) erfolgte.

Bei den meisten textlichen, tabellarischen und kartografischen Darstellungen des Einzelhandelsbestands im Rahmen der Berichtslegung werden diese Sortimente in den nachfolgend genannten neun Warengruppen zusammengefasst:

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, Zoobedarf
- Bücher, Schreibwaren, Büro
- Bekleidung, Schuhe, Schmuck
- Sport, Freizeit, Spiel
- Elektrowaren
- Möbel, Einrichtung
- Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör

In der Beschreibung kleinerer Einzelhandelslagen werden die Warengruppen Bedarfssparten zugeordnet. Tabelle 1 listet Sortimente und ihre Zuordnung zu übergeordneten Warengruppen und Bedarfssparten auf.

Des Weiteren erfolgte eine qualitative Bewertung des Einzelhandelsbestands, nach den Kriterien Erscheinungsbild/Außenwirkung, Ladengestaltung, Preis-/Qualitätsorientierung des Angebots und Zielgruppenausrichtung.

In Ergänzung der Betriebe des Einzelhandels und Ladenhandwerks nehmen publikumsorientierte Dienstleistungen, kulturelle Einrichtungen und eine Reihe weiterer Nutzungen Einfluss auf die Attraktivität eines Standorts und seine Zentralität. Sie sind

daher auch bei der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche von Bedeutung und wurden im Rahmen der Bestandsaufnahme innerhalb der wesentlichen siedlungsstrukturell integrierten Einzelhandelslagen aufgenommen, jedoch nicht weitergehend analysiert und damit ausschließlich im Hinblick auf die Erfüllung ihrer Komplementärfunktionen zum Einzelhandel bewertet.

Für diese Komplementärnutzungen wurden soweit erkenntlich Name, Adresse und Branche vermerkt, wobei eine Zuordnung zu folgenden vier Obergruppen erfolgte:

- Gastronomie und Hotellerie
- Dienstleistungen
- Kultur, Freizeit, Bildung
- Gesundheit

Nicht einsehbare Komplementärnutzungen in den Obergeschossen wurden nicht erfasst.

Neben Komplementärnutzungen, die sich meist förderlich auf die Attraktivität und Frequentierung von Einzelhandelslagen auswirken, wurden im Rahmen der Vor-Ort-Recherchen in den ausgewählten Einzelhandelslagen auch Vergnügungsstätten und Leerstände aufgenommen. Diese beeinträchtigen oft die Standortqualität und sind als Indikatoren rückläufiger Versorgungsbedeutung zu werten.

Vergnügungsstätten sind dabei in der BauNVO nicht vom Verordnungsgeber definiert, können jedoch als gewerbliche Nutzungsarten verstanden werden, „die sich in unterschiedlicher Ausprägung (wie Amüsierbetriebe, Diskotheken, Spielhallen) unter Ansprache (oder Ausnutzung) des Sexual-, Spiel- und/oder Geselligkeitstriebes einer bestimmten gewinnbringenden Freizeit-Unterhaltung widmen“ (Quelle: Fickert/Fieseler, *Baunutzungsverordnung-Kommentar*, 11. Auflage 2008). Da die Einzelhandels-thematik im Vordergrund der Bearbeitung stand, wurde auf die Ermittlung der Nutzflächen von Komplementärnutzungen, Vergnügungsstätten und Leerstände verzichtet.

In mehreren Terminen mit der Stadtverwaltung, dem Stadtplanungsausschuss (Bau, Arbeit, Umwelt, Wirtschaft) und den Werbegemeinschaften

der Stadt Marl wurden die Vorgehensweise, (Zwischen-)Ergebnisse und Empfehlungen erörtert.

Vorgesehen ist es, die Neuaufstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts der Stadt Marl Ende des Jahres 2016 in den politischen Gremien der Stadt Marl zu verabschieden.



Tabelle 1: Sortimente, Warengruppe und Bedarfe

Fristigkeit	Warengruppe	Sortimente
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	Nahrungs- und Genussmittel	Lebensmittel
		Getränke, Spirituosen, Tabak
		Backwaren
		Fleisch, Fleischwaren
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	Gesundheit, Körperpflege	Lebensmittelspezialanbieter Reformwaren
		Körperpflege
		Parfümerie/Kosmetik
		Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel
		pharmazeutische Artikel
		Sanitätswaren/Orthopädie
		Optik
Hörgeräte		
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	Blumen, Zoobedarf	Blumen
		Zoobedarf, Tiernahrung
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	Bücher, Schreibwaren, Büro	Zeitschriften, Zeitungen
		Papier-, Büro-, Schreibwaren, Büroartikel
		Bücher
	Bekleidung, Schuhe, Schmuck	Damenbekleidung
		Herrenbekleidung
		Kinderbekleidung
		Schuhe/Lederwaren/Taschen/Koffer
		Sportbekleidung, Sportschuhe
		Uhren, Schmuck
	Sonstige	
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	Sport, Freizeit, Spiel	Großteilige Camping- und Sportgeräte
		Fahrräder und Zubehör
		Freizeit, Spielwaren

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016

Fristigkeit	Warengruppe	Sortimente		
Überwiegend kurzfristiger Bedarf		Kleinteilige Camping- und Sportgeräte		
		Musikalien		
		Sonstige		
Überwiegend langfristiger Bedarf	Elektrowaren	Elektrogroßgeräte		
		Elektrokleingeräte		
		Leuchten		
		Unterhaltungselektronik		
		Bild- und Tonträger		
		Computer und Zubehör		
		Telefone		
		Foto		
		Überwiegend langfristiger Bedarf	Möbel, Einrichtung	Hausrat
				Glas, Porzellan, Keramik
Wohnaccessoires, Geschenkartikel				
Haus- und Heimtextilien				
Bettwaren, Matratzen				
Überwiegend langfristiger Bedarf	Bau-, Gartenbedarf und Autozubehör	Teppiche		
		Möbel (ohne Küchen)		
		Küchen		
		Kunst/Antiquitäten, Bilder(-rahmen)		
		Bau- und Heimwerkerbedarf		
		Tapeten, Bodenbeläge, Teppichboden		
		Gartenbedarf		
		Autozubehör		
		Kaminöfen und Zubehör		
		Sicht- und Sonnenschutz		
Sonstige				







## 2 Übergeordnete Rahmenbedingungen

### 2.1 Rechtliche Vorgaben

#### 2.1.1 Bauplanungsrecht

Auf bundesrechtlicher Ebene übernehmen das BauGB und die BauNVO in Verbindung mit dem BauGB eine Steuerungsfunktion bei der kommunalen Standortfindung für Einzelhandelsbetriebe.

Die §§ 2 – 9 BauNVO regeln bei einer entsprechenden Gebietsausweisung per Bebauungsplan die regelmäßige und ausnahmsweise Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben.

Für großflächige Einzelhandelsbetriebe ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bzw. 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche wird durch den § 11 BauNVO eine spezielle Regelung formuliert. Diese sind nur in Kerngebieten (§ 7 BauNVO) oder in spezifisch ausgewiesenen Sondergebieten gem. § 11 Abs. 3 BauNVO zulässig.

Die Notwendigkeit eines Einzelhandelskonzepts im Sinne der späteren bauleitplanerischen Umsetzung (= städtebauliches Konzept i. S. v. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB) ist in verschiedenen Urteilen des OVG Münster nochmals hervorgehoben worden: Denn „erst solche konzeptionellen Festlegungen, die dann gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB n. F. (früher: § 1 Abs. 5 Satz 2 Nr. 10 BauGB) auch bei der weiteren Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen sind, lassen in aller Regel die Feststellung zu, ob das Angebot bestimmter Warensortimente an bestimmten Standorten in das städtebauliche Ordnungssystem der jeweiligen Gemeinde funktionsgerecht eingebunden ist.“

Die Erarbeitung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Marl empfiehlt sich somit bereits aus den Vorgaben auf Bundesebene.

#### 2.1.2 Landesrecht Nordrhein-Westfalen

In Nordrhein-Westfalen wurde bei der Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten bis zum 31. Dezember 2011 zudem § 24 a Landesentwicklungsprogramm (LEPro) in der Neufassung vom 19. Juni 2007 herangezogen. Nach dem Auslaufen des LEPro gem. § 38 am 31.12.2011 fehlten zwischenzeitlich abge-

stimmte landesplanerische Vorgaben zur Steuerung großflächiger Einzelhandelsvorhaben.

Am 13. Juli 2013 trat nach Beschluss der Landesregierung und Zustimmung des Landtags der Sachliche Teilplan Großflächiger Einzelhandel für den Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen in Kraft. Durch die Formulierung von sieben Zielen und drei Grundsätzen der Raumordnung greift dieser die grundsätzlichen Anliegen des § 24 a LEPro auf. Seit Inkrafttreten des Teilplans sind die Ziele bindend zu beachten und die Grundsätze weiterhin abwägend zu berücksichtigen.

Der Sachliche Teilplan Großflächiger Einzelhandel zum LEP NRW 2025 umfasst folgende Ziele und Grundsätze:

Gemäß Ziel 1 dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden.

Ziel 2 legt fest, dass großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur an Standorten in bestehenden und neu geplanten zentralen Versorgungsbereichen ausgewiesen werden dürfen. Die zentrenrelevanten Sortimenten sind der Anlage 1 des Sachlichen Teilplans zu entnehmen:

- Papier/Bürobedarf/Schreibwaren
- Bücher
- Bekleidung, Wäsche
- Schuhe, Lederwaren
- Medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel
- Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik
- Spielwaren
- Sportkleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Teilsortimente Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte)
- Elektrogeräte, Medien (Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto – ohne Elektrogroßgeräte, Leuchten)
- Uhren, Schmuck
- Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)

- Gesundheits- und Körperpflegeartikel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant), weitere von der jeweiligen Gemeinde als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (ortstypische Sortimentsliste)

Gemäß Ausnahmeregelung zu Ziel 2 dürfen Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dargestellt und festgesetzt werden, wenn nachweislich

- eine Lage in den zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere der Erhaltung gewachsener baulicher Strukturen oder der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild, nicht möglich ist und
- die Bauleitplanung der Gewährleistung einer wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient und
- zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Nach Ziel 3 dürfen durch die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO mit zentrenrelevanten Sortimenten zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Gemäß Grundsatz 4 soll bei der Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten der zu erwartende Gesamtumsatz der durch die jeweilige Festsetzung ermöglichten Einzelhandelsnutzungen die Kaufkraft der Einwohner der jeweiligen Gemeinde für die geplanten Sortimentsgruppen nicht überschreiten.

Ziel 5 legt fest, dass Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten nur dann auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden dürfen, wenn der Umfang der zentrenrelevanten Sortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche beträgt und es sich bei diesen Sortimenten um Randsortimente handelt.

Zusätzlich hat Grundsatz 6 zum Inhalt, dass der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente eines Sondergebiets für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche nicht überschreiten darf.

Abweichend von den Festlegungen 1 bis 6 dürfen gemäß Ziel 7 vorhandene Standorte von Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen als Sondergebiete gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO dargestellt und festgesetzt werden. Dabei sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen in der Regel auf die Verkaufsflächen, die baurechtlichen Bestandsschutz genießen, zu begrenzen. Wird durch diese Begrenzung die zulässige Nutzung innerhalb einer Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit aufgehoben oder geändert, sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen auf die zulässigen Verkaufsflächenobergrenzen zu begrenzen. Ein Ersatz zentrenrelevanter durch nicht zentrenrelevante Sortimente ist möglich. Ausnahmsweise kommen dabei auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn dadurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden erfolgt.

Nach Ziel 8 haben die Gemeinden dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche entgegenzuwirken. Darüber hinaus haben sie dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche entgegenzuwirken. Sie haben sicherzustellen, dass eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden durch Einzelhandelsagglomerationen vermieden wird.

Regionale Einzelhandelskonzepte sind gemäß Grundsatz 9 bei der Aufstellung und Änderung von Regionalplänen in die Abwägung einzustellen.

Schließlich sind gemäß Ziel 10 Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO, soweit von § 12 Abs. 3a Satz 1 BauGB kein Gebrauch gemacht wird, nur zulässig,



wenn sie den Anforderungen der Festlegungen 1, 7 und 8 entsprechen; im Falle von zentrenrelevanten Kernsortimenten haben sie zudem den Festlegungen 2 und 3, im Falle von nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten den Festlegungen 4, 5 und 6 zu entsprechen.

## 2.2 Allgemeine Entwicklungstendenzen im Einzelhandel

### 2.2.1 Entwicklungen auf der Angebotsseite

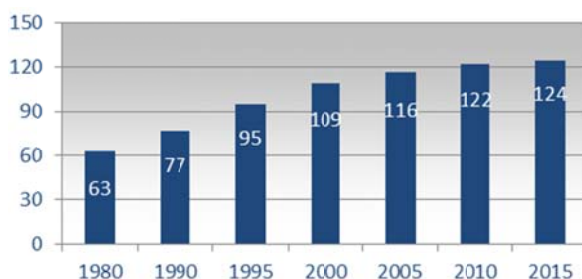
Die Entwicklung des Einzelhandels und der Stadtstrukturen beeinflussen einander. Einzelhandel bewirkt in integrierten Lagen oftmals Baudichte, Passantenfrequenz sowie Nutzungsmischung und ist eine wichtige Voraussetzung für Urbanität und eine „vitale Stadt“. Umgekehrt verbessern attraktive städtebauliche Rahmenbedingungen die Anziehungskraft von Einzelhandelslagen. Mit der zunehmenden Ansiedlung von Einzelhandel an peripheren Standorten hat sich diese „stadtbildende“ Funktion des Einzelhandels in der Vergangenheit deutlich reduziert. Daher bedarf es heute der gezielten Steuerung des Einzelhandels im Rahmen einer nachhaltigen Stadtentwicklungspolitik, um die stadtbildende Funktion des Einzelhandels aufrecht zu erhalten. Die Zentren sind dabei auf Einzelhandelsnutzungen angewiesen, um Frequenzen zu sichern.

Beeinflusst wird die Entwicklung des Einzelhandels von Veränderungen in Angebot und Nachfrage. Es ist davon auszugehen, dass sich einige der nachfolgend skizzierten Entwicklungstendenzen unabhängig von öffentlichen Eingriffen fortsetzen, andere jedoch sind durch gezielte Stadtentwicklungspolitik beeinflussbar.

Auch wird eine Reihe handelsendogener Faktoren in Zukunft die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Marl beeinflussen.

Seit 1970 hat sich die Verkaufsfläche des Ladenhandels in Deutschland auf aktuell ca. 124 Mio. m<sup>2</sup> nahezu verdoppelt. Allerdings ist in den letzten Jahren eine nachlassende Dynamik zu erkennen.

Abbildung 1: Verkaufsflächenentwicklung im Einzelhandel 1980 – 2015 (in Mio. m<sup>2</sup>)



Quelle: Datengrundlage handelsdaten.de 2016, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016

Das starke Verkaufsflächenwachstum führt bei einem begrenzten Marktvolumen zu einem Rückgang der Verkaufsflächenproduktivität. Die Folgen sind steigender Wettbewerb um Marktanteile, aber auch die Tendenz zur stärkeren Reduzierung der Betriebskosten (Lieferantenkonditionen, Personalkosten). Hieraus resultieren oftmals Reduzierungen von Serviceleistungen sowie die weitere Verdrängung kleinerer Betriebseinheiten, die aufgrund ungünstiger Einkaufskonditionen im Preiskampf nicht mehr mithalten können.

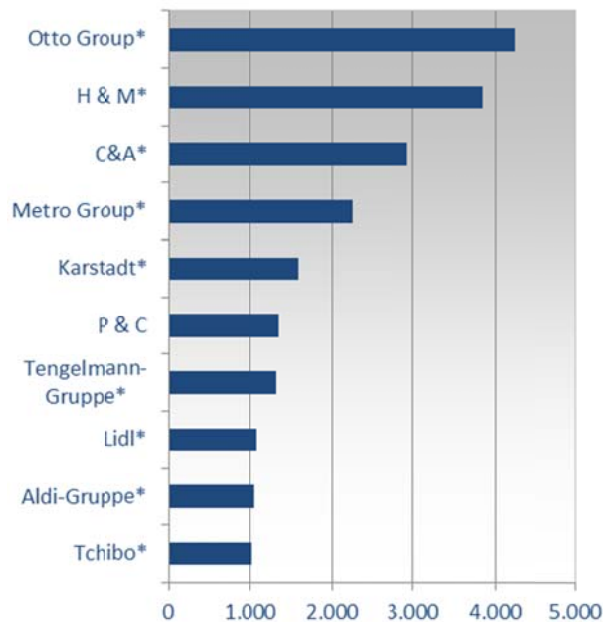
Ein Wandel der Betriebsformen und -konzepte führt zu steigendem Wettbewerbsdruck, v. a. bei inhabergeführten Geschäften. Im deutschen Lebensmittel Einzelhandel nehmen die Discounter eine nach wie vor dominierende Marktposition ein.

Auch in anderen Branchen, z. B. Drogerie, Textilien, Schuhe oder Sportartikel verläuft die Entwicklung zugunsten der Fachmärkte und zulasten kleiner und mittelständischer Fachgeschäfte.

Im angespannten Wettbewerb um Umsatzanteile haben Preisnachlässe und Unternehmensübernahmen zu immer stärkeren Konzentrationsprozessen und einem immer höheren Filialisierungsgrad im Einzelhandel geführt.

Die Vertriebsstrukturen im Einzelhandel verändern sich mit deutlichen Auswirkungen auf die bestehende Einzelhandelslandschaft und deren Entwicklung. Andere Standortlagen (Tankstellen, Bahnhöfe, Flughäfen) verschärfen den Wettbewerb des stationären Einzelhandels. Hersteller versuchen, die Bedeutung der Händler zu mindern und realisieren Shops in Eigenregie.

Abbildung 2: Top Ten des deutschen Textileinzelhandels



\* Schätzwerte

Quelle: EHI handelsdaten.de 2016, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016

Mit E-Commerce erobern virtuelle Einkaufsplätze die Gunst der Kunden. So stieg der Umsatz des Onlinehandels von ca. 1,0 Mrd. EUR im Jahre 2000 auf ca. 46,9 Mrd. EUR im Jahr 2015 und machte somit circa 10 % des Gesamtumsatzes von rund 473,9 Mrd. EUR im deutschen Einzelhandel aus. Zuzüglich des klassischen Versandhandels ist gar von einem Marktanteil von ca. 12 % auszugehen. Anfänglich waren es schwerpunktmäßig Bücher und Unterhaltungselektronik/IT, die über E-Commerce nachgefragt wurden. Die größte Warengruppe im Onlinehandel bildet inzwischen jedoch Bekleidung, gefolgt von Unterhaltungselektronik/Elektronikartikeln sowie Computern und Zubehör. Für die kommenden Jahre wird mit weiteren Zuwachsraten im Onlinehandel gerechnet.

Die Trends im stationären Einzelhandel waren lange Zeit durch zwei Entwicklungen geprägt: Die „Aufweichung“ der bisherigen Betriebstypenstrukturen und die Vertikalisierung. Die Firma Tchibo etwa hatte sich zwischenzeitlich als Mehrbranchenanbieter positioniert, der Kaffee-Verkauf degradierte zur Nebeneinnahme. Die Lebensmitteldiscounter, ins-

besondere die Betreiber Aldi und Lidl, erreichen hohe Umsatzanteile und Marktbedeutung mit Aktionsware; beispielhaft hierfür ist die umsatzbezogene Betrachtung der Top Ten im Textileinzelhandel. Die Vertikalisierung steht für die Ausklammerung von Zwischenstufen des Handels (z. B. Großhandel) durch Realisierung eigener Shops oder engere Zusammenarbeit mit anderen Handelspartnern oder Herstellern (z. B. Esprit, H & M, Ikea, Aldi), vor allem, um sich gegenüber anderen Filialisten sowie dem Fach- und Versandhandel behaupten zu können.

### 2.2.2 Entwicklungen auf der Nachfrageseite

Verantwortlich für die Entwicklungstendenzen im Einzelhandel sind auch die Verbraucher. So hat sich auf der Nachfrageseite in den letzten Jahrzehnten ein demografischer und gesellschaftlicher Wandel vollzogen, der sich in einer Veränderung der Altersstrukturen, der Tendenz zu kleineren Haushalten sowie einer gestiegenen Mobilität niederschlägt. Zudem ist zu berücksichtigen, dass die Bevölkerungszahl – mit erheblichen regionalen Unterschieden – in den kommenden Jahren in der Tendenz weiterhin sinken wird.

Die immer stärkere Preis- und Pkw-Orientierung der Kunden hat die Entwicklung der heutigen Strukturen im Einzelhandel unterstützt, das sogenannte Smart Shopping die traditionelle Kundenbindung an ein Unternehmen abgelöst – mit der Folge, dass Preis- sowie Rabattierungsaktionen weiter zunehmen.

In Verbindung mit wachsenden Ausgaben in anderen Bereichen (z. B. Energie) und zunehmender Preisorientierung der Verbraucher sinkt der Ausgabenanteil der Kunden für den Einzelhandel seit Jahren. Lag der Anteil des Einzelhandels an den privaten Konsumausgaben im Jahr 1995 noch bei über 31 %, wurde im Jahr 2015 nur noch ein Anteil von ca. 25 % erreicht. Insgesamt wird die Einzelhandelskaufkraft in den nächsten Jahren voraussichtlich nur in geringem Maße ansteigen.

Die Kunden verlangen aber trotz Umsatzrückgängen eine möglichst große Vielfalt. Dazu fordern die Tendenz zu mehr Ein- und Zweipersonenhaushalten sowie der demografische Wandel eine größere Diversifizierung im Hinblick auf Sortiments- und Ange-



botsstrukturen. Alle Waren eines Bedarfsbereichs sollen zudem nach Möglichkeit an einem Einkaufsstandort verfügbar sein (One-Stop-Shopping), damit möglichst wenig Zeit für die Versorgung bzw. möglichst viel Zeit für die Freizeitgestaltung verwendet werden kann. Eine größere Entfernung zum Einkaufsort wird vom mobilen Teil der Bevölkerung in Kauf genommen. „Erlebniseinkauf“ und „Versorgungseinkauf“ werden immer stärker getrennt.

Insgesamt geht mit der Steigerung der Mobilität und einer immer bedeutsamer werdenden Erlebnis-komponente des Einkaufens eine sinkende Standort- und Betriebstreue der Verbraucher einher, was den Wettbewerb um den Kunden intensiviert. Auch hat das veränderte Kundenverhalten zu einer Neubewertung von Standortfaktoren und -qualitäten sowie der Entwicklung neuer Betriebstypen und Vertriebssysteme durch die Einzelhandelsunternehmen geführt.

### 2.2.3 Auswirkungen auf die Stadtentwicklung

Aus der Vernetzung der Entwicklungen auf Angebots- und Nachfrageseite resultieren zum Teil erhebliche Auswirkungen auf die Stadtentwicklung.

Durch die Konzentration auf periphere Pkw-orientierte Einkaufsorte haben die gewachsenen Zentren in der Vergangenheit an Bedeutung verloren. Die erfolgte Ausweitung von zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten an nicht integrierten Standorten hat wichtige Magnetbetriebe und Kaufkraft aus den Zentren abgezogen. In den Innenstädten haben die Warenhäuser und der Fachhandel als Leitbetriebe an Bedeutung eingebüßt. Die anhaltende Tendenz zu einer weiteren Filialisierung des innerstädtischen Einzelhandels birgt hingegen die Gefahr der Bildung „uniformer“ und somit austauschbarer Einzelhandelslagen.

Die weitere Ansiedlung von Magnetbetrieben und die Ergänzung des filialisierten Einzelhandels durch individuelle Betreiberkonzepte stellen die wichtigsten Aufgaben für die kommunale Stadtentwicklung und die kommunale Wirtschaftsförderung dar, insbesondere außerhalb von Oberzentren oder großen Mittelzentren mit weit reichenden Einzugsbereichen. Aber die Forderung von Handelsunternehmen nach größeren Ladeneinheiten ist in vielen Zentren schwierig zu erfüllen. Vielfach fehlen notwendige Entwicklungsflächen für neue Handelsimmobilien

oder Erweiterungen bestehender Betriebe; Zuschnitte bestehender Ladeneinheiten entsprechen vielerorts nicht mehr den aktuellen Ansprüchen. Die eigentümerübergreifende Vergrößerung bestehender Ladeneinheiten stellt eine besondere Herausforderung dar, die u. a. durch Immobilien- und Standortgemeinschaften gelöst werden kann.

Neben der Vitalität der Innenstädte ist auch der Erhalt eines funktionsfähigen Nahversorgungsnetzes von Bedeutung. Diesbezüglich ist die Situation in vielen Kommunen beeinflusst durch die Standortpolitik der Lebensmittel-SB-Betriebe. Leistungsfähige Lebensmittelanbieter fragen heute Standorte mit mindestens 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche nach. Daher muss davon ausgegangen werden, dass in kleineren Zentren fehlende Entwicklungsflächen die Funktionsfähigkeit des gesamten Zentrums gefährden können und somit in Zukunft viele Lebensmittelbetriebe ohne Erweiterungsmöglichkeiten aufgegeben werden. Der Verlust des Lebensmittelmarktbetriebs setzt i. d. R. einen Trading-down-Prozess in Gang, in dessen Verlauf weitere Geschäfte aufgrund fehlender Laufkundschaft schließen müssen und sich auch andere Infrastruktureinrichtungen, z. B. Poststellen oder Bankfilialen, aus den (ehemaligen) Versorgungsschwerpunkten zurückziehen. Diese Entwicklungen widersprechen einem stadtpolitischen Ziel der „kurzen Wege“. Gleichermäßen wachsen die Ansprüche der Betreiber an die Mantelbevölkerung im unmittelbaren Standortumfeld, sodass auch Standorte aufgrund unzureichender Rentabilität aufgegeben werden. Betroffen von der „Ausdünnung“ des Nahversorgungsnetzes sind insbesondere immobile Bevölkerungsteile, die auf eine wohnungsnahe Grundversorgung angewiesen sind. Durch den demografischen Wandel wächst eben diese Bevölkerungsgruppe.

Das Verkaufsflächenwachstum an nicht integrierten Standorten führt zu erhöhten Aufwendungen für die Bereitstellung der dort monofunktional genutzten Infrastruktur; auch belastet der Flächenverbrauch für großflächige, oft eingeschossige Verkaufsräume an peripheren Standorten mit großzügigen Stellplatzanlagen die Umwelt. Zudem verursacht das Ausbleiben von Einzelhandelsinvestitionen in den Zentren vermehrt kompensatorische öffentlich finanzierte Revitalisierungs- und Entwicklungsmaßnahmen.



Die aus steigenden Betriebsdimensionen resultierenden größeren Einzugsbereiche der Betriebe fördern den Anstieg des Individualverkehrs. Folglich gestalten sich auch die Realisierung einer städtischen Funktionsmischung von Wohnen und Versorgung und die damit verbundene Möglichkeit zur Reduzierung des Verkehrsaufkommens zunehmend schwieriger.

In Gewerbe- und Industriegebieten stellen an Hauptverkehrsstraßen liegende Entwicklungsflächen aufgrund ihrer guten Pkw-Erreichbarkeit für viele Einzelhandelsunternehmen attraktive Alternativstandorte zu Stadt- und Ortszentren dar. Einzelhandelsunternehmen sind im Vergleich zu anderen Gewerbebranchen zudem in der Lage, höhere Bodenrenten zu zahlen, was zur Verdrängung vorhandener Gewerbe führen kann.

Diese übergeordneten Entwicklungen nehmen auch auf das Einzelhandelsgefüge der Stadt Marl Einfluss. Eine gesamtstädtische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung ist notwendig, um die dadurch verursachten städtebaulichen, wirtschaftlichen und ökologischen Folgewirkungen verträglich zu halten und dem Bedeutungsverlust gewachsener Zentren entgegenzuwirken.

## **2.3 Untersuchungsrelevante Rahmenbedingungen am Standort Marl**

### **2.3.1 Lage im Raum und regionalplanerische Einstufung**

Die Stadt Marl ist dem Kreis Recklinghausen zugeordnet und gehört zum Regierungsbezirk Münster. Marl befindet sich im nördlichen Teil des Ruhrgebiets im Übergang zum unmittelbar angrenzenden Münsterland und kann somit zur Metropolregion Rhein-Ruhr gezählt werden. Die direkten Nachbarkommunen sind Dorsten, Haltern am See, Oer-Erkenschwick, Recklinghausen, Herten und Gelsenkirchen. In der landesplanerischen Ordnung wird Marl als Mittelzentrum eingestuft.

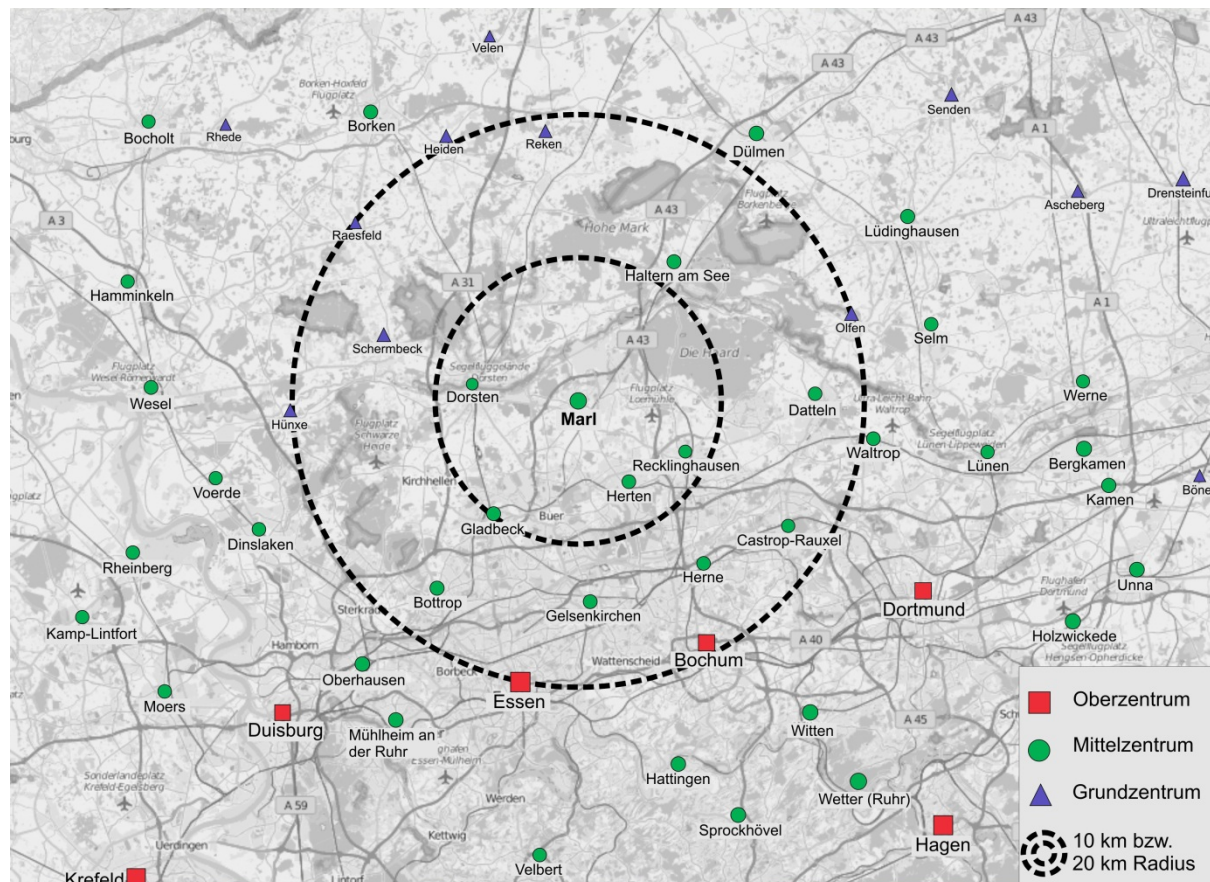
Neben der Wettbewerbssituation wird die Entwicklung des Einzelhandels in Marl u. a. durch die Verkehrsanbindung beeinflusst.

Das gesamte Stadtgebiet ist gut durch Straßen verschiedener Ordnung und Autobahnen an das Umland angeschlossen. Hier sind insbesondere die durch das Stadtgebiet verlaufende A 43 nach Münster bzw. Wuppertal und die A 52 (Marl – Essen), die im Norden Marls in die A 43 mündet, zu nennen. Beide genannten Autobahnen sind bei Gladbeck im Süden an die A 2 angebunden. Somit besteht über die A 2 auch eine unmittelbare (Fern-) Verbindung in Richtung Bielefeld/Hannover/Berlin. Weiterhin verläuft die nach Recklinghausen führende Bundesstraße B 225 quer durch Marl.

Auch die ÖPNV-Anbindung ist als gut zu bewerten. Mit dem Haltepunkt Marl-Sinsen ist Marl an das regionale Schienennetz angebunden. Es bestehen direkte Verbindungen nach Münster und Essen mit dem RE 2 (Rhein-Haard-Express) und der RB 42 (Haard-Bahn) sowie nach Haltern und Essen mit der S-Bahn 9 jeweils im 60-Minuten-Takt. Auf diesen Strecken ist der Anschluss an benachbarte größere Städte gewährleistet, die Verbindungen zum Fernverkehr ermöglichen (Essen, Gelsenkirchen, Duisburg, Düsseldorf etc.). Mit dem RE 2 ist eine direkte Verbindung an den internationalen Flughafen Düsseldorf vorhanden. Die Regionalflughäfen Münster-Osnabrück und Dortmund sind ebenfalls im näheren Umfeld verortet und gut mit dem MIV zu erreichen.

Die einzelnen Stadtteile Marls werden von den Linienbussen des Betreibers Vestische Straßenbahnen GmbH miteinander verbunden. Diese bieten zusätzlich auch Schnellbus- und Taxibuslinien an. Die Vestischen Straßenbahnen GmbH kooperieren zum einen mit dem Verkehrsverbund Rhein-Ruhr (VRR) und sind zum anderen der sogenannten Kooperation östliches Ruhrgebiet (KÖR) angeschlossen, ein Gemeinschaft aus den Bochum/Gelsenkirchener Straßenbahnen, den Dortmunder Stadtwerken und der Straßenbahn Herne – Castrop-Rauxel GmbH.

Abbildung 3: Lage der Stadt Marl im Raum und zentralörtliche Gliederung



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016

### 2.3.2 Bevölkerungs- und Siedlungsentwicklung

Für die aktuelle Einzelhandelssituation, aber auch die Entwicklungspotenziale des Einzelhandels in Marl sind auch die Kenntnisse über die Bevölkerungsverteilung und die Bevölkerungsstruktur wichtig.

Die Stadt Marl weist zum 31. Dezember 2015 eine Einwohnerzahl von 86.430 Einwohnern auf, die sich nach der statistischen Stadtteilgliederung auf die elf Stadtteile Stadtkern, Alt-Marl, Brassert, Drewer-Nord, Drewer-Süd, Hüls-Nord, Hüls-Süd, Marl-Hamm, Chemiezone, Polsum und Sinsen-Lenkerbeck verteilen.

Tabelle 2: Einwohner in Marl zum 31.12.2015 nach Stadtteilen

Stadtteil	Einwohner
Stadtkern	7.490
Alt-Marl	9.998
Brassert	11.286
Drewer-Nord	8.298
Drewer-Süd	8.730
Hüls-Nord	4.486
Hüls-Süd	12.379
Marl-Hamm	9.483
Chemiezone	0
Polsum	4.588
Sinsen-Lenkerbeck	7.692
<b>Gesamtstadt</b>	<b>86.430</b>

Quelle: Daten: Stadt Marl, Stand 31.12.2015, Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016

Die Verteilung der Bevölkerung weist insgesamt eine disperse und polyzentrische Struktur auf, die u. a. darauf zurückzuführen ist, dass die heutige Gemarkung der Stadt Marl aus der Kommunalreform im Jahr 1975 hervorging.

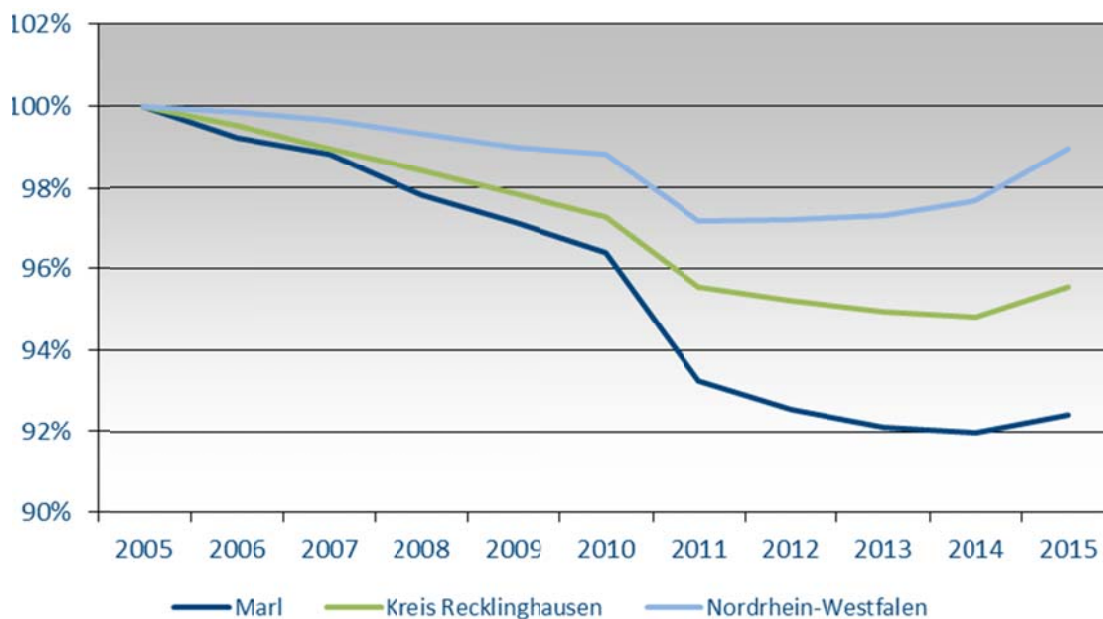
Ein Großteil der Bevölkerung konzentriert sich überwiegend auf ein von Nordost nach Südwest verlaufendes besiedeltes „Band“, das aus vielen kleineren historischen Ortschaften, Zechensiedlungen oder nachverdichteten Baugebieten aus den 1960er und 1970er Jahren besteht. Dabei weisen vor allem die Stadtteile Hüls-Süd und Hüls-Nord (insgesamt rund 16.800 Einwohner), Brassert (ca. 11.270) und Alt-Marl (ca. 10.000) hohe Bevölkerungszahlen auf. Ein Teil des Marler Nordens wird durch die Chemiezone und den gleichnamigen Stadtteil geprägt und ist nicht besiedelt. Der Süden, insbesondere der Stadtteil Polsum, ist ländlich strukturiert.

In den letzten zehn Jahren hat die Stadt Marl einen Bevölkerungsverlust von rund 7,5 % zu verzeichnen, der sich grundsätzlich in drei Phasen unterscheiden lässt. Etwa bis 2010 ist ein nahezu linearer Bevölkerungsverlust zwischen ca. 0,5 % und ca. 1,0 % jähr-

lich erkennbar. Zwischen 2010 und 2012 hat sich die Bevölkerung in Marl besonders stark reduziert, was sich in einem prozentualen Rückgang von rund 4 % innerhalb von zwei Jahren widerspiegelt. Seit 2012 ist eine dritte Phase eingetreten, die zunächst von einer Abnahme der Schrumpfung bzw. Stabilisierung der Bevölkerungszahl und schließlich einer Zunahme der Bevölkerung zwischen 2014 und 2015 gekennzeichnet wird. Während demnach lange Zeit negative Salden der natürlichen Bevölkerungsentwicklung und der Wanderungsbewegungen zu einer Schrumpfung der Bevölkerung geführt haben, ist im letzten Jahr erstmalig ein positiver Saldo zu konstatieren. Maßgeblich dafür ist die Zuwanderung von asylsuchenden Flüchtlingen.

Ein Vergleich mit der Bevölkerungsentwicklung im Kreis Recklinghausen sowie im gesamten Bundesland belegt den deutlichen Bevölkerungsrückgang in Marl. So sind die Kurven für die Vergleichsräume in Bezug auf Schrumpfung, Stabilisierung und Zunahme ähnlich verlaufen, mit jedoch deutlich geringerer Intensität. So ist für den Kreis Recklinghausen seit 2005 von einem Bevölkerungsrückgang von rund 4,5 % und für das Land Nordrhein-Westfalen von etwa 1,1 % auszugehen.

Abbildung 4: Bevölkerungsentwicklung in Marl seit 2005 im Vergleich (in %)



Quelle: Daten: IT.NRW 2016, Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016

Um Aussagen zu der zukünftigen Bevölkerungsentwicklung der Stadt Marl treffen zu können, kann auf

die Modellberechnungen von Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW) zurückge-





griffen werden. Aufbauend auf dem Zensus 2011 geht IT.NRW von einem Bevölkerungsrückgang bis zum Jahr 2025 auf ca. 79.000 Einwohner aus.

Wie die Darstellung der Bevölkerungsentwicklung gezeigt hat, ist in Anbetracht der Flüchtlingssituation jedoch mittlerweile eine Überholung dieser Zahlen in Betracht zu ziehen. Für die spätere Beurteilung und Berechnungen der handelswirtschaftlichen Perspektiven in der Stadt Marl wird demnach das Szenario einer stagnierenden Bevölkerungszahl bis 2025 einbezogen.

Insgesamt lässt sich im Hinblick auf die Bevölkerungsprognose festhalten, dass für den Einzelhandelsstandort Marl keine größeren Impulse durch die Bevölkerungsentwicklung zu erwarten sind.

### **2.3.3 Wirtschaftsstruktur und Arbeitsplätze**

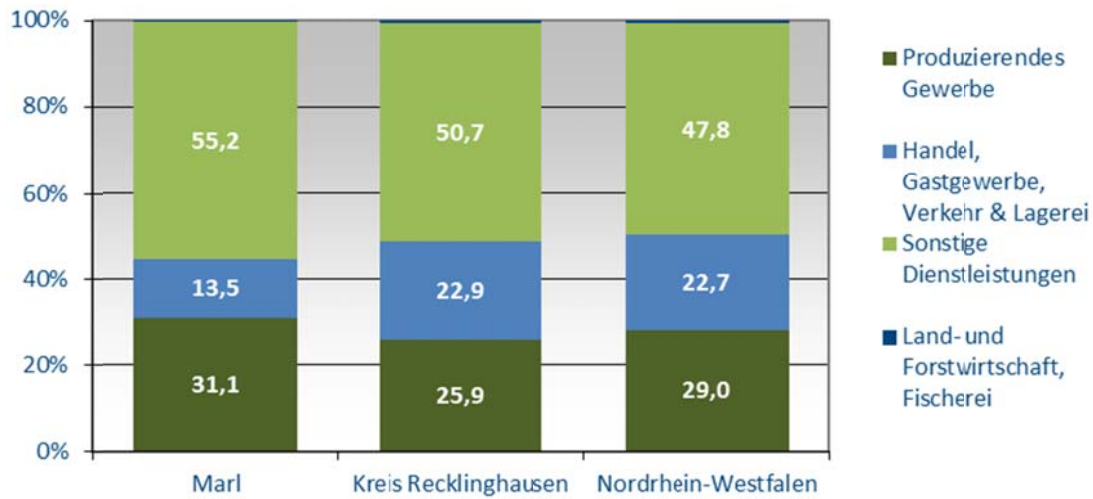
Die Stadt Marl wurde lange Zeit durch den Steinkohlebergbau geprägt und entwickelte sich in diesem Kontext von einer kleinen Dorfsiedlung zu der Mittelstadt mit der heutigen Gestalt. Die Zechen Brassert und Auguste Victoria stehen für diese Siedlungsentwicklung und den wirtschaftlichen Aufschwung Marls. Während die Zeche Brassert bereits in den 1970er Jahren stillgelegt wurde, war die Zeche Auguste Victoria bis zu ihrer Schließung Ende des Jahres 2015 einer der wichtigsten Arbeitgeber Marls und mitverantwortlich für das Selbstverständnis einer Stadt, die mehr als 100 Jahre durch den Bergbau geprägt war.

Dagegen hat der Chemiepark in Marl nach wie vor eine besondere Wirtschaftsbedeutung für die Stadt, u. a. ist der Konzern Evonik hier ansässig.

Im Jahr 2014 wurden in Marl rund 28.730 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort registriert, was im Vergleich zum Jahr 2005 eine nahezu konstante Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (+ 0,1 %) bescheinigt. Jährlich sind allerdings kleine Schwankungen zwischen 27.776 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Jahr 2007 und 29.245 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Jahr 2012 erkennbar.

Betrachtet man die Verteilung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten auf die Wirtschaftsbeiriche, so wird erkennbar, dass der Wandel zum Dienstleistungsstandort zwar weitgehend vollzogen wurde, jedoch im Vergleich mit dem Kreis Recklinghausen und dem Land Nordrhein-Westfalen nach wie vor ein überdurchschnittlicher Anteil von Beschäftigten im produzierenden Gewerbe tätig ist (ca. 30 %). Ebenfalls überdurchschnittlich, rund fünf bis sieben Prozentpunkte über den Werten der Vergleichsräume, ist der Anteil der Beschäftigten im Bereich der Sonstigen Dienstleistungen (rund 55 %): Demgegenüber übernimmt der Sektor Handel, Gastgewerbe, Verkehr und Lagerei im Vergleich mit Kreis und Land einen deutlich geringeren Beschäftigtenanteil. Primär ursächlich für die hohe Ausprägung des produzierenden Gewerbes sind der Marler Chemiepark sowie die Zeche Auguste Victoria. Nach der Zechenschließung Ende 2015 ist jedoch ein Rückgang im produzierenden Gewerbe und in der Statistik der sozialversicherten Beschäftigten zu erwarten.

Abbildung 5: Beschäftigtenstruktur 2014 im Vergleich (in %)



Quelle: IT.NRW 2014, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016

Die Stadt Marl nimmt innerhalb der Emscher-Lippe-Region eine Sonderstellung bei den Pendlerströmen ein. Sie ist die einzige Stadt in der Region, die einen Pendlerüberschuss vorweisen kann. So wurden Im Jahr 2014 21.825 Einpendler und 21.116 Auspendler gezählt.

Pendlerbewegungen sind deshalb im Rahmen von Einzelhandelsuntersuchungen von hohem Interesse, weil viele Beschäftigte ihren Einkauf (auch) am Arbeitsort tätigen oder die Fahrten zum Arbeitsort mit dem Einkauf verknüpfen.



### 3 Einzelhandelsstandort Marl

#### 3.1 Einzelhandelsausstattung und Leistungsfähigkeit

##### 3.1.1 Verteilung nach Branchen und Teilräumen

Im Marler Stadtgebiet wurden im Frühjahr 2016 insgesamt 399 Betriebe des Ladeneinzelhandels und -handwerks mit einer Verkaufsfläche von ca. 142.870 m<sup>2</sup> erhoben. Die seit der Bestandserhebung und den darauf aufbauenden Berechnungen erfolgten Marktveränderungen, in Marl in Form von Betriebsabgängen/-zugängen sind nicht im Zahlenmaterial berücksichtigt, sondern werden soweit bekannt und relevant ergänzend kommentiert.

Auf Grundlage dieser Verkaufsfläche wurde für das Geschäftsjahr 2015 ein Bruttoumsatz von ca. 406 Mio. EUR generiert.

In der folgenden Tabelle „Einzelhandelsausstattung der Stadt Marl nach Angebotsschwerpunkt“ ist die Einzelhandelsausstattung nach dem Umsatzschwerpunkt der Betriebe dargestellt. Die Umsatzleistung der Einzelhandelsbetriebe wurde gutachterlich geschätzt, wobei neben der spezifischen Situation des Betriebs auch sekundärstatistische Daten und unternehmenseigene Erfahrungswerte genutzt wurden.

Tabelle 3: Einzelhandelsausstattung der Stadt Marl nach Angebotsschwerpunkt

Warengruppe	Anzahl der Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
	abs.	in %	in m <sup>2</sup>	in %	in Mio. EUR	in %
Nahrungs- und Genussmittel	142	35,6	46.425	32,5	197,4	48,6
Gesundheit, Körperpflege	47	11,8	4.610	3,2	55,1	13,6
Blumen, Zoobedarf	17	4,3	2.655	1,9	5,6	1,4
Bücher, Schreibwaren, Büro	21	5,3	1.040	0,7	4,2	1,0
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	59	14,8	14.950	10,5	34,0	8,4
Sport, Freizeit, Spiel	12	3,0	3.000	2,1	7,9	1,9
Elektrowaren	28	7,0	5.450	3,8	20,3	5,0
Möbel, Einrichtung	42	10,5	16.330	11,4	29,2	7,2
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	31	7,8	48.410	33,9	52,2	12,8
<b>Summe</b>	<b>399</b>	<b>100,0</b>	<b>142.870</b>	<b>100,0</b>	<b>406,0</b>	<b>100,0</b>

Anm.: Verkaufsflächen auf 5 m<sup>2</sup> gerundet

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016, Datengrundlage: Bestandserhebungen Stadt- und Regionalplanung Dr Jansen GmbH 2016

Für die Einzelhandelsausstattung nach Bedarfssparten und Warengruppen sind folgende Ergebnisse festzuhalten:

#### Überwiegend kurzfristiger Bedarf

Im Nahrungs- und Genussmittelbereich werden von 142 Betrieben (= ca. 36 % der im Stadtgebiet ansässigen Betriebe) auf etwa einem Drittel der Gesamtverkaufsfläche (ca. 46.425 m<sup>2</sup>) knapp 49 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes (ca. 197,4 Mio. EUR) der Stadt Marl generiert. Die Betriebsstruktur weist eine Mischung aus zwei SB-Warenhäusern (Kauf-

land), zehn Lebensmittelvollsortimentern (6 x Rewe, 2 x Edeka, 1 x Akzenta, 1 x K+K, 1 x Frischemarkt Schober), 17 Lebensmitteldiscountern (7 x Netto, 4 x Aldi, 3 x Lidl, 3 x Penny) sowie 13 größeren Getränkemärkten (größer als 200 m<sup>2</sup>) auf. Des Weiteren ist eine Vielzahl von Lebensmittelgeschäften mittlerer und kleiner Ladenflächen (Lebensmittelspezialanbieter, Getränkemärkte, Bäckereien, Fleischereien/Metzgereien usw.) vorhanden. Der Warengruppe „Nahrungs- und Genussmittel“ kommt die mit Abstand größte Einzelhandelsbedeutung innerhalb des Stadtgebiets zu.

Der Sparte „Gesundheit und Körperpflege“ sind rund 12 % der Betriebe (47 Betriebe) mit einem Verkaufsflächenanteil von ca. 3 % (ca. 3.990 m<sup>2</sup>) und einem Umsatzanteil von rund 14 % (ca. 13,6 Mio. EUR) zuzuordnen. Die Ausstattung in dieser Warengruppe hat sich durch die Aufgabe der Schlecker-Märkte in den letzten Jahren deutlich reduziert, da nur wenige Standorte von anderen Betreibern übernommen wurden und neue Anbieter mit vergleichbaren Konzepten nicht in den Markt eingetreten sind. Die größten Betriebseinheiten werden derzeit durch drei Drogeriemärkte belegt. Daneben ist die Ausstattung in dieser Warengruppe durch eine überwiegend kleinteilige Struktur von Parfümerien und Drogeriefachgeschäften sowie gesundheitsbezogenen Ladenbetrieben (insbesondere Apotheken, Optiker und Hörgeräteakustiker) gekennzeichnet. Die Warengruppe Gesundheit und Körperpflege erreicht die mit Abstand höchste Flächenproduktivität (EUR je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche).

Für den Bereich „Blumen und Zoobedarf“ ist bei Anteilen von rund 4 % der Betriebe, rund 2 % der Verkaufsfläche und rund 2 % des gesamtstädtischen Umsatzes auf drei größere Fachgeschäfte und Fachmärkte für Zoobedarf hinzuweisen. Der Verkauf von Blumen verteilt sich dagegen auf eine Vielzahl kleinstrukturierter Fachgeschäfte, die unterschiedliche Standortlagen belegen. Die Umsatzleistung der gesamten Warengruppe spiegelt im Vergleich relativ geringe Flächenproduktivitäten wider.

#### Überwiegend mittelfristiger Bedarf

In der Warengruppe Bücher, Schreibwaren, Büro sind 21 Einzelhandelsbetriebe (ca. 5 %) mit einer Verkaufsfläche von rund 1.040 m<sup>2</sup> (ca. 1 %) und einer Umsatzleistung von etwa 4,2 Mio. EUR gelistet (rund 1 %). Neben zwei Buchhandlungen mit einer Verkaufsfläche von mehr als 100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche handelt es sich dabei vornehmlich um kleine Betriebe wie Kioske und Zeitungs-/Schreibwarenläden.

Der Warengruppe „Bekleidung, Schuhe, Schmuck“ (inkl. Sportbekleidung, Sportschuhe) gehören 59 Betriebe (ca. 15 %) mit einer Verkaufsfläche von etwa 14.950 m<sup>2</sup> (ca. 10,5 %) und einer Umsatzleistung von ca. 34,0 Mio. EUR (ca. 8,4 %) an. Damit weist diese Warengruppe nach der Warengruppe „Nahrungs- und Genussmittel“ die stärkste Ausstattung auf. Die größten Anbieter sind drei Beklei-

dungsfachmärkte mit mehr als 1.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im Einkaufszentrum Marler Stern in der Kernstadt. Auch die weiteren Betriebe konzentrieren sich im Marler Stern sowie nachgeordnet in den integrierten Versorgungslagen in Hüls, Brassert und Drewer. Auffällig ist die große Anzahl von filialiserten Textildiscountern. Weitere, die Warengruppe prägende Betriebstypen sind Boutiquen/Textilfachgeschäfte, Schuhgeschäfte, ein Sportgeschäft sowie Juweliers/Schmuckgeschäfte.

Der Bereich „Sport, Freizeit, Spiel“ wird in der Stadt Marl durch 12 Einzelhandelsbetriebe (ca. 3 %) und einen Verkaufsflächenanteil von ca. 2 % repräsentiert. Der Umsatzanteil beträgt ebenfalls rd. 2 %. Dabei handelt es sich um zwei großflächige Anbieter (ein Fahrrad- und ein Freizeitfachmarkt), weitere drei Geschäfte mit Größenordnungen von mehr als 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und sieben eher klein strukturierte Einzelhandelsbetriebe.

#### Überwiegend langfristiger Bedarf

Die 28 Betriebe (ca. 7 %) mit einem Angebotschwerpunkt bei „Elektrowaren“ generieren auf ca. 4 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche (ca. 5.450 m<sup>2</sup>) einen Umsatzanteil von rund 5 % (ca. 20,3 Mio. EUR). Das Angebot besteht aus zwei Elektrofachmärkten sowie einer Vielzahl von spezialisierten Betrieben verschiedener Sortimentschwerpunkte (z. B. Leuchten, großteilige Elektrohaushaltsgeräte, Elektrokleingeräte, Computer, Telefone etc.).

Die ebenfalls dem langfristigen Angebot zugehörige Warengruppe „Möbel, Einrichtung“ wird durch 42 Betriebe in Marl vertreten (ca. 10,5 %). Diese erzielen auf etwa 11 % der städtischen Verkaufsfläche (ca. 29.180 m<sup>2</sup>) einen Umsatzanteil von rund 7 % (ca. 29,2 Mio. EUR). Der Betriebsbesatz wird geprägt durch vier großflächige Fachmärkte für Möbel, Teppiche, Einrichtungsbedarf sowie eine Vielzahl von Sonderposten- und Gemischtwarenbetrieben. Sie werden ergänzt durch kleine und mittelgroße Fachgeschäfte und -märkte mit einem Angebotsspektrum an Bettwaren, Hausrat/GPK und Einrichtungszubehör.

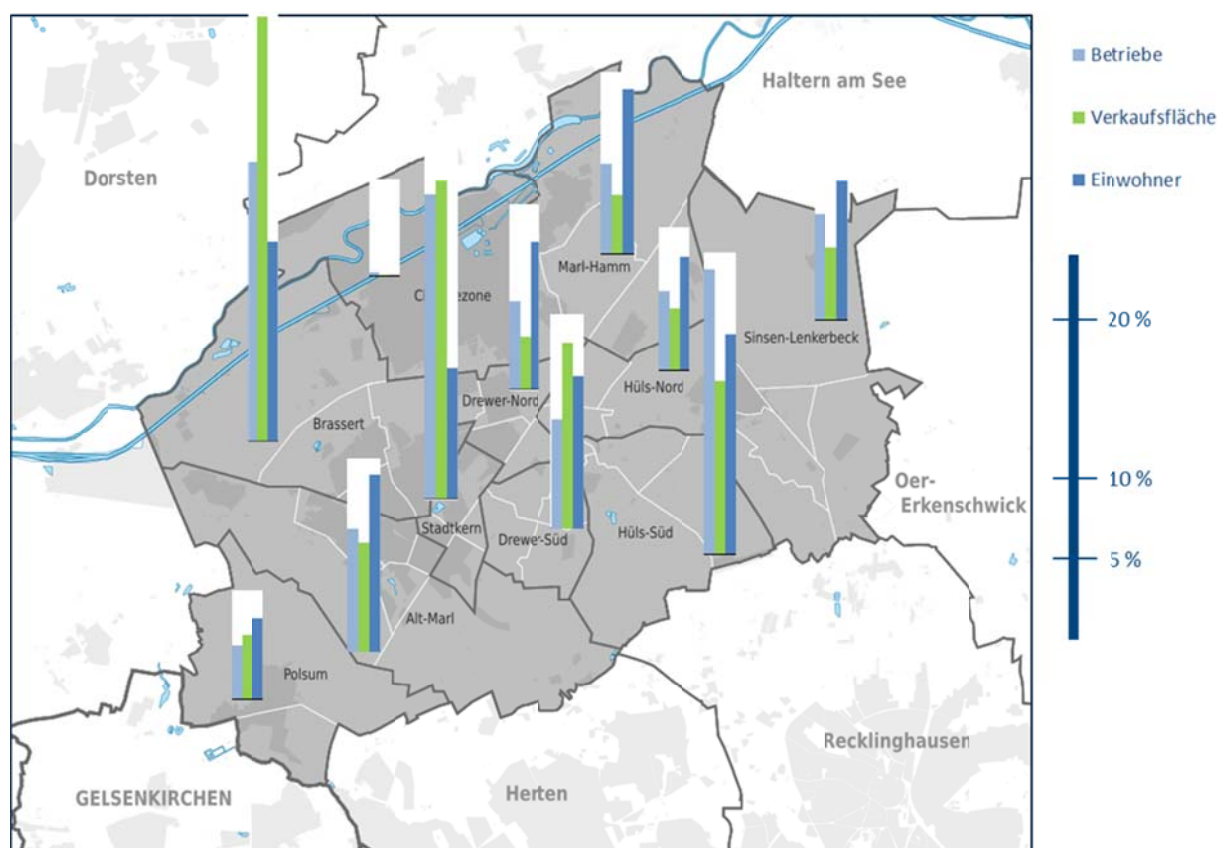
Auf die Warengruppe „Bau-, Gartenbedarf und Autozubehör“ entfallen rund 8 % der Betriebe, rund 34 % der Verkaufsfläche und ca. 13 % des Umsatzes. Als flächenintensive Betriebstypen mit vergleichs-

weise geringer Raumleistung sind in dieser Sparte die Bau- und Gartenbedarfsanbieter mit teilweise großen, dem Verkauf dienenden Freiflächen zu nennen. Insgesamt neun Betriebe weisen eine Verkaufsfläche von mehr als 800 m<sup>2</sup> auf.

Die Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Marl spiegelt tendenziell die polyzentrische Siedlungsstruktur Marls wider. Im Hinblick auf die Verkaufsfläche weisen die beiden Stadtteile Brassert und

Stadtkern eine dominante Versorgungsbedeutung auf. Überdurchschnittliche Werte werden zudem von den Stadtteilen Drewe-Süd und Hüls-Süd erreicht. Im Vergleich mit den Anteilen der Wohnbevölkerung wird für diese Stadtteile auch ein „Versorgungsüberschuss“ deutlich, während für alle anderen Stadtteile im Vergleich mit den Einwohneranteilen eine unterproportionale Einzelhandelsbedeutung zu erkennen ist.

Abbildung 6: Verteilung des Einzelhandels in Marl nach Stadtteilen (in %)



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016, Datengrundlage: Einzelhandelsbestandserhebungen Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016

### 3.1.2 Struktur und Verteilung großflächiger Einzelhandelsbetriebe

Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Nach der aktuellen Rechtsprechung ist bei einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m<sup>2</sup> in der Regel von der Großflächigkeit eines Einzelhandelsbetriebs auszugehen. Sie können je nach sortimentsbezogener Ausrichtung und Standortlage wichtige Magnetfunktionen für

den kleinstrukturierten Facheinzelhandel in ihrem Standortumfeld übernehmen.

Der großflächige Einzelhandel in Marl nimmt im Rahmen der gesamtstädtischen Handelsstruktur eine bedeutende Stellung ein. Auf den großflächigen Einzelhandel in Marl entfallen insgesamt rund 12 % der Betriebe (= 47 Betriebe) mit einem Verkaufsflächenanteil von rund 66 % (= ca. 93.950) und einem Umsatzanteil von ca. 56 % (= ca. 228,7 Mio. EUR). Damit dominieren die großflächigen Einzelhandelsanbieter die Angebotsstruktur.

Die großflächigen Einzelhandelsbetriebe verteilen sich auf folgende Betriebstypen:

- 2 SB-Warenhäuser
- 8 Supermärkte
- 11 Lebensmitteldiscounter
- 2 Getränkefachmärkte
- 5 Textilfachmärkte
- 2 Fahrrad-/Freizeitfachmärkte
- 1 Elektrofachmarkt
- 6 Möbel-/Einrichtungsfachmärkte (einschließlich Sonderpostenmärkte)
- 10 Bau-/Heimwerker-/Gartenfachmärkte sowie Fachmärkte für Heimwerkerbedarf

Im Hinblick auf die Sortimentsstruktur der großflächigen Einzelhandelsbetriebe der Stadt Marl ist festzuhalten, dass von den oben genannten Betrieben 23 in ihren Kernsortimenten überwiegend kurzfristige, acht überwiegend mittelfristige und 17 überwiegend langfristige Produkte anbieten.

Die Standortsituationen und Funktionen der großflächigen Einzelhandelsbetriebe werden in den Kapiteln 4, 5 und 6 des vorliegenden Einzelhandelskonzepts betrachtet.

### 3.1.3 Bereinigte Einzelhandelsausstattung der Stadt Marl

Im Folgenden werden die Verkaufsflächen und Umsätze auf der Ebene der Warengruppen betrachtet. Hierbei werden die bereinigten Verkaufsflächen bzw. Umsätze aufgezeigt. So wird beispielsweise der bei Lebensmittel-SB-Märkten (z. B. SB-Warenhäuser, Lebensmitteldiscounter, Supermärkte) erwirtschaftete Umsatz mit Konsumgütern (z. B. Drogeriewaren) den jeweiligen Warengruppen zugeordnet.

Tabelle 4: Bereinigte Einzelhandelsausstattung der Stadt Marl

Warengruppe	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m <sup>2</sup>	in %	in Mio. EUR	in %
Nahrungs- und Genussmittel	41.435	29,0	171,5	42,2
Gesundheit, Körperpflege	7.077	5,0	67,2	16,6
Blumen, Zoobedarf	3.524	2,5	8,0	2,0
Bücher, Schreibwaren, Büro	1.769	1,2	7,0	1,7
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	16.533	11,6	34,7	8,5
Sport, Freizeit, Spiel	3.009	2,1	11,6	2,9
Elektrowaren	6.494	4,5	25,3	6,2
Möbel, Einrichtung	17.964	12,6	31,5	7,8
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	45.065	31,5	49,2	12,1
<b>Summe</b>	<b>142.870</b>	<b>100,0</b>	<b>406,0</b>	<b>100,0</b>

Anm.: Ergebnisse auf 5 m<sup>2</sup> gerundet

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016, Datengrundlage: Einzelhandelsbestandserhebungen Stadt- und Regionalplanung Dr Jansen GmbH 2016





Im Hinblick auf die bereinigte Verkaufsflächenausstattung und die bereinigten Umsätze der Stadt Marl ist festzuhalten, dass die Anteile der einzelnen Warengruppen sich im Vergleich zur Einzelhandelsausstattung nach Angebotsschwerpunkt im Saldo teilweise deutlich verändern. So liegt die bereinigte Verkaufsfläche der Warengruppe „Nahrungs- und Genussmittel“ knapp 5.000 m<sup>2</sup> unter dem Wert der Verkaufsfläche, differenziert nach Angebotsschwerpunkt. Dies ist darauf zurückzuführen, dass die in dieser Gruppe enthaltenen strukturprägenden Anbieter (SB-Warenhaus und Lebensmittel-SB-Märkte) neben Nahrungs- und Genussmitteln auch einen größeren Anteil an Nonfood-Sortimenten aufweisen. Dieser Anteil wird bei der Darstellung der bereinigten Einzelhandelsausstattung den entsprechenden Warengruppen zugeordnet. Eine hohe Marktbedeutung branchenfremder Anbieter wird insbesondere für die Branchen Gesundheit/Körperpflege, Bekleidung/Schuhe/Schmuck und Hausrat/Möbel/Einrichtung erkennbar. Auch in den übrigen Warengruppen, mit Ausnahme von „Bau-/Gartenbedarf/Autozubehör“ ergeben sich im Saldo leicht höhere Verkaufsflächenzahlen. Einhergehend mit den Veränderungen der Verkaufsfläche sind auch die Abweichungen der bereinigten Umsätze zu betrachten.

### 3.1.4 Einzugsbereich und Kaufkraft

Die Versorgungsfunktionen des Marler Einzelhandels sind im Wesentlichen auf das Stadtgebiet begrenzt. Gleichwohl ergibt sich aufgrund der Angebots- und Wettbewerbssituation, der Verkehrsverbindungen, der Siedlungsräume und der Pendlerverflechtungen für einige Einzelhandelsbetriebe und -standorte eine Ausstrahlungskraft, die über das Stadtgebiet hinausreicht. Dies gilt insbesondere für den Agglomerationsstandort Zechenstraße oder das Einkaufszentrum Marler Stern. Beide Standorte generieren auch Kunden aus dem Umland.

Die Stadt Marl steht durch die räumliche Nähe und aufgrund der Angebotsstruktur in intensivem Wettbewerb mit den Einzelhandelsstandorten der Nachbarstadt Recklinghausen. Nachgeordnete Wettbewerbsbeziehungen bestehen zu den Nachbarstädten Dorsten und Haltern am See. Auch die nächstgelegenen Oberzentren Bochum, Essen und Dortmund nehmen Einfluss auf die Erschließung eines faktischen Einzugsgebiets.

Ebenso von Bedeutung ist die Einzelhandelsfunktion bzw. die zentralörtliche Einstufung der übrigen Nachbarkommunen. So grenzt kein Grundzentrum an die Stadt Marl, für das der Marler Einzelhandel eine (Teil-)Versorgungsfunktion übernehmen könnte. Es ist vielmehr von einer gleichwertigen Versorgungsfunktion der Nachbarstädte Dorsten, Haltern, Oer-Erkenschwick, Recklinghausen, Herten, Gelsenkirchen und Dorsten auszugehen.

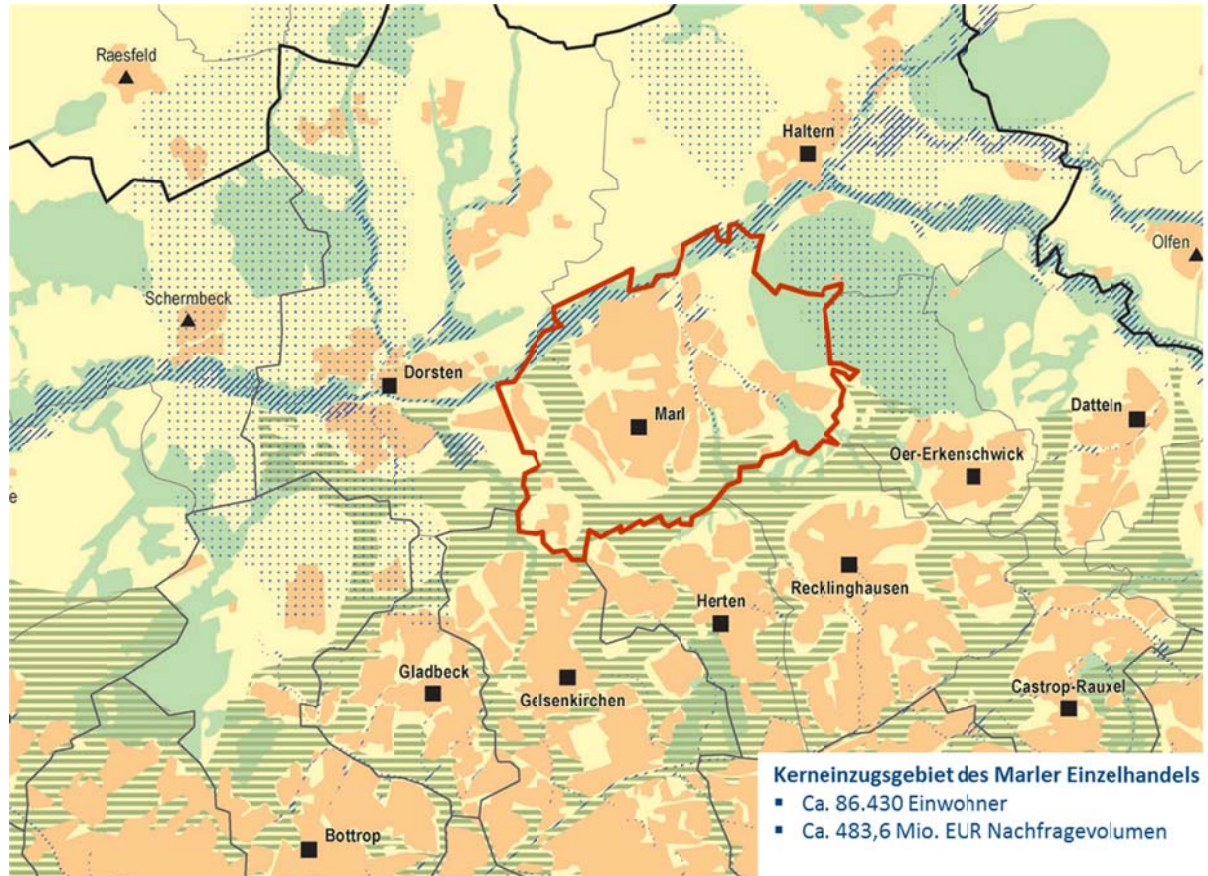
Demnach bilden die ca. 86.430 Einwohner des Marler Stadtgebiets die Hauptzielgruppe der Einzelhandelsanbieter im Stadtgebiet.

Die Kaufkraft ist der wichtigste Indikator für das Konsumpotenzial der in einem abgegrenzten Raum lebenden Bevölkerung. Unter Berücksichtigung der Ausgaben für Wohnen, Versicherungen, Pkw-Unterhalt, Reisen und Dienstleistungen wird das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial ermittelt, d. h. jene Einkommensanteile, die auch im stationären Einzelhandel nachfragewirksam werden. Die Basis für die Berechnung der regionalen Kaufkraft bilden die Daten der amtlichen Lohn- und Einkommensstatistik, ergänzt um die staatlichen Transferleistungen (z. B. Renten, Arbeitslosengeld und -hilfe, Kindergeld, Wohngeld, BAföG usw.). Nach eigenen Berechnungen und Veröffentlichungen der GfK Geo-Marketing GmbH, Bruchsal, betrug die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft im Jahr 2015 in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung ca. 5.775 EUR. Bei Unterteilung des gesamten Bedarfsgüterbereichs in Nahrungs- und Genussmittel einerseits und in Non-Food andererseits entfallen mit ca. 2.090 EUR ca. 36 % auf Lebensmittel und mit ca. 3.685 EUR ca. 64 % auf Nonfood-Sortimente.

Die Kaufkraftkennziffer stellt das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial einer Kommune im Vergleich zum Bundesdurchschnitt dar. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer für die Stadt Marl beträgt nach Angaben der Michael Bauer Research GmbH 2015 ca. 96,9. Das bedeutet, die durchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft liegt um rund 3 % unter dem Bundesdurchschnitt. Aufgrund der Preiselastizität der Nachfrage sind in den einzelnen Sortimenten Abweichungen in beide Richtungen möglich.

Unter Berücksichtigung der Einwohnerzahl ergibt sich eine örtliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Marl von ca. 483,6 Mio. EUR.

Abbildung 7: Einzugsgebiet des Marler Einzelhandels



Quelle: Kartengrundlage: Landesentwicklungsplan 2025 NRW, Einwohnerzahlen der Stadt Marl (2015), Kaufkraftkennziffer der Michael Bauer Research GmbH (2015)

Tabelle 5: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial

Sortiment	Pro-Kopf-Ausgaben (EUR/Jahr)	Gesamtausgaben Marl (EUR/Jahr)
Lebensmittel, Getränke, Spirituosen, Tabak, Lebensmittelspezialanbieter, Reformwaren	1.700	142,4
Brot- und Backwaren	220	18,4
Fleisch- und Wurstwaren	170	14,2
<b>Nahrungs- und Genussmittel insg.</b>	<b>2.090</b>	<b>175,0</b>
Körperpflege, Parfümerie/Kosmetik, Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel	235	19,7
Pharmazeutische Artikel, Sanitätswaren/Orthopädie, Optik, Hörgeräte	628	52,6
<b>Gesundheit, Körperpflege insg.</b>	<b>863</b>	<b>72,3</b>
Blumen	46	3,9
Zoobedarf, Tiernahrung	51	4,3
<b>Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf insg.</b>	<b>97</b>	<b>8,1</b>
Bücher, Zeitschriften, Zeitungen	108	9,0
Papier-, Büro-, Schreibwaren, Büroartikel	92	7,7





Sortiment	Pro-Kopf-Ausgaben (EUR/Jahr)	Gesamtausgaben Marl (EUR/Jahr)
<b>Bücher, Schreibwaren, Büro insg.</b>	<b>200</b>	16,8
Damen-, Herren-, Kinderbekleidung, Sonstiges	437	36,6
Schuhe/Lederwaren/Taschen/Koffer	142	11,9
Sportbekleidung, Sportschuhe	41	3,4
Uhren, Schmuck	55	4,6
Sonstiges	30	2,5
<b>Bekleidung, Schuhe, Sport insg.</b>	<b>705</b>	59,0
Großteilige Camping- und Sportgeräte, Fahrräder und Zubehör, kleinteilige Camping- und Sportgeräte	77	6,4
Freizeit, Spielwaren	108	9,0
<b>Sport, Freizeit, Spiel insg.</b>	<b>185</b>	15,5
Elektrogroß- und -kleingeräte (weiße Ware)	125	10,4
Leuchten	31	2,6
Unterhaltungselektronik, Bild- und Tonträger (braune Ware)	177	14,8
Computer und Zubehör (graue Ware)	104	8,7
Telefone	31	2,6
Foto	57	4,8
<b>Elektrowaren</b>	<b>525</b>	44,0
Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik, Wohnaccessoires, Geschenkartikel	83	7,0
Haus-, Heimtextilien, Teppiche	83	7,0
Bettwaren, Matratzen, Möbel, Küchen	322	27,0
Kunst/Antiquitäten, Bilder(-rahmen)	31	2,6
<b>Möbel, Einrichtung insg.</b>	<b>520</b>	43,6
Bau- und Heimwerkerbedarf, Kaminöfen und Zubehör, Sicht- und Sonnenschutz, Sonstiges	349	29,2
Tapeten, Bodenbeläge, Teppichboden	46	3,9
Gartenbedarf	103	8,6
Autozubehör	92	7,7
<b>Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Autozubehör insg.</b>	<b>590</b>	49,4
<b>Summe EH-Waren insgesamt</b>	<b>5.775</b>	<b>483,6</b>

Quelle: Daten: Pro-Kopf-Ausgaben GfK Gesellschaft für Konsumforschung 2015 und eigene Berechnungen, Kaufkraftkennziffer der Michael Bauer Research GmbH 2015, Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016

### 3.1.5 Zentralität des Marler Einzelhandels

Stellt man die durch den Einzelhandel in der Stadt Marl erzielten warengruppenspezifischen Umsätze der in der Stadt vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gegenüber, ergibt sich die sogenannte Zentralität für die Sortimente. Liegt die Zentralität über 100, so ist der Umsatz des Einzelhandels in

Marl in dem jeweiligen Sortiment höher als die in der Stadt vorhandene Kaufkraft. Dies bedeutet, dass im Saldo mehr Kaufkraft von außen hinzukommt, als aus dem Stadtgebiet abfließt. Bei einer Zentralität unter 100 ist der im jeweiligen Sortiment generierte Umsatz geringer als die vorliegende sortimentsbezogene Kaufkraft.

Tabelle 6: Zentralitätskennziffern nach Warengruppen

Warengruppe	Umsatz in Mio. EUR*	Kaufkraft in Mio. EUR	Umsatz/Kaufkraft- Relation
Nahrungs- und Genussmittel	171,5	175,0	98,0
Gesundheit, Körperpflege	67,2	72,3	93,0
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	8,0	8,1	99,2
Bücher, Schreibwaren, Büro	7,0	16,8	41,7
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	34,7	59,0	58,7
Sport, Freizeit, Spiel	11,6	15,5	74,9
Elektrowaren	25,3	44,0	57,5
Möbel, Einrichtung	31,5	43,6	72,2
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	49,2	49,4	99,6
<b>Summe</b>	<b>406,0</b>	<b>483,6</b>	<b>83,9</b>

Anm.: \* bereinigte Umsätze; Umsätze eines Mehrbranchenunternehmens werden aufteilt auf Warengruppen

Quelle: Darstellung und Berechnung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016 (Ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Die Gesamtzentralität von 83,9 ist für das Mittelzentrum Marl unter Berücksichtigung der spezifischen Lage und Wettbewerbssituation als durchschnittlich und maßstäblich im Hinblick auf den raumordnerischen Versorgungsauftrag einzustufen.

Eine Betrachtung differenziert nach Warengruppen macht allerdings deutlich, dass die mittelzentrale Funktionsfähigkeit des Einzelhandels in den Warengruppen wesentliche Unterschiede aufweist, sodass sich hieraus Hinweise auf Entwicklungspotenziale ableiten lassen. Für die einzelnen Warengruppen ergeben sich folgende Rückschlüsse:

#### Kurzfristiger Bedarf

- Bei den Warengruppen Nahrungs/Genussmittel, Gesundheit/Körperpflege und Blumen/Pflanzen/Zoolog. Bedarf, die hinsichtlich der Pro-Kopf-Ausgaben eine hohe Bedeutung einnehmen, kann jeweils eine Zentralität zwischen ca. 93 % und ca. 99 % errechnet werden. Tendenziell fließt in diesen Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs also Kaufkraft in einem geringen Umfang ab.

#### Mittelfristiger Bedarf

- Die höchste Zentralität in den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs wird in der Waren-

gruppe Sport/Freizeit/Spiel mit etwa 75 % erreicht. Verantwortlich dafür zeichnen primär die Fahrradfachmärkte sowie ein Fachmarkt mit einem gemischten freizeittaffinen Angebot. Im Saldo ist jedoch auch hier von einem Kaufkraftabfluss auszugehen.

- Für die Warengruppen Bücher/Schreibwaren/Büro und Bekleidung/Schuhe/Schmuck liegen die Zentralitätswerte bei etwa 42 % bzw. rund 59 %. Diese Werte signalisieren, dass das Angebot in der Stadt Marl tendenziell ausbaufähig ist.

#### Langfristiger Bedarf

- Die stärkste Marktposition erzielt der Marler Einzelhandel im Warengruppenvergleich bei Bau-/Gartenbedarf/Autozubehör. Es errechnet sich eine Zentralität von fast 100 %, sodass im Saldo von Kaufkraftzu- und -abflüssen die vollständige, der Marler Bevölkerung zur Verfügung stehende Kaufkraft auch durch den Marler Einzelhandel umgesetzt wird.
- In den Warengruppen Elektrowaren (ca. 58 %) und Möbel/Einrichtung (ca. 72 %) weisen die Zentralitätswerte auf eine gewisse Attraktivität des Angebots hin, die grundsätzlich der Versorgungsfunktion eines Mittelzentrums ent-



spricht, jedoch im Sinne der Kaufkraftbindung ausbaufähig ist.

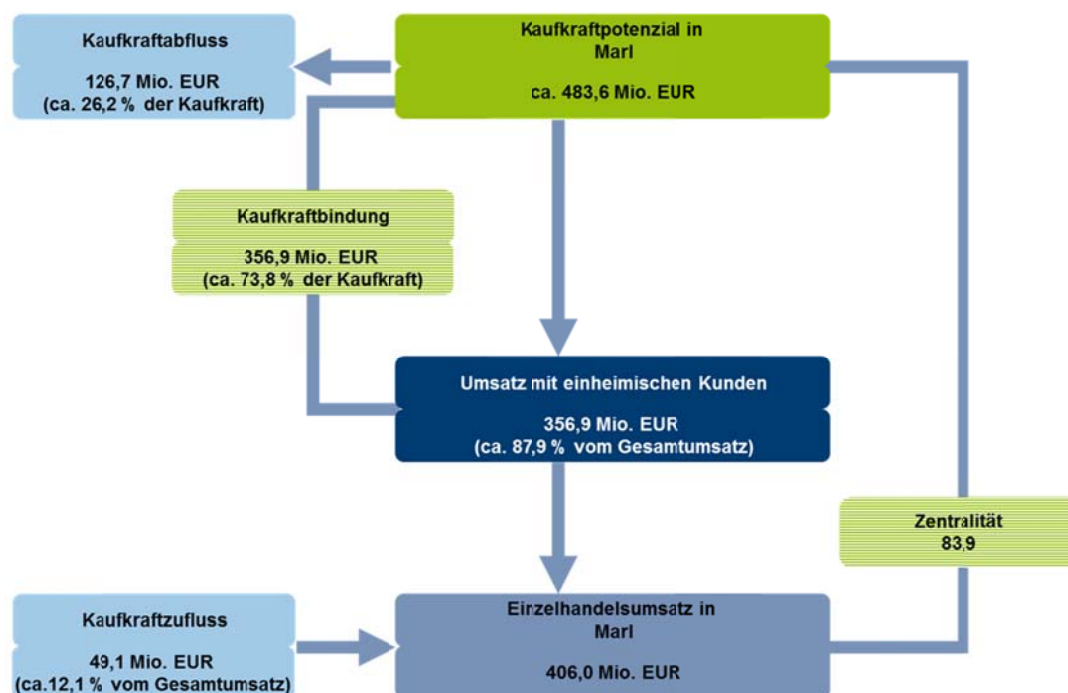
Die stark voneinander abweichenden Zentralitätswerte in den Warengruppen korrespondieren einerseits mit der Einzelhandelsausstattung im Marler Stadtgebiet und belegen andererseits die starken Pendler- und Einkaufsverflechtungen innerhalb des Ballungsraums. So lassen sich beispielsweise die Kaufkraftabflüsse auch in den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs erklären.

### 3.1.6 Kaufkraftbewegungen in Marl

Die Zentralität trifft noch keine detaillierte Aussage darüber, in welchem Umfang die örtliche Kaufkraft gebunden werden kann. Hierzu ist eine Differenzierung zwischen Umsätzen, die mit Kunden aus dem [Abbildung 8: Kaufkraftbewegungen in Marl im Überblick](#)

Stadtgebiet erzielt werden und Kunden von außerhalb erforderlich. Die Einschätzung dieser Aufspaltung erfolgt unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation in der Region und mit Hilfe von Erfahrungswerten. Die Ergebnisse der Einzelbetriebe werden wiederum auf der Ebene der Warengruppen zusammengeführt.

Bei der Darstellung der Kaufkraftbewegungen wird der Umsatz des Einzelhandels der Stadt Marl zugrunde gelegt. Der Umsatz mit auswärtigen Kunden wird abgezogen, sodass im Ergebnis der Umsatz, der durch die Marler Bürger generiert wird, der Kaufkraft der Bevölkerung der Stadt Marl gegenübergestellt werden kann.



Quelle: Darstellung und Berechnung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016

Der Einzelhandel in der Stadt Marl hat im Jahr 2015 insgesamt ca. 74 % der in der Stadt vorhandenen Kaufkraft gebunden. Somit fließt ein Anteil von ca. 26 % der Kaufkraft in konkurrierende Einkaufsorte ab. Die Ausstrahlungskraft des Marler Einzelhandels dokumentiert sich in einem Anteil des Einzelhandelsumsatzes mit auswärtigen Kunden von ca. 12 %. Das Verhältnis aus dem Kaufkraftabfluss in Höhe

von rund 126,7 Mio. EUR und dem Kaufkraftzufluss von etwa 49,1 Mio. EUR spiegelt die Verflechtungsintensität des Marler Einzelhandels wider und bestätigt mit dem negativen Saldo den Wettbewerbsdruck, dem der Einzelhandelsstandort ausgesetzt ist.

Die Kaufkraftbewegungen differenziert nach Warengruppen sind der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen. Die höchsten Kaufkraftbindungsquoten in der Stadt Marl werden in der Warengruppe Nahrungs-/Genussmittel mit ca. 92 % erzielt. Es folgen die beiden Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs Gesundheit/Körperpflege (ca. 84 %) und Blumen/Pflanzen/Zoolog. Bedarf (ca. 87 %). Die Zuflussquoten der drei Warengruppen liegen bei 6, 10 und 12 %.

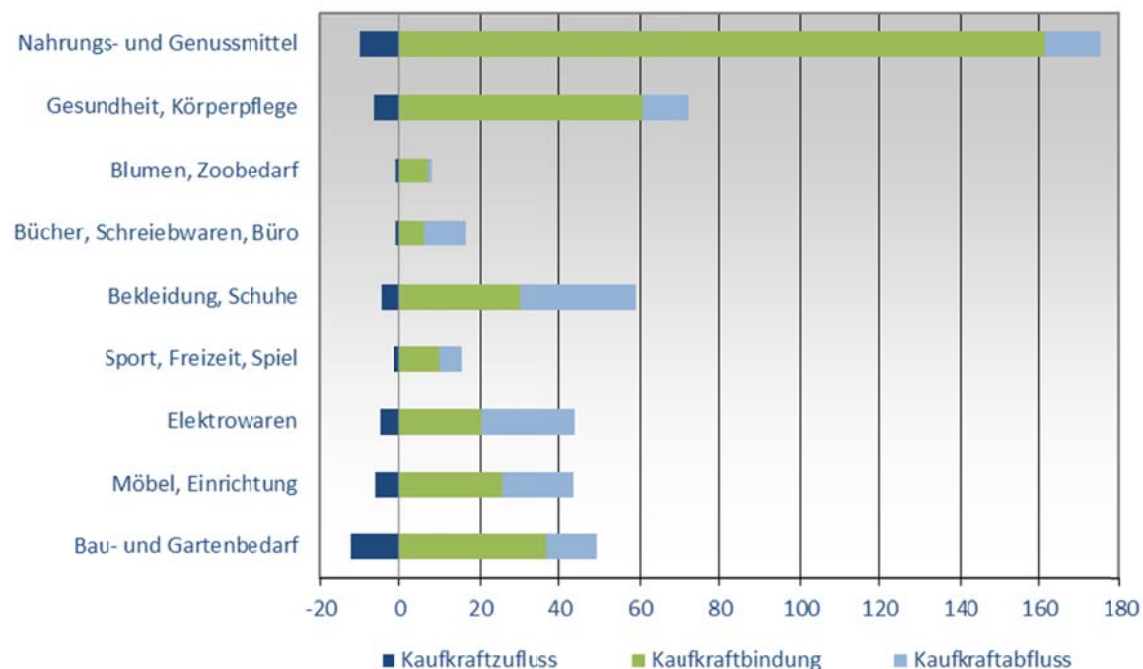
Für die Warengruppen des mittelfristigen Bedarfsbereichs beträgt die Kaufkraftbindung des Marler Einzelhandels zwischen rund 37 % bei Bücher/Schreibwaren/Büro, etwa 51 % bei Bekleidung/Schuhe/Schmuck und rund 64 % bei Sport/Freizeit/Spiel. Damit wird branchenbezogen eine unterschiedliche Qualität der Marktpositionierung des Marler Einzelhandels deutlich.

Sowohl für die Kaufkraftbindung als auch für die Höhe der Kaufkraftzuflüsse, die von 12 % des Ge-

samtumsatzes bei Bücher/Schreibwaren/Büro über ca. 14 % bei Bekleidung/Schuhe/Schmuck bis zu 15 % bei Sport/Spiel/Freizeit reichen, dürfte in erster Linie das Einzelhandelsangebot im Marler Stern maßgeblich sein.

Auch die Kaufkraftbindungsquoten der Warengruppen des überwiegend langfristigen Bedarfsbereichs Elektrowaren und Hausrat/Möbel/Einrichtung signalisieren mit ca. 46 % bis 58 % eine durchschnittliche Anbindung an die diese Sortimente anbietenden Marler Einzelhandelsbetriebe. Gleichmaßen bestätigen Kaufkraftzuflüsse mit Umsatzanteilen von jeweils ca. 20 % eine überörtliche Ausstrahlungskraft der entsprechenden Betriebe. In der Warengruppe Elektrowaren weist insbesondere der Elektrofachmarkt Saturn hohe Marktanteile auf. Bei Hausrat/Möbel/Einrichtung dürfte dagegen die Vielzahl von Fachmärkten und Fachgeschäften ausschlaggebend für die Höhe der Marktanteile sein.

Abbildung 9: Kaufkraftbewegungen nach Warengruppen (in Mio. EUR)



Quelle: Darstellung und Berechnung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016

In der ebenfalls dem langfristigen Bedarf zugehörigen Branche Bau-/Gartenbedarf/Autozubehör weisen sowohl die Kaufkraftbindung in Höhe von rund 75 % als auch der Umsatzanteil auswärtiger Kunden von rund 25 % auf die vergleichsweise gute Ausstattung

der der Warengruppe zugehörigen Betriebe und eine über die Grenzen Marls hinausgehende Versorgungsbedeutung hin. Dies gilt vornehmlich durch die beiden großflächigen Bau- und Heimwerkermärkte Globus und Toom.



Grundsätzlich wird bei den Kaufkraftabflüssen auch die aktuelle Bedeutung des Online-Handels berücksichtigt. So wird durch den Handelsverband Deutschland ein Marktanteil des Online-Handels von rund 8,5 % ausgewiesen, der branchenbezogen

jedoch deutlichen Schwankungen unterliegt. Anzunehmen ist, dass das Einzelhandelsangebot einer Stadt Einfluss auf die Höhe der Kaufkraftabflüsse in den Online-Handel hat.

Tabelle 7: Kaufkraftbewegungen nach Warengruppen

Warengruppe	Kaufkraft in Mio. EUR	Umsatz in Mio. EUR	Sortiments- umsatz in Mio. EUR	Kaufkraftbindung in Marl		Kaufkraftabfluss		Umsatz mit auswärtigen Kunden	
				in Mio. EUR	in % der Kaufkraft	in Mio. EUR	in % der Kaufkraft	in Mio. EUR	in % des Umsatzes
Nahrungs- und Genussmittel	175,0	197,4	171,5	161,2	92,1	13,8	7,9	10,30	6,0
Gesundheit, Körperpflege	72,3	55,1	67,2	60,5	83,7	11,8	16,3	6,7	10,0
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	8,1	5,6	8,0	7,1	87,7	1	12,3	1	12,0
Bücher, Schreibwaren, Büro	16,8	4,2	7,0	6,1	36,3	10,6	63,1	0,8	12,0
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	59,0	34,0	34,7	29,8	50,5	29,2	49,5	4,9	14,0
Sport, Freizeit, Spiel	15,5	7,9	11,6	9,9	63,9	5,6	36,1	1,7	15,0
Elektrowaren	44,0	20,3	25,3	20,2	45,9	23,8	54,1	5,1	20,0
Möbel, Einrichtung	43,6	29,2	31,5	25,2	57,8	18,4	42,2	6,3	20,0
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	49,4	52,2	49,2	36,9	74,7	12,5	25,3	12,3	25,0
<b>Summe</b>	<b>483,6</b>	<b>406,0</b>	<b>406,0</b>	<b>356,9</b>	<b>73,8</b>	<b>126,7</b>	<b>26,2</b>	<b>49,1</b>	<b>12,1</b>

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016



### 3.2 Einzelhandelsentwicklung in Marl seit 2008

Der Einzelhandelsbestand in Marl hat sich seit der im Einzelhandelskonzept (EHK) 2008 veröffentlichten Einzelhandelsdaten (Erfassung erfolgte im Jahr 2007) wie folgt verändert:

- Die Anzahl der Betriebe hat sich von 514 auf 399 verringert, was einem Verlust von rund 22,4 % entspricht.

- Die Verkaufsfläche im gesamten Stadtgebiet ist von rund 137.590 m<sup>2</sup> auf rund 142.870 m<sup>2</sup> angestiegen, anteilig um rund 3,8 %.

Die Entwicklung der Leistungskennzahlen des Einzelhandels kann nicht nachvollzogen werden, da im EHK 2008 keine Umsatzeinschätzung des Einzelhandels erfolgte.

Tabelle 8: Veränderungen der Einzelhandelsausstattung und der betrieblichen Leistungsfähigkeit (bereinigt)

Kategorie	2007	2014	Differenz
Anzahl Betriebe	514	399	-115
Gesamtverkaufsfläche	137.590 m <sup>2</sup>	142.870 m <sup>2</sup>	+ 5.280 m <sup>2</sup>
Einwohner	89.600	86.430	- 3.170
Einzelhandelsausstattung	2007	2014	Differenz
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>	33.550	41.435	+ 7.885
Gesundheit, Körperpflege	7.940	7.077	- 863
Blumen, Zoobedarf	3.500	3.524	+ 24
Bücher, Schreibwaren, Büro	3.120	1.769	- 1.351
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	18.550	16.533	- 2.017
Sport, Freizeit, Spiel	4.090	3.009	- 1.081
Elektrowaren	9.890	6.494	- 3.396
Möbel, Einrichtung	14.650	17.964	+ 3.314
Bau-, Gartenbedarf, Autozubeh-	39.980	45.065	+ 5.085
Sonstiges	2.320	-	-!
<b>Summe</b>	<b>137.590</b>	<b>142.870</b>	<b>5.280</b>

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016, Datengrundlage: Einzelhandelsbestandserhebungen Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2016 und Junker + Kruse Dezember 2007 (Ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Vergleicht man die Entwicklung der Stadt Marl mit anderen Städten Deutschlands, so wird deutlich, dass sich der Einzelhandelsstandort Marl in vielen Teilen konform mit dem Bundestrend verändert: Die Zahl der Betriebe geht zurück und wird andersorts durch ein Verkaufsflächenwachstum kompensiert, was auch mit steigenden Flächenleistungen einhergeht.

Da sich die Bevölkerung im gleichen Zeitraum mit einer Reduzierung um rund 3 % negativ entwickelt hat, ist die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner im Stadtgebiet von rund 1,54 m<sup>2</sup>/Einwohner im Jahr 2007 auf etwa 1,65 m<sup>2</sup>/Einwohner im Jahr 2015 angestiegen.

Branchenbezogen sind die deutlichsten positiven Veränderungen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit einem Verkaufsflächenanstieg von rund 23 % erkennbar. Für diese Entwicklung zeichnet eine Reihe von Neuansiedlungen von Lebensmittel-SB-Betrieben verantwortlich, zum Beispiel in Marl-Hamm (Netto und Edeka) sowie in Hüls (Kaufland).

Verkaufsflächenrückgänge um rund 11 % sind in der Warengruppe Gesundheit/Körperpflege nachvollziehbar. Dies ist ein Trend, der nach der Schließung der Schlecker- und Ihr Platz-Filialen bundesweit in den meisten Kommunen sichtbar wird. So auch in Marl, ehemals Standort von 11 Schlecker- und drei Ihr Platz-Filialen.

Für die Warengruppe Blumen/Zoobedarf liegt eine nahezu konstante Verkaufsflächenausstattung seit 2008 vor, die mit kleinteiligen Ansiedlungen und Schließungen/Verlagerungen einhergeht.

Ein deutlicher Rückgang der Verkaufsfläche um rund 43 % zeigt die Entwicklung in der Warengruppe Bücher/Schreibwaren/Büro. Hierfür sind primär Schließungen von Fachgeschäften, insbesondere von Buchhandlungen, sowie Sortimentsveränderungen bei Mehrbranchenunternehmen verantwortlich.

Verkaufsflächenrückgänge sind auch für die Warengruppen Bekleidung/Schuhe/Schmuck (rund 11 %) und Sport/Spiel/Freizeit (rund 26 %) nachvollziehbar. Maßgeblich hierfür sind die Schließungen von Hertie und Wehmeyer.

Die Schließung von Medimax ist hauptverantwortlich für einen Rückgang um rund 34 % der Verkaufsfläche in der Warengruppe Elektrowaren.

Die beiden Warengruppen Möbel/Einrichtung und Bau-/Gartenbedarf/Autozubehör sind dagegen durch eine positive Verkaufsflächenentwicklung um rund 23 % bzw. 13 % gekennzeichnet. Hier ist in erster Linie auf die Ansiedlungen von Tedox, Woolworth und den Baumarkt Globus zu verweisen.

### 3.3 Umsatzentwicklung und Verkaufsflächenbedarf bis zum Jahre 2025

Im Rahmen einer Modellrechnung werden Orientierungswerte für die Verkaufsflächenentwicklung in den nächsten zehn Jahren ermittelt. Sie basieren auf einem moderaten Ausbau der Kaufkraftbindung in den verschiedenen Warengruppen. Die Modellrechnung soll für die Sortimente, deren Ansiedlung die städtebaulichen Zielsetzungen der Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche und der wohnungsnahen Versorgung beeinflussen können, Hinweise auf einen Ausbaustandard geben, der mit überschaubaren Umverteilungswirkungen an Einzelhandelsstandorten des Marler Stadtgebiets verbunden ist und zur Stärkung der Marktposition des Marler Einzelhandels beiträgt. Die Werte sollen auch deutlich machen, dass weitaus größere Flächenentwicklungen entweder starke Umverteilungswirkungen nach sich ziehen oder die Flächenleistungen des bestehenden Einzelhandels reduzieren. Unter den Aspekten einer Stärkung des Wirtschaftsstandorts Marls und einer Erhöhung der einzelhandelsbezogenen Zentralität sind auch größer dimensionierte Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben in jedem Fall nicht grundsätzlich auszuschließen, sondern im Hinblick auf ihre Marktwirkungen zu prüfen.

Die Modellrechnung berücksichtigt noch nicht Ansiedlungs-, Verlagerungs- und Erweiterungsmaßnahmen, die im Bearbeitungszeitraum des Gutachtens erfolgten oder derzeit in der Planung/Umsetzung befindlich sind. Gleiches gilt für zwischenzeitlich vorgenommene Betriebsaufgaben. Bei den größeren Veränderungen handelt es sich um:

- Die Ansiedlung des Sonderpostenhändlers Thomas Philips in Hüls
- Die avisierte Ansiedlung eines Edeka-Supermarkts in Hüls

Unter Berücksichtigung der beiden Szenarien der Bevölkerungsentwicklung „Zensus“ (79.000 Einwohner im Jahr 2025) und „Stagnation“ (ca. 86.430 Einwohner 2025) werden in der Tabelle 9 die Entwicklungsspielräume (Verkaufsflächen und Umsätze) aufgezeigt.





Tabelle 9: Modellrechnung der Verkaufsflächenpotenziale bis 2025

Warengruppe	Kaufkraftbindung in %		Umsatzveränderung in Mio. EUR		Umsatz/m <sup>2</sup> Verkaufsfläche in EUR	Entwicklungsspielraum in m <sup>2</sup> Verkaufsfläche	
	Status Quo	Zielwert 2025	Zensus	Stagnation	Zensus/ Stagnation	Zensus	Stagnation
Nahrungs- und Genussmittel	92,1	95,0	- 9,2	+ 5,1	4.500	- 2.050	+ 1.150
Gesundheit, Körperpflege	83,7	88,0	- 2,4	+ 3,1	4.000	- 600	+ 770
Blumen, Pflanzen, Zoobedarf	86,4	92,0	- 0,3	+ 0,4	1.750	- 150	+ 220
Bücher, Schreibwaren, Büro	36,7	42,0	+ 0,3	+ 0,9	2.500	+ 110	+ 360
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	50,5	55,0	-0,1	+ 2,7	2.000	- 60	+ 1.340
Sport, Freizeit, Spiel	63,7	70,0	+/- 0	+ 1,0	2.500	+ 20	+ 390
Elektrowaren	57,9	63,0	+ 0,7	+ 2,7	3.500	+ 200	+ 760
<b>Summe</b>	-	-	<b>- 11,0</b>	<b>+ 15,9</b>	-	<b>- 2.530</b>	<b>+ 4.990</b>

Quelle: Darstellung und Berechnung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016  
(Ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Im Ergebnis zeigt sich, dass bei der prognostizierten negativen Bevölkerungsentwicklung kaum Entwicklungsperspektiven des Marler Einzelhandels bestehen, ohne dass dadurch Umsatzumverteilungen gegenüber dem ansässigen Einzelhandel begründet würden. Da die Bevölkerungsentwicklung derzeit jedoch schwer prognostizierbar ist, sollten die Entwicklungsperspektiven bei einer Stagnation der Bevölkerungszahl bis zum Jahr 2030 analysiert werden. Folgende sortimentsbezogene Schlussfolgerungen ergeben sich für die Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels im Marler Stadtgebiet:

Bei Nahrungs- und Genussmitteln zeigen sich Flächenoptionen, die zur Ansiedlung eines weiteren Anbieters oder zur Erweiterung mehrerer Lebensmittel-SB-Betriebe genutzt werden könnten. In Anbetracht der absehbaren Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters im Bereich Ovelheider Weg/Victoriastraße ist dieses Flächenpotenzial jedoch bereits ausgeschöpft. Umso mehr zeigt sich die Bedeutung, den Lebensmitteleinzelhandel räumlich so zu steuern, dass dadurch einerseits zentrale Versorgungsbereiche gestärkt und andererseits eine bestmögliche Nahversorgung für die Marler Bürger gewährleistet wird. So können zukünftige Ansiedlungen/Erweiterungen des Lebensmitteleinzelhandels planerisch sinnvoll sein, obwohl rechnerisch keine Entwicklungsperspektiven mehr

aufgezeigt werden konnten. Genauere Erläuterungen hierzu finden sich in Kapitel 5.

Auch die meisten Angebote der Warengruppe Gesundheit/Körperpflege sind nahversorgungsrelevant. Größere und großflächige Drogeriemärkte sind zudem geeignet, Magnetfunktionen innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zu übernehmen. Das hier ausgewiesene Flächenentwicklungspotenzial ermöglicht zum Beispiel die Ansiedlung eines solchen großflächigen Magnetbetriebs. Zu priorisieren sind dabei zentrale Versorgungsbereiche, in denen bislang kein Drogeriemarkt ansässig ist.

Die Ausstattung bei Blumen/Pflanzen/Zoobedarf ist in Marl durch Fachmärkte außerhalb der integrierten Versorgungslagen gekennzeichnet (Zoofachmärkte), im Hinblick auf Blumen/Pflanzen jedoch auch durch den inhabergeführten, meist kleinstrukturierten Einzelhandel an städtebaulich integrierten Standorten. Die rechnerischen Entwicklungsperspektiven weisen keine Dimensionierung auf, die die Ansiedlung eines größeren Fachmarkts ermöglichen würde, ohne dass intensive Wettbewerbseffekte zu erwarten wären. Jedoch sind kleinteilige Angebotsergänzungen oder Vergrößerungen der Bestandsbetriebe bis zu rund 220 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche möglich.

Ebenfalls geringe Entwicklungspotenziale zur Ausweitung der Verkaufsfläche ergeben sich in der Warengruppe Bücher/Schreibwaren/Büro. Diese eignen sich zur Ansiedlung eines im Branchenvergleich größeren Fachbetriebs (z. B. filialisierte Buchhandlungen und Schreibwarengeschäfte) oder zu kleinteiligen Angebotsergänzungen.

Die Ausstattung des Einzelhandelsstandorts Marl mit Verkaufsflächen im Bereich Bekleidung/Schuhe/Schmuck lässt Entwicklungsspielräume in der Zukunft zu, deren Dimensionierung zur Ansiedlung einzelner Fachanbieter oder eines größeren Magnetbetriebs geeignet sind. Da diese Warengruppe die klassischen Leitsortimente einer Innenstadt beinhaltet (Damen-/Herrenoberbekleidung, Sportbekleidung, Schuhe etc.), ist durch eine gezielte Ansiedlungspolitik ggf. auch eine darüber hinausgehende Verkaufsflächenentwicklung und eine entsprechende Wettbewerbsintensivierung in Kauf zu nehmen, wenn dadurch eine Aufwertung der Marler Kernstadt zu erwarten wäre.

Gleiches gilt für die Warengruppe Sport/Freizeit/Spiel. Hier ergeben sich ebenfalls Möglichkeiten zur Angebotsausweitung, die zum Ziele der Attraktivierung des Handelszentrums in der Kernstadt auch überschritten werden können.

In der Vergangenheit hat ein Elektrofachmarkt in der Marler Kernstadt den Markt verlassen. Jedoch zeigen die Berechnungen auf, dass die Nachfragesituation durchaus Angebotserweiterungen in der Warengruppe ermöglichen kann.

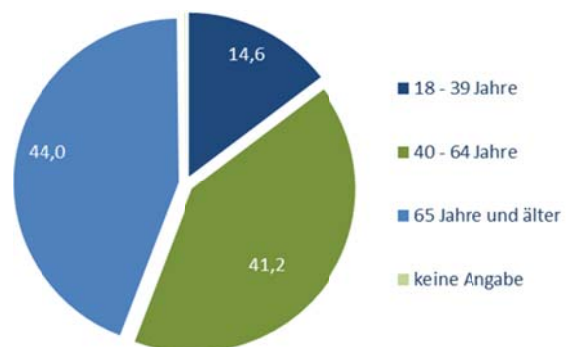
Bei den beiden Warengruppen, die am Standort Marl primär durch großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten vertreten sind (Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel und Einrichtungsbedarf), ergibt sich aufgrund der Struktur der wichtigen Anbieter eine andere, nämlich regional ausgeprägte Wettbewerbssituation. Zudem nehmen auch die landesplanerischen Vorgaben Einfluss auf die Entwicklungsmöglichkeiten des Einzelhandels in diesen Segmenten. Daher sind in jedem Fall Einzelprüfungen für größere Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben in diesen Branchen zu empfehlen, und von einer Berechnung der Entwicklungsspielräume wird abgesehen.

### 3.4 Bewertung des Einzelhandelsstandorts Marl aus Bürgersicht

Im Rahmen einer telefonischen Haushaltsbefragung nach dem CATI-Verfahren wurden im März 2016 insgesamt 500 zufällig ermittelte volljährige Bürger der Stadt Marl zu ausgewählten Themenstellungen bezüglich des Marler Einzelhandels befragt. Angesprochen wurden die jeweils haushaltsführenden Personen bzw. die Person, die die Einkäufe für den Haushalt in der Regel erledigt. Themen der Befragungen waren die Einkaufshäufigkeit, der Einkaufsort, die Einkaufsorientierung nach Sortimenten sowie die qualitative Bewertung des Einzelhandelsstandorts Marl.

Rund 64 % der sich im März 2016 an der Befragung beteiligenden Personen waren weiblich, etwa 36 % männlich. Die gezogene Zufallsstichprobe weicht von der Grundgesamtheit tendenziell ab, da vermehrt weibliche Haushaltsmitglieder für den Einkauf verantwortlich sind.

Abbildung 10: Altersstruktur der Befragten



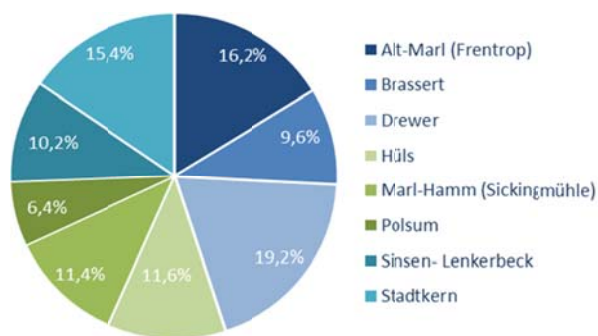
Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016

Bei den Befragten zeigt sich ein überproportional hoher Anteil der über 64-Jährigen (rund 44 %) im Vergleich zur tatsächlichen Altersstruktur der Marler Bevölkerung 2015, wo der Anteil der über 64-Jährigen (bezogen auf die bereits volljährige Bevölkerung) bei rund 26 % liegt. Den nächsthöheren Anteil an den Befragten übernimmt die Gruppe der 40- bis 64-Jährigen, der mit rund 41 % leicht unter dem entsprechenden Bevölkerungsanteil (ca. 45 %) liegt. Dagegen sind die jüngeren Befragten tendenziell unterrepräsentiert (ca. 14 % an Befragungsanteil, rd. 29 % Anteil an Einwohner-schaft).



Die Altersstruktur der Befragten lässt eine höhere Mitwirkungsbereitschaft der älteren Bevölkerungsgruppen erkennen.

Abbildung 11: Wohnorte der befragten Marler Bürger



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016

Die Wohnorte der befragten Marler Bürger sind in Abbildung 11 dargestellt. Den größten Anteil bilden mit etwa 19 % der Befragten die Einwohner des Stadtteils Drewer, gefolgt von den Stadtteilen Alt Marl (16 %) und Marler Stadtkern (etwa 15 %). Die Teilnehmer bilden nicht vollumfänglich die tatsächliche Wohnortverteilung ab, da Einwohner der Stadtteile Brassert und Hüls in der Befragung leicht unterrepräsentiert sind.

### 3.4.1 Einkaufshäufigkeit

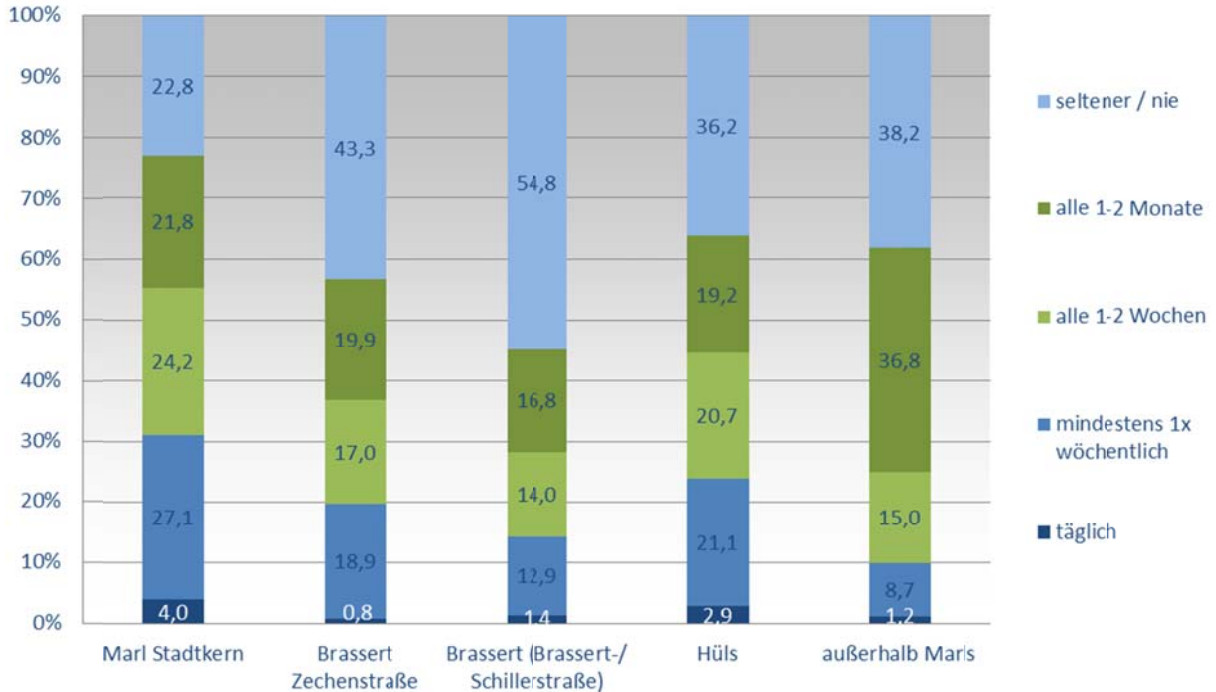
Bei der Frage nach der Einkaufshäufigkeit an den verschiedenen Handelsstandorten der Stadt Marl wurden neben dem Marler Stadtkern auch die Einzelhandelsstandorte Zechenstraße, Brassertstraße/Schillerstraße und Hüls in die Befragung einbezogen, da diese neben dem Stadtkern die größten Einzelhandelsagglomerationen in Marl darstellen.

Vergleicht man die Standortlagen miteinander, wird deutlich, dass der Marler Stadtkern der am häufigsten frequentierte Einkaufsbereich im Stadtgebiet ist. Für alle anderen Standortlagen sind die Anteile der Befragten, die angeben seltener/nie am Standort einzukaufen, höher.

So kaufen rund 31 % der befragten Marler Bürger täglich bis mindestens einmal wöchentlich im Stadtkern ein, ca. 24 % der Befragten erledigen ihre Einkäufe im Stadtkern alle ein bis zwei Wochen. Rund 45 % der Befragten besuchen den Stadtkern nur alle ein bis zwei Monate oder seltener.

Der Einkaufsbereich Hüls wird von rd. 45 % der Befragten und die Brassert-/Schillerstraße von etwa 37 % mindestens alle ein bis zwei Wochen aufgesucht. Am Standort Zechenstraße sind es rund 29 %.

Abbildung 12: Einkaufshäufigkeiten in ausgewählten Marler Standortlagen

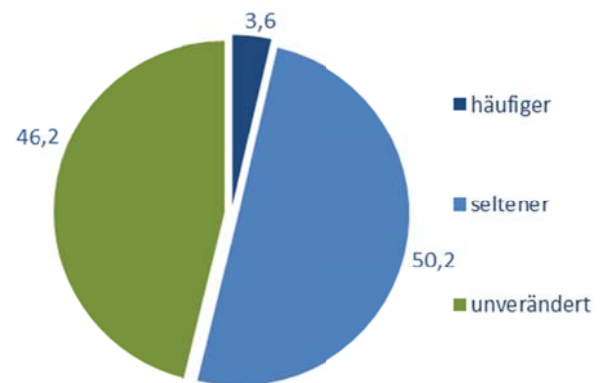


Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016

Die Einkaufshäufigkeit der Marler Bürger außerhalb der Stadt stellt sich wie folgt dar: Etwa 10 % der Befragten kaufen mindestens einmal wöchentlich oder häufiger außerhalb Marls ein. Ca. 15 % nutzen alle ein bis zwei Wochen auswärtige Einkaufsmöglichkeiten. Der Anteil der Befragten, die lediglich alle ein bis zwei Monate oder seltener außerhalb Marls einkaufen, liegt bei rd. 75 %. In Bezug auf die Altersstruktur der Befragten zeigt sich, dass durch jüngere und mobilere Bevölkerungsgruppen tendenziell vermehrt Einkäufe außerhalb Marls getätigt werden.

Neben der aktuellen Einkaufshäufigkeit wurden die befragten Bürger gebeten, einzuschätzen, ob sie den Marler Stadtkern im Vergleich zu vor fünf Jahren häufiger, seltener oder unverändert oft aufsuchen.

Abbildung 13: Einkaufshäufigkeit im Marler Stadtkern im Vergleich zu vor fünf Jahren



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016

Rd. 50 % der Befragten gab an, den Marler Stadtkern seltener als noch vor fünf Jahren aufzusuchen. Ca. 46 % sprachen sich für eine unveränderte Einkaufshäufigkeit aus und lediglich etwa 4 % besuchen ihn häufiger als vor fünf Jahren.

Der hohe Anteil derer, die den Marler Stadtkern seltener als vor fünf Jahren aufsuchen, ist als kriti-

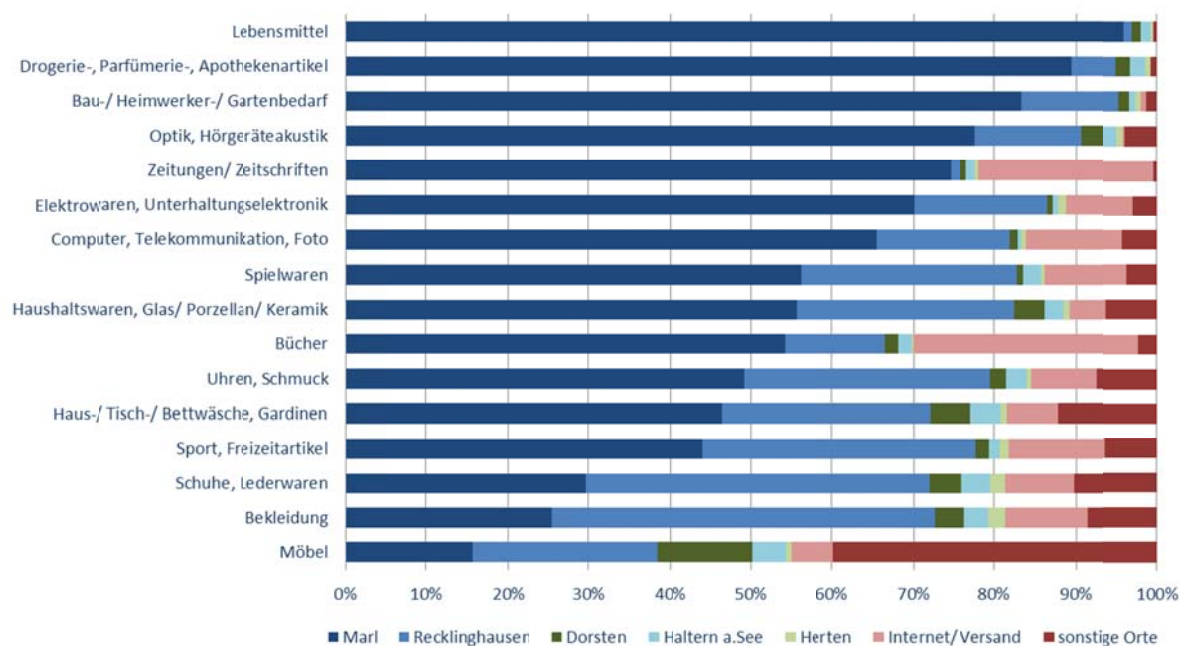


scher Hinweis aufzunehmen, dass die Entwicklung des Einzelhandelsstandorts nicht mit der sich verändernden Nachfrage Schritt hält. Um zukünftig nicht weitere Kunden- und Frequenzverluste zu erleiden, sind städtebauliche und handelswirtschaftliche Interventionen unabdingbar.

### 3.4.2 Einkaufsorientierung

Die befragten Bürger wurden hinsichtlich verschiedener Warengruppen gebeten, ihre primäre Einkaufsorientierung für die verschiedenen Einzelhandelsortimente anzugeben.

Abbildung 14: Einkaufsorientierung (in %)



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016

In den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs – darunter auch die innerstädtischen Leitsortimente Bekleidung, Schuhe, Sport – liegt die höchste Einkaufsorientierung nach Marl in der Warengruppe Elektrowaren, Unterhaltungselektronik (ca. 70 %) vorliegt, während sich diese in den übrigen Warengruppen tendenziell zwischen 25 % und 65 % bewegt,

Dagegen werden in den Warengruppen des langfristigen Bedarfs sowohl sehr hohe als auch sehr niedrige Einkaufsorientierungen nach (ca. 16 bis 83 %) Marl geäußert, die mit der beschriebenen Einzelhandelsausstattung korrelieren.

Vor allem für Lebensmittel stellt die Stadt Marl den wichtigsten Einkaufsort dar. Rund 96 % der Befragten äußerte sich entsprechend. Auch für die weiteren Sortimente des kurzfristigen Bedarfs werden von einem Großteil der Befragten auf primäre Einkaufsorientierungen auf den Marler Einzelhandel verwiesen. Bei Drogerie-, Parfümerie und Apothekenartikel von rund 90 % und bei Optiker, Hörgeräteakustik von etwa 77 %.

Insgesamt lässt sich für die Einkaufsorientierung der befragten Marler Bürger feststellen, dass insbesondere die Stadt Recklinghausen einen attraktiven Einkaufsstandort darstellt. Dies gilt insbesondere für typische Innenstadtleitsortimente wie Bekleidung, Schuhe, Lederwaren und Sport, Freizeitartikel.

### 3.4.3 Bewertung des Marler Einzelhandelsstandorts

Zur Bewertung der Einkaufsmöglichkeiten sowie der Verkehrs- und Parkplatzsituation in den Marler Einkaufslagen stand den Bürgern eine Skala der

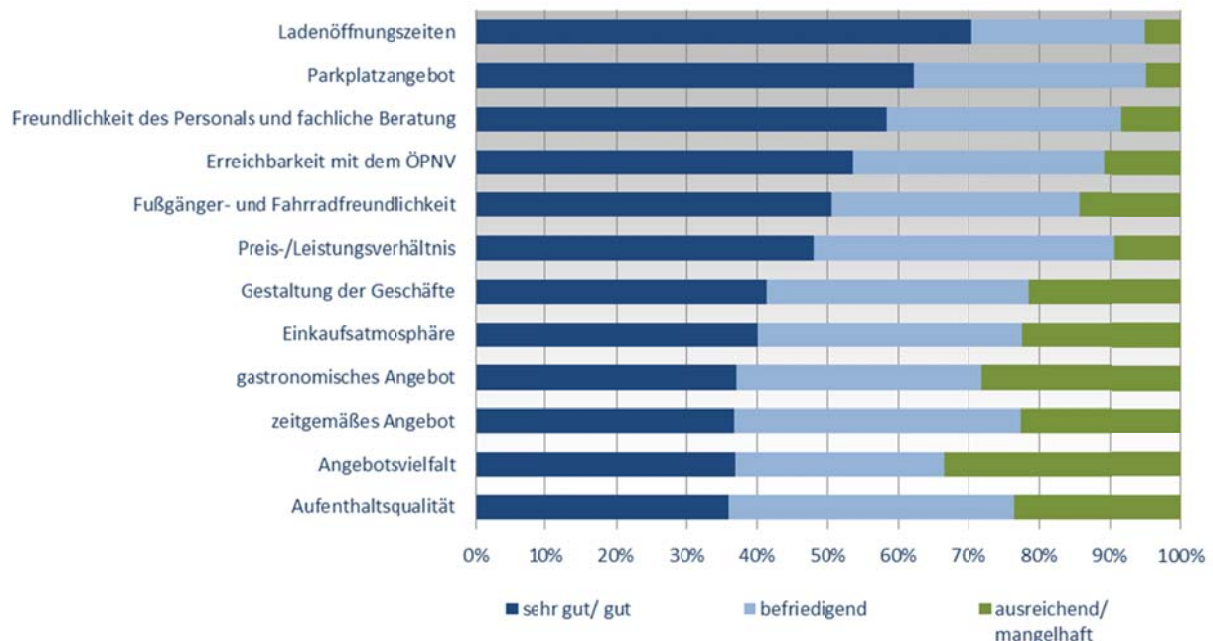
Schulnoten von 1 (= sehr gut) bis 5 (= mangelhaft) zur Verfügung, um vorgegebene Kriterien zu beurteilen.

Die beste Bewertung durch die Befragten erfuhren die Kategorien, die sich auf die Rahmenbedingungen des Einkaufs beziehen (z. B. Ladenöffnungszeiten, Freundlichkeit des Personals). Mindestens 58 % der Befragten bewerteten diese mit sehr gut/gut. Das tatsächlich in Marl verfügbare Einzelhandelsangebot wird dagegen tendenziell kritischer beurteilt. So wird die Angebotsvielfalt und -qualität sowie das Kriterium „zeitgemäßes Angebot“ nur von rund 36 bis 37 % der Befragten mit sehr gut/gut benotet. Diese Bewertung korreliert mit den zuvor dargestellten sortimentsbezogenen Einkaufsorientierungen, die auf aus Sicht der Befragten attraktivere Einzelhandelsangebote außerhalb Marls hinweisen.

Die Einkaufsrahmenbedingungen in der Stadt werden hinsichtlich der Parkplatzsituation sowie der Erreichbarkeit mit dem ÖPNV positiv bewertet (je ca. 54 % der Nennungen für sehr gut/gut). Auch die Fußgänger- und Fahrradfreundlichkeit wird mehrheitlich gut beurteilt (51 % sehr gut/gut), allerdings empfinden 37 % bzw. 40 % der Befragten die Situation hinsichtlich der beiden Leistungsfacetten Einkaufsatmosphäre und Aufenthaltsqualität nur befriedigend, sehen diese sogar zu rd. 24 % bzw. 23 % nur als ausreichend/mangelhaft an. Die Bewertung des gastronomischen Angebots fällt hingegen überwiegend positiv aus (37 % für sehr gut/gut, 35 % befriedigend).

Insgesamt setzen sich die Befragten kritisch mit dem Einzelhandelsstandort Marl auseinander. Insbesondere die Bewertungen zum verfügbaren Einzelhandelsangebot sind vergleichsweise negativ..

Abbildung 15: Bewertung der Einkaufsmöglichkeiten sowie der Verkehrs- und Parkplatzsituation (in %)



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016



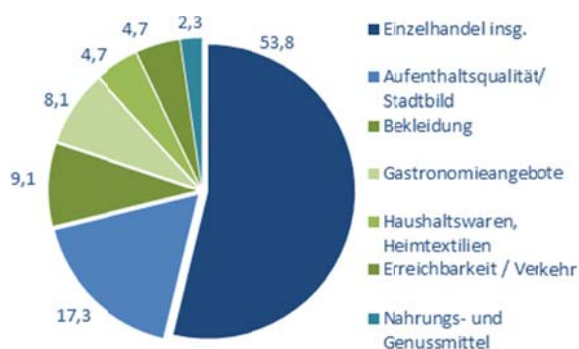


### 3.4.4 Veränderungswünsche für die Einkaufs- und Versorgungssituation in der Stadt Marl

Einen genaueren Blick auf mögliche Anknüpfungspunkte bieten die konkreten Veränderungswünsche der befragten Marler Bürger. Diese beziehen sich im Aufgabenfeld der städtischen Einkaufs- und Versorgungsfunktion vor allem auf die grundsätzliche Aufwertung der Einzelhandelssituation und -ausstattung im Allgemeinen (ca. 53 %), ohne dass eine Konkretisierung hinsichtlich der Sortimente erfolgt. Weitere rd. 17 % der Befragten wünschen sich eine Aufwertung der Aufenthaltsqualität bzw. des städtebaulichen Umfelds in der Marler Kernstadt. Bei der Bewertung dieser Wünsche ist der Umstand einzubeziehen, dass das Handelszentrum der Marler Kernstadt nicht wie in den meisten Städten vergleichbarer Größe durch eine historisch gewachsene Stadtstruktur, sondern durch ein Einkaufszentrum geprägt wird.

Rund 8 % der Befragten wünschen sich eine Erweiterung des gastronomischen Angebots.

Abbildung 16: Veränderungswünsche der Marler Bürger für die Einkaufs- und Versorgungssituation in der Stadt Marl (in %)



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016

Bezüglich der branchenbezogenen Verbesserungswünsche im Einzelhandel zeigt sich bei den Befragten vor allem der Wunsch nach mehr Bekleidungsangeboten (etwa 9 %). Zudem werden mit etwa 5 % mehr Haushaltswaren und Heimtextilien gewünscht.

### 3.4.5 Zwischenfazit

Die Befragungsergebnisse lassen erkennen, dass die derzeitige Einzelhandelsausstattung und -attraktivität standort- und sortimentsbezogen unterschiedlich von den befragten Marler Bürgern bewertet wird.

Grundsätzlich ist die Marler Kernstadt der meist frequentierte Einkaufsstandort der Befragten, es folgt der Einzelhandel in Hüls. Auch Einkäufe außerhalb der Stadt Marl werden durch viele Befragte regelmäßig getätigt. Während insbesondere Lebensmittel, Drogeriewaren und auch Bau- und Heimwerkerbedarf mehrheitlich in Marl gekauft werden, sind es vor allem die klassischen innerstädtischen Leitsortimente wie Bekleidung, Schuhe, Sportartikel, die häufig andernorts erworben werden. Gleiches gilt für Möbel.

Die vergleichsweise hohe Einkaufsorientierung auf Einkaufsstandorte außerhalb Marl korreliert sowohl mit der Nennung von Verbesserungswünschen – hier wird insbesondere eine allgemeine Aufwertung des Einzelhandelsangebots gewünscht – als auch mit einer tendenziell verbesserungswürdigen Bewertung des Einkaufsstandorts Marl nach verschiedenen Standortkriterien. Auch hier werden die Merkmale, die sich konkret auf das Angebot des ansässigen Einzelhandels beziehen, besonders kritisch bewertet, rund ein Drittel benotet hier mit ausreichend/mangelhaft.

Mehrheitlich zufrieden zeigen sich die Befragten dagegen mit den meisten Rahmenbedingungen des Einkaufs, wie z. B. der Parkplatzsituation, den Ladenöffnungszeiten und auch mit der Freundlichkeit und fachlichen Beratung durch das Personal.







## 4 Zentrenkonzept für die Stadt Marl

### 4.1 Grundsätzliche Anmerkungen

#### 4.1.1 Zentrenkonzept als räumliches Steuerungsinstrument

Ein Zentrenkonzept soll die vielfältigen Nutzungs- und Entwicklungsansprüche der Betreiber, der Kundschaft sowie der Stadtentwicklung mit der Einzelhandelsentwicklung in Einklang bringen und zugleich die gesetzlichen Rahmenbedingungen zur Steuerung des Einzelhandels auf der Grundlage der ortsspezifischen Gegebenheiten erfüllen. Die rechtliche Notwendigkeit eines solchen Konzepts ergibt sich aus § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB. Demnach ist das Einzelhandels- und Zentrenkonzept als städtebauliches Entwicklungskonzept in der Bauleitplanung zu berücksichtigen. Denn erst durch die gesamtstädtische Untersuchung und Konzeption der Einzelhandelssituation und -entwicklung sind Steuerungen in der weiteren Bauleitplanung transparent und nachvollziehbar. Dies betrifft insbesondere auch die Steuerungsmöglichkeiten im Sinne der §§ 9 Abs. 2a sowie 34 Abs. 3 BauGB. Der Beschluss des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts durch den Rat der Stadt Marl wird keine unmittelbaren Rechtsfolgen für die Bauleitplanung haben, sondern kann nur eine Selbstbindung für die politischen Entscheidungsträger begründen.

Kernelement eines Zentren- und Einzelhandelskonzepts ist die Konkretisierung des Belangs der Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB durch die Bestimmung der Abgrenzung und Funktionalität der zentralen Versorgungsbereiche. So wird ein räumlich-funktionales Zentrenmodell definiert, das die planerisch gewollte Zentrenhierarchie einer Kommune abbildet. Neben der vorhandenen Standortstruktur hat das Zentrenmodell auch die Entwicklungsperspektiven zu berücksichtigen. Aufbauend auf den Status quo, also der Beschreibung der aktuellen Versorgungsfunktion, können auch etwaige Potenzialstandorte zur Erweiterung der zentralen Versorgungsbereiche betrachtet werden.

Hinweise auf die Qualifizierung einer Einzelhandelslage als zentraler Versorgungsbereich ergeben sich aus der Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts. Danach sind zentrale Versorgungsbereiche

räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, „denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt“.

Ein zentraler Versorgungsbereich soll nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine Funktion für die Versorgung der Bevölkerung eines bestimmten Einzugsbereichs übernehmen. Der Status setzt zudem eine „integrierte Lage“ voraus. Der zentrale Versorgungsbereich sollte auch ohne Pkw-Nutzung für die zu versorgende Bevölkerung erreichbar sein.

Je nach Versorgungsfunktion sind idealtypisch drei Stufen zentraler Versorgungsbereiche zu unterscheiden:

- Hauptzentren
- Nebenzentren
- Nahversorgungszentren

Dabei versorgen die Hauptzentren (Innenstädte bzw. Ortsmitten der Gemeinden) die gesamte Kommune bzw. bei einer mittel- oder oberzentralen Funktion ggf. zusätzlich umliegende Städte und Gemeinden. Nebenzentren sind zuständig für die Versorgung funktional zugeordneter Orts-/Stadtteile, während die Versorgungsaufgaben von Nahversorgungszentren auf die unmittelbar umliegenden Wohnsiedlungsbereiche ausgerichtet sind. Die Einstufung erfolgt primär nach quantitativen Aspekten (z. B. Verkaufsflächenbestand, Anzahl und Qualität der Dienstleistungsbetriebe).

Wichtig für die Zentrenkonzeption ist die Formulierung städtebaulicher und stadtentwicklungsrelevanter Zielvorstellungen für jedes Zentrum, welche die Grundlage späterer stadtpolitischer Entscheidungen bilden. So sollte ein Zentren- und Einzelhandelskonzept auch Aussagen zur Einzelhandelsentwicklung außerhalb der Zentren treffen.

Die planungsrechtliche Steuerung des Einzelhandels unter Berücksichtigung des identifizierten Zentrenmodells ist nur in Kombination mit der Entwicklung und Verabschiedung einer ortsspezifischen Auflistung der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente möglich. Diese ortsspezifische Differen-

zierung berücksichtigt sowohl den Status quo der in den Zentren vorhandenen als auch die Entwicklungsmöglichkeiten in Bezug auf gegenwärtig noch nicht vorgehaltene Sortimente.

Auf Basis der Festlegungen der Zentren und der ortsspezifischen Sortimentsliste dient das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der zukünftigen Steuerung von Einzelhandelsnutzungen im Stadtgebiet. Es bietet somit auch eine städtebauliche Grundlage für Festsetzungen zur Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche.

#### 4.1.2 Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche

Ein vielfältiges und attraktives Einzelhandelsangebot ist wesentliche Voraussetzung für lebendige Zentren. Allerdings sind auch andere Elemente für lebendige Zentren wichtig, die sich wiederum gegenseitig positiv beeinflussen:

- Dienstleistungs-, Gastronomie-, Freizeit- und Kulturangebote ermöglichen den Kunden Kombinationsmöglichkeiten mit dem Einkauf und verlängern den Aufenthalt in den Zentren.
- Die Gestaltung des öffentlichen Raums kann attraktive Aufenthaltsmöglichkeiten für Jung und Alt schaffen. Zusammen mit einer ansprechenden Gestaltung von Fassaden und Schaufenstern und einem einladenden Gesamteindruck wird eine angenehme Einkaufsatmosphäre gefördert.
- Eine gute Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV), dem motorisierten Individualverkehr (MIV) und für Fußgänger sowie Fahrradfahrer ist die Voraussetzung, dass alle Bevölkerungsgruppen die Zentren erreichen können.
- Wohnen und Arbeiten in direkter Nachbarschaft (Nutzungsmischung) verschaffen dem Einzelhandel unmittelbaren Zulauf als Grundfrequenz und beleben die Zentren auch außerhalb der Geschäftszeiten.

Die aufgeführten Rahmenbedingungen für lebendige Zentren werden genutzt, um in Verbindung mit den überörtlichen Vorgaben die Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche abzuleiten.

Zentrale Versorgungsbereiche von Haupt- und Nebenzentren zeichnen sich durch folgende Merkmale aus:

- Ein vielfältiges und dichtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen der Verwaltung, der Bildung, der Kultur, der Gesundheit, der Freizeit und des Einzelhandels
- Eine städtebaulich integrierte Lage
- Eine gute verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz

Aber auch die Ausstattung eines Nahversorgungszentrums in einem Ortsteil oder Quartier sollte idealtypisch nicht nur Einzelhandelsangebote des täglichen Bedarfs, sondern auch Angebote aus dem Dienstleistungssektor, wie z. B. Post, Bankfiliale, Ärzte und Frisör, umfassen. Je breiter der Angebots- und Nutzungsmix strukturiert ist, umso höher sind die Versorgungsqualität und damit die Attraktivität des Zentrums.

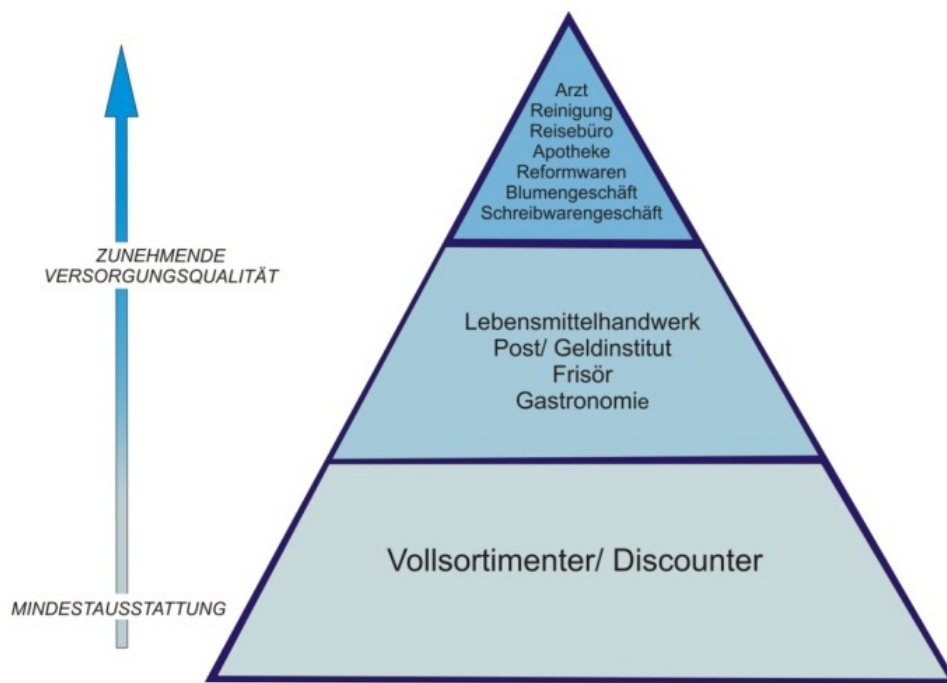
Unstrittig ist, dass Nahversorgungslagen mittelfristig nur dann funktionsfähig sind, wenn die Grundfrequentierung durch einen leistungsfähigen Lebensmittel-SB-Betrieb sichergestellt wird. Dieses Kriterium war bereits im Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Marl aus dem Jahr 2008 als wesentlich eingestuft worden.

Unabhängig von der hierarchischen Zuordnung wird auf eine parzellenscharfe Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche abgezielt. Davon wird in Ausnahmefällen abgewichen, wenn Zuschnitt oder Größe einer Parzelle sich nicht für eine vollständige Einbeziehung in den zentralen Versorgungsbereich eignen.

Insbesondere beeinflusst durch das Urteil des OVG Münster vom 15.02.2012 (10 D32/11 NE) haben sich die Anforderungen an die Abgrenzung und Ausstattung von zentralen Versorgungsbereichen in den vergangenen Jahren erhöht. Nach der Begründung des Gerichts muss die Ausstattung eines zentralen Versorgungsbereichs auf die Größe des ihm zugeordneten Einzugsbereichs abgestimmt sein. Unbeeinflusst davon bleibt jedoch der Wille der planenden Kommune; auch eine geeignete Zielsetzung für die (Weiter-)Entwicklung eines zentralen

Versorgungsbereichs kann bei der Abgrenzung Berücksichtigung finden.

Abbildung 17: Idealtypische Angebotsstruktur eines Nahversorgungszentrums



Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016

#### 4.1.3 Bedeutung des Status „Zentraler Versorgungsbereich“

Die in der Einzelhandelsentwicklung und -steuerung wichtigste Aufgabe, deren Umsetzung auf den Funktionszuweisungen und den räumlichen Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche basiert, ist der Schutz dieser integrierten Standortlagen – in Verbindung mit einem Schutz der wohnungsnahen Versorgung. Folgende Vorgaben sind hierzu bedeutsam:

- Wie bereits in Kapitel 2.1 dargelegt, stellt § 11 Abs. 3 BauNVO die Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben ab einer Geschossfläche von 1.200 m<sup>2</sup> fest. Oberhalb dieser Größe werden durch den Ordnungsgeber mehr als unwesentliche Auswirkungen auf die Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung durch ein Einzelhandelsvorhaben angenommen (sog. Regelvermutung). Hierzu zählen auch Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche. In der Konsequenz dürfen diese großflächigen Vorhaben (mehr als

1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche bzw. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) nur innerhalb von Kern- oder Sondergebieten angesiedelt werden. Auch wenn mittels einer vorhabenbezogenen Auswirkungsanalyse festgestellt wird, dass wesentliche Auswirkungen ausbleiben, wirkt dies nicht befreiend dahingehend, dass von einer Kern- oder Sondergebietspflichtigkeit abgesehen werden kann. Die Kern- oder Sondergebietspflichtigkeit kann nur durch einen Nachweis der sog. „Atypik“ vermieden werden. Diese Regelung greift bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben, die nachweisbar betriebliche Besonderheiten aufweisen, die nicht von der Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO erfasst werden. Oft wird beispielsweise zur Ansiedlung von Nahversorgungsbetrieben eine atypische Fallgestaltung geltend gemacht, weil durch das Vorhaben vorrangig eine verbesserte Versorgung der Bevölkerung im fußläufigen Einzugsbereich erreicht werden soll.

- Eine weitere Schutzwirkung für zentrale Versorgungsbereiche ergibt sich aus § 34 Abs. 3 BauGB. Wenn ein Vorhaben nach § 34 Abs. 1

oder § 34 Abs. 2 zulässig wäre, sodass ein Einfügen des Vorhabens in die Eigenart der näheren Umgebung vorliegt oder das Baugebiet einem in der BauNVO dargestellten Baugebiet, in dem das Vorhaben zulässig ist, entspricht, muss gemäß § 34 Abs. 3 BauGB zudem ausgeschlossen werden, dass von dem Vorhaben schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sind.

Maßgeblich für die Prüfung „schädlicher Auswirkungen“ sind in der Regel vorhabenbezogene städtebauliche Wirkungs- oder Verträglichkeitsanalysen, in denen die durch das Vorhaben zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekte für den bestehenden Einzelhandelsbestand prognostiziert werden. Unter Berücksichtigung der handelswirtschaftlichen und städtebaulichen Rahmenbedingungen der von Umsatzumverteilungen betroffenen Standorte werden dann Aussagen zur städtebaulichen Verträglichkeit abgeleitet.

Entscheidend für die städtebauliche Bewertung eines Vorhabens ist, ob durch die aufgezeigten handelswirtschaftlichen Umsatzeffekte die Funktionalität von zentralen Versorgungsbereichen oder der Nahversorgung in Wohngebieten gefährdet wird.

Städtebauliche Auswirkungen können insbesondere dann eintreten, wenn innerhalb zentraler Versorgungsbereiche solche bestehenden Einzelhandelsbetriebe durch die durch das Planvorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte gefährdet werden, die für die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs von Bedeutung sind.

Als Erheblichkeitsschwelle einer Umsatzumverteilung, die auf negative städtebauliche Auswirkungen hinweist, wird oftmals eine Umverteilung von 10 % des projektrelevanten Umsatzes in einem zentralen Versorgungsbereich angenommen. In der Rechtsprechung wird jedoch darauf verwiesen, dass für die städtebauliche Verträglichkeit großflächiger Vorhaben stets auch die spezifischen Gegebenheiten eines zentralen Versorgungsbereichs und die wirtschaftliche Stabilität der Anbieter zu berücksichtigen sind.

In der Folge ist davon auszugehen, dass auch bei Unterschreitung einer Umsatzumverteilungsquote von 10 % je nach Ausgangssituation negative städtebauliche Auswirkungen induziert werden können. Mit der gleichen Argumentation kann postuliert werden, dass Umsatzumverteilungen von mehr als 10 % nicht zwangsläufig zu diesen mehr als unwesentlichen Auswirkungen führen müssen. Dementsprechend wird auch die Spannweite möglicher Schwellenwerte in der Rechtsprechung zwischen 10 % und 30 % diskutiert.

Die nachfolgende Einordnung der zentralen Versorgungsbereiche im Marler Stadtgebiet berücksichtigt zum einen deren städtebauliche Situation, zum anderen die handelswirtschaftliche Ausstattung und Leistungsfähigkeit. Den abschließenden Bewertungen und Empfehlungen kann entnommen werden, ob es sich um stabile Versorgungslagen handelt oder solche, deren Aufwertungsbedarf auch eine stärkere Anfälligkeit für Wettbewerbsveränderungen signalisiert.

#### 4.2 Zentrenhierarchie in Marl

Mit der hier vorliegenden Neuaufstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts wird der Stadt Marl empfohlen, Zuordnungen und Begrifflichkeiten bei der Darstellung ihres Zentrumsystems zu verwenden, die im Einklang mit der Landesplanung und weiteren übergeordneten Vorgaben ein rechtssicheres Konzept bilden, das als Grundlage der Einzelhandelssteuerung im Stadtgebiet genutzt werden kann.

- Die Zentrenhierarchie wird dreistufig angelegt: Der Marler Stadtkern wird als Hauptzentrum festgelegt. Im Stadtteil Hüls wird ein Nebenzentrum (Stadtteilzentrum) ausgewiesen. Darüber hinaus werden vier Nahversorgungszentren abgegrenzt: Brassert, Marl-Hamm, Drewer und Polsum.
- Standorte der Lebensmittel-SB-Betriebe außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen werden durch eine Einstufung als „wohnungsnah/siedlungsintegriert mit Beitrag zur wohnungsnahen Versorgung“, „dezentral“ oder „in Konkurrenz zu Lebensmittel-SB-Betrieben innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs“ klassifiziert. Damit sind unmissverständliche



- Konsequenzen in Bezug auf ihre Entwicklungsmöglichkeiten verbunden.
- Die Einzelhandelsagglomerationen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche werden in Bezug auf ihre Angebotsstruktur unterschieden in Lagen mit hoher Zentren-/Nahversorgungsrelevanz oder Lagen mit einem Angebotschwerpunkt im Bereich des großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten.

Die Begründungen für diese Empfehlungen finden sich in den folgenden Abschnitten.

#### 4.2.1 Hauptzentrum Stadtkern Marl

Im Hauptzentrum Stadtkern Marl befindet sich der Einzelhandelsschwerpunkt des Stadtgebiets. Das Zentrum liegt im gleichnamigen Stadtteil, innerhalb des Siedlungskerns der Stadt Marl.

Es handelt sich um kein gewachsenes Innenstadtzentrum, sondern um den Versuch „einer konzentrierten Ansiedlung öffentlicher und privater Einrichtungen im Schnittpunkt der Verbindungslinien zwischen den historischen Ortsteilen“ (*Verband der Gewerbetreibenden im MARLER STERN e. V., o. J.*). Angesiedelt wurden hier seit den 1960er Jahren neben mehrgeschossigem Wohnungsbau mit rd. 800 Wohnungen auch zentrale öffentliche Einrichtungen wie das Rathaus, die Bibliothek oder die Volkshochschule sowie wichtige öffentliche Verkehrsinfrastrukturen (Zentraler Busbahnhof, S-Bahnhof). Als Schwerpunkt der Einzelhandelsstruktur wurde außerdem das gegenüber dem Rathaus befindliche Einkaufszentrum Marler Stern erbaut. Es handelt sich dabei um eine überdachte, zweigeschossige Ladenstraße von ca. 180 m Länge und 25 m Breite, die in den Folgejahren stetig gewachsen und heute Europas größtes, mit einem Luftkissendach überspanntes Einkaufszentrum ist. Derzeit werden Investitions- und Umstrukturierungsmaßnahmen in der Stadt Marl diskutiert, die zur wirtschaftlichen und gestalterischen Aufwertung des Marler Sterns führen sollen. Zwar sind noch keine Details bekannt, auf die innerhalb dieses Konzepts Bezug genommen werden kann, doch werden grundsätzlich alle Aufwertungsmaßnahmen befürwortet.

Die Pkw-Erreichbarkeit des Hauptzentrums wird in erster Linie über die Bergstraße hergestellt, die durch ihre Verlängerungen (Hervester Straße, Victoriastraße, Bahnhofstraße) das gesamte Stadtgebiet von West nach Ost schneidet.

Durch einen indirekten Anschluss an die Bundesstraße (B) 225 aus Richtung Dorsten und Recklinghausen sowie eine Verbindung mit der A 52 über die Rappaportstraße sind grundsätzlich überregionale Anbindungen des Marler Stadtkerns gegeben. Da das Zentrum mit dem Pkw nicht befahrbar ist, kommt der Parkplatzsituation eine besondere Bedeutung zu: innerhalb des Hauptzentrums befinden sich drei Parkhäuser sowie weitere kleine Parkplatzebenen, wobei letztere überwiegend kostenfrei zur Verfügung stehen. Weitere Stellflächen befinden sich am Standort Elektrofachmarkt Saturn und Lebensmitteldiscounter Lidl, neben dem Rathaus sowie an der südwestlichen Wohnbebauung.

Die Erreichbarkeit mit dem ÖPNV wird über den Zentralen Omnibusbahnhof (ZOB Marl Mitte) sowie über den S-Bahnhaltepunkt „Marl Mitte“ gewährleistet. Weitere Haltestellen befinden sich entlang der Bergstraße (Herzlia-Center), entlang der Hervester Straße (Sickingmühler Straße) und der Willy-Brandt-Allee (Gesamtschule); diese ermöglichen weitere innenstadtnahe Aus- und Zustiegsmöglichkeiten. Die Bushaltestellen bieten regelmäßige Anbindungen an die benachbarten Städte Dorsten, Gelsenkirchen, Herten, Recklinghausen, Oer-Erkenschwick und Haltern am See. Die S-Bahnlinie verbindet Haltern am See mit Wuppertal. Eine Verknüpfung an das (über-)regionale Verkehrsnetz der Bahn ist nicht vorhanden.

Der Marler Stadtkern übernimmt einen Großteil der stadtweiten Versorgungsfunktion für die rd. 86.430 Einwohner. Sie ist die zweitgrößte städtische Einkaufslage und weist die tiefste Branchendifferenzierung in allen Sortimentsbereichen auf. Aus städtischer Perspektive steht das Angebot im Stadtkern im Wettbewerb zum Stadtteilzentrum Hüls sowie zur Sonderstandortlage an der Zechenstraße in Brassert. Darüber hinaus wird insbesondere durch das nahegelegene Mittelzentrum Recklinghausen ein erhöhter Konkurrenzdruck wirksam. Dessen Intensität könnte in den kommenden Jahren noch anwachsen, wenn das Ende 2014 eröffnete Ein-



kaufszentrum „Palais Vest“ seine volle Marktwirkung entfaltet hat.

Im Integrierten Stadtentwicklungskonzept für die Stadt Marl 2025+ (ISEK) übernimmt die zukünftige Entwicklung des Stadtkerns eine besondere Rolle, da diesem ein ausgesprochener Handlungsbedarf zukommt. Dies wird in „Leitprojekt 1: Entwicklung Stadtmitte“ thematisiert. Darüber hinaus wurde parallel zum ISEK ein gesondertes Handlungskonzept für den Stadtkern zur Akquirierung von Städtebauförderungsmitteln erstellt. Prioritär werden zum Beispiel die Sanierung des Rathauses, die Umgestaltung des Creiler Platzes und die Entstehung eines „urbanen Bandes“ an der Adolf-Grimme-Straße (zwischen Kampfstraße und Bergstraße) verfolgt. Darüber hinaus wird auch die Aufwertung des Marler Sterns als maßgeblich angesehen, um die Einzelhandelsfunktion des Stadtkerns zu stärken. Jedoch könne öffentliche Unterstützung hier nur ergänzend zu den privaten Investitionen der Eigentümer erfolgen.

### Räumliche Abgrenzung

Die räumliche Abgrenzung des Hauptzentrums orientiert sich an der Verteilung des Einzelhandels und der Dichte sonstiger öffentlicher und privater Nutzungen. Umschlossen wird der zentrale Versorgungsbereich von den Straßenzügen Bergstraße und Herzlia-Allee, Josefa-Lazuga-Straße und Eduard-Weitsch-Weg sowie Sickingmühler Straße und Hervester Straße. Die Haupteinkaufslage bildet das zweigeschossige Einkaufszentrum Marler Stern, welches zwischen Creiler Platz, zwei Wohnhochhäusern, dem Riegelhaus (Stadtbibliothek, Volkshochschule) und dem Forum ZOB/Bahnhof liegt. Das westlich des Einkaufszentrums angegliederte Wohnhaus bildet eine vertikale Achse zur Hervester Straße und definiert gleichzeitig die westliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs. In Richtung Nordosten folgen nördlich und südlich der Bergstraße weitere, teils großflächige Einzelhandelsnutzungen (u. a. Saturn, Lidl). Ihre Gebäudeeinheiten bilden die nordöstliche Grenze des Versorgungsbereichs. Nicht in die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs einbezogen wird die an den Lidl-Lebensmitteldiscounter nördlich anschließende Bebauungsstruktur, die derzeit als Hauptnutzer ein Fitnessstudio aufweist. Dies unter der Ziel-

setzung, eine künftige Ausweitung der Einzelhandelsstrukturen zu vermeiden.

Nördlich des Marler Sterns befinden sich das Skulpturenmuseum, das Marler Rathaus und das Amtsgericht. Ihre Standorte bilden die nördliche Grenze der Versorgungslage. Der zentrale Versorgungsbereich Stadtkern enthält derzeit keine Potenzialflächen, die zukünftig für eine handelswirtschaftliche Nutzung in Betracht kommen. Die Entwicklungspotenziale sollten auf die Leerstände im Marler Stern bzw. die nach einer Umstrukturierung gewonnenen Einzelhandelsflächen gelenkt werden.

### Städtebauliche und nutzungsstrukturelle Situation

Die nachfolgende Darstellung der städtebaulichen und nutzungsstrukturellen Situation in Marl teilt den gewerblich geprägten Bereich des Marler Stadtkerns in drei Abschnitte unterschiedlicher Bebauungs- und Angebotsstruktur. Zur Orientierung können Abbildung 20 und Abbildung 21 hinzugezogen werden.

Der *Bereich Marler Stern* umfasst das Einkaufszentrum sowie den Bereich des Forums mit dem ZOB und den Vorflächen des S-Bahn Haltepunkts. Dieser Bereich ist das eigentliche Handelszentrum Marls. Das Einkaufszentrum ist zweigeschossig angelegt. Die Haupteinkaufspassage verläuft in diagonalen Ausrichtung von Nordwest nach Südost. Über den Creiler Platz ist das Erdgeschoss des Marler Sterns zugänglich. Zum Creiler Platz orientiert befindet sich eine ehemals durch Hertie genutzte und heute weitestgehend leerstehende Ladenfläche, die sich über beide Geschosse des Einkaufszentrum erstreckt. Gegenüberliegend ist der Magnetbetrieb Adler Modemarkt ansässig. Weitere größere Betriebseinheiten im Erdgeschoss werden durch die Mieter C&A, Rossmann, Woolworth, Deichmann, H&M und Takko belegt. Ansonsten sind beidseitig der von Nordost-Südwest-orientierten Mall tendenziell kleinere Betriebsstrukturen ansässig. Die größten Betriebseinheiten im Obergeschoss sind neben dem Adler-Modemarkt Kik, Askania, dm und Tedi.

Nicht zum eigentlich Einkaufszentrum gehören die Lebensmittel-SB-Betriebe Kaufland und Aldi. Diese befinden sich im westlichen Abschnitt der mit dem Marler Stern verbundenen Bebauung. Sie sind über den nordwestlichen Ein-/Ausgang des Centers di-



rekt an die Mall angebunden. Benachbart zu Aldi steht das ehemals durch einen Elektrofachmarkt genutzte großflächige Ladenlokal leer.

Ein weiterer Ein-/Ausgang im Obergeschoss des Marler Sterns ermöglicht einen barrierefreien Zutritt zur Forumsebene und damit zum ZOB und dem S-Bahnhof. Hier befindet sich auch eine Fußgängerbrücke in die Wohnsiedlung des Stadtbezirks Stadtkern-Ost.

Darüber hinaus gibt es weitere Zugangsmöglichkeiten zur Passage über verschiedene Seiteneingänge, die insbesondere von den mit dem Pkw angereisten Kunden genutzt werden. Sie befinden sich an den Parkhäusern am C&A und Kaufland sowie am Riegelhaus.

Abbildung 18: Zugang zum Marler Stern über das Forum



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

Das südwestlich direkt an den Marler Stern angebundene Riegelhaus löst mit seinen öffentlichen, kulturellen und gesundheitsbezogenen Angeboten wichtige, den Einzelhandel ergänzende Frequenzen für die Einkaufslage aus.

Insgesamt verfügt dieser Bereich über eine Einzelhandelsausstattung von rd. 66 Betrieben und ca. 21.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

Der *Bereich Saturn/Lidl* umfasst die punktuelle, überwiegend großflächige Bebauung entlang der nördlichen Bergstraße. Es handelt sich um einen stark befahrenen Raum, der überwiegend Pkw-orientiert konzipiert ist (große Parkflächen, großzü-

gige Auffahrten). Die dort verortete Einzelhandelsausstattung umfasst rd. 3.940 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, verteilt auf drei Betriebe. Die Distanz zum Einkaufszentrum beträgt rd. 200 m. Bis zum ZOB Marl Mitte sind rd. 350 m zu überwinden. Der nächstgelegene ÖPNV-Haltepunkt dieses Lagebereichs befindet sich ca. 150 m nördlich der Abgrenzung (Herzlia-Allee).

Den dritten Abschnitt des Hauptzentrums bildet der *Bereich Rathaus*, der sich entlang der Josefa-Lazuga-Straße erstreckt. Dieser ist geprägt vom Creiler Platz, der zwischen den Gebäuden des Einkaufszentrums, des unter Denkmalschutz stehenden Rathauses und des Skulpturenmuseums sowie neben dem City-See angelegt ist. Die teilweise in die Jahre gekommenen Baustrukturen der öffentlichen Gebäude, ein wechselnder Bodenbelag sowie die betonlastige Bebauung/Gestaltung erzeugen nur wenig Aufenthaltsqualität, die derzeit auch nicht mittels punktueller Grün- oder Kunstgestaltung erhöht wird.

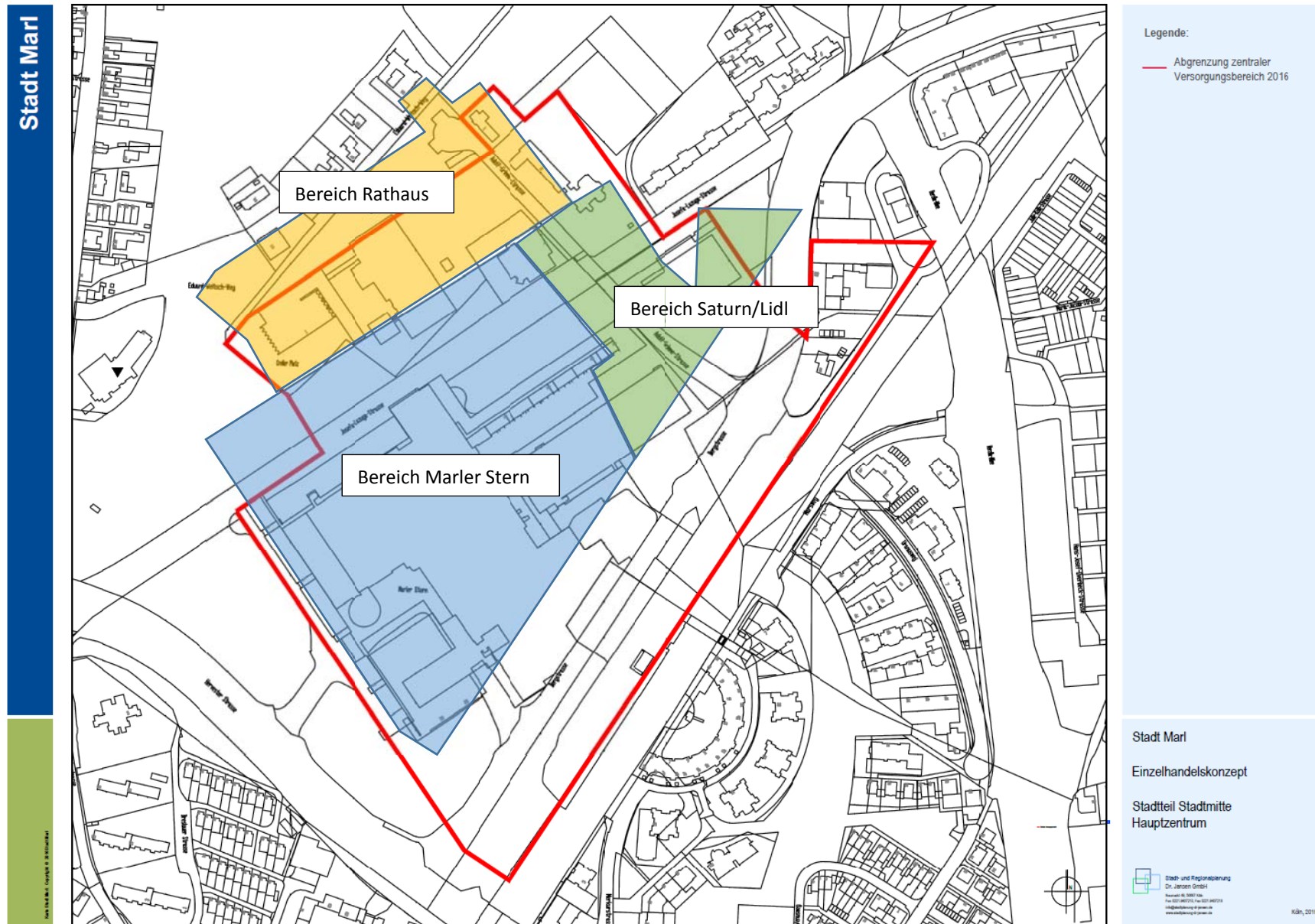
Abbildung 19: Denkmalgeschütztes Rathaus am Creiler Platz



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

Über eine eigene Einzelhandelsausstattung verfügt dieser Bereich nicht. Stattdessen befinden sich hier wichtige und frequenzerzeugende öffentliche und kulturelle Nutzungen. Vor dem Eingang des Marler Sterns ist eine Fahrradstation angelegt.

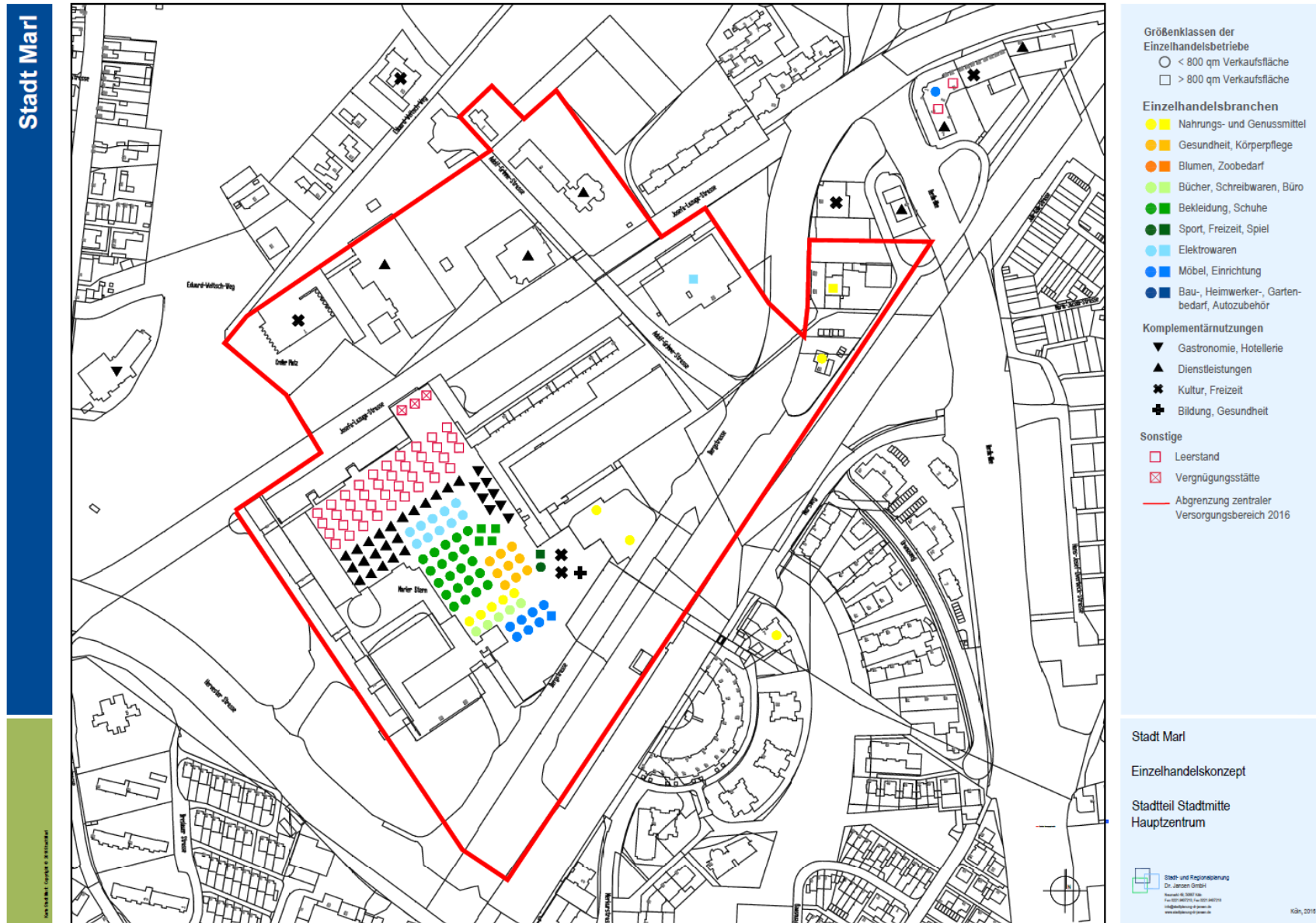
Abbildung 20: Zentraler Versorgungsbereich Stadtkern untergliedert in Teilabschnitte



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016



Abbildung 21: Nutzungsstruktur der Stadtkern



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016

### Angebotssituation innerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs

Insgesamt befinden sich im zentralen Versorgungsbereich Marl Stadtkern 69 Betriebe des Einzelhandels und Ladenhandwerks. Dies entspricht einem Anteil von rund 17 % an allen Betrieben der Stadt. Die durch die Betriebe bewirtschaftete Verkaufsfläche beträgt rund 24.935 m<sup>2</sup> (ca. 17,5 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche), der generierte Umsatz ist mit rund 94,9 Mio. EUR zu beziffern (ca. 23 %). Die durchschnittliche Betriebsgröße von rund 360 m<sup>2</sup> wird sowohl in Bezug auf die weiteren Einzelhandelsstandorte in der Stadt als auch im Vergleich mit ähnlich strukturierten Kommunen als überdurchschnittlich bewertet.

19 Einzelhandelsbetriebe sind den Warengruppen Nahrungs-/Genussmittel und Gesundheit/Körperpflege zuzuordnen, deren Angebot sich auf den kurzfristigen Bedarf fokussiert. Die Verkaufsfläche der Betriebe im Bereich Nahrungs- und Genussmittel beträgt insgesamt rund 6.285 m<sup>2</sup>, der überwiegende Teil davon befindet sich innerhalb der Magnetbetriebe Kaufland, Aldi und Lidl. Sie werden durch einen kleinteiligen Besatz von Lebensmittel-spezialanbietern (insbesondere Bäckereien) ergänzt. Insgesamt ist die Warengruppe Nahrungs-/Genussmittel für rund 25 % der Verkaufsfläche im Hauptzentrum verantwortlich und bildet damit nach Bekleidung/Schuhe/Schmuck den zweiten Angebotsschwerpunkt.

Zwei Drogeriemärkte (dm und Rossmann) übernehmen ebenfalls Magnetfunktionen. Gemeinsam mit einer Parfümerie, Apotheken und Optikern/Akustikern prägen sie die Warengruppe Gesundheit/Körperpflege, die sich im Vergleich der Warengruppen durch eine besonders hohe Leistungsfähigkeit (Umsatz je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) auszeichnet.

Der Angebotsschwerpunkt im zentralen Versorgungsbereich des Marler Hauptzentrums liegt hinsichtlich der Verkaufsfläche in der Branche Bekleidung/Schuhe/Schmuck. In mehr als einem Drittel der dort ansässigen Betriebe und auf fast der Hälfte der Verkaufsfläche wird diese Warengruppe schwerpunktmäßig angeboten. Dies lässt auf eine

überdurchschnittliche Größe der entsprechenden Betriebe und einen starken Filialisierungsgrad mit hohem Flächenbedarf schließen. So sind als Magnetbetriebe beispielsweise die Anbieter Adler, C & A und H & M zu nennen, die jeweils über großflächige Verkaufsflächen verfügen und Magnetfunktionen für das Einkaufszentrum übernehmen. Das heißt, sie lösen Kundenfrequenzen aus, die auch die Wettbewerbsfähigkeit der umliegenden Einzelhandelsbetriebe positiv beeinflussen. Ihre Stabilität und Zukunftsfähigkeit am Standort ist damit für die Funktion des Marler Sterns von besonderer Bedeutung. Konträr dazu sind die anderen Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs Bücher/Schreibwaren/Büro und Sport/Spiel/Freizeit nur zu knapp 3 % bzw. 7 % an den Betrieben sowie rd. 4 % bzw. 1 % an der Verkaufsfläche vertreten. Der großflächige Anbieter Askania, ein Mehrbranchenbetrieb, wird dem Angebotsbereich Sport/Spiel/Freizeit zugeordnet.

Dem langfristigen Bedarf werden die Warengruppen Elektrowaren und Möbel/Einrichtung zugeordnet, die durch rund 3.420 m<sup>2</sup> in zwölf Betrieben bzw. etwa 1.970 m<sup>2</sup> in sechs Betrieben geprägt werden. Die größten Anbieter sind Saturn im Bereich Elektrowaren und Woolworth im Bereich Möbel/Einrichtung. Arrondiert werden sie einerseits durch eine Vielzahl von Telefonanbietern, durch Nonfooddiscounter (Tedi, Kodi, Euroshop) sowie weitere kleinteilige Einzelhandelsbetriebe.

Innerhalb des Hauptzentrums sind derzeit keine Betriebe ansässig, deren Angebotsschwerpunkt den Branchen Blumen/Zoobedarf sowie Bau-/Gartenbedarf/Autozubehör zuzuordnen ist. Insbesondere im Hinblick auf das Sortiment Blumen wird hier ein Angebotsdefizit deutlich, während die übrigen Sortimente der beiden Warengruppen oftmals nicht in den Innenstädten, sondern dezentral angeboten werden.

Ergänzt werden die Einzelhandelsangebote im Hauptzentrum durch 36 Komplementärnutzungen, die – allerdings nachgeordnet – Frequenz erzeugende Funktionen übernehmen. Hier ist vor allem eine gute Versorgung mit allgemeinen Dienstleistungen festzustellen. Eingeschränkt ist das Angebot dagegen hinsichtlich der medizinischen Versorgung.



Tabelle 10: Einzelhandelsausstattung des Hauptzentrums Marl nach Branchen

Warengruppe	Anzahl der Betriebe		Verkaufsfläche	
	Abs.	in %	in m <sup>2</sup>	in %
Nahrungs- und Genussmittel	10	14,5	6.285	25,2
Gesundheit, Körperpflege	9	13,0	1.750	7,0
Blumen, Zoobedarf	-		-	
Bücher, Schreibwaren, Büro	5	7,2	350	1,4
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	25	36,2	10.125	40,6
Sport , Spiel, Freizeit	2	2,9	1.035	4,2
Elektrowaren	12	17,4	3.420	13,7
Möbel, Einrichtung	6	8,7	1.970	7,9
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	-		-	
<b>Summe</b>	<b>69</b>	<b>100,0</b>	<b>24.935</b>	<b>100,0</b>

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016

Tabelle 11: Komplementärnutzungen im Hauptzentrum Marl

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen	Angebotsschwerpunkt
Gastronomie, Hotellerie	8	Bistro, Café, Eisdielen, Imbiss
Dienstleistungen	24	Rathaus, Amtsgericht, Verbraucherzentrale, Stadtbücherei, Rechtsanwalt, Geldinstitut, Friseur, Reisebüro, Änderungsschneiderei, Schlüsseldienst, Handyreparatur, Nagelstudio u. a.
Kultur, Freizeit, Bildung	3	Skulpturenmuseum, Bibliothek, Volkshochschule
Gesundheit	1	Zahnärzte
<b>Summe</b>	<b>36</b>	

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016

Im Hauptzentrum wurden zudem drei Vergnügungsstätten und 39 Leerstände erfasst; in Bezug auf alle gewerblichen Nutzungen (Einzelhandel, Komplementärnutzungen und Leerstände) errechnet sich eine Leerstandsquote von rund 26,5%. Gemessen an einem regelmäßigen Fluktuationsleerstand von erfahrungsgemäß max. 7 bis 8 % ist dieser Wert als stark überdurchschnittlich zu bezeichnen. Einschränkend ist jedoch zu erwähnen, dass die Vielzahl der Leerstände aus der inneren baulichen Struktur des Marler Sterns resultiert. So er-

scheint der für den Kunden im Zusammenhang wahrgenommene großflächige Leerstand der ehemals durch Hertie genutzten Flächen in der Statistik als mehrere kleinere Leerstände. Die weiteren Leerstände weisen grundsätzlich eine Verteilung über beide Geschosse des Marler Sterns auf, in der Tendenz findet sich im Obergeschoss eine Leerstandskonzentration am nordwestlichen Ende der Mall, im Erdgeschoss im Ein-/Ausgangsbereich in Richtung der Betriebe Kaufland und Aldi am südöstlichen Ende der Mall.

### Marktauftritt des Einzelhandels

In Bezug auf die Kriterien Preis-/Qualitätsorientierung, Zielgruppenausrichtung, Erscheinungsbild/Außenwirkung, Schaufenstergestaltung, Ladengestaltung/Warenpräsentation sind folgende Bewertungen des Marktauftritts des Einzelhandels im Hauptzentrum Marls zusammenzufassen:

Grundsätzlich steht das in die Jahre gekommene Erscheinungsbild des Marler Hauptzentrums in enger Verbindung zu einer tendenziell durchschnittlichen bis negativen qualitativen Bewertung des ansässigen Einzelhandels. Innerhalb des Marler Sterns beeinflussen die Strukturprobleme des Centers und die teilweise großflächigen Leerstände auch die Außenwirkung der übrigen Betriebe. Außerhalb des Marler Sterns sind wie erläutert nur wenige Einzelhandelsbetriebe in die Abgrenzung des Hauptzentrums einbezogen worden.

Nur wenigen Betreibern gelingt es derzeit, eine „positiv“ zu bewertende Gestaltung in Bezug auf die Beschilderung, die Eingangssituation oder die Schaufenstergestaltung zu beeinflussen (jeweils weniger als 15 % aller ansässigen Betriebe). Der überwiegende Teil der Betriebe fällt weder durch eine besonders negative noch eine besonders positive Außenwirkung auf und erfährt somit eine Bewertung als „neutral“ (rund 80 %).

Innerhalb der Betriebe (nach den Kategorien Warenpräsentation, Sauberkeit, Übersichtlichkeit) erfolgt dagegen eine bessere Präsentation, sodass bis zu 30 % der Betriebe mit „positiv“ bewertet werden. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die filialisierten Betriebe zumeist an allen Standorten das gleiche Gestaltungs- und Präsentationskonzept realisieren.

Bezüglich einer Zielgruppenausrichtung ist für jeweils rund ein Fünftel der Betriebe eine primäre Ansprache von Jugendlichen und oder Erwachsenen erkennbar. Vereinzelt wird auch speziell auf die Zielgruppen Senioren und Kinder abgezielt. Der Großteil der ansässigen Betriebe jedoch präsentiert sich einem breiten Kreis von Nachfragern ohne spezifische Zielgruppe.



Tabelle 12: Bewertungsmatrix der Einzelhandelslage Stadtkern zur Einstufung als Hauptzentrum

Kriterium	Rechtsgrundlage oder wissenschaftlicher Nachweis	Mindestanforderung	Bewertung Ist-Situation	Ergebnis
Lage + siedlungsräumliche Einbindung	Kuschnerus 2007: 82 f.	Innenstadt-, Ortszentren	Städtebaulich integrierte Lage innerhalb der Kernstadt der Stadt Marl	✓
Verflechtungsbereich	Kuschnerus 2007: 82 f.	Größerer Einzugsbereich, i. d. R. gesamtes Stadtgebiet	Gesamtstädtische Versorgungsfunktion für rund 86.430 Einwohner	✓
ÖPNV-Anbindung	BVerwG, Urt. v. 17.12.2009 – 4 C 2/08	Integrierte Lage, nicht nur mit dem Pkw günstig zu erreichen	ÖPNV-Haltepunkte liegen vor (Bus, S-Bahn)	✓
Struktur + Dichte Einzelhandel	Kuschnerus 2007: 82 f.	Breites Spektrum an Einzelhandelsangeboten, insbesondere zentrentypische und ggf. auch nahversorgungsrelevante Sortimente, Waren des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs	Differenziertes Einzelhandelsangebot in fast allen Warengruppen (Angebote aller Bedarfe), Magnetbetriebe insbesondere in den innerstädtischen Leitsortimenten sowie im Bereich Nahversorgung	✓
Struktur + Dichte Komplementärnutzungen	Kuschnerus 2007: 82 f.	Breites Spektrum an Dienstleistungsangeboten	Ausreichende Anzahl und Dichte von Komplementärnutzungen vorhanden, die das Einzelhandelsangebot ergänzen und eigene Frequenzen erzeugen	✓
Kompatibilität von Ausstattung und Versorgungsauftrag	OVG Münster vom 15.02.2012 (10 D32/11 NE)	Ausstattung soll Versorgung auch perspektivisch sichern	Versorgungsauftrag (gesamtstädtische Versorgung) wird wahrgenommen, bedarf jedoch einer langfristigen Stabilisierung durch handelswirtschaftliche und städtebauliche Aufwertungen	✓

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

### Stärken-Schwächen-Profil

In der Gesamtbetrachtung sind folgende Stärken und Schwächen für das Hauptzentrum Stadtkern zusammenzufassen:

- + Gute verkehrliche Erreichbarkeit mit öffentlichen und privaten Verkehrsmitteln
- + Umfangreiches und größtenteils kostenfreies Parkplatzangebot
- + Magnetbetriebe vorhanden: Kaufland, Aldi, Lidl, dm, Rossmann, Adler, C&A, H&M, Woolworth, Saturn u. a.
- + Einzelhandelsangebote aller Bedarfe (kurz-, mittel- und langfristig) und der meisten Warengruppe vorhanden
- + Versorgungsauftrag für das gesamte Stadtgebiet
- + Einkaufszentrum ermöglicht auch bei schlechter Witterung Einkäufe und Aufenthalt der Kunden
- + Ausreichendes räumliches Potenzial für Angebotsergänzungen (Leerstände), auch im Hinblick auf großflächige und strukturprägende Anbieter (ehemalige Geschäftsflächen von Hertie und Medimax)
  
- Konkurrenzdruck durch Wettbewerbsentwicklungen im Umland sowie weitere Einzelhandelsstandorte in der Stadt Marl (insbesondere Hüls und Zechenstraße)
- Zwei leerstehende großflächige Ladenlokale (Hertie, Medimax) bilden optisch auffällige städtebauliche Missstände
- Hohe Anzahl von kleineren Leerständen innerhalb des Einkaufszentrums beeinträchtigen die Qualität der Lauffläge und weisen auf Trading-down-Effekte hin
- Einzelhandelsausstattung der Stadt und Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose weisen nur auf geringe Entwicklungsspielräume des Einzelhandels hin
- Deutlicher städtebaulicher Aufwertungs- und Umstrukturierungsbedarf innerhalb und außerhalb des Marler Sterns
- Eingeschränktes Angebot mit Komplementärnutzungen

### Handlungsempfehlungen

Folgende Handlungsempfehlungen stellen sich abschließend dar:

Die aus handelswirtschaftlicher Sicht primäre Empfehlung betrifft die Unterstützung der (noch nicht im Detail bekannten) Umstrukturierungsmaßnahmen des Marler Sterns, auch wenn der öffentliche Einfluss hier durch die private Eigentümerstruktur begrenzt ist. Ziel der handelswirtschaftlichen Aufwertung muss es sein, ein nachfragegerechtes Angebot von Betrieben und Sortimenten zu etablieren, das dem Wettbewerb mit den Innenstädten der Wettbewerbsregion standhält (zum Beispiel Recklinghausen). Hierfür bedarf es einer geeigneter Verkaufsflächenstruktur sowie auch einer gestalterischen Aufwertung des gesamten Einkaufszentrums.

Es wurde festgestellt, dass für die Stadt Marl insgesamt nur geringe Entwicklungen von weiteren Verkaufsflächen rechnerisch möglich sind, ohne dass innerstädtische Umsatzumverteilungen folgen. Ebenso hat sich gezeigt, dass mit Ausnahme von Blumen kein Angebotsdefizit im Sinne von nicht existenten Sortimenten für den Stadtkern erkennbar ist. Umso wichtiger ist es, dass alle zukünftigen Einzelhandelsansiedlungen in Marl dahingehend geprüft werden, ob sie zur Attraktivierung des Stadtkerns beitragen können. Entsprechend sollte eine Konzentration dieser Ansiedlungen im Stadtkern verfolgt werden. Zu empfehlen wären insbesondere Angebote aus dem Bereich Young Fashion, Lifestyle und Sport, die maßgeblich zur Attraktivität von Einkaufszentren beitragen.

Im Sinne einer Konzentration der Einzelhandelsbetriebe und unter Berücksichtigung der eingeschränkten Entwicklungsperspektiven sollte die zur Einstufung des Hauptzentrums vorgeschlagene Begrenzung beschlossen und eingehalten werden. Damit wird signalisiert, dass eine darüber hinausgehende Einzelhandelsentwicklung nicht gewünscht wird.

Eng mit der gestalterischen Aufwertung des Einkaufszentrums verknüpft sind auch Maßnahmen zur Attraktivierung des direkten Umfelds, insbesondere des Creiler Platzes, um die Aufenthaltsqualität des Gesamtstandorts zu verbessern. Durch die Umset-





zung der Ziele aus dem ISEK und dem Handlungskonzept Stadtmitte würde diese Aufwertung erreicht.

#### 4.2.2 Stadtteilzentrum Hüls

Das Stadtteilzentrum Hüls befindet sich im Grenzbereich der beiden Stadtteile Hüls-Nord und Hüls-Süd im östlichen Stadtgebiet von Marl zwischen der Bergstraße und dem Lipper Weg. Hüls gehört zum Hauptsiedlungskörper des Marler Stadtgebiets und bildet neben dem Hauptzentrum den zweiten städtebaulich integrierten Handelsschwerpunkt Marls. Im Gegensatz zum Hauptzentrum handelt es sich in Hüls um eine gewachsene Standortlage, deren Einzelhandelsschwerpunkt innerhalb der ca. 170 m langen Fußgängerzone in der Hülsstraße liegt.

Die verkehrliche Erreichbarkeit von Hüls wird in erster Linie über die Bergstraße/Victoriastraße und den Lipper Weg/Hülsstraße hergestellt, welche neben Stadteildurchfahrten auch die Zentrumseingänge bilden. Sowohl über die Achse Bergstraße/Victoriastraße als auch über die Straßen Römerstraße/Otto-Wels-Straße/Lipper Weg/Hülsstraße werden die benachbarten Marler Stadtteile an diese Einkaufslage angebunden.

Der nächstgelegene Autobahnanschluss an die A 52 ist Marl-Hamm in rd. zwei Fahrminuten Entfernung über die Römerstraße. Dort wird eine Anbindung in Richtung Gladbeck sowie an das Autobahnkreuz der A 52/A 43 in Richtung Münster/Wuppertal ermöglicht. Darüber hinaus befindet sich die Autobahnauffahrt (Marl-Sinsen) auf die A 43 in rd. sieben Fahrminuten Entfernung.

Die Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Nahverkehr erfolgt über die Buslinien 223, 225 und 226 (u. a. Haltestelle Römerstraße, Rathenaustraße und Otto-Wels-Straße), die einerseits eine Anbindung an den Marler Stadtkern ermöglichen sowie andererseits in die Nachbarkommunen Recklinghausen und Oer-Erkenschwick.

Flächen für den ruhenden Verkehr sind sowohl als Seitenstreifen an den Ausfallstraßen als auch in größerem Umfang als Parkgarage des Verbrauchermarkts Kaufland angelegt. Weitere größere Parkplätze befinden sich auf einem Parkdeck an der Römerstraße sowie auf dem Marktplatz an der Friedrichstraße.

Die Versorgungsfunktion des Stadtteilzentrums Hüls ist grundsätzlich auf die Stadtteilbevölkerung der Stadtteile Hüls-Nord und Hüls-Süd mit rund 18.865 Einwohnern bezogen. Die nachfolgend beschriebenen Handelsstrukturen begründen betriebs- und sortimentsbezogen jedoch auch Kundenanbindungen aus weiteren Marler Stadtteilen.

Im ISEK der Stadt wird für den Stadtteil Hüls auf eine Stärkung des Einzelhandels zwischen Victoriastraße, Hülsstraße und Marktplatz abgezielt. Innerhalb eines „gesamtstädtischen Leitprojekts“ soll eine Umgestaltung der Fußgängerzone und des Marktplatzes und ein Rückbau der Arkaden in der Hülsstraße initiiert werden.

#### Räumliche Abgrenzung

Die räumliche Abgrenzung des Stadtteilzentrums Hüls wird maßgeblich durch die Zielsetzung bestimmt, einer weiteren Ausdehnung der Verteilung der Einzelhandelsbetriebe entgegenzusteuern und eine Verdichtung und Konzentration der Betriebe zu erreichen.

Die nördliche Grenze des zentralen Versorgungsbereichs bildet die Bebauung entlang der von Ost nach West verlaufenden Victoriastraße. Die nördliche Straßenseite wird überwiegend von größeren Komplementärnutzungen belegt, während die südliche Bebauung von kleinteiligen Ladenlokalen geprägt wird. Das nordwestliche Ende des Versorgungsbereichs wird durch die Kreuzung Römerstraße/Bergstraße definiert. In die Abgrenzung einbezogen werden die im Kreuzungsbereich befindlichen Einzelhandelsnutzungen. Die sich im weiteren Verlauf der Römerstraße nördlich anschließenden Einzelhandelsbetriebe werden unter der Zielsetzung der Konzentration nicht in den zentralen Versorgungsbereich einbezogen.

Die nord-östliche Grenze des Versorgungsbereichs bildet die Friedrichstraße, deren anliegende Bebauung im Kreuzungsbereich zur Victoriastraße in die Abgrenzung einbezogen wird. Der weitere Verlauf der Friedrichstraße bleibt jedoch ebenso wie der sich westlich anschließende Marktplatz bei der Abgrenzung unberücksichtigt. Damit soll kein Einfluss auf den an zwei Tagen pro Woche stattfindenden Wochenmarkt genommen werden, sondern die Empfehlung, die genannten Straßenabschnitte nicht in die Abgrenzung einzubeziehen, trägt der derzeitige



faktischen Verteilung der Einzelhandelsbetriebe Rechnung, sodass sich die Grenzlinie an der rückwärtigen Parzellenstruktur der Hülstraße orientiert.

Die südliche Begrenzung bezieht den Lipper Weg in den zentralen Versorgungsbereich ein und endet ungefähr im Kreuzungsbereich zur Trogemannstraße. Auch hier wird die Grenzziehung mit der Nutzungsstruktur begründet. Südlich der Trogemannstraße nimmt die Handelsbedeutung des Lipper Wegs rapide ab; es mehren sich Komplementärnutzungen sowie Vergnügungsstätten.

Das SB-Warenhaus Kaufland am Standort Otto-Wels-Straße/Lipper Weg markiert die südwestliche Begrenzung des Nebenzentrums. Von dort orientiert sich die Abgrenzung an den Parzellen, die an Hül- und Bergstraße angebunden sind.

#### Städtebauliche und nutzungsstrukturelle Situation

Die zur Abgrenzung vorgeschlagene Einzelhandelslage in Hül weist einen konzentrierten Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz mit einer maximalen Ausdehnung von rund 350 m auf.

Die *Haupteinkaufslage* bildet die rd. 180 m lange Fußgängerzone entlang der Hülstraße mit einer gleichmäßigen und geschlossenen Bebauung.

#### Abbildung 22: Fußgängerzone, Abschnitt Hülstraße



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

Die Ladenlokale weisen überwiegend schmale und tiefe Verkaufsflächenzuschnitte auf. Für die Laufwege entlang der Ladenzeilen wurden Arkadengänge angelegt, deren Rückbau jetzt durch das ISEK empfohlen wird. Dieser Empfehlung wird beigepflichtet. Zwar ermöglichen sie bei schlechter Witterung einen Einkauf, ohne regennass zu werden,

jedoch verdunkeln sie den öffentlichen Raum und beeinflussen durch ihre Gestaltung die Aufenthaltsqualität negativ.

Die Fußgängerzone in der Hülstraße ist Standort des überwiegenden Teils aller Einzelhandelsbetriebe in Hül. Hier befinden sich 24 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rund 3.470 m<sup>2</sup>. Dabei ist eine Durchmischung von filialisierten Betrieben (u. a. Rossmann, Deichmann, Roland, Blumen Risse, Kodi, NKD) und inhabergeführten Fachgeschäften verschiedener Branchen erkennbar. Beispielsweise sind Fachanbieter für Optik/Akustik, Sanitätswaren, Bekleidung/Textilien/Schuhe, Lederwaren/Taschen/Koffer ansässig.

Auch die Trogemannstraße ist zwischen dem Lipper Weg und Friedrichstraße/Marktplatz als Fußgängerzone ausgewiesen. Sie hat im Vergleich zur Hülstraße jedoch eine geringere handelswirtschaftliche Bedeutung. Vielfach werden hier Erdgeschossladenlokale durch Dienstleistungen, Gastronomiebetriebe und Vergnügungsstätten belegt.

#### Abbildung 23: Fußgängerzone Trogemannstraße in Hül

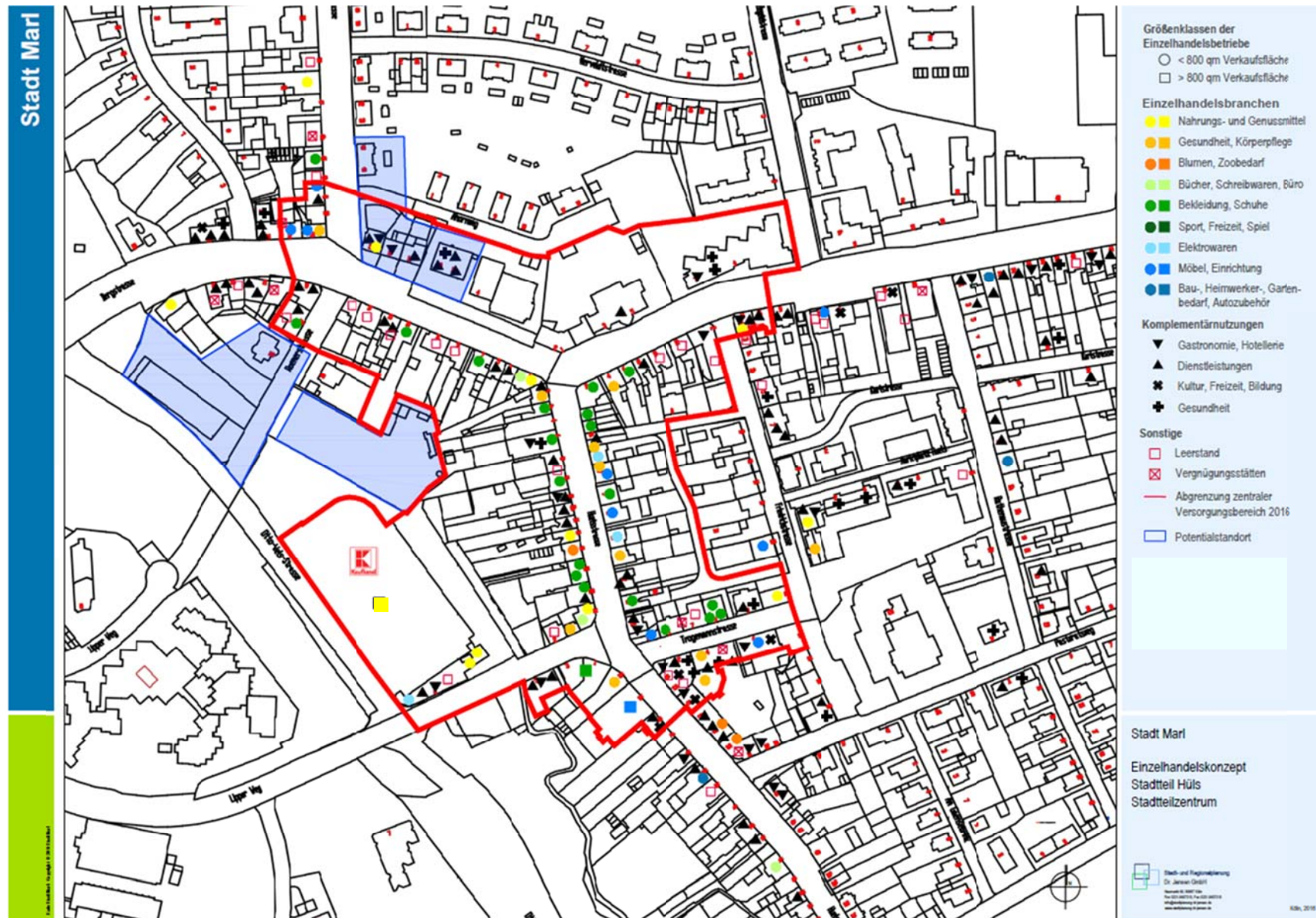


Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

Hier zeigt die Bebauung eine geschlossene Straßenkante, die zudem von einer linienförmigen Baumallee zur Straßenmitte hin abgeschirmt wird. Die Gehwege sind in dieser Fußgängerzone durch einen hervorstehenden roten Bodenbelag gekennzeichnet, jedoch nicht wie in der Hülstraße überdacht. Rd. 840 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche verteilen sich hier auf acht Betriebe.



Abbildung 24: Zentraler Versorgungsbereich Hülz



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016



Der Kreuzungsbereich *Hülsstraße, Lipper Weg und Trogemannstraße* dient als Knotenpunkt der Fußgängerzonen in der Hüls- und der Trogemannstraße sowie als Standort des SB-Warenhauses Kaufland. Die Bebauung verläuft im Kreuzungsbereich bündig zur Straßenkante und wird handelswirtschaftlich durch die beiden großflächigen Nonfooddiscounter Tedi und KIK geprägt. Dem Lipper Weg in Richtung Westen folgend nimmt die Bebauungsdichte ab. Hier befinden sich größere Baulücken die derzeit Stellflächen für Pkw bieten. Gemeinsam mit dem Verbrauchermarkt werden in diesem Bereich rund 7.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bewirtschaftet.

Abbildung 25: Seitenarm des Loemühlenbachs im Stadtteilzentrum Hüls



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

Die im Norden befindliche *Victoriastraße/Bergstraße* weist insbesondere im Kreuzungsbereich zur Hülsstraße kleinteilige Einzelhandelnutzungen auf. In Richtung der Kreuzungsbereiche Friedrichstraße bzw. Römerstraße nimmt die Einzelhandlungsdichte ab, Leerstände und Mindernutzungen nehmen zu und werden durch Komplementärnutzungen geringer Qualität ergänzt. Insgesamt befinden sich hier rd. 16 Einzelhandelsbetriebe mit rd. 1.415 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. In den vergangenen Jahren haben in diesem Bereich bereits städtebauliche Aufwertungsmaßnahmen stattgefunden, die derzeit durch weitere große Bau- und Umbaumaßnahmen ergänzt werden. So errichtet die Volksbank Marl-Recklinghausen neben dem Bestandsgebäude der Sparkasse einen Neubau für ihre Hauptstelle. Die veröffentlichten Pläne für die Bebauung lassen eine erhebliche Aufwertung des Standorts erwarten, die sich auch positiv auf die umgebende Struktur auswirken kann.

Abbildung 26: Fuß- und Radweg entlang der Victoriastraße im Stadtteilzentrum Hüls



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

### Angebotsituation innerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs

Innerhalb des Stadtteilzentrums befanden sich zum Zeitpunkt der Erfassung 58 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 12.895 m<sup>2</sup>, was einer durchschnittlichen Betriebsgröße von etwa 222 m<sup>2</sup> entspricht.

Innerhalb des Stadtteilzentrums besteht ein ausgewogener Branchenmix, sodass die Kunden mit Angeboten aller Bedarfe und Warengruppen bedient werden.

Im Bereich des kurzfristigen Bedarfs sind das SB-Warenhaus Kaufland und der Drogeriemarkt Rossmann maßgebliche Frequenzbringer des Stadtteilzentrums. Diese Betriebe nehmen Einfluss darauf, dass rund 54 % der Verkaufsfläche des Stadtteilzentrums den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel und Gesundheit/Körperpflege zuzuordnen sind. Sie werden ergänzt durch einen kleinteiligen Besatz von Lebensmittelhandwerksbetrieben und Lebensmittelspezialanbietern, Apotheken, Optikern/Akustikern und Anbietern für Sanitäts-/Orthopädiewaren sowie zwei Blumenläden aus der Warengruppe Blumen/Pflanzen/Zoologischer Bedarf.

Bei den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs übernimmt Bekleidung/Schuhe/Schmuck eine das Angebot prägende Position. 18 Betriebe mit rund 2.925 m<sup>2</sup> beschreiben Anteile von rund 31 % bzw. 23 %. Bei den Anbietern ist ein Mix aus tendenziell preisorientierten Filialisten (Kik, Ernstings Family, NKD, Deichmann, Roland) und inhabergeführten Fachgeschäften erkennbar.



Ein Kiosk/Zeitschriftenhändler, eine Buchhandlung und ein Fahrradgeschäft ergänzen das Angebot in den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs.

Weitere 14 Einzelhandelsbetriebe sind den drei Warengruppen des langfristigen Bedarfs zuzuordnen. In der Warengruppe Elektrowaren handelt es sich um kleinstrukturierte Anbieter von Telefonen und Fotobedarf, die Warengruppe Bau-/Gartenbe-

darf/Autozubehör wird durch einen Anbieter repräsentiert. Ein differenziertes Angebot zeigt sich in der Warengruppe Möbel/Einrichtung. In zehn Betrieben wird eine Verkaufsfläche von rund 2.485 m<sup>2</sup> bewirtschaftet. Die größten Anbieter sind die filialisierten Betriebe Tedi und Kodi.

**Tabelle 13: Einzelhandelsausstattung des Stadtteilzentrums Hüls nach Branchen**

Warengruppe	Anzahl der Betriebe		Verkaufsfläche	
	Abs.	in %	in m <sup>2</sup>	in %
Nahrungs- und Genussmittel	11	19,0	5.745	44,6
Gesundheit, Körperpflege	10	17,2	1.260	9,8
Blumen, Zoobedarf	2	3,4	110	0,9
Bücher, Schreibwaren, Büro	2	3,4	75	0,6
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	18	31,0	2.925	22,7
Sport , Spiel, Freizeit	1	1,7	115	0,9
Elektrowaren	3	5,2	150	1,2
Möbel, Einrichtung	10	17,2	2.485	19,3
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	1	1,7	30	0,2
<b>Summe</b>	<b>58</b>	<b>100,0</b>	<b>12.895</b>	<b>100,0</b>

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2016

Tabelle 14: Komplementärnutzungen im Nebenzentrum Hüls

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen	Angebotsschwerpunkt
Gastronomie, Hotellerie	14	Bistro, Café, Eisdiele, Imbiss, Restaurant, Sportsbar
Dienstleistungen	32	Geldinstitut, Friseur, Reisebüro, Versicherung, Kosmetikstudio, Sonnenstudio, Fahrschule, Änderungsschneiderei, Schlüsseldienst, Notar, Makler
Kultur, Freizeit, Bildung	4	Tanzstudio, Sozialverein, Parteibüro, Fitnessstudio
Gesundheit	7	Fachärzte, Allgemeinmediziner, Tagespflege, Physiotherapie
<b>Summe</b>	<b>57</b>	

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016

Das Einzelhandelsangebot im Stadtteilzentrum Hüls wird abgerundet durch eine Vielzahl von Komplementärnutzungen. Insbesondere im Bereich der Dienstleistungen wird ein breites Angebot vorgehalten, das durch medizinische, gastronomische und freizeitorientierte Einrichtungen ergänzt wird.

Die Randlagen des zentralen Versorgungsbereichs (und darüber hinaus) weisen mit erhöhten Anteilen von Leerständen und Mindernutzungen auf einsetzende Trading-down-Effekte hin. Konzentration von Leerständen und/oder Vergnügungsstätten finden sich beispielsweise entlang der Hülsstraße zwischen Trogemannstraße und Pastoratsweg.

### Marktauftritt des Einzelhandels

In Bezug auf die Kriterien Preis-/Qualitätsorientierung, Zielgruppenausrichtung, Erscheinungsbild/Außenwirkung, Schaufenstergestaltung, Ladengestaltung/Warenpräsentation sind folgende Bewertungen des Marktauftritts des Einzelhandels zusammenzufassen:

Das aus dem öffentlichen Raum wahrnehmbare Erscheinungsbild der Betriebe ist nicht einheitlich. Es wird jedoch überwiegend als durchschnittlich/neutral bewertet. Die positivste Bewertung erfolgt für die Schaufenstergestaltung (bei rund 29 % der Betriebe mit „positiv“ bewertet, bei ca. 57 % mit „neutral“ und bei rund 14 % mit „negativ“). Auch die Merkmale Fassadengestaltung, Schriftzug/Beschilderung und Eingangssituation erfahren mehr-

heitlich eine Bewertung mit „neutral“. Ein Anknüpfungspunkt für die Attraktivierung des betrieblichen Erscheinungsbilds zeigt sich insbesondere bei der Beschilderung/Betriebsbeschriftung (rund 23 % der betrieblichen Bewertungen mit „negativ“). Bei fast 30 % der Betriebe ist kein barrierefreier Zugang möglich.

Die Ladengestaltung wird in den Kriterien Warenpräsentation und Sauberkeit nahezu ausschließlich mit „positiv“ oder „neutral“ bewertet. Dagegen zeigt sich die Übersichtlichkeit des Betriebs/des Angebots bei rund 19 % als verbesserungswürdig.

In Bezug auf die Preis-/Qualitätsorientierung ist festzustellen, dass nur in wenigen Betrieben ein vergleichsweise hochpreisiges Angebot vertrieben wird. Mehrheitlich handelt es sich um ein durchschnittliches bis niedriges Preisniveau (insg. rund 91 % der Betriebe).

Eine besondere Zielgruppenausrichtung ist im Nebenzentrum Hüls nicht erkennbar. Insbesondere Kinder und Jugendliche werden kaum spezifisch angesprochen. Das Angebot richtet sich an verschiedene Zielgruppen und/oder orientiert sich an der Nachfrage von Erwachsenen/Familien.



### Entwicklungsflächen im Stadtteilzentrum Hüls

Innerhalb des abgegrenzten Stadtteilzentrums kann in Abstimmung mit der Verwaltung der Stadt Marl ein Potenzialstandort für Einzelhandelsnutzungen diskutiert werden, zwei weitere Flächen liegen im südlichen Bereich der Römerstraße bzw. am Standort „Fischerwäldchen“ außerhalb des zur Abgrenzung empfohlenen zentralen Versorgungsbereichs.

Die Entwicklungsfläche zwischen Victoriastraße und Ahornweg (teilweise außerhalb der Abgrenzung gelegen) beherbergt bereits heute verschiedene Einzelhandelsnutzungen, deren Marktauftritt und bauliche Struktur jedoch Defizite aufweisen. Zur Diskussion steht eine städtebauliche Umstrukturierung mit dem Ziel, Ladenflächen zu schaffen, die der Nachfrage der Einzelhändler entsprechen und sich für die Unterbringung von qualitativem und leistungsfähigem Einzelhandel eignen.

Die beiden vollständig nicht in die Abgrenzung einbezogenen Standorte werden derzeit noch nicht durch Einzelhandel genutzt, sondern als Parkplätze oder brachliegende Standorte unter Baumbewuchs.

Innerhalb des Stadtteilzentrums in Hüls wird bereits heute ein differenziertes Angebot aller Bedarfe und Warengruppen bereitgestellt. Unter Berücksichtigung einer maßstäblichen und auf die Stadtteile Hüls-Nord und Hüls-Süd bezogenen Versorgungsfunktion werden keine Angebotsdefizite erkannt, die zu konkreten Ansiedlungsempfehlungen führen. Deshalb wird für den Umgang mit den Entwicklungsflächen folgendes Vorgehen empfohlen: Ein konkretes Vorhaben sollte einer vorhabenbezogenen handelswirtschaftlichen und städtebaulichen Bewertung unterzogen werden. Dabei sollte untersucht werden, ob das Vorhaben zentrale Versorgungsbereiche in Marl beeinträchtigt, in welchem Maße es zu einer Aufwertung des Stadtteilzentrums beiträgt und ob positive Kundenfrequenzen und somit Wettbewerbseffekte für den bereits ansässigen Einzelhandel zu erwarten sind.

Unabhängig von der konkreten handelswirtschaftlichen Nutzung sollte die Prämisse Berücksichtigung finden, dass etwaige Neubauten so orientiert werden, dass eine bestmögliche städtebauliche Verknüpfung mit der Hülsstraße gewährleistet wird, um positive Impulse für die dortige Einzelhandelslage zu gewährleisten.

### Stärken-Schwächen-Profil

In der Gesamtbetrachtung sind folgende Stärken und Schwächen des Stadtteilzentrums Hüls zusammenzufassen:

- + Magnetbetriebe aus den Branchen Nahrungs-/Genussmittel, Gesundheit/Körperpflege, Bekleidung/Schuhe/Schmuck mit marktgerechten Dimensionierungen ansässig
- + Angebotssituation weist einen breiten Branchenmix auf, Schwerpunkt liegt in den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs
- + Gute verkehrliche Erreichbarkeit
- + Bereits umgesetzte und angestrebte städtebauliche Aufwertungsmaßnahmen entlang der Victoriastraße/Bergstraße
- + Gewachsenes Stadtteilzentrum
- + Nutzungsmischung von Einzelhandels- und Komplementärnutzungen
- + Drei Entwicklungsflächen vorhanden
  
- Trading-down-Effekte in den Randbereichen des Nebenzentrums
- Hohe Verkehrsbelastung der Bergstraße/Victoriastraße
- Eingeschränkt qualitätsvolle Außenwirkung der Einzelhandelsbetriebe

### Handlungsempfehlungen

Folgende Handlungsempfehlungen werden abschließend gegeben:

Mit der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs soll einem weiteren „Ausfransen“ der Einzelhandelslage rund um die Hülsstraße entgegen gewirkt werden. Es wird empfohlen, zukünftig alle Einzelhandelsnutzungen innerhalb der Abgrenzung zu konzentrieren. Für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten gilt dies ausnahmslos.

Den Trading-down-Effekten in den Randlagen (außerhalb der Abgrenzung) sollte demnach nicht durch die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben, sondern durch alternative Nutzungsoptionen/Nutzungsänderungen begegnet werden.

Die im ISEK empfohlenen städtebaulichen Aufwertungsmaßnahmen sind auch aus handelswirtschaft-

licher Sicht zu begrüßen. Sie würden zu einer Erhöhung der Aufenthaltsqualität beitragen, die sich auch positiv auf Frequenz und Aufenthaltsdauer der Kunden auswirkt. Zudem motivieren öffentliche Investitionen oftmals auch private Immobilieneigentümer zu Investitionen in den Gebäudebestand und die Ladenlokale.

Zukünftige kleinstrukturierte Einzelhandelsansiedlungen sollten auf die Leerstände innerhalb des Nebenzentrums gelenkt werden sowie im Falle einer städtebaulichen Umstrukturierung auf die Entwicklungsfläche zwischen Victoriastraße und Ahornweg. Für die beiden außerhalb der Abgrenzung liegenden Entwicklungsflächen empfiehlt sich die genannte vorhabenbezogene Prüfung, um sicherzustellen, dass sich das zur Diskussion stehende Vorhaben nicht negativ auf den bestehenden Einzelhandel auswirkt, sondern zur Stabilisierung der Marktposition beiträgt.

Branchenbezogen bestehen keine Versorgungsdefizite; Neuansiedlungen sollten demnach unter dem Aspekt der Attraktivierung des Nebenzentrums geprüft werden.





Tabelle 15: Bewertungsmatrix der Einzelhandelslage Hüls zur Einstufung als Stadtteilzentrum

Kriterium	Rechtsgrundlage oder wissenschaftlicher Nachweis	Mindestanforderung	Bewertung Ist-Situation	Ergebnis
Lage + siedlungsräumliche Einbindung	BVerwG, Urt. v. 17.12.2009 – 4 C 2/08	Städtebaulich integrierte Lage, von der Wohnbevölkerung gut zu erreichen	Städtebaulich integrierte Lage innerhalb des gleichnamigen Stadtteils Hüls	√
Verflechtungsbereich	Kuschnerus 2007: 88 f.	Stadtteil	Stadtteil Hüls mit rund 18.865 Einwohnern	√
ÖPNV-Anbindung	BVerwG, Urt. v. 17.12.2009 – 4 C 2/08	Integrierte Lage, nicht nur mit dem Pkw günstig zu erreichen	ÖPNV-Haltepunkte liegen vor (Bus, S-Bahn)	√
Struktur + Dichte Einzelhandel	Kuschnerus 2007: 88 f.	Nutzungen, die eine stadtteilweite/weitreichende Versorgungsfunktion übernehmen	Leistungsfähiges SB-Warenhaus, weitere Magnetbetriebe aller Einkaufsfristigkeiten, Vielzahl von filialisierten Nonfooddiscountern, Ergänzung durch kleinteiligen Einzelhandelsbesatz	√
Struktur + Dichte Komplementärnutzungen	Kuschnerus 2007: 88 f. und OVG NRW, Urt. v. 19.06.2008 – 7 A 1392/07	Komplementärnutzungen mit weitreichender/stadtteilbezogener Ausstrahlung	Umfassendes Angebot an Komplementärnutzungen vorhanden	√
Kompatibilität von Ausstattung und Versorgungsauftrag	Kuschnerus 2007: 88 f.	Waren und Dienstleistungen, die die tatsächliche Funktion eines Nebenzentrums (Stadtteilzentrums) erfüllen, stadtteilbezogene, weitreichende Versorgungsfunktion	Versorgungsauftrag wird vollständig ausgefüllt	√

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016

### 4.2.3 Nahversorgungszentrum Brassert

Das Nahversorgungszentrum Brassert befindet sich im gleichnamigen Stadtteil Brassert im westlichen Stadtgebiet von Marl. Es erstreckt sich entlang von Brassert- und Schillerstraße.

Die verkehrliche Erreichbarkeit von Brassert wird in erster Linie über die Brassertstraße aus Richtung Nord/Süd, über die Hervester Straße aus östlicher Richtung und die Schachtstraße aus westlicher Richtung gewährleistet.

Die Erreichbarkeit mittels öffentlichem Nahverkehr erfolgt über die Buslinie 227 und die Schnellbuslinie 26 (Haltestelle Bonifatiusstraße), die einerseits eine Anbindung an den Marler Stadtkern ermöglichen sowie andererseits in die Nachbarkommune Dorsten. Darüber hinaus sind im Umfeld noch weitere Haltestellen (u. a. Schillerstraße, Dreifaltigkeitskirche) verfügbar, die eine Anbindung bis in die Stadt Recklinghausen herstellen.

Für den ruhenden Verkehr sind Parkbuchten entlang der Brassertstraße und Schillerstraße angelegt. Die Schillerstraße verfügt darüber hinaus über einen rd. 100 m langen Parkplatz mit Schrägbuchten. Das größte Stellplatzangebot befindet sich auf dem Gelände des Brassert Wochenmarkts im Norden der Versorgungslage.

Die Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums Brassert bezieht sich auf den gleichnamigen Stadtteil mit rund 11.286 Einwohnern.

Das ISEK für die Stadt Marl empfiehlt für den Standort Brassert eine räumliche Konzentration der Handelsstrukturen, da entlang der Einkaufsstraße (Anm.: Brassert- und Schillerstraße) einzelne Leerstände zu verzeichnen sind, die die Attraktivität des Zentrums deutlich mindern. Des Weiteren werden gestalterische Aufwertungen empfohlen, wie z. B. eine neue Oberflächengestaltung und Möblierung.

#### Räumliche Abgrenzung

Die räumliche Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Brassert bezieht nicht die vollständige Ausdehnung der Handelsstrukturen entlang von Brassert- und Schillerstraße ein, sondern erfolgt

unter der Zielsetzung einer zukünftigen Konzentration der Einzelhandelsstruktur.

Zur Abgrenzung als Nahversorgungszentrum wird folgender Bereich empfohlen:

- Ein Rewe-Supermarkt in der Schillerstraße bildet den südwestlichen Auftakt des Versorgungsbereichs. Im Kreuzungsbereich zur Umlandstraße werden die bestehenden Handelsstrukturen in die Abgrenzung einbezogen. Entlang der Schillerstraße erfolgt eine parzellenorientierte Abgrenzung bis zur Brassertstraße.
- Südöstlich umfasst die Abgrenzung die Brassertstraße und den Kreuzungsbereich zur Martin-Luther-Straße.
- Nördlich wird eine Begrenzung des Nahversorgungszentrums an der Rudolf-Virchow-Straße empfohlen. Entlang der Brassertstraße erfolgt eine parzellenorientierte Abgrenzung. Der Standort eines Netto-Lebensmitteldiscounters sowie der gegenüberliegende Marktplatz werden in die Abgrenzung integriert.

#### Städtebauliche und nutzungsstrukturelle Situation

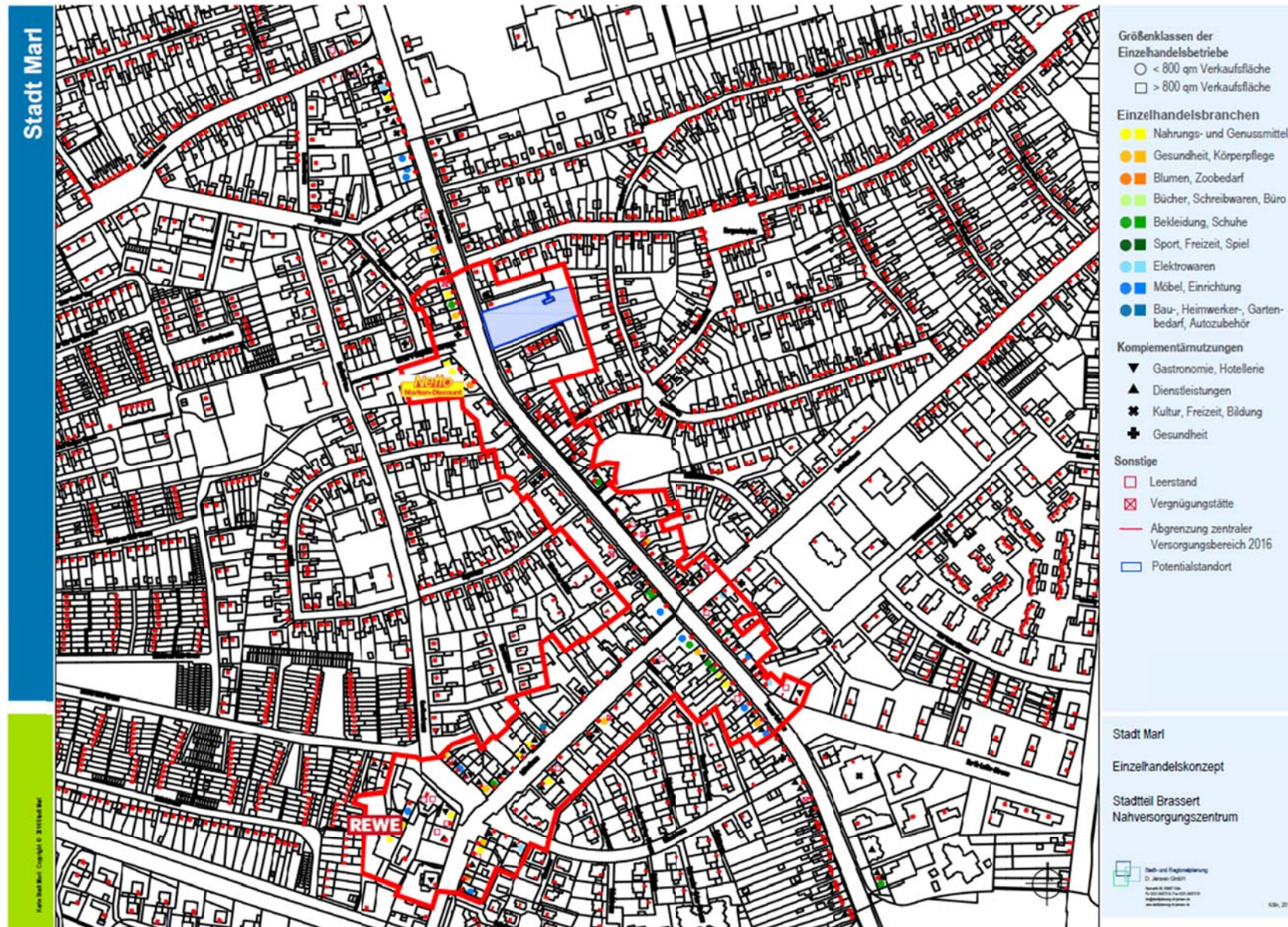
Die Einzelhandelslage in Brassert weist ein räumlich ausgedehntes Nutzungsband auf, das sich zwischen den genannten Magnetbetrieben aufspannt.

Die städtebauliche Struktur entlang der Straßenzüge zeigt keine einheitliche Bauweise, was eine wechselnde Bebauungskante zur Folge hat. Der Verkehr verläuft in jede Richtung einspurig.





Abbildung 27: Zentraler Versorgungsbereich Brassert



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016



Abbildung 28: Sichtbeziehungen im Kreuzungsbereich Brassertstraße und Schillerstraße



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

Die Nutzungsstruktur ist grundsätzlich durch den Einzelhandel geprägt, jedoch variiert die Einzelhandelsdichte innerhalb des Nahversorgungszentrums. Mancherorts erfolgt eine Unterbrechung der Laufwege durch Wohngebäude, Leerstände und Dienstleistungen.

Der nördliche Abschnitt des Nahversorgungszentrums wird städtebaulich insbesondere durch den Marktplatz geprägt, auf dem zweimal wöchentlich ein Wochenmarkt stattfindet. Gegenüberliegend befindet sich der Standort eines Netto-Lebensmitteldiscounters.

Abbildung 29: Wochenmarktgelände in Brassert



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

Der südöstliche Abschnitt des Nahversorgungszentrums zwischen der Kreuzung Brassertstraße und Schillerstraße sowie der Martin-Luther-Straße wird gekennzeichnet durch die filialisierten Nonfooddiscounter NKD und TEDI. Benachbart befinden sich zudem ein Matratzen- und ein Heimtextilienfachmarkt.

In der Schillerstraße, Standort des Magnetbetriebs REWE, ist ähnlich wie in der Brassertstraße keine gleichmäßige Einzelhandelsdichte nachvollziehbar. So konzentrieren sich einige Betriebe rund um den Supermarkt im Kreuzungsbereich zur Uhlandstraße, während im Verlauf der Schillerstraße in Richtung Brassertstraße Unterbrechungen der gewerblichen Nutzungsstruktur über vier bis fünf Parzellen/Gebäude zu überbrücken sind.

#### Angebotssituation innerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs

Innerhalb des Nahversorgungszentrums befanden sich zum Zeitpunkt der Erfassung 48 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 6.700 m<sup>2</sup>, was einer durchschnittlichen Betriebsgröße von etwa 140 m<sup>2</sup> entspricht.

Die branchenbezogene größte Einzelhandelsausstattung liegt bei Nahrungs-/Genussmittel vor (rund 39 % der Verkaufsfläche). Hauptverantwortlich dafür sind die beiden Lebensmittel-SB-Betriebe REWE und Netto. In Bezug auf Netto ist festzustellen, dass der Betriebsstandort im Hinblick auf seine Größe und Außenwahrnehmung nicht mehr den aktuellen Wünschen der Betreiber und der Kunden entspricht. Von einem Bio-Supermarkt im Umfeld des REWE-Standorts geht ebenfalls eine Magnetfunktion aus. Ergänzt werden die drei Betriebe durch eine Vielzahl von Lebensmittelhandwerksbetrieben und -spezialanbietern.

Durch einen kleineren Drogeriemarkt, Optiker, Akustiker und einen Anbieter für Zoologiebedarf wird das Angebot des kurzfristigen Bedarfs ergänzt.

Die Warengruppen, die dem mittelfristigen Bedarf zugeordnet werden, übernehmen Anteile von rund 17 % an allen Betrieben sowie etwa 14 % der Gesamtverkaufsfläche. Der größte Betrieb ist ein NKD-Textildiscounter, der von weiteren kleineren Bekleidungsanbietern ergänzt wird.

Weitere 14 Betriebe (ca. 29 %) und rund 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (ca. 37 %) werden durch die Warengruppen des langfristigen Bedarfs charakterisiert. Dabei zeichnet die Warengruppe Möbel/Einrichtung mit einem Nonfooddiscounter sowie einer Reihe von spezialisierten Anbietern (u. a. für Matratzen



und Heimtextilien) für den Großteil der Angebote verantwortlich.

Arrondiert wird das Einzelhandelsangebot durch 50 weitere Komplementärnutzungen und Dienstleistungen. Der Schwerpunkt liegt in dieser Versorgungslage im Bereich der einzelhandelsnahen

Dienstleister wie Friseure, Kosmetikstudios, Änderungsschneidereien oder Reinigungen. Diese erzeugen wichtige Kundenfrequenzen für die Standortlage.

Zum Zeitpunkt der Erfassung standen 13 Ladenlokale leer.

**Tabelle 16: Einzelhandelsausstattung des Nahversorgungszentrums Brassert nach Branchen**

Warengruppe	Anzahl der Betriebe		Verkaufsfläche	
	Abs.	in %	in m <sup>2</sup>	in %
Kurzfristiger Bedarf	26	54,2	3.250	48,5
Mittelfristiger Bedarf	8	16,7	945	14,1
Langfristiger Bedarf	14	29,1	2.510	37,4
<b>Summe</b>	<b>48</b>	<b>100,0</b>	<b>6.705</b>	<b>100,0</b>

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2016

**Tabelle 17: Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Brassert**

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen	Angebotsschwerpunkt
Gastronomie, Hotellerie	9	Café, Restaurant, Imbiss, Eisdielen
Dienstleistungen	36	Fahrschule, Friseur, Versicherung, Kosmetikstudio, Geldinstitut, Schuster, Werbeagentur, Rechtsanwalt, Änderungsschneiderei, Reinigung
Kultur, Freizeit, Bildung	0	-
Gesundheit	5	Fachärzte, Allgemeinmediziner, ambulante Pflege
<b>Summe</b>	<b>50</b>	-

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016

### Marktauftritt des Einzelhandels

In Bezug auf die Kriterien Preis-/Qualitätsorientierung, Zielgruppenausrichtung, Erscheinungsbild/Außenwirkung, Schaufenstergestaltung, Ladengestaltung/Warenpräsentation sind folgende Bewertungen des Marktauftritts des Einzelhandels zusammenzufassen:

Das aus dem öffentlichen Raum wahrnehmbare Erscheinungsbild der Betriebe weist deutliche Verbesserungspotenziale auf. So erfolgt nur für rund 10 bis 15 % der Betriebe eine „positive“ Bewertung der

Merkmale Fassadengestaltung, Beschilderung, Eingangssituation und Schaufenstergestaltung. Ein ähnliches Bild zeigen auch die Bewertungen der innerbetrieblichen Gestaltungsmerkmale wie Warenpräsentation, Sauberkeit und Übersichtlichkeit. Auch hier erfolgt eine mehrheitliche Bewertung mit „neutral“ oder „negativ“.

Wie üblich in Nahversorgungszentren spricht das Einzelhandelsangebot in Brassert keine bestimmte Zielgruppe an.

### Stärken-Schwächen-Profil

In der Gesamtbetrachtung sind folgende Stärken und Schwächen des Nahversorgungszentrums Brasert zusammenzufassen:

- + Zwei Lebensmittel-SB-Betriebe ansässig
- + Im Vergleich der Nahversorgungszentren: breiter Branchenmix im Einzelhandel vorhanden und hohe Anzahl ergänzender Komplementärnutzungen
- + Mischung aus inhabergeführtem und filialisierendem Einzelhandel
  
- Unterbrechung der Lauflagen durch Wohnnutzungen und/oder Leerstände
- Ausgedehnte Handelslage mit fehlenden Sichtbeziehungen zwischen den Magnetbetrieben
- Lebensmitteldiscounter Netto langfristig nicht funktionsfähig am Standort
- Städtebaulich-gestalterischer Aufwertungsbedarf

### Handlungsempfehlungen

Folgende Handlungsempfehlungen stellen sich abschließend dar:

- Stabilisierung der Magnetbetriebe, Vergrößerung/Verlagerung Netto
- Standortpotenziale für einen Drogeriemarkt prüfen
- Keine weitere Ausdehnung, Konzentration
- Lenkung von Ansiedlungs-/Verlagerungspotenzialen auf leerstehende Ladenlokale
- Gestalterische Aufwertung



Tabelle 18: Bewertungsmatrix der Einzelhandelslage Brassert zur Einstufung als Nahversorgungszentrum

Kriterium	Rechtsgrundlage oder wissenschaftlicher Nachweis	Mindestanforderung	Bewertung Ist-Situation	Ergebnis
Lage + siedlungsräumliche Einbindung	BVerwG, Urt. v. 17.12.2009 – 4 C 2/08	Städtebaulich integrierte Lage, von der Wohnbevölkerung gut zu erreichen	Städtebaulich integrierte Lage innerhalb des gleichnamigen Stadtteils Brassert	√
Verflechtungsbereich	OVG NRW, Urt. v. 11.12.2006 – 7 A 964/05.	Kleiner Einzugsbereich, i. d. R. bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleine Orte	Stadtteil Brassert mit rund 11.285 Einwohnern	√
ÖPNV-Anbindung	BVerwG, Urt. v. 17.12.2009 – 4 C 2/08	Integrierte Lage, nicht nur mit dem Pkw günstig zu erreichen	ÖPNV-Haltepunkte liegen vor (Bus)	√
Struktur + Dichte Einzelhandel	Kuschnerus 2007: 88 f.	Nutzungen, die eine praktisch umfassende Versorgung mit Gütern des tägl. Bedarfs gewährleisten, ergänzt durch einzelne Waren des mittelfristigen Bedarfs. Unverzichtbar: Lebensmittelvollsortimenter oder Lebensmitteldiscounter	Zwei Lebensmittel-SB-Betriebe in Randlage (Lebensmitteldiscounter erfüllt nicht derzeit nachgefragte Standortbedingungen der Betreiber), ergänzt durch Nonfood-Filialisten sowie inhabergeführte und kleinteilige Einzelhandelsstrukturen	√
Struktur + Dichte Komplementärnutzungen	Kuschnerus 2007: 88 f. und OVG NRW, Urt. v. 19.06.2008 – 7 A 1392/07	Die Nahversorgung ergänzende/unterstützende Komplementärnutzungen (Bank, Post, Reinigung, Gastronomie u. a. m.)	Umfassendes Angebot an Komplementärnutzungen vorhanden (für Nahversorgungszentren)	√
Kompatibilität von Ausstattung und Versorgungsauftrag	OVG Münster vom 15.02.2012 (10 D32/11 NE)	Ausstattung soll Versorgung auch perspektivisch sichern	Versorgungsauftrag wird vollständig ausgefüllt	√

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016



#### 4.2.4 Nahversorgungszentrum Drewer

Das Nahversorgungszentrum Drewer befindet sich im Grenzbereich der beiden Stadtteile Drewer-Nord und Drewer-Süd. Die gewerbliche Nutzungsstruktur orientiert sich an der Bergstraße, die eine Verbindungsachse zwischen den Stadtteilen Hüls, Marl-Hamm, Sinsen-Lenkerbeck und dem westlichen Stadtgebiet (insbesondere der Stadtkern) darstellt.

Die verkehrliche Erreichbarkeit des Nahversorgungszentrums Drewer wird entsprechend über die Bergstraße hergestellt, an der sich auch die Standorte der Einzelhandelsbetriebe des Nahversorgungszentrums orientieren.

Die Erreichbarkeit mittels öffentlichen Nahverkehrs erfolgt über die Buslinien 222, 223, 226, 227, die an der Haltestelle Pfarrkirche St. Josef einerseits eine Anbindung in die östlichen Marler Stadtteile und den Stadtkern sowie andererseits auch in die Nachbarkommunen Dorsten, Gelsenkirchen, Oer-Erkenschwick und Recklinghausen ermöglichen.

Für den ruhenden Verkehr bestehen entlang der Bergstraße verschiedene Parkplatzflächen. Den meisten Platz bieten die Schrägbuchten auf einem Beipass der Bergstraße zwischen Heyerhoffstraße und Wielandstraße. Darüber hinaus verfügt der Lebensmittel-SB-Betrieb K&K im östlichen Bereich der Versorgungslage über ein betriebszugehöriges Stellplatzangebot.

Die Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums Drewer bezieht sich auf die Bevölkerung des Stadtteils mit derzeit rund 17.030 Einwohnern. In Bezug auf die Einzelhandelsentwicklung in Drewer verfolgt das ISEK für die Stadt Marl die Zielsetzung, den Einzelhandel zukünftig im Bereich Wielandstraße/Wiesenstraße zu konzentrieren. Ergänzend sollen städtebauliche Aufwertungsmaßnahmen initiiert werden, um das zukünftige Zentrum „auch als solches sichtbar werden zu lassen“.

##### Räumliche Abgrenzung

Die räumliche Abgrenzung orientiert sich an der faktischen Bestandssituation des Einzelhandels entlang der Bergstraße und erfolgt unter der Prämisse einer Konzentration der Einzelhandelsbetriebe. Eine weitere Ausdehnung der Versorgungslage sollte vermieden werden. In die Abgrenzung einbezogen wird die jeweils zur Straßenkante der Bergstraße gerichtete erste Grundstücksparzelle.

Die westliche Grenze befindet sich im Kreuzungsbereich der Lassallestraße und Heisterkampstraße mit der Bergstraße. Einbezogen werden in diesem Kreuzungsbereich nur die Parzellen auf der östlichen Straßenseite von Lasalle- und Heisterkampstraße. Die östliche Grenze des zentralen Versorgungsbereichs markiert nicht der Verlauf einer Straße oder ein Kreuzungsbereich, sondern eine Unterbrechung der Handelsnutzungen entlang der Bergstraße im Bereich der Hausnummer 98 auf der nördlichen Straßenseite.

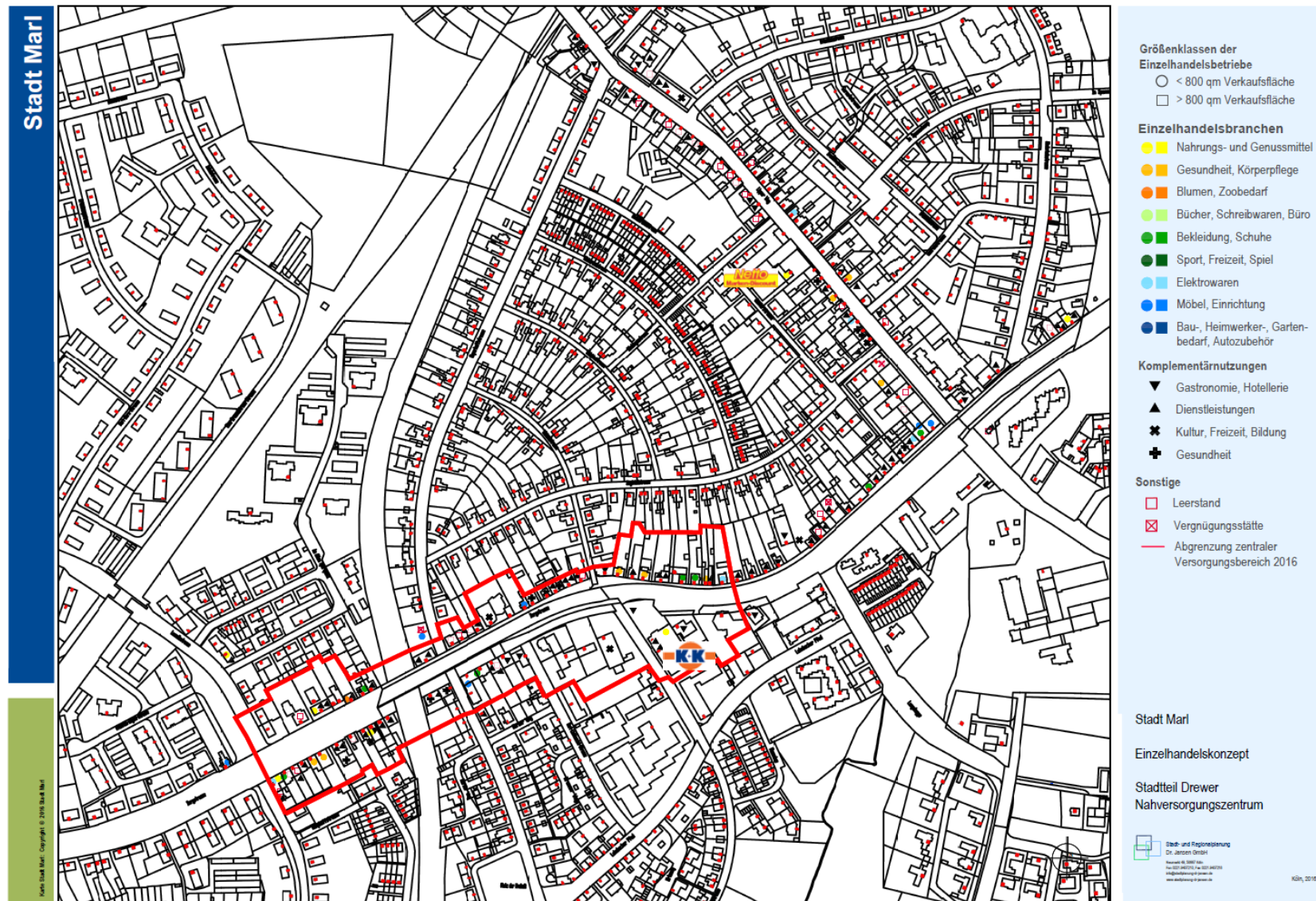
##### Städtebauliche und nutzungsstrukturelle Situation

Das Nahversorgungszentrum Drewer erstreckt sich insgesamt über rund 600 m entlang der Bergstraße. Die städtebauliche Struktur wird sowohl nördlich als auch südlich der Bergstraße weitestgehend durch eine zusammenhängende Bebauung gekennzeichnet. Oftmals werden die Gebäude in den Obergeschossen durch Wohnen und im Erdgeschoss durch die zentrenprägenden Einzelhandels- und Dienstleistungseinrichtungen genutzt. Größere Unterbrechungen der Bebauung erfolgen durch die ehemalige Erzbahntrasse in Tieflage im westlichen Abschnitt (heute Fußwegeverbindung) sowie eine Veränderung der Bauweise südlich der Bergstraße und östlich der Karl-Liebknecht-Straße. Hier befinden sich zunächst das Gebäude einer katholischen Familienbildungsstätte und anschließend der Standort eines K+K Lebensmittelvollsortimenters. Aufgrund des angesprochenen Grünzugs sowie dem leicht mäandrierenden Straßenverlaufs sind die Sichtbeziehungen über die gesamte Versorgungslage hinweg eingeschränkt.

Darüber hinaus beeinträchtigt die wichtige Verkehrsfunktion der Bergstraße die Aufenthaltsqualität des Nahversorgungszentrums. Derzeit werden über die reine Versorgung hinaus kaum Impulse für das Verweilen am Standort oder das Flanieren gesetzt. Sowohl im Hinblick auf die Parkplatzsituation als auch in Bezug auf die Fußgänger- und Fahrradfreundlichkeit des Standorts können trotz der angesprochenen Verkehrsbelastung Standortvorteile hervorgehoben werden. Der Verkehrsraum ist so gestaltet, dass durch Beipässe eine Verkehrsberuhigung ermöglicht sowie Parkplätze bereitgestellt werden und zudem ausreichend dimensionierte Bürgersteige und Fahrradwege auch Verkehrsflächen für den nicht-motorisierten Individualverkehr vorhalten.



Abbildung 30: Zentraler Versorgungsbereich Drewer



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016

Abbildung 31: Nahversorgungszentrum Drewer



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

### Angebotsituation innerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs

Innerhalb des Nahversorgungszentrums befanden sich zum Zeitpunkt der Erfassung 21 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 3.900 m<sup>2</sup>. Dies entspricht einer durchschnittlichen Betriebsgröße von rd. 185 m<sup>2</sup>.

Der Angebotsschwerpunkt liegt, wie bei einem Nahversorgungszentrum üblich, im kurzfristigen Bedarfsbereich. Rund 2.305 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche werden durch zehn Einzelhandelsbetriebe der Branchen Nahrungs-/Genussmittel, Gesundheit/Körperpflege und Blumen/Zoobedarf bewirtschaftet. Funktionsprägend für das Nahversorgungszentrum ist ein K+K-Lebensmittelvollsortimenter, dessen Standort als leistungsfähig bewertet werden kann. Dieser Betrieb generiert maßgebliche Kundenfrequenzen auch für die ihn arrondierenden kleineren Einzelhandelsbetriebe.

Weitere Anbieter des kurzfristigen Bedarfs sind u. a. ein Asia-Supermarkt, eine Bäckerei, ein Tabakwaren- und Zeitschriftenanbieter, Apotheken, ein Hörgeräteakustiker und ein Blumenladen.

Die Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs zeichnen für rund 540 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in vier Einzelhandelsbetrieben verantwortlich. Die entspricht einem Verkaufsflächenanteil von rund 14 % und einem Betriebsanteil von rund 19 %. Neben einem größeren Fachanbieter für Damen- und Herrenoberbekleidung werden intensive Magnetwirkungen von einem Intersport-Sportgeschäft ausgelöst. Dieser Anbieter verfügt als einziges klassisches Sportgeschäft in Marl über ein stadtweites Alleinstellungsmerkmal. Des Weiteren ist auf einige weitere Anbieter von Bekleidung und ein Angelgeschäft zu verweisen.

In sieben Einzelhandelsbetrieben (rund 33 % aller Betriebe im Nahversorgungszentrum Drewer) werden auf etwa 1.060 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (rund 27 %) primär Angebote des langfristigen Bedarfs präsentiert. Neben einem Anbieter für Unterhaltungselektronik handelt es sich mehrheitlich um Anbieter der Warengruppe Möbel/Einrichtung, wie zum Beispiel ein Küchenanbieter, ein Bettenfachgeschäft oder einen Fachanbieter für Deko und Kunst.

Abgerundet wird das Einzelhandelsangebot durch insgesamt 42 Komplementärnutzungen, mehrheitlich aus dem Bereich Dienstleistungen. Zusätzlich wurden im Nahversorgungszentrum Drewer zehn Leerstände erfasst. Mindernutzungen waren innerhalb des Zentrums nicht vorzufinden.

Tabelle 19: Einzelhandelsausstattung des Nahversorgungszentrums Drewer nach Branchen

Warengruppe	Anzahl der Betriebe		Verkaufsfläche	
	Abs.	in %	in m <sup>2</sup>	in %
Kurzfristiger Bedarf	10	47,6	2.305	59,1
Mittelfristiger Bedarf	4	19,1	540	13,8
Langfristiger Bedarf	7	33,3	1.060	27,1
<b>Summe</b>	<b>21</b>	<b>100,0</b>	<b>3.905</b>	<b>100,0</b>

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2016; Rundungsdifferenzen möglich





Tabelle 20: Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Drewer

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen	Angebotsschwerpunkt
Gastronomie, Hotellerie	5	Restaurant, Café, Sportcafé, Shisha Lounge
Dienstleistungen	29	Immobilienberatung, Rechtsanwalt, Versicherung, Friseur, Geldinstitut, Änderungsschneiderei, Nagelstudio
Kultur, Freizeit, Bildung	3	Kirche, Musikschule, Bildungsstätte
Gesundheit	5	Physiotherapie, Logopädie, Ärzte
<b>Summe</b>	<b>42</b>	-

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016

### Marktauftritt des Einzelhandels

In Bezug auf die Kriterien Preis-/Qualitätsorientierung, Zielgruppenausrichtung, Erscheinungsbild/Außenwirkung, Schaufenstergestaltung, Ladengestaltung/Warenpräsentation sind folgende Bewertungen des Marktauftritts des Einzelhandelszusammenzufassen:

Das aus dem öffentlichen Raum wahrnehmbare Erscheinungsbild der Betriebe in Bezug auf die Kriterien Fassadengestaltung, Beschilderung, Eingangssituation und Schaufenstergestaltung ist überwiegend (70 bis 80 %) als „neutral“ zu bewerten. Für rund 15 bis 20 % der Betriebe erfolgt eine „positive“ Bewertung, für die übrigen 5 bis 10 % eine entsprechend „negative“ Beurteilung. Ein ähnliches Bild zeigen auch die Bewertungen der innerbetrieblichen Gestaltungsmerkmale wie Warenpräsentation, Sauberkeit und Übersichtlichkeit. Hier erfolgt gar für 80 bis 90 % der Betriebe eine Bewertung mit „neutral“. Zu gleichen Anteilen von 5 bis 10 % ist die Bewertung „positiv“ oder „negativ“.

Ähnlich wie schon für das Nahversorgungszentrum Brassert zeigen die Nahversorgungsstrukturen in Drewer keine zielgruppenspezifische Kundenansprache, sondern richten sich grundsätzlich an alle Bevölkerungsgruppen.

### Stärken-Schwächen-Profil

In der Gesamtbetrachtung sind folgende Stärken und Schwächen des Nahversorgungszentrums Drewer zusammenzufassen.

- + Leistungsfähiger Lebensmittel-SB-Betrieb

- + Einziges Sportgeschäft Marls ist innerhalb des Nahversorgungszentrums ansässig
- + Ausreichender arrondierender Einzelhandelsbesatz zur Erfüllung der Nahversorgungsfunktion
- + Trotz Verkehrsbedeutung der Bergstraße ist eine ausreichende Ausstattung mit Parkplätzen vorhanden sowie Verkehrsraum für den nicht-motorisierten Individualverkehr reserviert
- Verkehrsfunktion der Bergstraße beeinträchtigt die Aufenthaltsqualität und Art des Einkaufs (geringere Fußgängeraffinität)
- Wenig Querungsmöglichkeiten der Bergstraße für Passanten

### Handlungsempfehlungen

Folgende Handlungsempfehlungen stellen sich abschließend dar:

- Keine weitere Ausdehnung des „Versorgungsbands“ entlang der Bergstraße zwischen Innenstadt und Hüls sowie am Lipper Weg (auch im Hinblick auf die Zielsetzung im ISEK: Konzentration der Einzelhandelsnutzungen)
- Einzelhandelsausstattung zeigt keine Defizite, die zu konkreten Ansiedlungsempfehlungen führen, jedoch zur Wiederbelegung leerstehender Ladenlokale und Stabilisierung der Versorgungslage beitragen (Fokus auf Nahversorgung)
- Keine Angebotsergänzungen durch Magnetbetriebe in den klassischen Innenstadtsortimenten (Konkurrenz zur Innenstadt)
- Städtebauliche Aufwertungsmaßnahmen zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität (Schaffung von Platzflächen, Möblierung, Außengastronomie etc.)

Tabelle 21 Bewertungsmatrix der Einzelhandelslage Drewer zur Einstufung als Nahversorgungszentrum

Kriterium	Rechtsgrundlage oder wissenschaftlicher Nachweis	Mindestanforderung	Bewertung Ist-Situation	Ergebnis
Lage + siedlungsräumliche Einbindung	BVerwG, Urt. v. 17.12.2009 – 4 C 2/08	Städtebaulich integrierte Lage, von der Wohnbevölkerung gut zu erreichen	Städtebaulich integrierte Lage im Grenzbereich der beiden Stadtteile Drewer-Nord und Drewer-Süd	√
Verflechtungsbereich	OVG NRW, Urt. v. 11.12.2006 – 7 A 964/05.	Kleiner Einzugsbereich, i. d. R. bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleine Orte	Stadtteile Drewer-Nord und Drewer-Süd mit rund 17.030 Einwohnern	√
ÖPNV-Anbindung	BVerwG, Urt. v. 17.12.2009 – 4 C 2/08	Integrierte Lage, nicht nur mit dem Pkw günstig zu erreichen	ÖPNV-Haltepunkte liegen vor (Bus)	√
Struktur + Dichte Einzelhandel	Kuschnerus 2007: 88 f.	Nutzungen, die eine praktisch umfassende Versorgung mit Gütern des tägl. Bedarfs gewährleisten, ergänzt durch einzelne Waren des mittelfristigen Bedarfs. Unverzichtbar: Lebensmittelvollsortimenter oder Lebensmitteldiscounter	Lebensmittelvollsortimenter am Standort, ergänzt um weitere Einzelhandelsstrukturen mit dem Schwerpunkt im Bereich der Nahversorgung	√
Struktur + Dichte Komplementärnutzungen	Kuschnerus 2007: 88 f. und OVG NRW, Urt. v. 19.06.2008 – 7 A 1392/07	Die Nahversorgung ergänzende/unterstützende Komplementärnutzungen (Bank, Post, Reinigung, Gastronomie u. a. m.)	Für die Nahversorgung: Umfassendes Angebot an Komplementärnutzungen vorhanden	√
Kompatibilität von Ausstattung und Versorgungsauftrag	OVG Münster vom 15.02.2012 (10 D32/11 NE)	Ausstattung soll Versorgung auch perspektivisch sichern	Versorgungsauftrag wird vollständig ausgefüllt	√

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016

#### 4.2.5 Nahversorgungszentrum Polsum

Das Nahversorgungszentrum Polsum befindet sich im gleichnamigen Stadtteil innerhalb des dortigen-historischen Ortskerns. Der Stadtteil befindet sich im äußersten Südwesten Marls und weist tendenziell einen ländlichen/dörflichen Charakter auf.

Die verkehrliche Erreichbarkeit des Nahversorgungszentrums wird über ein sternförmig im Ortskern zulaufendes Netz von Verbindungsstraßen hergestellt. Die wichtigsten Anbindungen stellen die Buerer Straße in Richtung Dorsten und die Polsumer Straße in Richtung Stadtkern bzw. Gelsenkirchen dar.

Die Erreichbarkeit mittels öffentlichen Nahverkehrs erfolgt über die Buslinie 222 zwischen Gelsenkirchen und Marl-Sinsen bzw. über die Taxibuslinie 224 zwischen Hertzen und Polsum. Im Nahversorgungszentrum befinden sich zwei Ein- und Umsteigemöglichkeiten, die Haltestelle Kirchstraße nördlich des Kirchplatzes sowie die Haltestelle Polsum Ehrenmal südlich des Kirchplatzes.

Stellflächen für den ruhenden Verkehr bestehen entlang der Kolpingstraße und Kirchstraße. Ein größeres Stellflächenangebot bietet jedoch der Parkplatz des Lebensmittel-SB-Betriebs Rewe in nördlicher Randlage an der Polsumer Straße.

Die Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums Polsum bezieht sich auf die Bevölkerung des Stadtteils und umfasst derzeit rund 4.590 Einwohner.

Im ISEK für die Stadt Marl wird die Zielsetzung verfolgt, den dörflichen Charakter Polsums auch zukünftig zu erhalten. Optimierungspotenziale werden hinsichtlich der Verkehrssituation erkannt, z. B. durch ein neues Stellplatzkonzept und eine Verkehrsberuhigung.

#### Räumliche Abgrenzung

Die räumliche Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Polsum orientiert sich an den Standorten der ansässigen Einzelhandelsbetriebe. Diese haben sich rund um den historischen Kirchplatz, das eigentliche Zentrum des Stadtteils, angesiedelt.

In die Abgrenzung einbezogen werden

- der Standort eines REWE-Supermarkts (Kolpingstraße 28) am nördlichen Rand des Nahversorgungszentrums,
- das dem REWE gegenüberliegende Wohn- und Pflegezentrum Bartholomäus,
- der Kirchplatz sowie die ihn ringförmig umschließenden Kolping- und Kirchstraße (jeweils nur die zur Straße orientierten Parzellen- oder Parzellenabschnitte) und
- der Abschnitt der Dorfstraße zwischen Kolping- und Kirchstraße als südliche Begrenzung des Nahversorgungszentrums.

#### Städtebauliche und nutzungsstrukturelle Situation

Die Einzelhandelslage in Polsum verteilt sich punktuell um den Kirchplatz sowie in der Kolpingstraße in Nachbarschaft zum REWE-Supermarkt und schließlich im Kreuzungsbereich von Dorfstraße und Kolpingstraße. Dabei sind keine dichte Nutzungsstruktur und eine im Zusammenhang stehende Lauflage erkennbar. Die Empfehlung zur Abgrenzung eines Nahversorgungszentrums trägt insofern den städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Rahmenbedingungen des Stadtteils Polsum Rechnung. Dieser weist keine direkte Verbindung mit dem Hauptsiedlungskörper Marls auf, hat im Vergleich aller Nahversorgungszentren den deutlich kleinsten Einzugsbereich und bedarf demnach einer differenzierten Bewertung.

Die städtebauliche und architektonische Gestalt spiegelt die Tradition des Stadtteils wider. Sie ist insbesondere geprägt von einer Mischung aus historischen Backstein- und Fachwerkhäusern sowie Neubauten nach ähnlichem Gestaltungsvorbild.

Abbildung 32: Blumenladen im historischen Ortskern Polsum



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH



### Angebotssituation innerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs

Innerhalb des Nahversorgungszentrums befanden sich zum Zeitpunkt der Erfassung acht Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 1.100 m<sup>2</sup>. Dies entspricht einer durchschnittlichen Betriebsgröße von rd. 138 m<sup>2</sup>.

Der Angebotsschwerpunkt wird durch Betriebe des kurzfristigen Bedarfs gebildet. Sechs der acht ansässigen Betriebe sind den Warengruppen Nahrungs-/Genussmittel, Gesundheit/Körperpflege und Blumen/Pflanzen/Zoobedarf zuzuordnen. Dabei gehen Magnetfunktionen von dem ansässigen REWE-Supermarkt aus, der durch Bäckereien, eine Apotheke und einen Blumenladen ergänzt wird. Insgesamt wird durch diese Betriebe eine Verkaufsfläche von rund 1.040 m<sup>2</sup> bewirtschaftet, anteilig rund 95 % des gesamten Besatzes innerhalb des Nahversorgungszentrums.

Außerdem sind ein Lotto-/Zeitschriftenhändler und eine kleine Boutique ansässig.

Abbildung 33: Gastronomie im historischen Ortskern Polsum



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

Insgesamt 23 arrondierende Komplementärnutzungen, insbesondere die Gastronomiebetriebe am Kirchplatz, erzeugen ergänzende Kundenfrequenzen und generieren insbesondere rund um den Kirchplatz eine hohe Aufenthaltsqualität.

Tabelle 22: Einzelhandelsausstattung des Nahversorgungszentrums Polsum nach Branchen

Warengruppe	Anzahl der Betriebe		Verkaufsfläche	
	Abs.	in %	in m <sup>2</sup>	in %
Kurzfristiger Bedarf	6	75,0	1.040	95,0
Mittelfristiger Bedarf	2	25,0	55	5,0
Langfristiger Bedarf	-	-	-	-
<b>Summe</b>	<b>8</b>	<b>100,0</b>	<b>1.095</b>	<b>100,0</b>

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2016; Rundungsdifferenzen möglich

Tabelle 23: Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Polsum

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen	Angebotsschwerpunkt
Gastronomie, Hotellerie	6	Restaurant, Eiscafé, Pizzeria
Dienstleistungen	9	Finanzdienstleistung, Versicherung, Schneiderei, Reisebüro, Friseur, Geldinstitut
Kultur, Freizeit, Bildung	2	Kirche, Kita
Gesundheit	7	Ärzte, Heilpraktiker, medizinische Fußpflege, Ergotherapie, Krankengymnastik
<b>Summe</b>	<b>23</b>	-

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016



### **Marktauftritt des Einzelhandels**

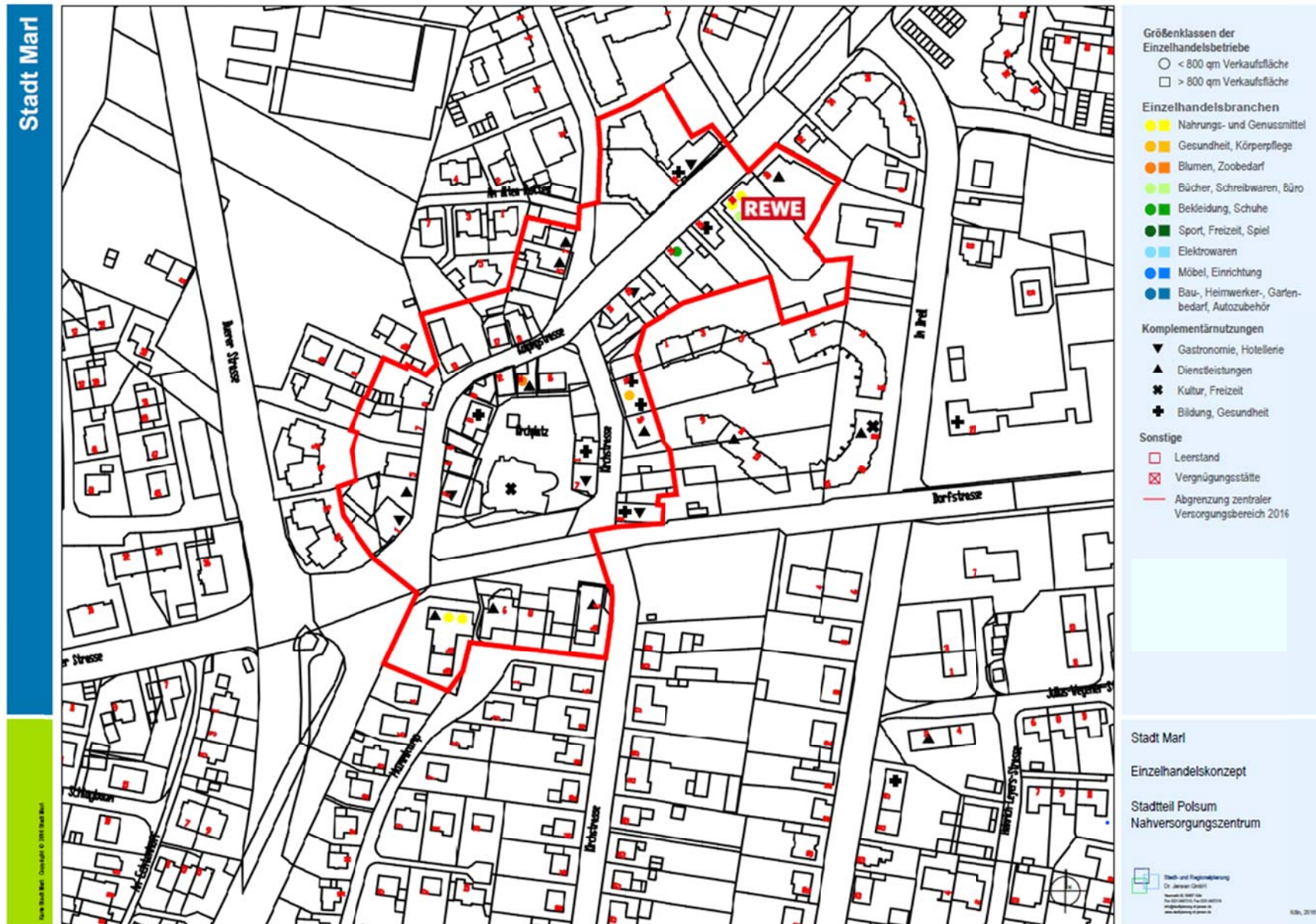
In Bezug auf die Kriterien Preis-/Qualitätsorientierung, Zielgruppenausrichtung, Erscheinungsbild/Außenwirkung, Schaufenstergestaltung, Ladengestaltung/Warenpräsentation sind folgende Bewertungen des Marktauftritts des Einzelhandels zusammenzufassen:

Das aus dem öffentlichen Raum wahrnehmbare Erscheinungsbild der Betriebe in Bezug auf die Kriterien Fassadengestaltung, Beschilderung, Eingangssituation und Schaufenstergestaltung ist ausnahmslos zufriedenstellend. Es erfolgen zu gleichen Teilen Bewertungen mit „positiv“ und „neutral“.

Mehrheitlich mit „neutral“ wurden die Bewertungen der innerbetrieblichen Gestaltungsmerkmale wie Warenpräsentation, Sauberkeit und Übersichtlichkeit vorgenommen. Jeweils ein Betrieb wurde in dieser Hinsicht mit „positiv“ oder „negativ“ bewertet.

Eine zielgruppenspezifische Kundenansprache liegt für das kleine Nahversorgungszentrum in Polsum nicht vor.

Abbildung 34: Zentraler Versorgungsbereich Polsum



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016



### **Stärken-Schwächen-Profil**

In der Gesamtbetrachtung sind folgende Stärken und Schwächen des Nahversorgungszentrums Polsum zusammenzufassen.

- + Historisch gewachsener Ortskern mit Aufenthaltsqualität
- + Lebensmittelvollsortimenter weist ausreichende Dimensionierung auf und erfüllt weitreichende Magnetfunktionen für den umliegenden Einzelhandel
- + Überwiegend attraktiver, kleinstrukturierter ergänzender Facheinzelhandel
- + Attraktives, der Versorgungsfunktion und dem kleinen Einzugsbereich angemessenes Angebot mit arrondierenden Komplementärnutzungen
  
- Verhältnismäßig weite Entfernungen zwischen den verschiedenen Einzelhandelsnutzungen
- Fehlende Sichtbeziehungen zwischen den Einzelhandelslagen

### **Handlungsempfehlungen**

Folgende Handlungsempfehlungen stellen sich abschließend dar:

- Auch zukünftig Konzentration auf Angebote der Nahversorgung
- Ermöglichung von Erweiterungen/Ergänzungen der Nahversorgung, die zur Stabilisierung der Versorgungslage beitragen (z. B. Vergrößerung REWE)
- Darüber hinaus gehende Angebote sollten nicht angesiedelt werden, sie wären kaum tragfähig und nicht mit der Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums Polsum für den kleinen gleichnamigen Stadtteil vereinbar

Tabelle 24: Bewertungsmatrix der Einzelhandelslage Polsum zur Einstufung als Nahversorgungszentrum

Kriterium	Rechtsgrundlage oder wissenschaftlicher Nachweis	Mindestanforderung	Bewertung Ist-Situation	Ergebnis
Lage + siedlungsräumliche Einbindung	BVerwG, Urt. v. 17.12.2009 – 4 C 2/08	Städtebaulich integrierte Lage, von der Wohnbevölkerung gut zu erreichen	Städtebaulich integrierte Lage innerhalb des gleichnamigen Stadtteils Polsum	√
Verflechtungsbereich	OVG NRW, Urt. v. 11.12.2006 – 7 A 964/05.	Kleiner Einzugsbereich, i. d. R. bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleine Orte	Stadtteil Polsum mit rund 4.590 Einwohnern	√
ÖPNV-Anbindung	BVerwG, Urt. v. 17.12.2009 – 4 C 2/08	Integrierte Lage, nicht nur mit dem Pkw günstig zu erreichen	ÖPNV-Haltepunkte liegen vor (Bus)	√
Struktur + Dichte Einzelhandel	Kuschnerus 2007: 88 f.	Nutzungen, die eine praktisch umfassende Versorgung mit Gütern des tägl. Bedarfs gewährleisten, ergänzt durch einzelne Waren des mittelfristigen Bedarfs. Unverzichtbar: Lebensmittelvollsortimenter oder Lebensmitteldiscounter	Lebensmittelvollsortimenter am Standort, ergänzt um geringe Anzahl weiterer kleinteiliger Einzelhandelsbetriebe	√
Struktur + Dichte Komplementärnutzungen	Kuschnerus 2007: 88 f. und OVG NRW, Urt. v. 19.06.2008 – 7 A 1392/07	Die Nahversorgung ergänzende/unterstützende Komplementärnutzungen (Bank, Post, Reinigung, Gastronomie u. a. m.)	Geringes ergänzendes Angebot an Komplementärnutzungen vorhanden	√
Kompatibilität von Ausstattung und Versorgungsauftrag	OVG Münster vom 15.02.2012 (10 D32/11 NE)	Ausstattung soll Versorgung auch perspektivisch sichern	Versorgungsauftrag wird vollständig ausgefüllt	√

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016





#### 4.2.6 Nahversorgungszentrum Marl-Hamm

Das Nahversorgungszentrum Marl-Hamm befindet sich im nördlichsten und gleichnamigen Stadtteil der Stadt Marl. Es handelt sich um den einzigen Wohnstandort, der nördlich über den Verlauf der Autobahn A 52 hinausgeht.

Die verkehrliche Erreichbarkeit des Nahversorgungszentrums wird im Wesentlichen über den Bachackerweg hergestellt. Dieser verläuft parallel zur Carl-Duisberg-Straße, die wiederum den Anschluss an den südlich von Hamm gelegenen Stadtteil Hüls ermöglicht.

Die Erreichbarkeit mittels öffentlichen Nahverkehrs erfolgt über die Buslinien 225 und 227 zwischen Marl-Hamm und Marl Stadtkern bzw. Dorsten und Haltern am See. Die Zusteigemöglichkeiten zu den Buslinien befinden sich außerhalb des Nahversorgungszentrums, grenzen jedoch nördlich und südlich an dieses an.

Stellflächen für den ruhenden Verkehr bestehen als Parkbuchten entlang der Straßenkanten und sind in einem größeren Umfang am Parkplatz des Lebensmittel-SB-Betriebs REWE vorhanden.

Die Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums Marl-Hamm bezieht sich auf die Bevölkerung des Stadtteils; diese umfasst derzeit rund 9.480 Einwohner.

Im ISEK für die Stadt Marl wird für den Stadtteil Hamm auf strukturelle Probleme des Handelszentrums des Stadtteils Bezug genommen. Beeinflusst durch Ansiedlungen von Lebensmittel-SB-Betrieben nördlich und südlich des hier zur Diskussion stehenden Nahversorgungszentrums, hat dort die Anzahl der Leerstände zugenommen und die Versorgungsqualität insgesamt abgenommen.

Der weiteren Beschreibung vorwegzunehmen ist, dass diese Einschätzung geteilt wird. Die derzeitige Angebotsituation des nachfolgend zur Abgrenzung eines Nahversorgungszentrums empfohlenen Bereichs bedarf einer zukünftigen Stabilisierung und Aufwertung, um die Versorgungsfunktion eines Nahversorgungszentrums übernehmen zu können, insbesondere vor dem Hintergrund der Wettbewerbssituation des Nahversorgungszentrums durch

leistungsfähige Lebensmittel-SB-Betriebe in Sickingmühle und am Standort Bachackerweg/Amselstraße.

#### Räumliche Abgrenzung

Die räumliche Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Marl-Hamm erfolgt anhand des faktischen Bestands und bietet Entwicklungsspielräume anhand von drei Entwicklungsflächen.

Das Nahversorgungszentrum erstreckt sich von der Kreuzung Auf dem Acker/Bachackerweg in U-Form entlang von Bachackerweg, Finkenstraße und Schwalbenstraße.

In die Abgrenzung einbezogen werden entlang von Bachackerweg und Schwalbenstraße die Immobilien beidseitig der Straßen. In der Finkenstraße werden die Gebäude ausgespart, die sich auf der südlichen Straßenseite befinden und ausschließlich durch Wohnen genutzt werden.

#### Städtebauliche und nutzungsstrukturelle Situation

Die Einzelhandelsbetriebe in Marl-Hamm verteilen sich punktuell entlang des Bachackerwegs, der Finkenstraße und der Schwalbenstraße. Aufgrund der U-förmigen Ausrichtung des Zentrums besteht zwischen den beiden parallel verlaufenden Straßenzügen des Bachackerwegs und der Schwalbenstraße keine Sichtbeziehung.

Die städtebauliche Gestalt des Zentrums ist geprägt von einer wechselnden Gebäudenutzungsart. Gewerblich genutzte Abschnitte und reine Wohnflächen wechseln sich ab, sodass keine zusammenhängenden Laufwegen und Schaufensterfronten existieren.

Der Abschnitt der Schwalbenstraße zwischen Finkenstraße im Süden und Fasanenstraße im Norden weist als einziger eine zusammenhängende Ladenzeile auf. Es handelt sich dabei überwiegend um Wohn- und Geschäftshäuser mit Einzelhandels- und Komplementärnutzungen in den Erdgeschossen. Gegenüberliegend befindet sich der Standort des Wochenmarkts, der zweimal wöchentlich durch die Marktbeschicker bewirtschaftet wird.

Abbildung 35: Abschnitt Schwalbenstraße im Nahversorgungszentrum Marl-Hamm



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

Entlang des Bachackerwegs kennzeichnen eine geringe gewerbliche Nutzungsdichte und eine ungleichmäßige/nicht im Zusammenhang stehende Bebauung die Versorgungslage. Im Bereich Bachackerweg/Bachstelzenweg befindet sich der Standort eines REWE-Supermarkts, der existenziell für die Ausweisung des Nahversorgungszentrums ist. Die Dimensionierung des Betriebs erfüllt nicht die derzeit üblichen Anforderungen der Betreiber, das Erscheinungsbild des Betriebs weist dennoch auf seine Wettbewerbsfähigkeit hin.

Abbildung 36: Vollsortimenter REWE am Bachackerweg im Nahversorgungszentrum Marl-Hamm



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

### Angebotsituation innerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs

Innerhalb des Nahversorgungszentrums befanden sich zum Zeitpunkt der Erfassung neun Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 1.410 m<sup>2</sup>. Dies entspricht einer durchschnittlichen Betriebsgröße von rd. 155 m<sup>2</sup>.

Sieben der neun Betriebe (rund 78 %) gehören den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs an. Sie stellen rund 1.280 Verkaufsfläche. Der größte Anbieter ist ein REWE-Supermarkt, der durch einen regionalen Lebensmittelspezialanbieter, einen Getränkemarkt, zwei Bäckereien sowie eine Apotheke und einen Blumenladen ergänzt wird.

Darüber hinaus sind ein Lotto-/Zeitschriftenanbieter sowie ein Geschäft für Schuhe/orthopädische Schuhe ansässig.

Arrondiert wird das Einzelhandelsangebot durch insgesamt 12 Komplementärnutzungen, vornehmlich aus dem Bereich der Dienstleistungen. Zusätzlich wurden zum Zeitpunkt der Erfassung innerhalb des Versorgungsbereichs sechs Leerstände und eine Vergnügungsstätte erfasst.

Tabelle 25: Einzelhandelsausstattung des Nahversorgungszentrums Marl-Hamm nach Branchen

Warengruppe	Anzahl der Betriebe		Verkaufsfläche	
	Abs.	in %	in m <sup>2</sup>	in %
Kurzfristiger Bedarf	7	77,8	1.280	90,8
Mittelfristiger Bedarf	2	22,2	130	9,2
Langfristiger Bedarf	-	-	-	-
<b>Summe</b>	<b>9</b>	<b>100,0</b>	<b>1.410</b>	<b>100,0</b>

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2016; Rundungsdifferenzen möglich



Tabelle 26: Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrums Marl-Hamm

Art der Nutzung	Anzahl der Nutzungen	Angebotsschwerpunkt
Gastronomie, Hotellerie	3	Imbiss, Eiscafé, Café
Dienstleistungen	9	Banken, Versicherung, Fahrschule, Reisebüro, Friseur, Rechtsanwalt
<b>Summe</b>	<b>12</b>	-

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2016

### Marktauftritt des Einzelhandels

In Bezug auf die Kriterien Preis-/Qualitätsorientierung, Zielgruppenausrichtung, Erscheinungsbild/Außenwirkung, Schaufenstergestaltung, Ladengestaltung/Warenpräsentation sind folgende Bewertungen des Marktauftritts des Einzelhandels zusammenzufassen:

Das aus dem öffentlichen Raum wahrnehmbare Erscheinungsbild der Betriebe in Bezug auf die Kriterien Fassadengestaltung, Beschilderung, Eingangssituation und Schaufenstergestaltung ist tendenziell mit „neutral“ bis „negativ“ zu bewerten. Eine „positive“ Bewertung erfolgt in den verschiedenen Kategorien jeweils nur für ein bis zwei Betriebe.

Mehrheitlich mit „neutral“ wurden die Bewertungen der innerbetrieblichen Gestaltungsmerkmale wie Warenpräsentation, Sauberkeit und Übersichtlichkeit vorgenommen. Jeweils ein Betrieb wurde in dieser Hinsicht mit „positiv“ oder „negativ“ bewertet.

Eine zielgruppenspezifische Kundenansprache liegt für das kleine Nahversorgungszentrum in Marl-Hamm nicht vor.

### Entwicklungsflächen im Nahversorgungszentrum Marl-Hamm

Grundsätzlich gilt die Empfehlung, Entwicklungsflächen für die Neuansiedlung von Lebensmittel-SB-Betrieben bzw. die Verlagerung/Vergrößerung des ansässigen Lebensmittel-SB-Betriebs bereit zu halten. Dies gilt für das Nahversorgungszentrum Marl-Hamm in besonderem Maße, weil die derzeitige Versorgungsfunktion defizitär ist.

In Marl-Hamm sind an drei Standorten Flächen perspektivisch für eine handelswirtschaftliche Inwertsetzung ausweisbar. Diese befinden sich im Kreuzungsbereich von Bachackerweg und Finkenstraße am Standort einer nicht mehr genutzten kirchlichen Einrichtung, südlich der Finkenstraße unter Einbeziehung einer ehemals für Einzelhandel genutzten Fläche sowie am Standort der ehemaligen Lutherkirche zur Schwalben- und zur Finkenstraße.

Als „zentraler“ und größter der drei genannten Standorte eignet sich insbesondere der letztgenannte Standort perspektivisch für Einzelhandelnutzungen. Voraussetzung sollte sein, dass auch zukünftig die Durchführung des Wochenmarkts in Marl-Hamm gewährleistet wird.

### Stärken-Schwächen-Profil

In der Gesamtbetrachtung sind folgende Stärken und Schwächen des Nahversorgungszentrums Marl-Hamm zusammenzufassen.

- + Lebensmittel-SB-Betrieb ansässig, jedoch mit vergleichsweise geringer Dimensionierung
- + Entwicklungsflächen innerhalb des Nahversorgungszentrums vorhanden
- + Orientierung der Stadtteilbevölkerung auf Versorgungslage, Identifikation
- Geringe Einzelhandelsdichte
- Eingeschränkte Sichtbeziehungen zwischen den verteilten gewerblichen Nutzungen
- Hoher Wettbewerbsdruck durch die im Norden und Süden ansässigen Lebensmittel-SB-Betriebe
- Hohe Anzahl von Leerständen
- Gestalterische Defizite

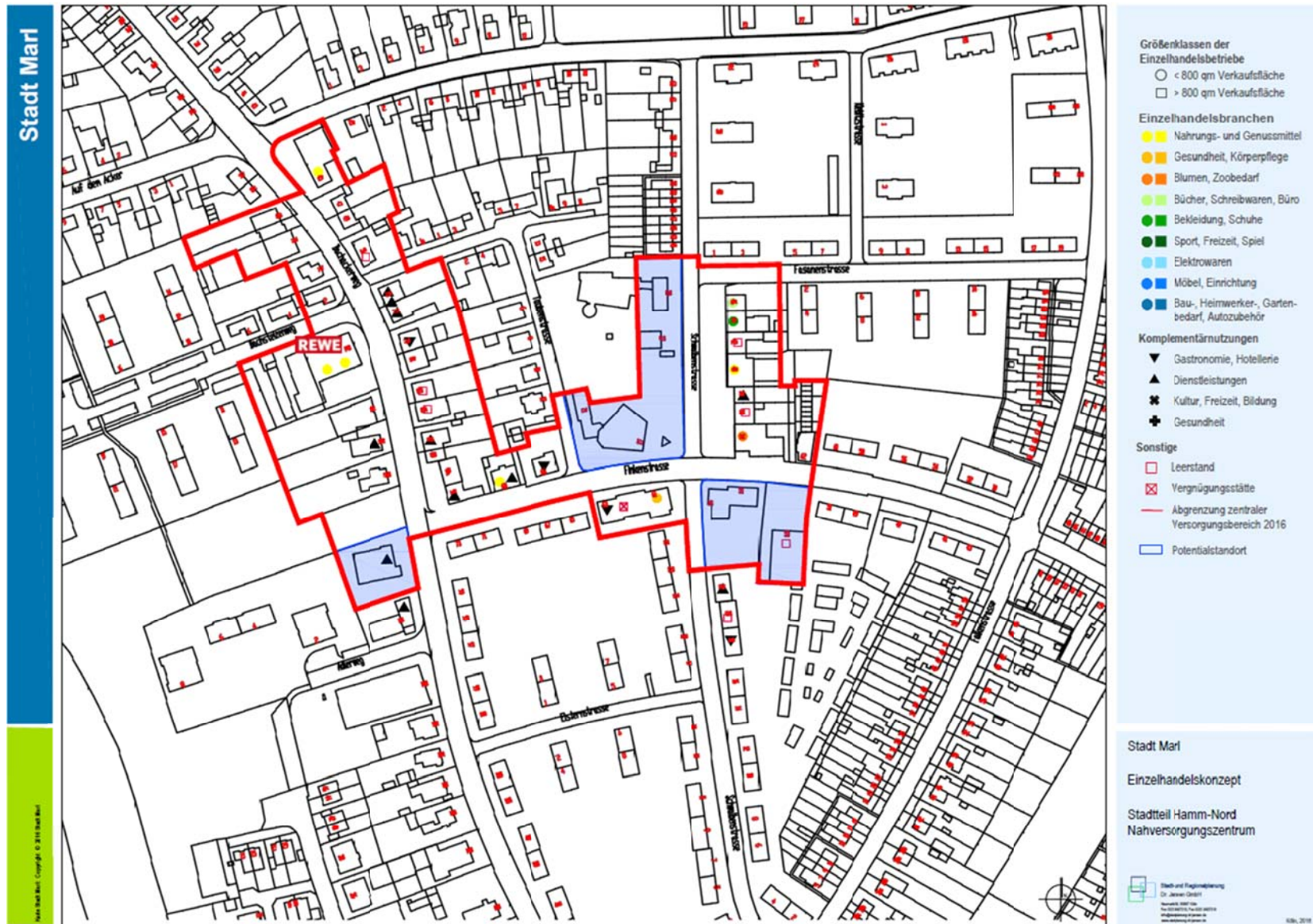
### Handlungsempfehlungen

Folgende Handlungsempfehlungen sind für das Nahversorgungszentrum Marl-Hamm abschließend zusammenzufassen:

- Städtebauliche und handelswirtschaftliche Aufwertung des historisch gewachsenen Ortskerns
- Vermeidung weiterer Angebotsergänzungen am Standort Bachacker Weg/Amselstraße
- Stabilisierung des Versorgungsstandorts im Kontext der städtebaulichen/planerischen Maßnahmen der Stadt Marl zur Aufwertung der Ortslage (ISEK)
- Erweiterungs-/Verlagerungsmöglichkeiten zur Stabilisierung des REWE prüfen
- Nutzungsoptionen in ehemaliger Einzelhandelsfläche in der Finkenstraße sowie auf dem ehemaligen Grundstück der Lutherkirche primär für Angebote des kurzfristigen Bedarfs prüfen
- Leerstände durch gewerbliche Nutzungen (vornehmlich Einzelhandel) wiederbelegen, alternativ auch gemeinnützige und soziale Einrichtungen zu prüfen



Abbildung 37: Zentraler Versorgungsbereich Marl-Hamm



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016



Tabelle 27: Bewertungsmatrix der Einzelhandelslage Marl-Hamm zur Einstufung als Nahversorgungszentrum

Kriterium	Rechtsgrundlage oder wissenschaftlicher Nachweis	Mindestanforderung	Bewertung Ist-Situation	Ergebnis
Lage + siedlungsräumliche Einbindung	BVerwG, Urt. v. 17.12.2009 – 4 C 2/08	Städtebaulich integrierte Lage, von der Wohnbevölkerung gut zu erreichen	Städtebaulich integrierte Lage innerhalb des gleichnamigen Stadtteils Marl-Hamm	√
Verflechtungsbereich	OVG NRW, Urt. v. 11.12.2006 – 7 A 964/05.	Kleiner Einzugsbereich, i. d. R. bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleine Orte	Stadtteil Marl-Hamm mit rund 9.500 Einwohnern	√
ÖPNV-Anbindung	BVerwG, Urt. v. 17.12.2009 – 4 C 2/08	Integrierte Lage, nicht nur mit dem Pkw günstig zu erreichen	ÖPNV-Haltepunkte liegen im Umfeld des Nahversorgungszentrums vor (Bus)	√
Struktur + Dichte Einzelhandel	Kuschnerus 2007: 88 f.	Nutzungen, die eine praktisch umfassende Versorgung mit Gütern des tägl. Bedarfs gewährleisten, ergänzt durch einzelne Waren des mittelfristigen Bedarfs. Unverzichtbar: Lebensmittelvollsortimenter oder Lebensmitteldiscounter	Lebensmittelvollsortimenter am Standort, ergänzt um geringe Anzahl weiterer kleinteiliger Einzelhandelsbetriebe, eingeschränkte Dicht und Qualität des Einzelhandels	√
Struktur + Dichte Komplementärnutzungen	Kuschnerus 2007: 88 f. und OVG NRW, Urt. v. 19.06.2008 – 7 A 1392/07	Die Nahversorgung ergänzende/unterstützende Komplementärnutzungen (Bank, Post, Reinigung, Gastronomie u. a. m.)	Geringes ergänzendes Angebot an Komplementärnutzungen vorhanden	√
Kompatibilität von Ausstattung und Versorgungsauftrag	OVG Münster vom 15.02.2012 (10 D32/11 NE)	Ausstattung soll Versorgung auch perspektivisch sichern	Versorgungsauftrag wird derzeit nur eingeschränkt ausgefüllt, handelswirtschaftliche und städtebauliche Aufwertung maßgeblich	√

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016



### 4.3 Marler Sortimentsliste

Die Ableitung einer ortstypischen Sortimentsliste ist richterlich und wissenschaftlich als Steuerungsinstrument für die Einzelhandelsentwicklung anerkannt. Sie dient maßgeblich dazu, die zentralen Versorgungsbereiche in Marl dahingehend zu schützen, dass Einzelhandelsentwicklungen mit Sortimenten, die derzeit die Funktionsfähigkeit dieser Lagen sichern (oder zukünftig sichern sollen), außerhalb zentraler Versorgungsbereiche ausgeschlossen werden.

Nach ständiger Rechtsprechung des OVG NRW (*OVG NRW, Urteil v. 03.06.2002 – 7 a D 92/99.NE, seither ständige Rechtsprechung des OVG NRW*) bedarf es bei der Definition einer ortstypischen – hier der „Marler“ – Sortimentsliste einer individuellen Betrachtung der jeweiligen Situation. Darüber hinaus sind die Vorgaben der Landesplanung in Anlage 1 zum Ziel 2 des Sachlichen Teilplans Großflächiger Einzelhandel zu beachten. Die dort (folgend) aufgeführten Sortimente sind als Mindestmaß in die Auflistung der zentrenrelevanten Sortimente zu übernehmen. Die Auflistung der zentrenrelevanten Sortimente kann ergänzt, nicht jedoch reduziert werden.

- Papier/Bürobedarf/Schreibwaren
- Bücher
- Bekleidung, Wäsche
- Schuhe, Lederwaren
- Medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel
- Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik
- Spielwaren
- Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Teilsortimente Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte)
- Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto – ohne Elektrogroßgeräte, Leuchten)
- Uhren, Schmuck

Gleichzeitig als zentren- und nahversorgungsrelevant werden zudem eingestuft:

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel

Kein Spielraum besteht für die Feingliederung von oben als zentrenrelevant aufgeführten Sortimenten. In Anlehnung an ein Urteil des VG Aachen (*Urteil vom 20. März 2012 Az. 3 K 896/10*) sind beispielsweise für das Sortiment Bekleidung, Wäsche „... zunächst nach dem allgemeinen Begriffsverständnis alle Waren zu fassen, die dazu geeignet und bestimmt sind, den Körper des Menschen zu bedecken, d. h. zu bekleiden ...“.

Grundsätzlich sind die spezifischen Besonderheiten der jeweiligen Gemeinde bei der Bestimmung der Sortimentsliste zu berücksichtigen. Erst mit Vorliegen einer solchen spezifischen „Marler Sortimentsliste“ kann im Rahmen der Bauleitplanung oder im Baugenehmigungsverfahren über zulässige, begrenzt zulässige oder nicht zulässige Vorhaben entschieden werden.

Grundsätzlich unterscheidet die „Marler Sortimentsliste“ nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente:

- Nahversorgungsrelevante Sortimente sind Waren des täglichen Bedarfs, die wohnungsnah angeboten werden sollen. Sie sind aufgrund ihrer Eigenschaften nahezu immer auch als zentrenrelevant einzustufen. Jedoch kommt diesen Sortimenten im Hinblick auf die Gewährleistung einer adäquaten wohnungsnahen Grundversorgung mit Waren des kurzfristigen Bedarfs im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge eine besondere Aufgabe zu.
- Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie mit einem geringen Flächenanspruch in Relation zu ihrer Wertschöpfung verbunden sind, viele Besucher anziehen, häufig im Zusammenhang mit anderen Innestadtnutzungen nachgefragt werden und mehrheitlich ohne Pkw transportiert werden können (sog. Handtaschensortimente). Weiterhin tragen sie meist zu einem attraktiven Branchenmix bei und benötigen – sofern sie auf kleinteiliger Fläche angeboten werden – einen Frequenzbringer sowie weitere Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe im Standortumfeld, um das notwendige Absatzpotenzial zu erreichen.
- Eine andere Beschaffenheit weisen die nicht zentrenrelevanten Sortimente auf. Diese beanspruchen häufig große Flächen in Verbin-

derung mit einer geringen Wertschöpfung, sodass eine Integration in Innenstädte (oder Stadtteilzentren) nicht möglich oder zumindest erschwert ist. In der Regel sind sie durch den Pkw-orientierten Einkauf geprägt und finden sich demnach an verkehrlich gut erreichbaren Standorten, oft in Agglomerationen eingebunden an Fachmarktstandorten.

Die Definition der „Marler Sortimentsliste“ berücksichtigt neben den landesplanerischen Vorgaben, die aktuelle räumliche Angebotssituation und die Entwicklungsperspektive bzw. die Zielsetzungen zur Einzelhandelssteuerung von Sortimenten. Die Bezeichnungen der Sortimente weichen in Teilen von den landesplanerischen Begrifflichkeiten ab und orientieren sich an der detaillierten Erfassung des Marler Einzelhandels zur Erarbeitung des vorliegenden Konzepts.

Folgende Sortimente werden aufgrund ihrer aktuellen zentrenprägenden Funktion zusätzlich zu den landesplanerischen Vorgaben als zentrenrelevant eingestuft:

- Blumen
- Freizeit/Spielwaren/ Musikalien
- Wohnaccessoires
- Haus- und Heimtextilien
- Matratzen/Lattenroste
- Bettwaren
- Kunst/Antiquitäten/Spiegel/Bilder/Rahmen

Die Verkaufsflächenanteile der oben genannten Sortimente innerhalb von zentralen Versorgungsbereichen betragen jeweils mehr als 40 % in Bezug auf die Stadt Marl.

Die höchsten Flächenanteile innerhalb von zentralen Versorgungsbereichen weisen die Sortimente Freizeit/Spielwaren/Musikalien (ca. 88 %) und Matratzen/Lattenroste (ca. 77 %) auf. Während Freizeit/Spielwaren/Musikalien regelmäßig in den ortstypischen Sortimentslisten als zentrenrelevant definiert

werden, ist in Marl in Bezug auf das Angebot von Matratzen/Lattenrosten eine besondere städtebauliche Situation erkennbar. Sie werden insbesondere in kleineren Fachmärkten und Fachgeschäften in zentralen Versorgungsbereichen angeboten und ergänzen die dortigen übrigen zentrenrelevanten Angebote. Dagegen werden sie - im Unterscheid zu vielen Kommunen – nur eingeschränkt in großflächigen Betriebsstrukturen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche präsentiert.

Eng mit dem Sortiment Matratzen/Lattenroste verbunden ist das Sortiment Bettwaren, das derzeit zu rund 44 % in zentralen Versorgungsbereichen angeboten wird. Ebenso wie bei dem Sortiment Haus- und Heimtextilien (ca. 49 %) befindet sich somit derzeit fast die Hälfte der sortimentsbezogenen Verkaufsfläche innerhalb von zentralen Versorgungsbereichen. Zudem wird für beide Sortimente das Potenzial erkannt, im Fall zukünftiger Ansiedlungsinteressen, die Angebotsstrukturen der zentralen Versorgungsbereiche zu attraktivieren.

Für die weiteren Sortimente Blumen (ca. 42 % der Maler Verkaufsfläche innerhalb von zentralen Versorgungsbereichen), Wohnaccessoires (ca. 62 %) und Kunst/Antiquitäten/Spiegel/Bilder/Rahmen (ca. 41 %) gilt, dass sie bereits heute teilweise zur Attraktivität der zentralen Versorgungsbereiche beitragen und zudem als tendenziell kleinteilige Sortimente regelmäßig in den ortstypischen Sortimentslisten eine Einstufung als „zentrenrelevant“ erfahren.

Dagegen werden folgende Sortimente in Marl derzeit nicht überwiegend in zentralen Versorgungsbereichen angeboten (< 40 %), jedoch aufgrund der räumlichen Steuerungsziele des Einzelhandels ebenfalls zur Einstufung als zentrenrelevant empfohlen:

- Zeitschriften/Zeitungen
- Fahrräder und -zubehör
- kleinteilige Camping- und Sportartikel



Tabelle 28: Sortimentsbezogene Verkaufsflächenanteile in zentralen Versorgungsbereichen

Sortiment	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>		Begründung der Zentrenrelevanz		
	Stadt Marl	Anteil in ZVB in %	LEP 2025	Angebots-situation	zukünftige Steuerung
<b>Nahversorgungsrelevante/Zentrenrelevante Sortimente</b>					
<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	41.435	38,9	-	-	-
<i>Körperpflege, Parfümerie/Kosmetik</i>	4.160	72,7	-	-	-
<i>Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel</i>	825	63,0	-	-	-
<i>Pharmazeutische Artikel, Sanitätswaren, Orthopädie</i>	1265	53,0	-	-	-
Optik, Hörgeräteakustik	825	93,9	x		
Blumen	865	42,2		x	
Zeitschriften, Zeitungen	840	36,9	x		
Papier-, Büro-, Schreibwaren, Büroartikel	520	72,1	x		
Bücher	410	92,7	x		
Bekleidung	12.270	95,8	x		
Schuhe	2.605	93,9	x		
Sportbekleidung, Sportschuhe	455	60,4	x		
Uhren, Schmuck	420	97,6	x		
Lederwaren, Taschen, Koffer	400	96,3	x		
Fahrräder und Zubehör	1.785	11,2			x
Freizeit, Spielwaren, Musikalien	830	88,0		x	
Kleinteilige Camping- und Sportartikel	90	33,3			x
Elektrokleingeräte	1.000	83,0	x		
Unterhaltungselektronik	1.440	91,7	x		
Bild- und Tonträger	550	100,0	x		
Computer und Zubehör, Telefone, Foto	1.235	89,5	x		
Hausrat	4.160	67,2	x		
Glas, Porzellan, Keramik	1.070	36,9	x		
Wohnaccessoires	910	62,1		x	
Haus-, Heimtextilien	1.690	49,4		x	
Kurzwaren, sonstige Textilien	380	67,1		x	
Bettwaren	250	44,0		x	
Matratzen und Lattenroste	930	76,9		x	
Kunst/Antiquitäten, Spiegel, Bilder, -rahmen	500	41,0		x	
<b>Nicht zentrenrelevante Sortimente</b>					
Zoobedarf, Tiernahrung	2.665	10,5	-	-	-
Großteilige Camping- und Sportgeräte	230	43,5	-	-	-
E-Bikes, Pedelecs	75	0,0	-	-	-
Elektrogroßgeräte	1.205	44,0	-	-	-
Leuchten	1.065	2,3	-	-	-
Teppiche	1.280	2,7	-	-	-
Möbel/Küchen	7.165	11,2	-	-	-
Bau- und Heimwerkerbedarf	12.555	2,1	-	-	-
Tapeten, Bodenbeläge, Teppichboden	15.135	1,7	-	-	-
Kaminöfen und -zubehör	590	0,0	-	-	-
Gartenbedarf	15.645	1,0	-	-	-
Auto-/Motorradzubehör	1.140	9,2	-	-	-
<b>Summe</b>	<b>142.870</b>	<b>35,7</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016

Für die beiden Sortimente Zeitschriften/Zeitungen (derzeit mit einem Verkaufsflächenanteil von rund 37 % in zentralen Versorgungsbereichen) und kleinteilige Camping- und Sportartikel (rund 33 %) gilt, dass sie einerseits bereits in einem gewissen Umfang in zentralen Versorgungsbereichen angeboten werden und zudem unter planerischen Aspekten auch zukünftig primär an zentralen Standorten konzentriert werden sollen. Beide Sortimente eignen sich beispielsweise zur Arrondierung und Attraktivierung des Marler Sterns im Hauptzentrum Marls. Dies gilt insbesondere für das Sortiment kleinteilige Camping- und Sportartikel, das als innerstädtisches Leitsortiment zu bezeichnen ist, das Magnetfunktionen übernehmen und somit auch positive Frequenzeffekte für benachbarte Einzelhandelsbetriebe begründen kann.

Für Fahrräder und -zubehör ist eine andere Bestandssituation festzustellen: Derzeit werden nur rund 11 % der sortimentspezifischen Verkaufsfläche innerhalb von zentralen Versorgungsbereichen bewirtschaftet. So ist derzeit kein Fachanbieter innerhalb von zentralen Versorgungsbereichen ansässig. Vor dem Hintergrund der angestrebten Aufwertung und Stabilisierung der zentralen Versorgungsbereiche empfiehlt sich dennoch eine Einstufung als zentrenrelevantes Sortiment. Es steht zu erwarten, dass durch die geplanten – derzeit noch nicht konkreten – Investitionen und Umstrukturierungsmaßnahmen am Marler Stern neue und moderne (auch großflächige) Einzelhandelsflächen in die Vermarktung gehen. Die Ansiedlung eines Fahrradfachmarkts an geeigneter Stelle könnte hier in den Fokus genommen werden. Gleiches gilt für die Entwicklungsflächen innerhalb und im Umfeld des Nebenzentrums Hüls-Süd.





Tabelle 29: Marler Sortimentsliste

Warengruppe	zentren-/nahversorgungsrelevante Einzelhandelssortimente	nicht zentren-/nahversorgungsrelevante Einzelhandelssortimente (nicht abschließend)
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>	<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>	
<b>Gesundheit, Körperpflege</b>	<i>Drogerie-/Kosmetikartikel</i> <i>pharmazeutische Artikel</i> Sanitätswaren, Orthopädie Optik, Hörgeräteakustik	
<b>Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf</b>	Blumen/Zimmerpflanzen	Freilandpflanzen, Sämereien/Düngemittel, Tiere/zoologischer Bedarf/Tierfutter
<b>Bücher, Spiel, und Schreibwaren</b>	Papier/Bürobedarf/Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften, Zeitungen Spielwaren	Bürobedarf/Organisationsartikel (mit gewerblicher Ausrichtung)
<b>Bekleidung, Schuhe, Sport</b>	Bekleidung, Wäsche, Schuhe Lederwaren, Taschen, Koffer Sportbekleidung, -schuhe, Uhren, Schmuck	
<b>Sport, Freizeit, Spiel</b>	Sportartikel (inkl. Angelbedarf) kleinteilige Campingartikel Spiel-, Bastelwaren Fahrräder, Fahrradbedarf und -zubehör Sonst. Freizeitbedarf (z. B. Musikalien, Münzen/Briefmarken, Handarbeiten)	Sportgroßgeräte und großteilige Campingartikel E-Bikes
<b>Elektrowaren</b>	Elektrokleingeräte für den Haushalt Unterhaltungselektronik, Bild- und Tonträger Telefone, Kommunikation Computer und Zubehör, Büromaschinen Foto	Elektrogroßgeräte für den Haushalt („Weiße Ware“) Leuchten, Lampen
<b>Hausrat, Möbel, Einrichtungen</b>	Glas, Porzellan, Keramik (GPK) Haushaltswaren, Handarbeitsbedarf Antiquitäten, Kunst/Kunstgewerbe, Wohnaccessoires Spiegel, Bilder, Rahmen Haus- und Heimtextilien, Bettwäsche, Bettwaren Matratzen und Lattenroste	Möbel, Büromöbel, Küchen,
<b>Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Autozubehör</b>		Bau- und Heimwerkerbedarf, Tapeten, Bodenbeläge, Teppiche Gartenbedarf Autozubehör, Motorradbedarf (ohne Motorradbekleidung)

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016





## 5 Nahversorgungssituation

Die Zielsetzung einer flächendeckenden wohnungsnahen Versorgung rückt speziell durch den demografischen Wandel stärker in den Vordergrund. Unter „Nahversorgung“ wird dabei die Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs verstanden. Zur Grund- und Nahversorgung zählen in erster Linie Einzelhandelsbetriebe mit dem Sortimentsschwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel einschließlich der Betriebe des Nahrungsmittelhandwerks (Bäcker, Metzger) sowie Einzelhandelsbetriebe mit Drogerie- und Kosmetikwaren.

Die Nahversorgung umfasst im weiteren Sinne auch Dienstleistungen des täglichen Bedarfs wie Postdienste, Geldinstitute und Gastronomieangebote und ist ein wichtiger Bestandteil der gesellschaftlichen Teilhabe. Ihre Sicherstellung gewährleistet die im Grundgesetz geforderte „Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse“. Das Wegbrechen von Versorgungsstrukturen geht daher mit einem Verlust an Wohn- und Lebensqualität einher.

Die Bewertung der Nahversorgungsqualität einer Kommune konzentriert sich im Rahmen der Erstellung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzepts auf die Lebensmittelbranche.

In Abbildung 38 sind alle Lebensmittel-SB-Betriebe der Stadt Marl räumlich verortet. Für jeden Betrieb wurde das Kriterium „fußläufige Erreichbarkeit“ mit einem Radius von ca. 700 m als maximal zumutbare fußläufige Entfernung definiert; dies entspricht ca. 10 bis 15 Gehminuten. Der tatsächliche Zeitaufwand hängt dabei auch vom Alter und dem gesundheitlichen Zustand der Kunden sowie den tatsächlichen Wegebeziehungen ab.

Mit Blick auf die Karte wird zunächst deutlich, dass

- fast alle fußläufigen Einzugsbereiche der Lebensmittel-SB-Betriebe in Marl Überschneidungen mit dem Einzugsbereich zumindest eines anderen Lebensmittel-SB-Betriebs aufweisen,
- nur die Lebensmittel-SB-Betriebe in Polsum (Kolpingstraße) und in Sinsen-Lenkerbeck (In de Flaslänne) eine ausschließliche Nahversorgung

übernehmen ohne Überschneidung der fußläufigen Einzugsbereiche mit einem weiteren Lebensmittel-SB-Betrieb,

- einige Wohnstandorte in Marl nicht über eine adäquate (innerhalb von 700 m erreichbare) fußläufige Nahversorgung verfügen (vgl. Tabelle 30),
- eine gute Ausstattung mit Lebensmittel-SB-Betrieben/mit Verkaufsflächen in Lebensmittel-SB-Betrieben nicht gleichbedeutend mit einer flächendeckenden wohnungsnahen Versorgung ist (vgl. Tabelle 30).

Tabelle 30: Nahversorgungssituation nach Stadtteilen

Stadtteil	Verkaufsfläche in Lebensmittel-SB-Betrieben (in m <sup>2</sup> )	Einwohneranteil (in %)	
		versorgt	nicht versorgt
Brassert	5.360	98,0	2,0
Sinsen-Lenkerbeck	4.300	90,5	9,5
Alt-Marl	1.770	88,8	11,2
Hüls-Nord	2.310	85,4	14,6
Stadtkern	6.060	83,9	16,1
Polsum	830	81,7	18,3
Marl-Hamm	3.880	75,3	24,7
Drewer-Nord	900	75,2	24,8
Drewer-Süd	3.550	72,2	27,8
Hüls-Süd	6.080	71,7	28,3
<b>Summe</b>	<b>35.040</b>	<b>82,2</b>	<b>17,8</b>

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016, Einwohnerdaten der Stadt Marl

Umfassende und übergeordnete Nahversorgungsfunktionen übernehmen die Lebensmittel-SB-Betriebe in den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichen, die durch weitere nahversorgungsrelevante Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote ergänzt werden und insofern ein meist umfassendes Angebot für den täglichen Bedarf bereitstellen. Dies sind

- im Hauptzentrum Kernstadt der Lebensmittelvollsortimenter Kaufland sowie die Lebensmitteldiscounter Aldi und Lidl, die mit unter-

- schiedlichen Betriebskonzepten und Standorten (an Marler Stern angebunden sowie am Rande des Hauptzentrums) die Innenstadtversorgung mit Lebensmitteln sicherstellen,
- im Nebenzentrum Hüls das großflächige SB-Warenhaus Kaufland, das verkehrsgünstig am Rand des Versorgungszentrums positioniert ist, dabei aber nur eingeschränkt in die Hauptwege der Fußgänger eingebunden ist,
  - im Nahversorgungszentrum Brassert der Lebensmittelvollsortimenter Rewe und der Lebensmitteldiscounter Netto, die als „Anker“ am Nord- und Ostrand der Versorgungslage fungieren,
  - im Nahversorgungszentrum Drewer ein K+K-Lebensmittelvollsortimenter,
  - im Nahversorgungszentrum Polsum ein Rewe-Lebensmittelvollsortimenter und
  - im Nahversorgungszentrum Hamm ebenfalls ein Rewe-Lebensmittelvollsortimenter.

Den Lebensmittel-SB-Betrieben in den zentralen Versorgungsbereichen kommt eine hohe Bedeutung für die flächendeckende Grundversorgung im Marler Stadtgebiet zu. Dies wird deutlich durch die Einwohnerzahl innerhalb des definierten Versorgungsradius. In der Stadt Marl variieren diese Einwohnerzahlen zwischen verdichteten Gebieten wie z. B. Hüls und weniger verdichteten Gebieten wie z. B. Polsum.

Auch über die zentralen Versorgungsbereiche hinaus können Lebensmittel-SB-Betriebe einen wichtigen Beitrag zur wohnungsnahen Grundversorgung leisten und sind dann auch in ihrer Weiterführung zu schützen.

Deshalb wurden alle Lebensmittel-SB-Betriebe in Marl, die Standorte außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen belegen, in Bezug auf ihre Versorgungsfunktion klassifiziert, und zwar in

- Standorte der wohnungsnahen Versorgung,
- Standorte deren Einzugsgebiete sich mit den Einzugsgebieten von Lebensmittel-SB-Betrieben innerhalb von zentralen Versorgungsbereichen überschneiden und die damit ungewünschte Konkurrenzsituationen begründen,

- Standorte in dezentralen Lagen ohne städtebauliche und/oder siedlungsstrukturelle Einbindung und
- Standortagglomerationen von mehreren Lebensmittel-SB-Betrieben außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen, deren fußläufiges Einzugsgebiet nicht die Tragfähigkeit mehrerer Betriebe sichert und die somit insbesondere auf Pkw-orientierte Kunden angewiesen sind.

Die Standorte der wohnungsnahen Versorgung sind insbesondere dann im Hinblick auf ihre Weiterführung zu unterstützen, wenn sie einerseits eine hohe Bevölkerungszahl innerhalb des Radius von 700 m aufweisen und zudem Siedlungsbereiche abdecken, die nicht den Einzugsbereichen der zentralen Versorgungsbereiche bzw. der dort ansässigen Lebensmittelmagnetbetriebe zuzuordnen sind. Grundsätzlich werden auch diese wohnungsnahen Standorte im Baurecht beachtet bzw. unter Schutz gestellt.

So können grundsätzlich auch großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment neben Standorten innerhalb zentraler Versorgungsbereiche solche Standorte belegen, die zentrale Versorgungsbereiche nicht beeinträchtigen und einer Gewährleistung der wohnortnahen Versorgung dienen.

Die dezentralen Standortbereiche hingegen sind nicht durch das Baurecht geschützt. Einzelhandelsbetriebe an diesen Standorten können insofern Bestandsschutz geltend machen, haben jedoch keine Erweiterungsmöglichkeit.

Wenn sich die fußläufigen Einzugsbereiche der Lebensmittel-SB-Betriebe mit den Einzugsbereichen der Magnetbetriebe von zentralen Versorgungsbereichen überschneiden, geht von diesen Betrieben zwar unter Umständen eine verbesserte fußläufige Versorgungsqualität aus; sie beeinträchtigen aber auch die Marktbedeutung der Lebensmittel-Magnetbetriebe in den zentralen Versorgungsbereichen und gefährden damit deren Funktionsfähigkeit. Da das Ziel der Stärkung der Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche höher bewertet werden sollte als eine flächendeckende Grundversorgung, die mit starken Wettbewerbswirkungen einhergeht, sodass eine Steuerung perspektivisch kaum möglich ist, sollten die Lebensmittel-SB-Betriebe mit über-



schneidenden Einzugsbereichen in ihrem Bestand gesichert sein, ohne erweitern zu können.

Gleiches gilt für Lebensmittel-SB-Betriebe mit Standorten in einer städtebaulich eindeutig nicht integrierten Lage.

Im Marler Stadtgebiet bleiben zunächst nur zwei Anbieter, die in Ergänzung der in zentralen Versorgungsbereichen ansässigen Lebensmittel-SB-Betriebe wichtige Aufgaben der wohnungsnahen Versorgung übernehmen, ohne die Einzugsbereiche der Lebensmittel-Magnetbetriebe in einem zentralen Versorgungsbereich zu tangieren. Dabei handelt es sich um einen Netto-Lebensmitteldiscounter in Sinsen (In de Flaslänne) sowie einen Akzent-Lebensmittelvollsortimenter in Hüls Süd.

Alle übrigen Lebensmittel-SB-Betriebe konkurrieren entweder mit Lebensmittel-SB-Betrieben in zentralen Versorgungsbereichen oder befinden sich an einem dezentralen Standort bzw. einem solchen in Siedlungsrandlage.

Folgende Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen gelten für die räumliche Steuerung von Lebensmittel-SB-Betrieben bezüglich der Verfolgung der Zielsetzung einer flächendeckenden wohnungsnahen Versorgung:

- Unabhängig von der getroffenen Einstufung und von der Lage der Lebensmittel-SB-Betriebe haben alle Betriebe baurechtlichen Bestandsschutz.
- Darüber hinaus sind baurechtlich schützenswert nur die Lebensmittel-SB-Betriebe, die zur Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche beitragen und die alleinverantwortlich die wohnungsnahen Versorgung eines bestimmten Einzugsbereichs übernehmen. Für diese Betriebe kommen grundsätzlich auch Verkaufsflächenerweiterungen (z. B. zur Bestandsicherung) in Betracht.
- Für alle übrigen Lebensmittel-SB-Betriebe sollten unter Berücksichtigung der bundesrechtlichen und landesplanerischen Vorgaben maßstäbliche Erweiterungen nur in Ausnahmefällen zugelassen werden, wenn Beeinträchtigungen von zentralen Versorgungsbereichen ausgeschlossen werden können und

die Erweiterung nachweislich zur Aufrechterhaltung oder Verbesserung der Nahversorgungssituation innerhalb eines bestimmten Siedlungsbereichs beiträgt.

- Ansiedlungen von Lebensmittel-SB-Betrieben außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen sollten nur noch an siedlungsintegrierten Standorten forciert werden, die derzeit über keine adäquate Versorgung verfügen und keine Wettbewerbsintensivierung für die zentralen Versorgungsbereiche hervorrufen.
- Ansiedlungen in zentralen Versorgungsbereichen sollten unabhängig von bereits ansässigen Betrieben ermöglicht werden, wenn die Auswahl von Mikrostandort und Betriebstyp zur Aufwertung und Attraktivierung des zentralen Versorgungsbereichs beitragen kann und die Dimensionierung maßstäblich zur Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs ist.

Tabelle 31: Versorgungskennzahlen der Lebensmittelvollsortimenter in Marl

Stadtteil	Straße/HNR	Betriebsname	EW innerhalb von 700 m (ca. Werte)	Innerhalb ZVB	Überschneidender Einzugsbereich mit ZVB	dezentrale Lage/ Siedlungsrand	Zusätzlicher Beitrag zur wohnungsnahen Versorgung
Brassert	Schillerstraße 85	Rewe Koehne	7.953	x			
Brassert	Dümmer Weg 242	Edeka	4.274			x	
Kernstadt	Marler Stern	Kaufland	7.005	x			
Drewer-Süd	Wiesenstraße 3	K+K	7.069	x			
Drewer-Süd	Breddenkampstraße 2 – 4	Rewe	7.203		x		
Hüls-Süd	Lipper Weg 4	Kaufland	7.034	x			
Hüls-Nord	Römerstraße 79	Rewe	6.541		x		
Alt-Marl	Liegnitzer Straße 2 – 4	Rewe Teko	7.983		x		
Sinsen-Lenkerbeck	Bahnhofstraße 131	ANI-Markt	2.577			x	
Hüls-Süd	Ovelheider Weg 161	Akzenta	5.354				x
Hamm	Bachacker Weg 82	Rewe	4.234	x			
Hamm	Bachacker Weg 185	Edeka	5.253		x		
Polsum	Kolpingstraße 28	Rewe Feldmann	3.943	x			
Alt-Marl	Holbeinstraße 2	Frischemarkt Schober	5.718		x		

Quelle: Einwohnerzahlen der Stadt Marl, Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH



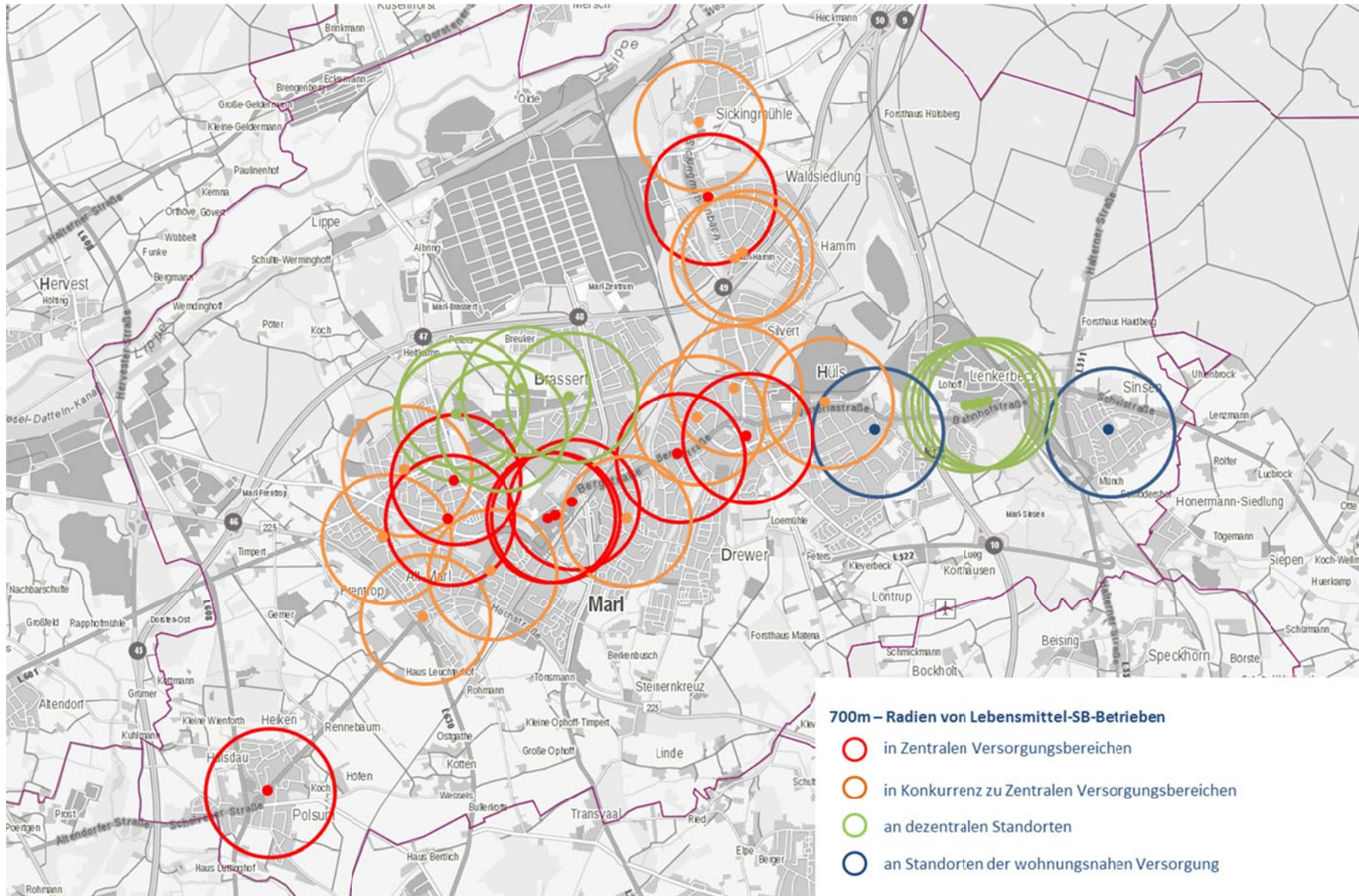


Tabelle 32: Versorgungskennzahlen der Lebensmitteldiscounter in Marl

Stadtteil	Straße/HNR	Betriebsname	EW innerhalb von 700 m (ca. Werte)	Innerhalb ZVB	Überschneidender Einzugsbereich mit ZVB	dezentrale Lage/ Siedlungsrand	Zusätzlicher Beitrag zur wohnungsnahen Versorgung
Alt-Marl	Westerholter Straße 5	Penny	3.202		(x)		x
Brassert	Brassertstraße 95	Netto	8.020	x			
Brassert	Schachtstraße 70	Netto	6.709		x		
Brassert	Zechenstraße 28	Penny	1.552			x	
Brassert	Zechenstraße 47	Aldi	3.207			x	
Brassert	Zechenstraße 3	Netto	3.631			x	
Drewer-Nord	Dümmer Weg 201	Lidl	2.535			x	
Drewer-Süd	Lipper Weg 43	Netto	6.216		x		
Kernstadt	Marler Stern	Aldi	6.757	x			
Kernstadt	Bergstraße 223 – 225	Lidl	5.940	x			
Hüls-Nord	Victoriastraße 99	Lidl	4.239		x		
Sinsen-Lenkerbeck	Bahnhofstraße 121 – 123a	Penny	2.521			x	
Sinsen-Lenkerbeck	Bahnhofstraße 119	Aldi	2.564			x	
Sinsen-Lenkerbeck	Vor den Büschen 33	Netto	2.562			x	
Sinsen-Lenkerbeck	In de Flaslänne 24	Netto	4.342				x
Hamm	Bachacker Weg 187	Netto	5.055		x		
Hamm	Hammer Straße 109	Aldi	1.397		x		

Quelle: Einwohnerzahlen der Stadt Marl, Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

Abbildung 38: Lage und Versorgungsfunktion der Lebensmittel-SB-Betriebe in Marl



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Marl, Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen 2016



## 6 Sonstige Standorte

### 6.1 Vorbemerkung

In den vorherigen Kapiteln wurden zunächst die Einzelhandelsstandorte thematisiert, die für eine Qualifizierung als zentrale Versorgungsbereiche empfohlen werden, anschließend erfolgte eine Kategorisierung aller Lebensmittel-SB-Betriebe im Stadtgebiet Marl im Hinblick auf ihren Beitrag zur wohnungsnahen Versorgung.

Nachfolgend werden nun Handelsstandorte in die Betrachtung einbezogen, die (1.) durch Einzelhandelsagglomerationen außerhalb siedlungsintegrierter Lagen geprägt werden und die sich (2.) im städtebaulich integrierten Zentrum eines Stadtteils befinden, für den keine Empfehlung zur Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereichs erfolgt.

### 6.2 Dezentrale Standortagglomerationen

In der Stadt Marl sind vier Standortagglomerationen außerhalb der integrierten Versorgungslagen zu identifizieren, die über die Standortqualität eines solitären Einzelhandelsbetriebs hinausgehen. Dies sind

- die Einzelhandelslage in der Zechenstraße im Stadtteil Brassert,
- der Handelsstandort zwischen Stettiner Straße, Kreuzstraße, Hochstraße, Schweriner Straße und Stübbsfeldstraße im Grenzbereich der Stadtteile Stadtkern und Alt-Marl,
- die Einzelhandelsbetriebe, die sich entlang des gewerblich geprägten Dümmer Wegs befinden, der sich vom Stadtteil Brassert bis in den Stadtteil Drewer-Nord erstreckt,
- die im Stadtteil Alt-Marl gelegene Einzelhandelsagglomeration an der Karl-Breuing-Straße.

Die meisten dieser Standorte werden bereits durch großflächige Einzelhandelsbetriebe geprägt. Für künftige Ansiedlungen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben sind die Regelungen des Sachlichen Teilplans Großflächiger Einzelhandel des Landesentwicklungsplans 2025 Nordrhein-Westfalen relevant, die sich jeweils an der Zentrenrelevanz des Kernsortiments des geplanten Betriebs orientieren (vgl. Kapitel 2.1.2). Demnach wären regelmäßig großflächige Einzelhandelsbetriebe nur dann zuläs-

sig, wenn sie über ein nicht zentrenrelevantes Kernsortiment verfügen.

Die folgende Erläuterung der absoluten Einzelausstattung sowie insbesondere der Vergleich der Verkaufsfläche mit zentrenrelevanten Sortimenten, nahversorgungsrelevanten Sortimenten und mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten (vgl. Abbildung 39) macht deutlich, dass für die Einzelhandelsstandorte „Zechenstraße“ und „Dümmer Weg“, eine hohe Nahversorgungsrelevanz vorliegt. Die entsprechende Verkaufsfläche befindet sich auf einem vergleichbaren Niveau mit den Standortkategorien Hauptzentrum Kernstadt, Nebenzentrum Hüls und den Nahversorgungszentren.

Die beiden Einzelhandelsagglomerationen „Stettiner Straße“ und „Karl-Breuing-Straße“ weisen dagegen vornehmlich eine Prägung durch nicht zentrenrelevante Sortimente auf.

Gleichermaßen wird für alle vier Standorte empfohlen, dass zum Schutze integrierter Versorgungslagen, insbesondere dem Hauptzentrum Kernstadt, Angebotserweiterungen über den Bestandsschutz hinaus ausgeschlossen werden. Damit wird die Zielsetzung von Ziel 8 des Sachlichen Teilplans zur Vermeidung einer Ausweitung von Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen aufgegriffen. Eine Ausnahme kann in der Regel geltend gemacht werden, wenn nahversorgungs- oder zentrenrelevante durch nicht zentrenrelevante Sortimente ersetzt werden sollen.

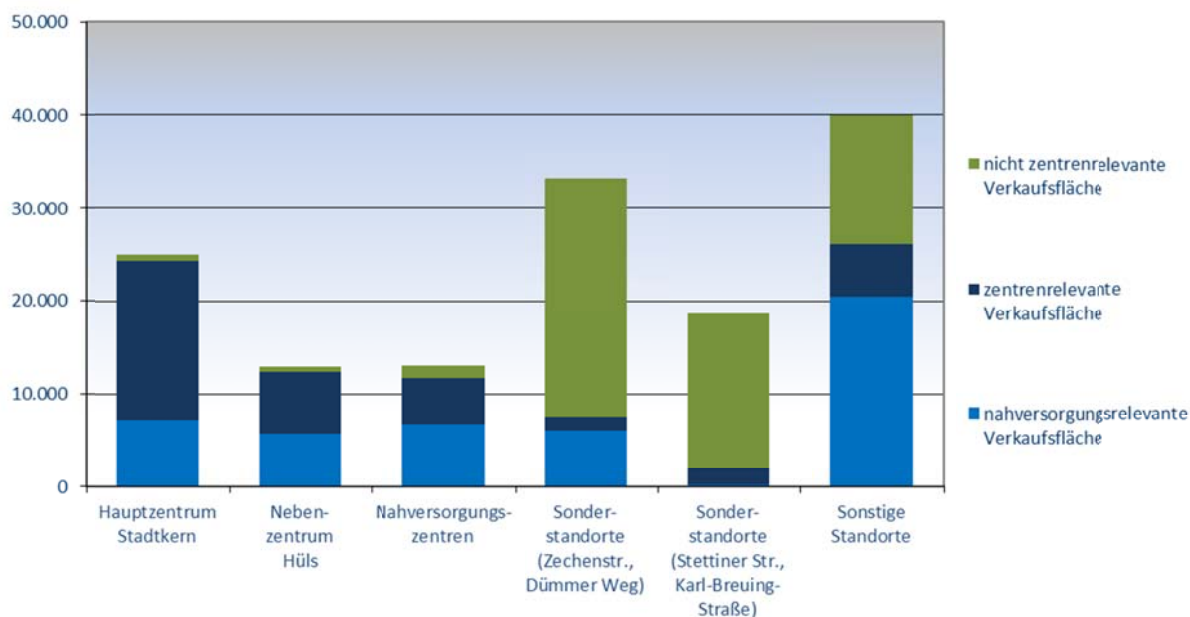
Folgende Charakteristika ergeben sich für die aufgeführten Einzelhandelslagen:

- Der Standortbereich „Zechenstraße“ ist mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rund 29.300 m<sup>2</sup> die flächengrößte der vier Einzelhandelsagglomerationen. Der Standort wird geprägt durch ein Nebeneinander von Einzelhandelsbetrieben, die ein nicht zentrenrelevantes Kernsortiment aufweisen (z. B. Toom Baumarkt, Fliesenparadies und Holzland Bunzel) und somit auch an dezentralen Standorten planerisch nicht grundsätzlich unerwünscht sind, und Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (Aldi, Penny, Netto,



- trinkgut u. a.), deren Standorte grundsätzlich auf zentrale Versorgungsbereiche oder alternativ siedlungsintegrierte Ergänzungsstandorte zur wohnungsnahen Versorgung gelenkt werden sollten.
- Auch die Einzelhandelsagglomeration „Dümmer Weg“ (insg. rund 3.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) wird intensiv durch nahversorgungsrelevante Sortimente geprägt (Edeka, Lidl u. a.) und durch Betriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment ergänzt (je ein Anbieter für Garten- und Bad-/Sanitärbedarf).
  - Am Standort „Karl-Breuing-Straße“ bilden ein Baumarkt (mit Bäckerei als Konzessionärsbetrieb) und ein Gartenmarkt einen Standortverbund, an dem insgesamt rund 11.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche mit überwiegend nicht zentrenrelevanten Sortimenten bewirtschaftet werden.
- Ähnliches gilt für den Standort „Stettiner Straße“. Alle ansässigen Einzelhandelsbetriebe (u. a. ATU, Badambiente Pietsch, Tedox) weisen ein nicht zentrenrelevantes Kernsortiment auf und bewirtschaften insgesamt eine Verkaufsfläche von rund 6.850 m<sup>2</sup>.
- Mit den Entwicklungsempfehlungen, zur Begrenzung zentrenrelevanter und nahversorgungsrelevanter Sortimente an dezentralen Agglomerationsstandorten des Einzelhandels wird auch den Vorgaben der Ziele 7 und 8 des Sachlichen Teilplans Großflächiger Einzelhandel zum Landesentwicklungsplan 2025 Rechnung getragen.

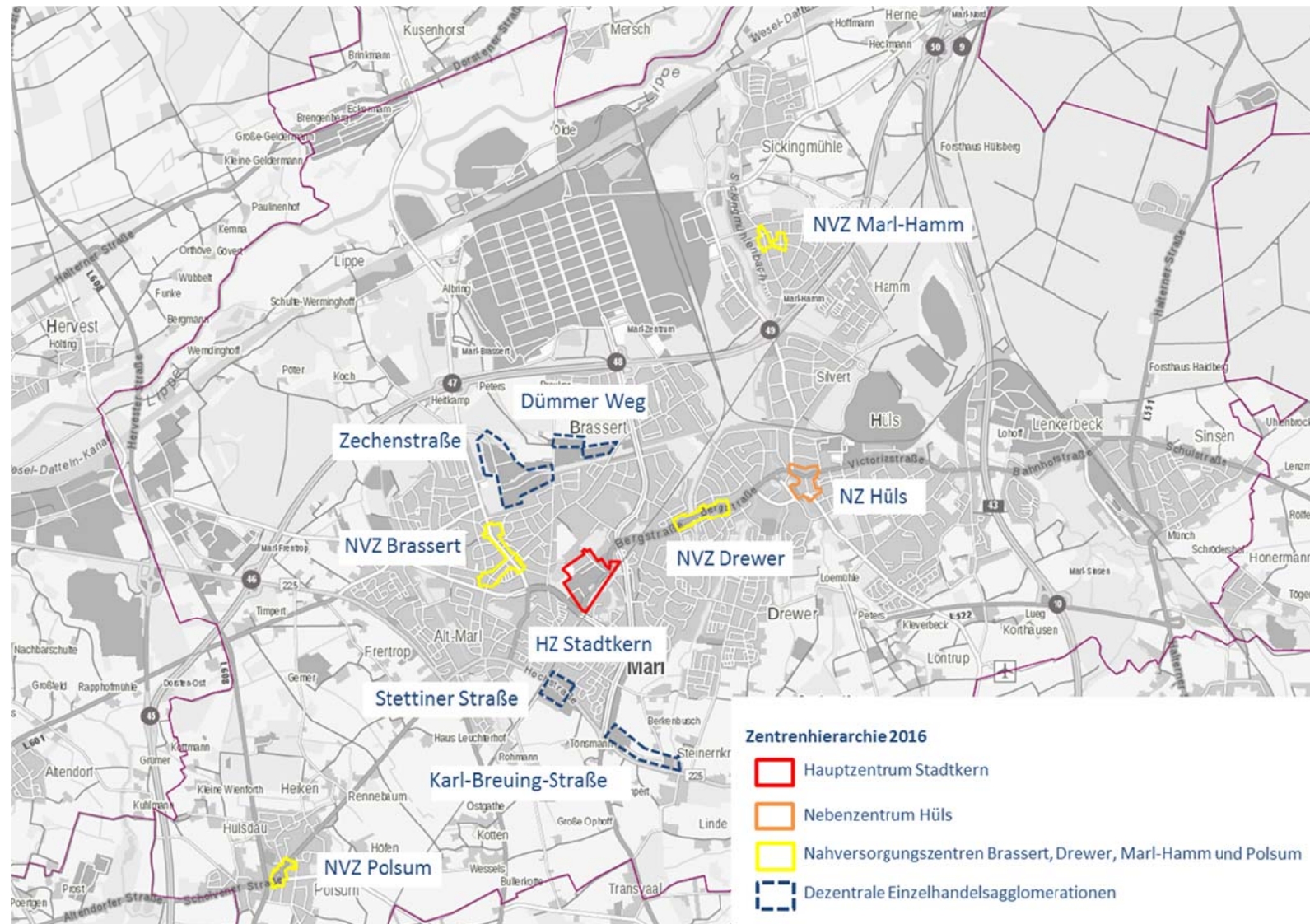
Abbildung 39: Einzelhandelsausstattung differenziert nach Einzelhandelslagen und Zentren- bzw. Nahversorgungsrelevanz der Sortimente (in m<sup>2</sup>)



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016



Abbildung 40: Zentrenhierarchie in Marl 2016



Quelle: Kartengrundlage der Geodatenportal NRW, Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016





### 6.3 Sonstige integrierte Standortlagen

Fasst man die Stadtteile Drewer-Süd und -Nord sowie Hüls-Süd- und -Nord zusammen, so wird in allen Stadtteilen die Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen empfohlen, mit Ausnahme von Alt-Marl, Sinsen-Lenkerbeck und Chemiezone. Der Stadtteil Chemiezone ist weder ein Siedlungsstandort noch ein Einzelhandelsstandort, sodass hier keine weitere Analyse der Versorgungssituation geboten ist.

Anders stellt sich die Situation für die beiden Stadtteile Alt-Marl und Sinsen-Lenkerbeck dar.

#### 6.3.1 Alt-Marl

Die Einwohnerzahl von Alt-Marl beträgt rund 10.420 – anteilig rund 12 % der Marler Bevölkerung. Alt-Marl grenzt südwestlich an den Stadtkern Marl. Die Nahversorgungssituation innerhalb des Stadtteils konnte schon innerhalb des Kapitels 5 skizziert werden: zwei Supermärkte und ein Lebensmittel-discounter befinden sich an siedlungsintegrierten Standorten. Gemeinsam sichern sie die wohnortnahe Versorgung innerhalb des Stadtteils, konkurrieren aber durch die Überschneidung der fußläufigen Einzugsbereiche maßgeblich miteinander.

Weitere prägende Einzelhandelsstrukturen in Alt-Marl sind insbesondere ein großflächiger Bau- und Heimwerkermarkt, mehrere Gartencenter und Baumschulen sowie ein Elektronikfachmarkt. Auch ist eine Vielzahl von kleinstrukturierten Einzelhandelsbetrieben, z. B. entlang von Barkhausstraße und Loestraße, dort verortet.

Rund um den Marktplatz, im Bereich von Loestraße und Hochstraße, befindet sich das städtebauliche Zentrum des Stadtteils. Hier sind eine Reihe von Dienstleistungsnutzungen, Gastronomiebetrieben und kleinteiligen Einzelhandelsgeschäften ansässig. Ein Lebensmittel-SB-Betrieb ist hier nicht vertreten.

Keine der genannten Einzelhandelslagen eignet sich zur Abgrenzung eines Nahversorgungszentrums, da entweder ein Lebensmittel-SB-Betrieb ansässig ist, dessen Standortbedingungen jedoch (arrondierender Einzelhandelsbestand, städtebauliche Situation) nicht zur Abgrenzung eines Nahversorgungszentrums geeignet ist, oder – wie rund um den Markt-

platz – die städtebaulichen Rahmenbedingungen für ein Nahversorgungszentrum zwar gegeben sind, jedoch ein Lebensmittel-SB-Betrieb fehlt. In diesem Zusammenhang ist maßgeblich, dass im Bereich Marktplatz/Loestraße/Hochstraße auch derzeit keine Entwicklungsfläche in die Planung einbezogen werden könnte, die mittelfristig zur Ansiedlung eines Lebensmittel-SB-Betriebs geeignet wäre.

#### 6.3.2 Sinsen-Lenkerbeck

Der Stadtteil Sinsen-Lenkerbeck liegt im Osten der Stadt Marl und beheimatet rund 8.000 Marler Bürger (rund 9 % der Gesamtbevölkerung).

In Sinsen-Lenkerbeck befinden sich zwei Einzelhandelslagen, die durch die Existenz von einem oder mehreren Lebensmittel-SB-Betrieben Versorgungsfunktionen übernehmen. Darüber hinaus existiert auch hier ein Besatz von kleinteiligen Betriebsstrukturen ohne Agglomerationserscheinungen.

Die bedeutendste Einzelhandelsagglomeration in Sinsen-Lenkerbeck an der Bahnhofstraße schließt südlich an die Bebauungsstruktur des „Gewerbeparks Lenkerbeck“ an. Hier sind drei Lebensmittel-discounter sowie ein türkischer Supermarkt ansässig. Bereits im vorherigen Kapitel wurde auf die Pkw-Orientierung des Standorts hingewiesen. Diese wird einerseits deutlich durch die Ausrichtung der Betriebe zur Bahnhofstraße, die einen Abschnitt der Hauptverkehrsachse zwischen dem Stadtkern und den östlich gelegenen Stadtteilen Drewer, Hüls und Sinsen-Lenkerbeck bildet, und zum anderen durch die vergleichsweise geringe Bevölkerungszahl im fußläufigen Umfeld.

Diese Standortrahmenbedingungen sowie der fehlende arrondierende Besatz an ergänzenden Einzelhandelsbetrieben und Komplementärnutzungen sind ausschlaggebend dafür, dass keine Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereichs zur Diskussion steht.

Andere Standortbedingungen sind für einen Lebensmittel-discounter sowie kleinteilige ergänzenden Einzelhandelsstrukturen innerhalb des Wohngebiets zwischen Neulandstraße, In de Flaslänne, Wacholderstraße und Holunderstraße gegeben. Diese Betriebsstrukturen übernehmen innerhalb ihres dicht besiedelten Umfelds tatsächliche Ver-

sorgungsfunktionen für fußläufige Einkäufe der  
Bewohnerschaft.

Eine Eignung zur Ausweisung eines zentralen Ver-  
sorgungsbereichs liegt jedoch auch hier nicht vor,  
da keine entsprechende Dichte von Einzelhandels-  
betrieben und ergänzenden Komplementärnutzun-  
gen besteht und entsprechende Entwicklungen  
planerisch nicht angestrebt werden.



## 7 Ziele und Steuerungsvorgaben für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Marl

### 7.1 Ziele der Einzelhandelsentwicklung und -steuerung

Die Voraussetzungen für die zukünftige räumliche Steuerung des Einzelhandels in der Stadt Marl werden durch die Zielsetzungen der Einzelhandelsentwicklung formuliert. Nur unter konsequenter Einhaltung dieser Ziele bei zukünftigen Entscheidungs- und Genehmigungsprozessen kann eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Marl gelingen. Der Stadt Marl wird empfohlen, die nachfolgenden Ziele durch den Rat der Stadt Marl zu beschließen, um eine darauf aufbauende bauleitplanerische und genehmigungsrelevante Steuerung zu legitimieren.

Als vorrangige Ziele der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Marl sind die Stabilisierung der Einzelhandelsbedeutung unter Berücksichtigung der mittelzentralen Versorgungsfunktion sowie die Attraktivierung des Einzelhandelsangebots festzulegen.

Die Attraktivität des Einzelhandelsangebots in Marl definiert sich über die Ausstattung mit Einzelhandelsbetrieben und Verkaufsflächen in quantitativer und qualitativer Hinsicht. In den Branchen, in denen noch „Entwicklungsspielräume“ im Rahmen des vorliegenden Konzepts festgestellt wurden, ist eine Ausweitung des Angebots zu unterstützen. Auch in den Branchen, für die je nach Einwohner-/Kaufkraftentwicklung kein „Entwicklungsspielraum“ errechnet wurde, können Einzelhandelsansiedlungen zu einer Aufwertung und Attraktivierung des Standorts Marl beitragen; sie begründen aber eine Intensivierung der Wettbewerbssituation und Umsatzumverteilungen gegenüber dem bereits ansässigen Einzelhandel.

In räumlicher Hinsicht ist primär das innerstädtische Hauptzentrum als Standort für Angebotsergänzungen mit zentrenrelevanten Sortimenten zu wählen. Darüber hinaus eignet sich auch der Standort Nebenzentrum Hüls für die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel.

Mit einer Zentralität von rund 83,9 wird die Stadt Marl ihrer durch die Raumordnung aufgetragenen

mittelzentralen Versorgungsfunktion nur eingeschränkt gerecht. Dabei differiert die Einzelhandelsbedeutung zwischen den einzelnen Warengruppen, sodass teilweise Handlungsempfehlungen formuliert wurden, die zur umfassenden Erfüllung der mittelzentralen Versorgungsfunktion umgesetzt werden sollten. Zu berücksichtigen ist, dass auch Standorte außerhalb der städtebaulich integrierten zentralen Versorgungsbereiche einen erheblichen Beitrag zur Leistungsfähigkeit des Einzelhandelsstandorts Marl leisten.

Um die übergeordnete Versorgungsbedeutung der Marler Kernstadt im Rahmen des definierten Zentrengefüges in Zukunft noch intensiver zu unterstützen, sollten handelswirtschaftliche und städtebauliche Ergänzungen erfolgen, die im Zentrenkonzept aufgezeigt wurden. Sie betreffen in erster Linie die Ansiedlung von Magnetbetrieben und die strukturelle Stabilisierung des Marler Sterns. Darüber hinaus würden unter Bezugnahme auf die beiden aktuellen städtebaulichen Entwicklungskonzepte (ISEK, Handlungskonzept Innenstadt) auch gestalterische Aufwertungsmaßnahmen zu einer Attraktivierung des Einzelhandelsstandorts Marler Kernstadt beitragen.

Außer der Kernstadt wurden fünf weitere Einzelhandelslagen als zentrale Versorgungsbereiche klassifiziert:

In Marl Hüls wird im Bereich Bergstraße/Victoriastraße und Hülsstraße die Abgrenzung eines Nebenzentrums (Stadtteilzentrums) empfohlen. Der ansässige Einzelhandel in weitgehend stabiler Versorgungslage ist primär auf die beiden Stadtteile Hüls-Süd und Hüls-Nord ausgerichtet. Es wird empfohlen, die Handelsnutzung zu konzentrieren und deren räumliche Ausdehnung zu verhindern. Eine Arrondierung und Verdichtung des Besatzes durch Einzelhandels- und Komplementärnutzungen eignet sich zur Stabilisierung und Aufwertung des Standorts.

Daneben wird für die integrierten Versorgungsstandorte Brassert, Drewer, Polsum und Hamm die Ausweisung und Abgrenzung von Nahversorgungszentren empfohlen. Dabei sind die derzeitigen und die angestrebten Versorgungsqualitäten der Standorte voneinander zu unterscheiden.

- In Brassert existiert entlang von Brassert- und Schillerstraße eine ausgedehnte Versorgungslage mit Einzelhandelsausstattung in fast allen Warengruppen. Mit Hilfe der Abgrenzung wird empfohlen, eine Konzentration und Verdichtung der Handelsstrukturen zu initiieren. Maßstäbliche Einzelhandelsansiedlungen mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten, die der Aufwertung des Nahversorgungszentrums dienen, sollten ermöglicht werden.
- Auch in Drewer ist entlang von Bergstraße und Lipper Weg eine große Ausdehnung von Handelsbetrieben und Komplementärnutzungen zu erkennen. Analog zur Situation in Brassert wird nur ein Ausschnitt der Bergstraße zur Abgrenzung eines Nahversorgungszentrums empfohlen mit dem Ziel einer Konzentration und Verdichtung der Nutzungen. Maßstäbliche Einzelhandelsansiedlungen mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten, die der Aufwertung des Nahversorgungszentrums dienen, sollten ermöglicht werden.
- In Hamm und in Polsum sind dagegen nur geringer ausgeprägte Einzelhandelsstrukturen erkennbar. An den jeweiligen Standorten richtet sich die vorgeschlagene Abgrenzung der Nahversorgungszentren nach den Parzellen, die bereits derzeit handelswirtschaftlich genutzt werden. In Hamm werden auch Grundstücke in die Abgrenzung einbezogen, die zukünftig durch Handelsnutzungen belegt werden können, um die dortige Handelsfunktion aufzuwerten.

Außerhalb zentraler Versorgungsbereiche wurde eine Vielzahl von Lebensmittel-SB-Betrieben erfasst und räumlich verortet, die für die Gewährleistung einer flächendeckenden Nahversorgung grundsätzlich von Bedeutung sind. Ein Großteil dieser Betriebe ist jedoch an Standorten ansässig, die für eine wohnungsnah Versorgung ungeeignet sind oder sich mit den Einzugsgebieten der Lebensmittel-Magnetbetriebe in zentralen Versorgungsbereichen überschneiden. Nur mit dem Lebensmittel-SB-Betrieb am Standort In de Flaslänne in Sinsen-Lenkerbeck konnte eindeutig ein Standort identifiziert werden, dem in Ergänzung der Zentrenstruktur ein zu sichernder Beitrag zur wohnungsnahen Versorgung eingeräumt wird.

Zukünftig sollten Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben von Lebensmittel-SB-Betrieben außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen auf Standorte gelenkt werden, die zur Optimierung einer flächendeckenden Nahversorgung beitragen. Ausgeschlossen sein sollten Vorhaben, die die Versorgungsfunktion zentraler Versorgungsbereiche beeinträchtigen.

Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche bestehen an den Standorten Zechenstraße, Dümmer Weg, Stettiner Straße und Karl-Breuing-Straße Einzelhandelslagen, deren Angebotsstruktur durch zentren- und/oder nahversorgungsrelevante Sortimente geprägt wird. Zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche sowie der Nahversorgung sollten diese Sortimente an diesen Standorten nicht ausgebaut werden. Ein Austausch durch nicht zentrenrelevante Sortimente sollte jedoch möglich sein. Die empfohlenen Überplanungen sollten umgesetzt werden, um zentrenschädlichen Einzelhandelsentwicklungen vorzubeugen.

## 7.2 Empfehlungen zur Einzelhandelssteuerung

In Abstimmung mit den übergeordneten Vorgaben zur Einzelhandelssteuerung auf Bundes- und Landesebene wurden folgende Arbeitsschritte zur Vorbereitung einer konsequenten und rechtssicheren Einzelhandelssteuerung in der Stadt Marl vorgenommen:

- Die Entwicklungsziele für die Einzelhandelsentwicklung im Stadtgebiet Marl wurden formuliert. Zentrale Versorgungsbereiche wurden identifiziert.
- Die Versorgungsbedeutung und das Zusammenspiel der zentralen Versorgungsbereiche im Rahmen einer Zentrenhierarchie wurden abgestimmt.
- Eine räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Marl ist nicht nur unter Einzelhandelsaspekten, sondern auch unter Berücksichtigung der komplementären Dienstleistungsangebote/Infrastruktur, der städtebaulichen Situation sowie der Entwicklungspotenziale und -ziele erfolgt.
- Es wurden die Standorte von Lebensmittelbetrieben benannt, die aktuell in Ergänzung der



zentralen Versorgungsbereiche wohnungsnaher Versorgungsfunktionen übernehmen.

- Es wurde eine Definition der „Marler Sortimentsliste“ vorgenommen, die nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente aufweist, die vorrangig in den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Marl anzusiedeln sind.

Aufbauend auf diesen Arbeitsgrundlagen sollte die systematische Umsetzung des Konzepts unter Berücksichtigung der Handlungsempfehlungen für die zentralen Versorgungsbereiche, der Ziele der Einzelhandelsentwicklung und der nachstehend erläuterten Ansiedlungsleitlinien erfolgen.

Grundsätzlich sind Wettbewerbsintensivierungen, die die Gefährdung oder Schwächung zentraler Versorgungsbereiche nach sich ziehen, im Sinne städtebaulicher Auswirkungen zu vermeiden. Das zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung im Stadtgebiet bereitstehende Instrumentarium sollte daher konsequent genutzt werden. Folgende Stadtbereiche sind aus unserer Sicht höherem Ansiedlungsdruck von insbesondere großflächigen Betrieben mit nahversorgungs- oder zentrenrelevantem Kernsortiment ausgesetzt:

- An zentrale Versorgungsbereiche anschließende Gebiete: Bei Ansiedlungen an solchen Standorten besteht die Gefahr einer unerwünschten Ausweitung („Ausfransen“) und der Veränderungen des Standortgefüges innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs. Dies insbesondere vor dem Hintergrund, dass diese Tendenz in der Vergangenheit vielerorts zutraf (z. B. Drewer, Brassert) und somit grundsätzlich die Notwendigkeit besteht, den Einzelhandelsbesatz zu konzentrieren.
- Einfallstraßen: Die gute Pkw-Erreichbarkeit und eine hohe Außenwirkung ziehen oftmals das Interesse ansiedlungswilliger Einzelhandelsbetriebe auf sich; auch Solitärlagen werden akzeptiert, bewirken aber eine weitere Zersplitterung der Einzelhandelslandschaft und stehen dem Ziel der Realisierung kompakter Versorgungslagen entgegen. In der Stadt Marl sind die Einzelhandelsentwicklungen entlang der Bergstraße zwischen dem Stadtkern und Hüls zu nennen.

- Gewerbegebiete, meist mit vorhandenem Einzelhandelsbesatz: Die gute Pkw-Erreichbarkeit, die Verfügbarkeit größerer Flächen, meist günstigere Grundstückspreise als in den siedlungsintegrierten Lagen und die möglichen Agglomerationseffekte ermöglichen die schnelle Positionierung eines neuen Einzelhandelsbetriebs. Die Entwicklungen am Standort Zechenstraße in Marl sind entsprechend zu begründen und sollten nicht fortgesetzt werden.

In diesen genannten Standortkategorien empfiehlt sich der konsequente Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten, möglichst auch unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit. Besonderes Augenmerk ist darüber hinaus auf die Randsortimente von Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment zu legen, für die die Landesplanung eine Maximalgrenze von 10 % der Gesamtverkaufsfläche vorsieht.

Grundsätzlich gilt, dass alle Bebauungspläne der Standortbereiche, die als potenziell gefährdend einzustufen sind, auf ihre einzelhandelsbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten überprüft werden sollten.

- In Gewerbegebieten sollte grundsätzlich von der Steuerungsmöglichkeit des Einzelhandels Gebrauch gemacht werden, um keine bodenrechtlichen Spannungen hervorzurufen. Die Skala der planungsrechtlichen Steuerungsmöglichkeiten reicht vom völligen Ausschluss über die ausnahmsweise Zulässigkeit zur Versorgung der dort Beschäftigten (Kiosk oder Tankstellen-Shop) bis hin zur Zulässigkeit räumlich und funktional untergeordneten Einzelhandels.
- Festgesetzte Kerngebiete sollten dahingehend überprüft werden, ob sie der gesteuerten Unterbringung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben und anderen kerngebietstypischen Nutzungen dienen sollen.
- Unbeplante Innenbereiche gemäß § 34 BauGB, die einem potenziellen Ansiedlungsdruck aufgrund ihrer Lage oder wegen des bereits vorhandenen Einzelhandelsbestands unterliegen, sollten auf planerischen Handlungsbedarf, ins-



besondere bei Ansiedlungsvorhaben, und die Steuerungsmöglichkeiten im Rahmen des § 9 Abs. 2a BauGB überprüft werden.

Es ist abschließend darauf zu verweisen, dass nur die konsequente Umsetzung der Inhalte eines Einzelhandelskonzepts in die Bauleitplanung das Erreichen der angestrebten Ziele der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Marl ermöglicht.

### 7.3 Ansiedlungsleitlinien

Mit der Definition von Ansiedlungsleitlinien sowie einer zugehörigen Matrix soll der Stadt Marl ein Leitfaden zur Verfügung gestellt werden, um die Zentrenentwicklung der Stadt durch eine strategische Standortplanung des Einzelhandels zu unterstützen. Über die Ansiedlungsleitlinien kann die Eignung eines Standorts für ein Vorhaben unter Berücksichtigung gesamtstädtischer Entwicklungsziele abgeleitet werden. Für Erweiterungsvorhaben gelten die Leitlinien analog, bei bestehenden Betrieben ist grundsätzlich auf Bestandsschutz hinzuweisen.

- 1.) Insbesondere großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen zukünftig auf Standorte innerhalb von zentralen Versorgungsbereichen konzentriert werden. Dabei ist die Dimensionierung der Vorhaben der Versorgungsbedeutung anzupassen. Ausnahmsweise kann auch die Ansiedlung eines großflächigen Einzelhandelsbetriebs mit Nahrungs- und Genussmitteln außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche erfolgen, sofern ein Beitrag zur Verbesserung der wohnungsnahen Versorgung geleistet wird. Hinweise hierfür liegen vor, wenn
  - der Standort eine städtebaulich integrierte Lage aufweist,

- sich innerhalb eines Einzugsbereichs von 700 m (Radius um den Planstandort) ein maßgeblicher Anteil an Wohnbebauung befindet, der zur Tragfähigkeit des Betriebs beiträgt,
- keine Überschneidung der Verflechtungsbereiche mit einem zentralen Versorgungsbereich vorliegt.

- 2.) Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen grundsätzlich auf das Hauptzentrum Innenstadt, nachgeordnet auf das Nebenzentrum Hüls konzentriert werden, insbesondere gilt dies für großflächige Einzelhandelsbetriebe gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO. An allen anderen Standorten sollte auf die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment verzichtet werden.
- 3.) Auch für Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment wird unter der Zielsetzung der prioritären Zentrenentwicklung empfohlen, Standorte in zentralen Versorgungsbereichen zu prüfen.


Da jedoch insbesondere für großflächige Betriebe (z. B. Bau- und Gartenmärkte, Möbelhäuser) in den zentralen Versorgungsbereichen in der Regel keine geeigneten Standorte ausgewiesen werden können, sind unter Berücksichtigung der übergeordneten Vorgaben auch in anderen Standortlagen Ansiedlungsoptionen offen zu halten. Zu bevorzugen sind die Standorte in der Stadt Marl, die bereits eine entsprechende Vorprägung aufweisen, aber durch Angebotsergänzungen keine Attraktivitätssteigerung erreichen, von denen auch großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentren- oder nahversorgungsrelevantem Kernsortiment profitieren.

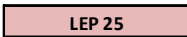



Abbildung 41: Bewertungsmatrix für zukünftige Einzelhandelsansiedlungen und -erweiterungen

Ansiedlungs- vorhaben	Verkaufsfläche	zentrale Versorgungsbereiche in Marl			außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche	
		Hauptzentrum Stadtkern	Nebenzentrum Hülse	Nahversorgungs- zentren	siedlungs- integriert	dezentral
mit nahversorgungs- relevantem Kernsortiment	> 800 qm VK			M	M	LEP 25
	≤ 800 qm VK			M	M	EHK
mit zentren- relevantem Kernsortiment	> 800 qm VK		M	EHK	LEP 25	LEP 25
	≤ 800 qm VK			M	EHK	EHK
mit nicht zentren- relevantem Kernsortiment	> 800 qm VK		M	M	EHK	M
	≤ 800 qm VK			M	M	M

 Ansiedlung ist möglich

 M Ansiedlung ist grundsätzlich möglich, eine Einzelfallprüfung zur Maßstäblichkeit des Vorhabens und zur Berücksichtigung des Beeinträchtigungsverbots wird empfohlen

 LEP 25 Ansiedlung ist nach den Zielen und Grundsätzen des Sachlichen Teilplans Großflächiger Einzelhandel zum Landesentwicklungsplan 2025 Nordrhein-Westfalen nicht zulässig

 EHK Ansiedlung ist planerisch nicht erwünscht und sollte ausgeschlossen werden

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2016





## 8 Zusammenfassung der Untersuchung

Als Fazit der vorliegenden Untersuchung werden nachfolgend die vorrangigen Ergebnisse der Bestandsanalyse und die Handlungsempfehlungen zusammengefasst:

- Die im Jahr 2015 rund 86.400 Einwohner zählende Stadt Marl wird landesplanerisch als Mittelzentrum eingestuft. Die elf Stadtteile Marls weisen auf eine polyzentrische Stadtentwicklung hin, die durch unterschiedliche Siedlungsmuster und -dichten in den Stadtteilen geprägt wird.
- Die Einzelhandelsposition der Stadt Marl wird durch einen hohen Wettbewerbsdruck des nahegelegenen leistungsstarken Mittelzentrums Recklinghausen beeinflusst.
- Das Kerneinzugsgebiet des Einzelhandels in Marl beschränkt sich unter Berücksichtigung des Wettbewerbsumfelds auf das Stadtgebiet. Den Marler Einwohnern steht ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von insgesamt ca. 483,6 Mio. EUR zur Verfügung. Einzelne Betriebe und Standortlagen strahlen über das Stadtgebiet hinaus aus.
- Die Einzelhandelsausstattung der Stadt Marl umfasst aktuell insgesamt 399 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 142.870 m<sup>2</sup> und einer Bruttoumsatzleistung von ca. 406 Mio. EUR (im Jahr 2015). Das größte flächenbezogene Angebot der Stadt wird durch die Warengruppen Bau-/ Heimwerker-/Gartenbedarf und Nahrungs- und Genussmittel bereitgestellt. Der Verkaufsflächenanteil des großflächigen Einzelhandels beträgt rund 66 % und ist somit im interkommunalen Vergleich als überdurchschnittlich zu bewerten.
- Der derzeitige Einzelhandelsbestand kann mit Daten aus den Jahren 2007 (Veröffentlichung des Einzelhandelskonzepts im Jahr 2008) verglichen werden. Dabei ist ein deutlicher Rückgang der Betriebsanzahl bei einem gleichzeitigen Anstieg der Verkaufsfläche erkennbar, womit grundsätzlich dem bundesweiten Entwicklungstrend im Einzelhandel entsprochen wird.
- Von dem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial in der Stadt Marl werden durch den ansässigen Einzelhandel aktuell ca. 74 % gebunden (ca. 356,9 Mio. EUR). Mit auswärtigen Kunden wird ein Umsatzanteil von ca. 12 % erzielt. Der Kaufkraftabfluss aus der Stadt Marl bewegt sich über alle Einzelhandelsbranchen in einer Größenordnung von ca. 126,7 Mio. EUR (ca. 26 % der in Marl zur Verfügung stehenden Kaufkraft). Die Einzelhandelszentralität von etwa 83,9 stellt dar, dass im Saldo mehr Kaufkraft der Marler Bürger abfließt als durch den Marler Einzelhandel von auswärtigen Bürgern eingenommen wird.
- Vor dem Hintergrund der derzeitigen Einzelhandelsausstattung in Marl und einer prognostizierten negativen Bevölkerungsentwicklung bis 2025 ergeben sich für den Marler Einzelhandel kaum Entwicklungsperspektiven. Unter der Zielsetzung einer leichten Steigerung der Marktanteile sowie dem Szenario einer stagnierenden Bevölkerungszahl können dagegen geringe Entwicklungsspielräume, differenziert nach Branchen, aufgezeigt werden.
- Für die Stadt Marl wurde ein Zentrenkonzept entwickelt, das sechs zentrale Versorgungsbereiche unterscheidet. Das Hauptzentrum Stadtkern, das Nebenzentrum Hüls sowie die Nahversorgungszentren Brassert, Drewer, Polsum und Marl-Hamm. Dabei kommt dem Hauptzentrum die höchste Bedeutung aller Einzelhandelsstandorte Marls zu.
- Im Rahmen der Entwicklung des Zentrenkonzepts wurden folgende Ziele formuliert:
  - Stabilisierung der mittelzentralen Versorgungsfunktion
  - Stärkung des Marler Hauptzentrums Stadtkern
  - Stärkung des Nebenzentrums Hüls
  - Stabilisierung und Aufwertung der Nahversorgungszentren
  - Schutz der wohnungsnahen Versorgung
  - Vermeidung zentrenschädigender Einzelhandelsentwicklungen, insbesondere an dezentralen Einzelhandelsstandorten

Zur Sicherung und Stärkung der städtebaulich integrierten Versorgungszentren ist eine konsequente bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung – insbesondere hinsichtlich der Standorte mit nahversorgungs- sowie zentrenrelevanten Sortimenten – erforderlich. So kommt der Reglementierung nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente an Standorten außerhalb der abgegrenzten, städtebaulich integrierten Versorgungsbereiche in Anbetracht der gesetzlichen Vorschriften des Baugesetzbuchs eine Schlüsselrolle für eine städtebaulich ausgerichtete Einzelhandels- und Standortentwicklung zu. Der Stadt Marl wird daher empfohlen, die Zentrenhierarchie und die Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche sowie die „Marler Sortimentsliste“ zu beschließen und in die Bauleitplanung zu überführen. Gleichmaßen sollte die Umsetzung der Handlungsempfehlungen, speziell zur Stabilisierung der zentralen Versorgungsbereiche, durch Stadtplanung und Wirtschaftsförderung verfolgt werden.





## Abbildungen

<b>Abbildung 1: Verkaufsflächenentwicklung im Einzelhandel 1980 – 2015 (in Mio. m<sup>2</sup>)</b>	<b>11</b>
<b>Abbildung 2: Top Ten des deutschen Textileinzelhandels</b>	<b>12</b>
<b>Abbildung 3: Lage der Stadt Marl im Raum und zentralörtliche Gliederung</b>	<b>15</b>
<b>Abbildung 4: Bevölkerungsentwicklung in Marl seit 2005 im Vergleich (in %)</b>	<b>16</b>
<b>Abbildung 5: Beschäftigtenstruktur 2014 im Vergleich (in %)</b>	<b>18</b>
<b>Abbildung 6: Verteilung des Einzelhandels in Marl nach Stadtteilen (in %)</b>	<b>21</b>
<b>Abbildung 7: Einzugsgebiet des Marler Einzelhandels</b>	<b>24</b>
<b>Abbildung 8: Kaufkraftbewegungen in Marl im Überblick</b>	<b>27</b>
<b>Abbildung 9: Kaufkraftbewegungen nach Warengruppen (in Mio. EUR)</b>	<b>28</b>
<b>Abbildung 10: Altersstruktur der Befragten</b>	<b>34</b>
<b>Abbildung 11: Wohnorte der befragten Marler Bürger</b>	<b>35</b>
<b>Abbildung 12: Einkaufshäufigkeiten in ausgewählten Marler Standortlagen</b>	<b>36</b>
<b>Abbildung 13: Einkaufshäufigkeit im Marler Stadtkern im Vergleich zu vor fünf Jahren</b>	<b>36</b>
<b>Abbildung 14: Einkaufsorientierung (in %)</b>	<b>37</b>

<b>Abbildung 15: Bewertung der Einkaufsmöglichkeiten sowie der Verkehrs- und Parkplatzsituation (in %)</b>	<b>38</b>
<b>Abbildung 16: Veränderungswünsche der Marler Bürger für die Einkaufs- und Versorgungssituation in der Stadt Marl (in %)</b>	<b>39</b>
<b>Abbildung 17: Idealtypische Angebotsstruktur eines Nahversorgungszentrums</b>	<b>43</b>
<b>Abbildung 18: Zugang zum Marler Stern über das Forum</b>	<b>47</b>
<b>Abbildung 19: Denkmalgeschütztes Rathaus am Creiler Platz</b>	<b>47</b>
<b>Abbildung 20: Zentraler Versorgungsbereich Stadtkern untergliedert in Teilabschnitte</b>	<b>48</b>
<b>Abbildung 21: Nutzungsstruktur der Stadtkern</b>	<b>49</b>
<b>Abbildung 22: Fußgängerzone, Abschnitt Hülsstraße</b>	<b>56</b>
<b>Abbildung 23: Fußgängerzone Trogemannstraße in Hüls</b>	<b>56</b>
<b>Abbildung 24: Zentraler Versorgungsbereich Hüls</b>	<b>57</b>
<b>Abbildung 25: Seitenarm des Loemühlenbachs im Stadtteilzentrum Hüls</b>	<b>58</b>
<b>Abbildung 26: Fuß- und Radweg entlang der Victoriastraße im Stadtteilzentrum Hüls</b>	<b>58</b>
<b>Abbildung 27: Zentraler Versorgungsbereich Brassert</b>	<b>65</b>
<b>Abbildung 28: Sichtbeziehungen im Kreuzungsbereich Brassertstraße und Schillerstraße</b>	<b>66</b>
<b>Abbildung 29: Wochenmarktgelände in Brassert</b>	<b>66</b>
<b>Abbildung 30: Zentraler Versorgungsbereich Drewer</b>	<b>71</b>



<b>Abbildung 31: Nahversorgungszentrum Drewer</b>	<b>72</b>
<b>Abbildung 32: Blumenladen im historischen Ortskern Polsum</b>	<b>75</b>
<b>Abbildung 33: Gastronomie im historischen Ortskern Polsum</b>	<b>76</b>
<b>Abbildung 34: Zentraler Versorgungsbereich Polsum</b>	<b>78</b>
<b>Abbildung 35: Abschnitt Schwalbenstraße im Nahversorgungszentrum Marl-Hamm</b>	<b>82</b>
<b>Abbildung 36: Vollsortimenter REWE am Bachackerweg im Nahversorgungszentrum Marl-Hamm</b>	<b>82</b>
<b>Abbildung 37: Zentraler Versorgungsbereich Marl-Hamm</b>	<b>85</b>
<b>Abbildung 38: Lage und Versorgungsfunktion der Lebensmittel-SB-Betriebe in Marl</b>	<b>98</b>
<b>Abbildung 39: Einzelhandelsausstattung differenziert nach Einzelhandelslagen und Zentren- bzw. Nahversorgungsrelevanz der Sortimente (in m<sup>2</sup>)</b>	<b>101</b>
<b>Abbildung 40: Zentrenhierarchie in Marl 2016</b>	<b>102</b>
<b>Abbildung 41: Bewertungsmatrix für zukünftige Einzelhandelsansiedlungen und -erweiterungen</b>	<b>109</b>

## **Tabellen**

<b>Tabelle 1: Sortimente, Warengruppe und Bedarfe</b>	<b>7</b>
<b>Tabelle 2: Einwohner in Marl zum 31.12.2015 nach Stadtteilen</b>	<b>15</b>
<b>Tabelle 3: Einzelhandelsausstattung der Stadt Marl nach Angebotsschwerpunkt</b>	<b>19</b>
<b>Tabelle 4: Bereinigte Einzelhandelsausstattung der Stadt Marl</b>	<b>22</b>
<b>Tabelle 5: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial</b>	<b>24</b>
<b>Tabelle 6: Zentralitätskennziffern nach Warengruppen</b>	<b>26</b>
<b>Tabelle 7: Kaufkraftbewegungen nach Warengruppen</b>	<b>30</b>
<b>Tabelle 8: Veränderungen der Einzelhandelsausstattung und der betrieblichen Leistungsfähigkeit (bereinigt)</b>	<b>31</b>
<b>Tabelle 9: Modellrechnung der Verkaufsflächenpotenziale bis 2025</b>	<b>33</b>
<b>Tabelle 10: Einzelhandelsausstattung des Hauptzentrums Marl nach Branchen</b>	<b>51</b>
<b>Tabelle 11: Komplementärnutzungen im Hauptzentrum Marl</b>	<b>51</b>
<b>Tabelle 12: Bewertungsmatrix der Einzelhandelslage Stadtkern zur Einstufung als Hauptzentrum</b>	<b>53</b>
<b>Tabelle 13: Einzelhandelsausstattung des Stadtteilzentrums Hüls nach Branchen</b>	<b>59</b>
<b>Tabelle 14: Komplementärnutzungen im Nebenzentrum Hüls</b>	<b>60</b>
<b>Tabelle 15: Bewertungsmatrix der Einzelhandelslage Hüls zur Einstufung als Stadtteilzentrum</b>	<b>63</b>



<b>Tabelle 16: Einzelhandelsausstattung des Nahversorgungszentrums Brassert nach Branchen</b>	<b>67</b>
<b>Tabelle 17: Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Brassert</b>	<b>67</b>
<b>Tabelle 18: Bewertungsmatrix der Einzelhandelslage Brassert zur Einstufung als Nahversorgungszentrum</b>	<b>69</b>
<b>Tabelle 19: Einzelhandelsausstattung des Nahversorgungszentrums Drewer nach Branchen</b>	<b>72</b>
<b>Tabelle 20: Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Drewer</b>	<b>73</b>
<b>Tabelle 21: Bewertungsmatrix der Einzelhandelslage Drewer zur Einstufung als Nahversorgungszentrum</b>	<b>74</b>
<b>Tabelle 22: Einzelhandelsausstattung des Nahversorgungszentrums Polsum nach Branchen</b>	<b>76</b>
<b>Tabelle 23: Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Polsum</b>	<b>76</b>
<b>Tabelle 24: Bewertungsmatrix der Einzelhandelslage Polsum zur Einstufung als Nahversorgungszentrum</b>	<b>80</b>
<b>Tabelle 25: Einzelhandelsausstattung des Nahversorgungszentrums Marl-Hamm nach Branchen</b>	<b>82</b>
<b>Tabelle 26: Komplementärnutzungen im Nahversorgungszentrum Marl-Hamm</b>	<b>83</b>
<b>Tabelle 27: Bewertungsmatrix der Einzelhandelslage Marl-Hamm zur Einstufung als Nahversorgungszentrum</b>	<b>86</b>
<b>Tabelle 28: Sortimentsbezogene Verkaufsflächenanteile in zentralen Versorgungsbereichen</b>	<b>89</b>
<b>Tabelle 29: Marler Sortimentsliste</b>	<b>91</b>

<b>Tabelle 30: Nahversorgungssituation nach Stadtteilen</b>	<b>93</b>
<b>Tabelle 31: Versorgungskennzahlen der Lebensmittelvollsortimenter in Marl</b>	<b>96</b>
<b>Tabelle 32: Versorgungskennzahlen der Lebensmitteldiscounter in Marl</b>	<b>97</b>