

Masterplan Einzelhandel

der Stadt Hattingen

Fortschreibung 2017

Auftraggeber:

Stadt Hattingen, Fachbereich Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing und Touristik

Ihre Ansprechpartner

Dipl.-Volksw. Corinna Küpper
(Projektleitung)

Dipl.-Kfm. Jörg Lehnerdt
(Niederlassungsleitung)

BBE Handelsberatung GmbH

Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Deutschland

Tel +49 221 789 41 160

Fax +49 221 789 41 169

E-Mail kuepper@bbe.de

lehnerdt@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

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

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

Wissen schafft Zukunft.
München - Hamburg - Köln - Leipzig - Erfurt

Köln, im Mai/ Oktober 2017

Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
1	Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung6
1.1	Ausgangssituation und Zielsetzung6
1.2	Methodische Vorgehensweise und Primärerhebungen6
2	Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung8
2.1	Siedlungsstruktur und Verkehrsanbindung8
2.2	Demografische Entwicklung9
2.3	Regionale Wettbewerbssituation10
3	Nachfrageanalyse16
3.1	Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Stadt Hattingen16
3.2	Kundenwohnorterhebung19
4	Einzelhandelssituation in der Stadt Hattingen22
4.1	Einzelhandelsausstattung nach Ortsteilen22
4.2	Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten24
4.3	Einzelhandelszentralität und Kaufkraftbewegungen30
5	Standortanalyse Innenstadt36
5.1	Städtebauliche Situation der Innenstadt36
5.2	Einzelhandelsausstattung der Innenstadt39
5.3	Exkurs: Reaktionsfähigkeit der Innenstadt auf die zunehmende Bedeutung des Onlinehandels40
5.3.1	Allgemeine Trends im Onlinehandel40
5.3.2	Entwicklung des Onlinehandels nach Sortimenten41
5.3.3	Bedeutung der Frequenzlage44
5.3.4	Online-Aktivitäten des stationären Handels45
5.3.5	Fazit zur Online-Gefährdung der Hattinger Innenstadt48
6	Standortanalyse der Ortsteilstrukturen51
6.1	Südstadt (Bruchstraße/ Im Bruchfeld)51
6.2	Welper53
6.3	Niederwenigern54
6.4	Blankenstein56
6.5	Holthausen58
6.6	Winz-Baak60
6.7	Fazit der Ortsteilbewertung62

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

7	Dezentrale Verbundstandorte	63
7.1	Gewerbegebiet Beul I.....	63
7.2	Gewerbegebiet Beul II.....	65
7.3	Gewerbegebiet Am Büchenschütz	66
8	Wohnungsnaher Versorgung in der Stadt Hattingen	69
9	Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse sowie Empfehlungen zur Verkaufsflächenentwicklung.....	72
10	Zentrenkonzept Hattingen	74
10.1	Bedeutung kommunaler Einzelhandelskonzepte aus Sicht der Landesplanung	74
10.2	Begriff des zentralen Versorgungsbereiches	76
10.3	Leitziele für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Hattingen.....	78
10.4	Zentrenhierarchie in der Stadt Hattingen	80
10.5	Ansiedlungsregeln.....	84
11	Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Versorgungsstrukturen	88
11.1	Hauptzentrum Innenstadt.....	88
11.2	Nahversorgungszentrum Welper.....	91
11.3	Nahversorgungszentrum Niederwenigern.....	93
11.4	Ausgewiesene Nahversorgungsstandorte und sonstige wohnungsnaher Versorgung	95
11.5	Ergänzungsstandorte	99
12	Hattinger Sortimentsliste	102
13	Fazit und abschließende Empfehlungen.....	108
14	Anhang: Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung	110
14.1	Steuerung des Einzelhandels mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten	110
14.2	Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels	112
14.3	Festsetzungen zu Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels	114
14.4	Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten.....	116
14.5	Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten	117
14.6	Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbepflanzten Innenbereich	118
14.7	Möglichkeiten zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes durch die Bauleitplanung	119

Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1:	Einwohner der Stadt Hattingen nach Altersgruppen	9
Abbildung 2:	Einwohnerentwicklung der Stadt Hattingen.....	9
Abbildung 3:	Einwohner der Stadt Hattingen nach Ortsteilen	10
Abbildung 4:	Einbindung der Stadt Hattingen in die regionalen Versorgungsstrukturen	14
Abbildung 5:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Stadt Hattingen und in Nachbarkommunen	16
Abbildung 6:	Einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben in der Stadt Hattingen p. a.	17
Abbildung 7:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten	18
Abbildung 8:	Kundenherkunft	20
Abbildung 9:	Einzugsgebiet	21
Abbildung 10:	Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Hattingen nach Ortsteilen	22
Abbildung 11:	Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Hattingen.....	23
Abbildung 12:	Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Hattingen nach Sortimenten	25
Abbildung 13:	Lebensmittelangebot der Stadt Hattingen nach Betriebsformen.....	26
Abbildung 14:	Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Hattingen nach Sortimenten	28
Abbildung 15:	Verkaufsflächenentwicklung 2007 - 2016.....	30
Abbildung 16:	Umsatz-Kaufkraft-Relation im Überblick	31
Abbildung 17:	Kaufkraftbewegungen.....	32
Abbildung 18:	Vergleich der Umsatz-Kaufkraft-Relation 2007 - 2016.....	34
Abbildung 19:	Nutzungsstruktur in der Innenstadt	37
Abbildung 20:	Verkaufsflächen und Umsätze in der Innenstadt.....	39
Abbildung 21:	Entwicklung der sortimentspezifischen Marktanteile des Onlinehandels	42
Abbildung 22:	Klassifizierung der innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe nach dem sortimentsbezogenen Wachstum des Onlinehandel-Marktanteils	43
Abbildung 23:	Einkaufslagen der Innenstadt	45
Abbildung 24:	Online-Sichtbarkeit der innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe	47
Abbildung 25:	Online-Gefährdung der Innenstadt	48
Abbildung 26:	Verkaufsflächen und Umsätze im Geschäftsbereich Bruchstraße/ Bruchfeld ...	51
Abbildung 27:	Nutzungsstruktur im Geschäftsbereich Bruchstraße/ Im Bruchfeld	52
Abbildung 28:	Verkaufsflächen und Umsätze im Geschäftsbereich Welper	53

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

Abbildung 29:	Nutzungsstruktur im Geschäftsbereich Welper	54
Abbildung 30:	Nutzungsstruktur im Geschäftsbereich Niederwenigern	55
Abbildung 31:	Verkaufsflächen und Umsätze im Geschäftsbereich von Niederwenigern	56
Abbildung 32:	Nutzungsstruktur im Geschäftsbereich Blankenstein	57
Abbildung 33:	Verkaufsflächen und Umsätze im Geschäftsbereich Blankenstein	58
Abbildung 34:	Nutzungsstruktur im Geschäftsbereich Holthausen (Dorfstraße).....	59
Abbildung 35:	Verkaufsflächen und Umsätze im Geschäftsbereich Holthausen	60
Abbildung 36:	Nutzungsstrukturen im Geschäftsbereich Winz-Baak	61
Abbildung 37:	Verkaufsflächen und Umsätze im Geschäftsbereich Winz-Baak (Rauendahlstraße).....	62
Abbildung 38:	Verkaufsflächen und Umsätze im Gewerbegebiet Beul I	63
Abbildung 39:	Ergänzungsstandort Gewerbegebiet Beul I	64
Abbildung 40:	Verkaufsflächen und Umsätze im Gewerbegebiet Beul II	65
Abbildung 41:	Ergänzungsstandort Gewerbegebiet Beul II	66
Abbildung 42:	Verkaufsflächen und Umsätze im Gewerbegebiet Am Büchenschütz	67
Abbildung 43:	Ergänzungsstandort Gewerbegebiet Am Büchenschütz	68
Abbildung 44:	Nahversorgung in der Stadt Hattingen	70
Abbildung 45:	Umsatz-Kaufkraft-Relationen bei Nahrungs- und Genussmitteln in Hattingen nach Ortsteilen	71
Abbildung 46:	Zentrenkonzept.....	83
Abbildung 47:	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	89
Abbildung 48:	Zentraler Versorgungsbereich Welper	92
Abbildung 49:	Zentraler Versorgungsbereich Niederwenigern.....	94
Abbildung 50:	Nahversorgungsbezogene Verflechtungsbereiche in Hattingen	97
Abbildung 51:	Entwicklungsfläche für großflächigen Einzelhandel mit nicht- zentrenrelevanten Kernsortimenten	100
Abbildung 52:	Verkaufsflächenanteil nach Standortbereichen	103
Abbildung 53:	Sortimentsliste der zentren- und nahversorgungsrelevanten und nicht- zentrenrelevanten Sortimente der Stadt Hattingen	106

1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Die Stadt Hattingen beabsichtigt, ihren zuletzt 2010 aktualisierten Masterplan Einzelhandel erneut fortzuschreiben, um die Entwicklung des Einzelhandelsstandorts Hattingen für die nächsten Jahre nachhaltig mitgestalten zu können. Dafür wird auch eine umfassende Aktualisierung der Datengrundlagen zur Einzelhandelssituation erforderlich.

Dies resultiert vor allem daraus, dass der Einzelhandel sich weiterhin sehr dynamisch verändert und beispielsweise Fragen zur Nahversorgung und zu den Auswirkungen von E-Commerce auf Basis des bisherigen Konzeptes nicht mehr in allen Praxisfällen gelöst werden können.

Im besonderen Fokus steht dabei nach der zuletzt erfolgten Stärkung der Hattinger Innenstadt nunmehr die Situation in den sonstigen Ortsteilen. Neben Fragen zur generellen Perspektive der Nahversorgungszentren und Fachmarktstandorte sind aktuelle Planungsüberlegungen zu berücksichtigen und hinsichtlich ihrer Übereinstimmung mit den Zielen der Entwicklung zu bewerten. In diesem Zusammenhang ist auch die räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche zu überprüfen.

Bei der Fortschreibung des Masterplans Einzelhandel ist auch zu berücksichtigen, dass der Landtag Nordrhein-Westfalen im Dezember 2016 den neuen Landesentwicklungsplan NRW beschlossen hat, mit dem die Ziele und Grundsätze festgelegt werden, die im Rahmen der Bauleitplanung beachtet bzw. in die Abwägung von Bauleitplänen einbezogen werden müssen.

1.2 Methodische Vorgehensweise und Primärerhebungen

Die Untersuchung basiert auf folgenden Erhebungen und Datenquellen:

Betriebsstättenerhebung in der Stadt Hattingen

Im August 2016 wurde von der BBE eine Vollerhebung aller Einzelhandelsbetriebe¹ durchgeführt. Dabei wurden die Verkaufsflächen der Betriebe nach 30 Warengruppen differenziert erhoben. Darüber hinaus wurden in den zentralen Versorgungsbereichen die sonstigen publikumsintensiven

¹ Als Einzelhandelsbetriebe werden die Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an Endverbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Dabei werden auch Ladenhandwerksbetriebe (Bäckereien, Konditoren, Metzgereien) und Apotheken berücksichtigt. Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handels/ -Handwerks, des Handels mit Mineralölzeugnissen (außer größere Verkaufsräume in Tankstellen) und ähnlichen Waren.

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

Nutzungen (private Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen) und die leerstehenden Ladenlokale kartografisch dokumentiert. Unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie der branchen- und betriebsformenspezifischen Leistungskennziffern wurde die Umsatzleistung der Einzelhandelsbetriebe eingeschätzt. Die nachfolgenden Darstellungen beziehen sich auf den Datenstand August 2016.

Kundenwohnerhebung

Zur Ermittlung des Kundeneinzugsgebietes der Einkaufsstadt Hattingen wurde eine betriebliche Erfassung der Kundenwohnorte durchgeführt. An der Erhebung haben sich 21 Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe der Stadt Hattingen beteiligt. Die Ergebnisse beziehen sich auf Angaben von ca. 6.525 Kunden im Zeitraum 29.08. bis 03.09.2016.

Weitere Grundlagen

Das Kaufkraftpotenzial basiert auf IfH-Daten zum Branchenumsatz (Brancheninformationssystem Datenstand: 2015), aus dem die Pro-Kopf-Ausgaben berechnet werden. Zur Regionalisierung des Kaufkraftniveaus werden die sortimentsbezogenen Kaufkraftkennziffern aus der aktuellen Veröffentlichung der „MB-Research-Kaufkraft 2015“ zugrunde gelegt.

Für die Konzeptentwicklung wurde auf relevante Daten aus sekundärstatistischen Quellen sowie einzelhandelsbezogene Kenndaten der BBE Marktforschung zurückgegriffen. Vorliegende Planungsunterlagen der Stadt Hattingen wurden berücksichtigt.

Der vom Büro Stadt + Handel erarbeitete „Masterplan Einzelhandel für die Stadt Hattingen“ aus dem Jahre 2010 wurde u. a. für einen Zeitvergleich ausgewertet.

Wettbewerbsanalyse in der Region

Aufbauend auf den vorliegenden Untersuchungen in der Region wurde die regionale Angebotssituation im Einzelhandel bewertet.²

² U. a. Einzelhandels- und Zentrenkonzepte der Städte Essen (Masterplan Einzelhandel 2011), Bochum (Masterplan Einzelhandel Bochum Fortschreibung 2012), Witten (Fortschreibung Masterplan Einzelhandel für die Stadt Witten 2013), Sprockhövel (1. Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Sprockhövel 2016) und Velbert (Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Velbert 2008)

2 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

2.1 Siedlungsstruktur und Verkehrsanbindung

Das Mittelzentrum Hattingen gehört dem Ennepe-Ruhr-Kreis an. Die Stadt profitiert von der Lage im südlichen Ruhrgebiet in Verbindung mit einer landschaftlich attraktiven Einbettung in die Elfringhauser Schweiz. Die Nachbarstädte Hattingens sind die kreisfreien Städte Bochum, Essen und Wuppertal sowie die Städte Sprockhövel, Witten (beide Ennepe-Ruhr-Kreis) und Velbert (Kreis Mettmann).

Die Stadt Hattingen ist über die Anschlussstellen Sprockhövel und Witten-Herbede an die Autobahn 43 angeschlossen. Im Stadtgebiet verläuft als wichtigste Verkehrsachse in Nord-Südost-Richtung die Landesstraße 651 (Wuppertaler Straße/ Martin-Luther-Straße/ Bredenscheider Straße). Die Straßenbahnlinie 308 verkehrt zwischen Hattingen-Mitte und Bochum-Hauptbahnhof. Am S-Bahnhof Hattingen-Mitte besteht zudem ein Anschluss an die S-Bahn-Linie 3 Richtung Essen-Hauptbahnhof. Der Zentrale Omnibusbahnhof am S-Bahnhof Hattingen-Mitte schafft Verbindungen in die Ortsteile und zu allen umliegenden Städten.

Bereits im Mittelalter begünstigte die Lage zwischen dem Bergischen Land mit Metallproduktionen im Süden und der Hellwegzone im Norden mit der Herstellung von Textilwaren den Handel. Mit der Gründung der Henrichshütte im Jahr 1854 nahm die Schwerindustrie in Hattingen Einzug und prägte lange Zeit die monostrukturierte Wirtschaft. Die Henrichshütte gehörte bis zu ihrer Schließung im Jahre 1987 zu den größten Eisenverhüttungs- und Stahlproduzenten der Region. Heute weist die Stadt eine differenzierte Wirtschaftsstruktur mit Unternehmen vor allem aus den Branchen Maschinenbau, Elektrotechnik, Fahrzeugbau und Umwelttechnik auf. Rd. 70 % der Beschäftigten sind jedoch dem Dienstleistungsbereich zuzuordnen.

Die Altstadt ist mit fast 150 mittelalterlichen Fachwerkhäusern ein beliebtes Ausflugsziel des südlichen Ruhrgebietes. Zahlreiche Feste und Veranstaltungen und das Gastronomie- und Einzelhandelsangebot schaffen ein lebendiges Viertel.

Gleichzeitig zeugt der negative Pendlersaldo von der regionalen Einbindung der Stadt in den Wirtschaftsraum des Ruhrgebietes: Von den knapp 12.000 im Stadtgebiet sozialversicherungspflichtig Beschäftigten pendeln ca. 6.400 Personen ein, gleichzeitig gehen ca. 13.800 Hattinger Bürger einem Beschäftigungsverhältnis außerhalb der eigenen Wohngemeinde nach.³

³ Vgl. Bundesanstalt für Arbeit, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort mit Pendlerdaten, Stand: 30.06.2015

2.2 Demografische Entwicklung

Aktuell weist die Stadt Hattingen 56.450 Einwohner auf. Dabei liegt der Altersschnitt in Hattingen leicht über dem Bundesdurchschnitt. So ist der Anteil der über 45-Jährigen überdurchschnittlich, während der Anteil der Kinder und Jugendlichen sowie der Erwachsenen bis 45 Jahre unter den Vergleichswerten liegt.

Abbildung 1: Einwohner der Stadt Hattingen nach Altersgruppen

Altersgruppen	Einwohner				
	0 – 18 Jahre	18 – 45 Jahre	45 – 65 Jahre	65 Jahre und älter	Gesamt
absolut	8.208	16.481	18.340	13.421	56.450
in %	14,5	29,2	32,5	23,8	100,0
zum Vergleich: Deutschland in %	16,2	32,5	30,3	21,0	100,0

Quelle: Stadt Hattingen, Stand: 31.12.2015 bzw. Destatis, Stand: 31.12.2014

Die Stadt Hattingen zeigt in den letzten Jahren eine positive Bevölkerungsentwicklung, die neben der natürlichen Bevölkerungsbewegung aus Überschüssen im Rahmen der Bevölkerungswanderung resultiert (2011 - 2015: + 593 Einwohner, Quelle: IT NRW). Dabei lassen sich in den letzten Jahren – parallel zur landesweiten Entwicklung – steigende Wachstumsraten ablesen.

Abbildung 2: Einwohnerentwicklung der Stadt Hattingen

Jahr	Einwohner				
	2011	2012	2013	2014	2015
absolut	54.241	54.286	54.358	54.407	54.834
Veränderung zum Bezugsjahr 2011 in %	-	+ 0,1	+ 0,2	+ 0,3	+ 1,1
zum Vergleich: NRW in %	-	+ 0,1	+ 0,2	+ 0,5	+ 1,8

Quelle: IT NRW, jeweils Stand 31.12.

Den Siedlungsschwerpunkt stellt die Kernstadt Hattingen-Mitte mit ca. 36 % der Einwohner dar. Die Ortsteile Winz-Baak, Welper, Niederwenigern und Holthausen vereinigen jeweils über 10 % der Einwohner auf sich. Die übrigen 16 % der Bevölkerung verteilen sich auf 6 weitere Ortschaften mit

Einwohnerzahlen von 200 – 3.000 Personen je Ortsteil, sodass neben der Kernstadt ausgeprägte Siedlungsstrukturen vorhanden sind. Einzig im südlichen Stadtgebiet ist eine geringe Bevölkerungsdichte prägend.

Abbildung 3: Einwohner der Stadt Hattingen nach Ortsteilen

Ortsteil	Einwohner	
	abs.	in %
Hattingen-Mitte	20.202	35,8
Blankenstein	2.825	5,0
Bredenscheid-Stüter	3.082	5,5
Holthausen	5.857	10,4
Niederbonsfeld	2.464	4,4
Niederelfringhausen	188	0,3
Niederwenigern	6.066	10,7
Oberelfringhausen	361	0,6
Oberstüter	231	0,4
Welper	7.228	12,8
Winz-Baak	7.946	14,1
Stadt Hattingen gesamt	56.450	100,0

Quelle: Stadt Hattingen, Stand: 31.12.2015

Die Bevölkerungsvorausberechnung des Landesbetriebes Information und Technik NRW aus dem Jahre 2014 lässt für die Stadt Hattingen bis zum Jahre 2030 eine leicht wachsende Bevölkerungszahl (ca. + 0,2 %) erwarten. Für den Ennepe-Ruhr-Kreis wird dagegen für diesen Zeitraum ein Bevölkerungsrückgang (ca. - 4,0 %) prognostiziert, während landesweit eine leichter Positivtrend vorausgesagt wird (ca. + 0,8 %).

2.3 Regionale Wettbewerbssituation

Das Mittelzentrum Hattingen steht im regionalen Wettbewerb mit den benachbarten Oberzentren Essen und Bochum sowie den Mittelzentren Witten, Sprockhövel und Velbert.

Die **Stadt Essen** nimmt als wichtige Einkaufsstadt im polyzentrischen Verflechtungsraum des westlichen Ruhrgebietes oberzentrale Versorgungsfunktionen ein. Als Einzelhandelsstandort mit über 3.200 Einzelhandelsbetrieben und fast 1 Mio. m² Verkaufsfläche entfaltet sie eine große regi-

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

onale Ausstrahlungskraft.⁴ Die Einzelhandelsstrukturen sind durch das innerstädtische Hauptzentrum (ca. 218.000 m² Verkaufsfläche), durch Nebenzentren (u.a. Steele, Rüttenscheid, Borbeck und Altenessen) und zahlreiche Nahversorgungszentren geprägt. Die der Stadt Hattingen nächstgelegenen Versorgungszentren sind die Nahversorgungszentren Burgaltendorf-Alte Hauptstraße West und Burgaltendorf-Alte Hauptstraße Ost (Zentrentyp D), die Nebenzentren Kupferdreh und Überruhr-Hinsel (Zentrentyp C) sowie Steele (Zentrentyp B). Auch die großflächigen Anbieter an den verkehrsorientierten Sonderstandorten (u. a. Baumärkte, Einrichtungshäuser) übernehmen ergänzende Versorgungsfunktionen für Hattingen und die Region.

Die Essener Innenstadt (A-Zentrum) liegt zentral im Stadtgebiet und wird durch den Essener Hauptbahnhof und den innerstädtischen Erschließungsring begrenzt. Entlang der Haupteinkaufsachsen Kettwiger Straße und Limbecker Straße ist ein durchgehender Geschäftsbesatz u. a. mit Galeria Kaufhof, Primark, P & C und TK Maxx vorzufinden. In den beiden innerstädtischen Einkaufszentren Limbecker Platz (ca. 70.000 m²) und Rathaus Galerie (ca. 30.000 m²) konzentrieren sich zahlreiche Einzelhandelsangebote. Wichtige Magnetfunktionen übernehmen das Karstadt Warenhaus mit über 20.000 m² Verkaufsfläche, Saturn und C&A am Limbecker Platz sowie das Real SB-Warenhaus und Decathlon in der Rathaus Galerie. Vor allem dem Einkaufszentrum Limbecker Platz ist eine starke regionale Ausstrahlungskraft beizumessen.

Das C-Zentrum Kupferdreh befindet sich am südöstlichen Stadtrand von Essen und erstreckt sich entlang der Kupferdreher Straße und ist von den Hattinger Ortsteilen Niederbonsfeld und Niederwengern gut zu erreichen. Die Lebensmittelmärkte Edeka und Aldi sowie die Drogeriemärkte dm und Rossmann übernehmen gemeinsam mit dem kleinteiligen Einzelhandelsangebot die Nahversorgung.

Wichtige Magnetfunktionen für das C-Zentrum Überruhr-Hinsel im Bereich der Schulte-Hinsel-Straße kommen den Lebensmittelmärkten Edeka und Aldi zu. Der Angebotsschwerpunkt liegt hier ebenfalls in einer erweiterten Nahversorgung.

Die D-Zentren Burgaltendorf – Alte Hauptstraße Ost und West – fungieren als Nahversorgungszentren im östlichen Stadtgebiet und sind durch die Lebensmittelmärkte Edeka und Aldi bzw. Rewe, ergänzt durch wenige Fachgeschäfte, geprägt.

Das B-Zentrum Steele liegt im Osten der Stadt Essen und erstreckt sich vor allem entlang des als Fußgängerzone gestalteten Bereichs Bochumstraße/ Grendplatz/ Hansastrasse/ Kaiser-Otto-Platz.

⁴ Vgl. Stadt Essen, Masterplan Einzelhandel 2011

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

Der überwiegend kleinteilige Geschäftsbesatz wird durch die größeren Anbieter Möbel Rehmann, (5.800 m²), Saturn (3.000 m²), H & M (1.250 m²) sowie Lebensmittel- und Drogeriemärkte ergänzt.

Das **Oberzentrum Bochum** weist mit fast 640.000 m² Verkaufsfläche⁵ ebenfalls ein umfassendes Einzelhandelsangebot in allen Angebotsbereichen auf. Wichtige Geschäftszentren stellen die Innenstadt (Hauptgeschäftszentrum), das „besondere Stadtbezirkszentrum“ Wattenscheid-Innenstadt sowie die Stadtbezirkszentren Linden, Querenburg Uni-Center, Langendreer-Alter Bahnhof und Gerthe dar. Darüber hinaus entfalten die Sonderstandorte (u. a. RuhrPark, Hannibal) eine große räumliche Ausstrahlungskraft; vor allem der modernisierte RuhrPark wird auch bevorzugt von Kunden aus der Region aufgesucht. Für die Hattinger Bevölkerung sind darüber hinaus vor allem die Geschäftszentren in Linden, Dahlhausen, Stiepel und die Innenstadt nahegelegene Einzelhandelsstandorte. Im Möbelsegment stellt das regional bedeutsame Möbelhaus Hardeck einen wichtigen Anbieter dar.

Die Bochumer Innenstadt weist mit knapp 500 Betrieben und ca. 100.000 m² Verkaufsfläche ein innenstadttypisches Sortiment auf. Die Hauptfunktionsachsen der Bochumer Innenstadt sind die Kortumstraße, die Huestraße und der Boulevard. Wichtige Magnetfunktionen übernehmen die innerstädtischen Einkaufszentren City-Point und Drehscheibe sowie die größeren Bekleidungshäuser Baltz, SinnLeffers, C&A sowie Fachmärkte wie Saturn. Im Bereich des Justiz-Areals ist mit dem „Stadtquartier Viktoriastraße“ die Schaffung zusätzlicher innerstädtischer Einzelhandels- und Dienstleistungsfläche geplant.

Im Stadtbezirk Südwest erstreckt sich das Stadtbezirkszentrum Linden entlang der Hattinger Straße, das auch aus dem Hattinger Ortsteil Winz-Baak gut zu erreichen ist. Der Geschäftsbereich Linden-Mitte weist mit Rewe und Netto zwei Lebensmittelmärkte auf. Ergänzende Versorgungsfunktionen übernimmt der Lidl-Markt am Standort Welperstraße/ Lindener Straße. Darüber hinaus ist die Ansiedlung eines Edeka Supermarktes mit min. 1.500 m² Verkaufsfläche am Standort des ehemaligen Kaufhauses Wortmann im zentralen Versorgungsbereich Linden geplant. Insgesamt weist der Geschäftsbereich über 70 Einzelhandelsbetriebe auf (darunter u. a. dm Drogeriemarkt, Action Hartwarendiscounter und Möbel Rodemann).

Auch im angrenzenden Bochumer Stadtteil Dahlhausen ist ein gutes Nahversorgungsangebot zu verzeichnen. Im Nahversorgungszentrum Dahlhausen stellt eine Lidl-Filiale den größten Lebensmittelmarkt dar. Darüber hinaus bestehen ein Rewe-Markt im abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich und ein Aldi-Markt in enger räumlicher Zuordnung zum Versorgungszentrum. In Oberdahlhausen übernehmen eine Penny- und eine Netto-Filiale wohnungsnahe Versorgungsfunk-

⁵ Vgl. Junker + Kruse, Masterplan Einzelhandel Bochum Fortschreibung 2012

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

tionen. Darüber hinaus ist ein ergänzendes kleinteiliges Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot vorhanden.

Auch die Stadtteilzentren Stiepel und Weitmar-Mark sind vorrangig auf die Nahversorgung ausgerichtet. So übernehmen die Lebensmittelmärkte wichtige Magnetfunktionen (Stiepel: Rewe; Weitmar-Mark: Rewe, Aldi, Netto/ ehem. Kaiser's) für das ergänzende Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot.

Das **Mittelzentrum Witten** weist mit insgesamt 536 Einzelhandelsbetrieben und rund 196.000 m² Verkaufsfläche ein umfassendes Einzelhandelsangebot in allen Angebots- und Bedarfsbereichen auf.⁶ Vor allem im Möbelsegment trägt das Möbelhaus Ostermann zu einer regionalen Ausstrahlung bei.

Der Hauptgeschäftsbereich der Wittener Innenstadt erstreckt sich entlang der Bahnhofstraße. Wichtige Magnetbetriebe der Innenstadt sind mit Galeria Kaufhof an der Bahnhofstraße und im innerstädtischen Einkaufszentrum StadtGalerie (u. a. Saturn, H & M, C&A) ansässig. Die StadtGalerie hat zu einer Festigung des innerstädtischen Einzelhandelsangebotes beigetragen.

Das Nebenzentrum Herbede erstreckt sich vor allem entlang der Meesmannstraße. Das Nebenzentrum übernimmt Versorgungsfunktionen für das südliche Wittener Stadtgebiet und weist ein Angebot in der erweiterten Nahversorgung auf. Die Lebensmittelmärkte Edeka und Netto fungieren als Magnetbetriebe.

Das Nahversorgungsangebot im Stadtteil Herbede wird durch das Nahversorgungszentrum Im Hammertal um einen Rewe-Markt und ergänzende Grundversorgungsangebote erweitert.

Das **Mittelzentrum Sprockhövel** ist ebenfalls durch ein Einzelhandelsangebot geprägt, das vor allem die Grundversorgung der Wohnbevölkerung sicherstellt (Zentralität von ca. 64 %). Insgesamt sind ca. 140 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rund 28.300 m² und einem Gesamtumsatz von 101 Mio. € in der Stadt ansässig.⁷ Dabei bestehen mit den Geschäftsbereichen Haßlinghausen und Niedersprockhövel zwei zentrale Versorgungsbereiche.

In Niedersprockhövel erstreckt sich das innerörtliche Geschäftszentrum entlang der Hauptstraße mit einem Besatz von inhabergeführten Geschäften und Filialisten. Vor allem die gute Ausstattung mit Lebensmittelmärkten (ehem. Kaiser's, Rewe, Aldi, Lidl, Netto und Penny) trägt zu einer guten

⁶ Vgl. Junker + Kruse, Masterplan Einzelhandel für die Stadt Witten 2016 Fortschreibung

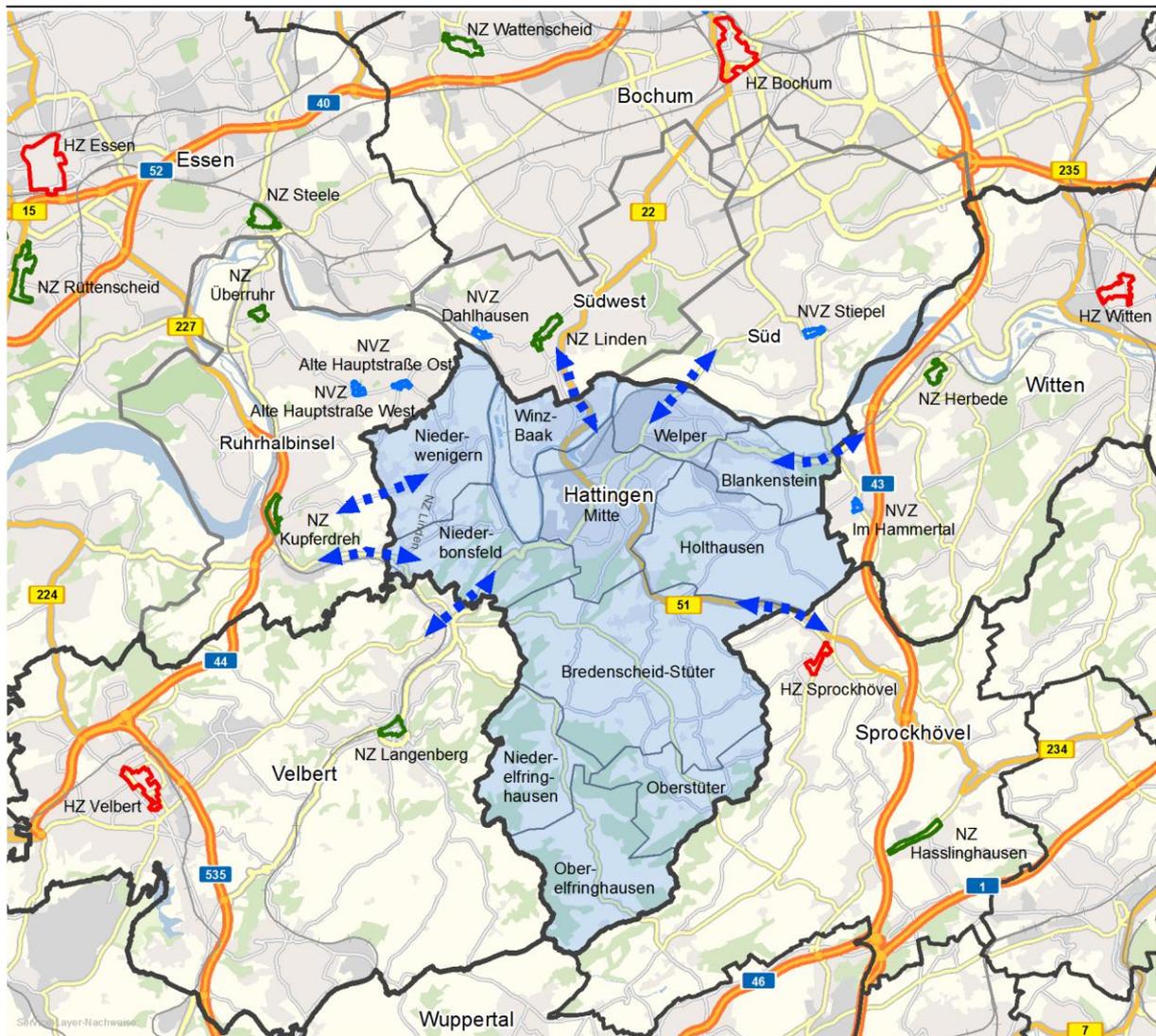
⁷ Vgl. CIMA, 1. Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Sprockhövel 2016

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

Nahversorgung bei. Gleichzeitig entfalten diese Betriebe auch eine Ausstrahlungskraft auf das südliche Stadtgebiet von Hattingen.

Magnetfunktionen für den Geschäftsbereich Haßlinghausen (Mittelstraße/ Rathausplatz) übernehmen ein Rewe- und ein Aldi-Markt im Rathausumfeld, die gemeinsam mit dem kleinteiligen Fachgeschäftsbesatz die Grundversorgung für die Bevölkerung im südlichen Stadtgebiet sicherstellen.

Abbildung 4: Einbindung der Stadt Hattingen in die regionalen Versorgungsstrukturen



Regionale Versorgungsstruktur

- Hauptzentrum
- Nebenzentrum
- Nahversorgungszentrum



Quelle: BBE-Darstellung

Das **Mittelzentrum Velbert** weist mit rund 135.000 m² Verkaufsfläche ein umfassendes Einzelhandelsangebot in allen Angebotsbereichen auf.⁸ In der Wettbewerbsbetrachtung für die Stadt Hattingen sind insbesondere die Geschäftszentren Innenstadt und Langenberg von Interesse. Eine übergemeindliche Versorgungsfunktion übernimmt auch das Möbelhaus Rehmann.

Das Innenstadtzentrum der Stadt Velbert liegt im Siedlungsschwerpunkt des Bezirks Mitte. Die Fußgängerzone erstreckt sich bandartig entlang der Friedrichstraße. In der Innenstadt wird ein vielseitiges Einzelhandelsangebot aller Bedarfsstufen offeriert. Zu den Magnetbetrieben zählen u. a. Kaufland, H & M, Intersport und Woolworth.

Das Nebenzentrum Langenberg liegt in der Tallage am Zusammenfluss der Fließgewässer Deilbach und Hardenberger Bach. Die Hauptstraße und die Kamper Straße bilden die beiden Haupteinkaufsstraßen. Der Angebotsschwerpunkt liegt im kurzfristigen Bedarfsbereich, wobei gemessen an der Verkaufsfläche die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel dominiert. Zu den Magnetbetrieben zählen die Lebensmittelmärkte Rewe und Netto.

Im Südwesten von Hattingen liegt das **Oberzentrum Wuppertal** mit den Hauptgeschäftsbereichen in den Stadtteilen Elberfeld und Barmen. Eine regionale Bedeutung kommt vor allem dem seit Herbst 2016 ansässigen Ikea Möbelhaus. Darüber hinaus ist die Ansiedlung eines Factory-Outlet-Centers (FOC) am Rande der Innenstadt von Elberfeld (Döppersberg) mit bis zu 30.000 m² Verkaufsfläche in der 2. Ausbaustufe geplant.

⁸ Vgl. Stadt + Handel, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Velbert 2008

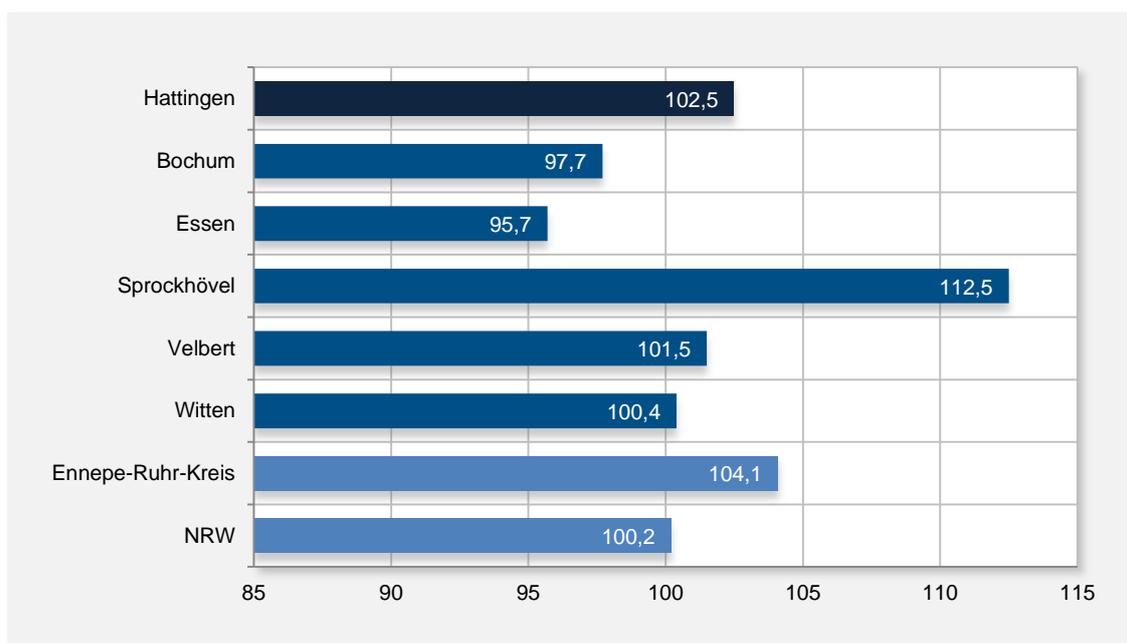
3 Nachfrageanalyse

3.1 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Stadt Hattingen

Zur Berechnung des einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumens werden die privaten Verbrauchsausgaben zugrunde gelegt, die wiederum aus dem verfügbaren Einkommen abzüglich der Sparquote resultieren. Von den privaten Verbrauchsausgaben im gesamten Bundesgebiet sind demnach aktuell pro Jahr und Kopf insgesamt 6.235 € einzelhandelsrelevant.⁹

Die MB-Research-Kaufkraftkennziffern weisen für die Stadt Hattingen aktuell ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau von 102,5 % aus. In den größeren Nachbarstädten liegen die Kaufkraftkennziffern weitgehend unter dem Niveau der Stadt Hattingen. Einzig in der Stadt Sprockhövel wird ein im NRW-Vergleich überdurchschnittliches Kaufkraftniveau erreicht (vgl. Abbildung 5).

Abbildung 5: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Stadt Hattingen und in Nachbarkommunen



Quelle: MBR-Kaufkraftkennziffern 2015 (Kaufkraftbasis stellt das wohnortbezogene Einkommen dar)

⁹ Quelle: Institut für Handelsforschung, Ergänzungen und Berechnungen der BBE (Marktvolumina 2015); unberücksichtigt bleiben u. a. die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Motorräder, Brennstoffe und Reparaturen.

Abbildung 6: Einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben in der Stadt Hattingen p. a.

Sortiment	Deutschland	Stadt Hattingen	
	Pro-Kopf-Ausgaben in €	Pro-Kopf-Ausgaben in €	Kaufkraft-potenzial in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	2.308	2.389	134,8
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	340	345	19,5
Apothekenwaren	543	573	32,4
Sanitätsbedarf, mediz., orthop. Artikel, Hörgeräte	87	92	5,2
Bekleidung, Wäsche	528	547	30,9
Schuhe, Lederwaren	121	122	6,9
Sport-, Campingartikel	98	96	5,4
Bücher, Zeitschriften	101	105	5,9
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	89	92	5,2
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	95	95	5,4
Möbel, Küchen	351	359	20,2
GPK*, Haushaltswaren, Geschenkartikel	60	60	3,4
Haus-, Tisch-, Bettwäsche	23	23	1,3
Heimtextilien, Gardinen	23	23	1,3
Bettwaren	45	46	2,6
Lampen und Leuchten	40	41	2,3
Elektro Großgeräte	52	53	3,0
Elektrokleingeräte	55	56	3,2
Unterhaltungselektronik, Ton-/ Bildträger, Computer, Telekommunikation	352	353	19,9
Foto	45	45	2,6
Optik	53	58	3,3
Uhren, Schmuck	74	75	4,2
Bau- und Heimwerkerbedarf	264	257	14,5
Farben, Bodenbeläge, Teppiche	80	78	4,4
Blumen	64	62	3,5
Pflanzen, Gartenbedarf	132	129	7,3
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	52	53	3,0
Fahrräder, Fahrradzubehör	51	50	2,8
Autozubehör	50	51	2,9
Sonstiger Einzelhandel**	59	61	3,4
Gesamt	6.235	6.389	360,7

* Glas, Porzellan, Keramik
 ** u. a. Antiquitäten, Kunstgegenstände, Briefmarken/ Münzen, Kinderwagen
 Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IfH-Daten und sortimentsbezogenen MBR-Kaufkraftkennziffern

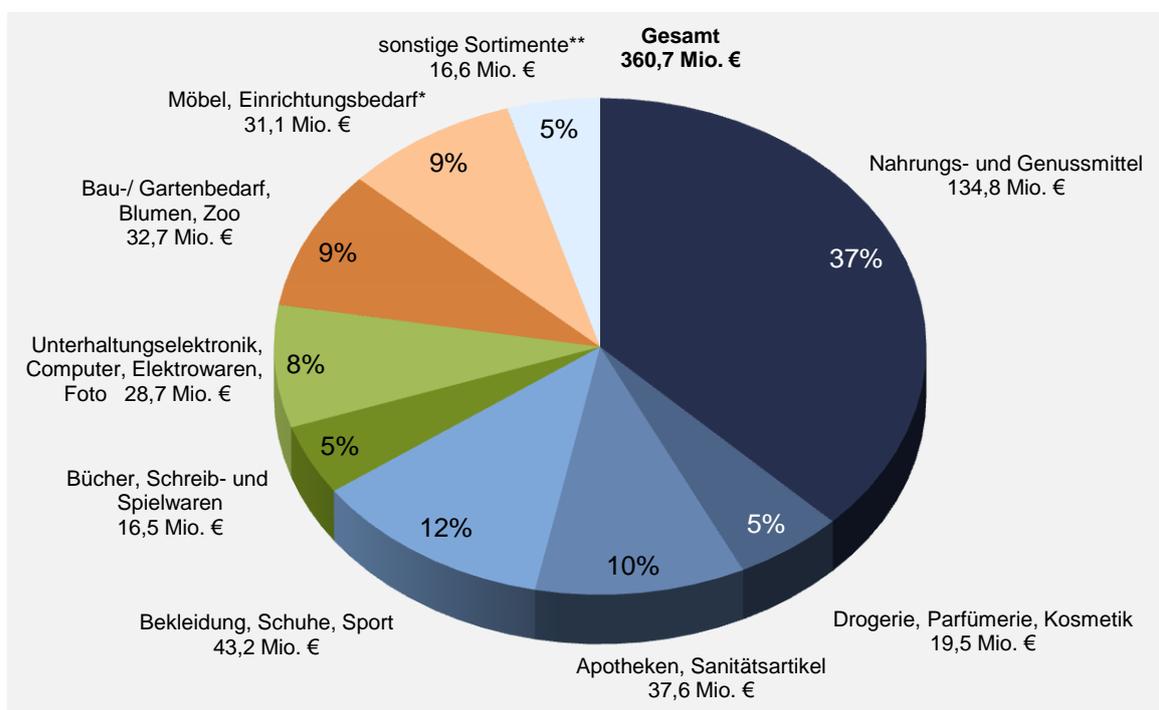
Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

Für die Stadt Hattingen ergeben sich unter Beachtung des leicht überdurchschnittlichen Kaufkraftniveaus jährliche Pro-Kopf-Ausgaben in Höhe von 6.389 €. Multipliziert mit der Einwohnerzahl lässt sich ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt Hattingen in Höhe von aktuell 360,7 Mio. € errechnen (vgl. Abbildung 6).

Mit rund 37 % entfällt ein großer Teil des Kaufkraftpotenzials auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Addiert man die Sortimente Drogerie-, Parfümeriewaren sowie Apotheken und Sanitätsartikel hinzu, entfallen rd. 52 % des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente.

Für die Leitbranchen Bekleidung/ Schuhe und Sport, Bücher/ Schreib- und Spielwaren sowie Unterhaltungselektronik/ Elektrowaren stehen im Stadtgebiet insgesamt ca. 88,4 Mio. € (ca. 25 %) zur Verfügung. Die jährlichen Ausgaben für Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel und Einrichtungszubehör summieren sich auf ca. 63,8 Mio. € (ca. 18 %), die sonstigen Warengruppen umfassen ca. 16,6 Mio. € Kaufkraft bzw. ca. 5 % des Gesamtvolumens (vgl. Abbildung 7).

Abbildung 7: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten



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

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

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

3.2 Kundenwohnerhebung

Um die Attraktivität des Einkaufsstandortes Hattingen und dessen Ausstrahlung in umliegende Orte und Gemeinden zu ermitteln, erfolgte im August/ September 2016 in innerstädtischen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben der Stadt Hattingen eine Kundenwohnerhebung zur Ermittlung des aktuellen Einzugsgebietes der Einkaufsstadt. Im Rahmen der Kassenvorgänge wurden die Wohnorte der Kunden ermittelt.

In 21 Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben in Hattingen wurden im Erhebungszeitraum vom 29.08. bis 03.09.2016 insgesamt ca. 6.525 Kunden hinsichtlich ihres Wohnortes befragt. Die Ergebnisse lassen sich wie folgt zusammenfassen (vgl. Abbildung 8):

- Mit ca. 61 % kommt der überwiegende Kundenanteil aus dem eigenen Stadtgebiet.
- Innerhalb der Stadt Hattingen ist die Kundenbindungsquote bezogen auf die Einwohnerzahl für alle Ortsteile relativ hoch. Dabei ist tendenziell eine geringere Bindungsintensität an die Innenstadt in den Ortsteilen Holthausen, Bredenscheid-Stüter/ Oberstüter, Welper und Blankenstein ablesbar.
- Die übergemeindliche Ausstrahlungskraft bezieht sich vor allem auf den Bochumer Stadtbezirk Südwest (ca. 11 % der Kunden) und die Städte Sprockhövel sowie Velbert (jeweils ca. 7 %). Jeweils rund 4 % der Kunden sind in den benachbarten Stadtbezirken Essen-Ruhrhalbinsel und Bochum-Süd wohnhaft.
- Die auswärtige Bindungsintensität ist für die Kunden aus Sprockhövel (177 Kunden je 10.000 Einwohner) am höchsten, mit deutlichem Abstand gefolgt von dem Bochumer Stadtbezirk Südwest (129 Kunden je 10.000 Einwohner), dem Essener Stadtbezirk Ruhrhalbinsel und dem Bochumer Stadtbezirk Süd (jeweils ca. 55 Kunden je 10.000 Einwohner) sowie der Stadt Velbert (ca. 52 Kunden je 10.000 Einwohner). Die Bindungsindizes liegen bei diesen Städten/ Stadtbezirken auf einem Niveau von 7 - 25 % des für die Stadt Hattingen ermittelten Index von 704 Kunden je 1.000 Einwohner.
- Der Anteil der Kunden aus dem weiteren Umland (u. a. Witten, Wuppertal, sonstige Stadtgebiete von Bochum und Essen) beläuft sich auf insgesamt ca. 6 %, wobei die Verflechtungsintensität so gering ist, dass nur Streuumsätze ablesbar sind.

Im Fazit lässt sich festhalten, dass die Einkaufsstadt Hattingen vor allem die eigene Bevölkerung versorgt. Darüber hinaus sind wechselseitige Versorgungsfunktionen mit den angrenzenden Siedlungsbereichen von Sprockhövel, Velbert, Essen-Südost und Bochum-Südwest festzustellen (vgl. Abbildung 9), für die jedoch nur eine eingeschränkte Verflechtungsintensität besteht, sodass sich die Versorgungsstrukturen funktional ergänzen. Darüber hinaus kann der Hattinger

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

Einzelhandel Streuumsätze mit Kunden aus einem großen räumlichen Umfeld erzielen, die die Einkaufsstadt in großen Zeitabständen/ sporadisch aufsuchen.

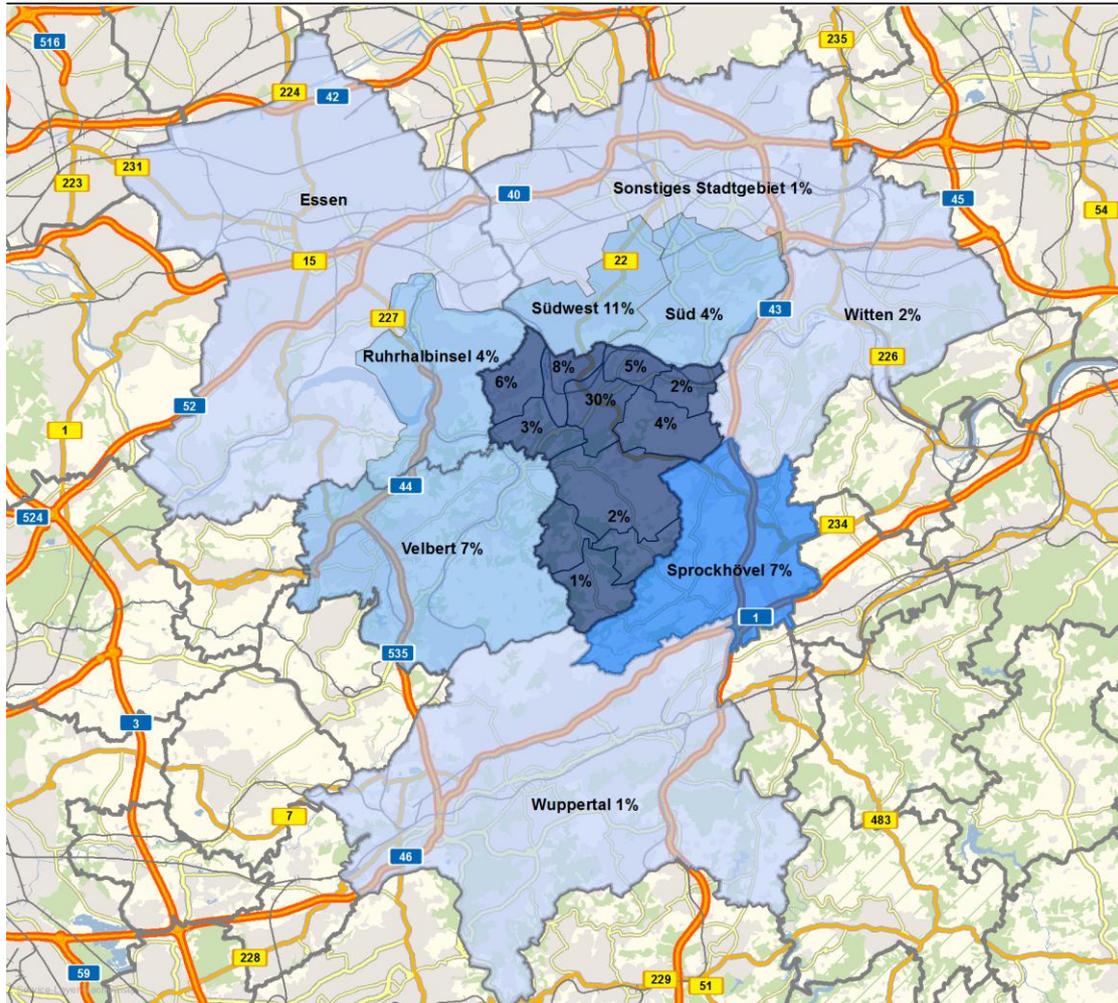
Abbildung 8: Kundenherkunft

Gemeinde/ Ortsteil	Einwohner		Kundenanzahl		Bindungsintensität
	abs.	abs.	in %	Kunden je 10.000 EW	
Hattingen-Mitte	20.202	1.937	30	958,8	
Hattingen-Blankenstein	2.825	141	2	499,1	
Hattingen-Bredenscheid-Stüter/ Oberstüter	3.313	149	2	449,7	
Hattingen-Holthausen	5.857	262	4	447,3	
Hattingen-Niederbonsfeld	2.464	165	3	669,6	
Hattingen- Nieder-/ Oberelfringhausen	549	46	1	837,9	
Hattingen-Niederwenigern	6.066	408	6	672,6	
Hattingen-Welper	7.228	326	5	451,0	
Hattingen-Winz-Baak	7.946	537	8	675,8	
Hattingen insgesamt	56.450	3.971	61	703,5	
Stadtbezirk Süd	50.253	275	4	54,7	
Stadtbezirk Südwest	54.692	704	11	128,7	
sonstiges Stadtgebiet	264.369	87	1	3,3	
Bochum insgesamt	369.314	1.066	16	28,9	
Stadtbezirk Ruhrhalbinsel	52.215	288	4	55,2	
Stadtbezirk Steele/ Kray	70.867	21	(*)	3,0	
sonstiges Stadtgebiet	465.793	14	(*)	0,3	
Essen insgesamt	588.875	323	4	5,5	
Haßlinghausen	9.000	196	3	217,9	
Niedersprockhövel	9.424	244	4	258,8	
sonstiges Stadtgebiet	6.781	6	(*)	8,8	
Sprockhövel insgesamt	25.205	446	7	176,9	
Velbert	81.430	425	7	52,2	
Witten	96.700	128	2	13,2	
Wuppertal	350.046	41	1	1,2	
Gäste/ Touristen	./.	38	1	./.	
Sonstige Städte	./.	87	1	./.	
Insgesamt	1.568.020	6.525	100	25,0	

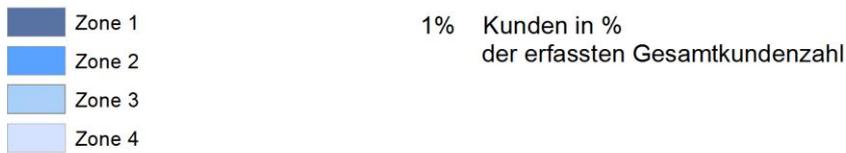
(*) marginal

Quelle: Kundenwohnortenerhebung August/ September 2016 durch 21 Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe, Einwohnerzahlen Stadt Hattingen/ Stadt Bochum/ IT.NRW (Stand 31.12.2015), Stadt Essen (Stand: 30.09.2016)

Abbildung 9: Einzugsgebiet



Kundenwohnortenerhebung



Quelle: BBE-Kundenwohnortenerhebung 2016, (n = 21 Betriebe/ 6.525 Kundenwohnorte)

4 Einzelhandelssituation in der Stadt Hattingen

4.1 Einzelhandelsausstattung nach Ortsteilen

In der Stadt Hattingen sind 320 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe ansässig, die insgesamt über eine Verkaufsfläche von ca. 87.800 m² verfügen und nach eigener Prognose einen Jahresumsatz in Höhe von ca. 279,0 Mio. € erwirtschaften.

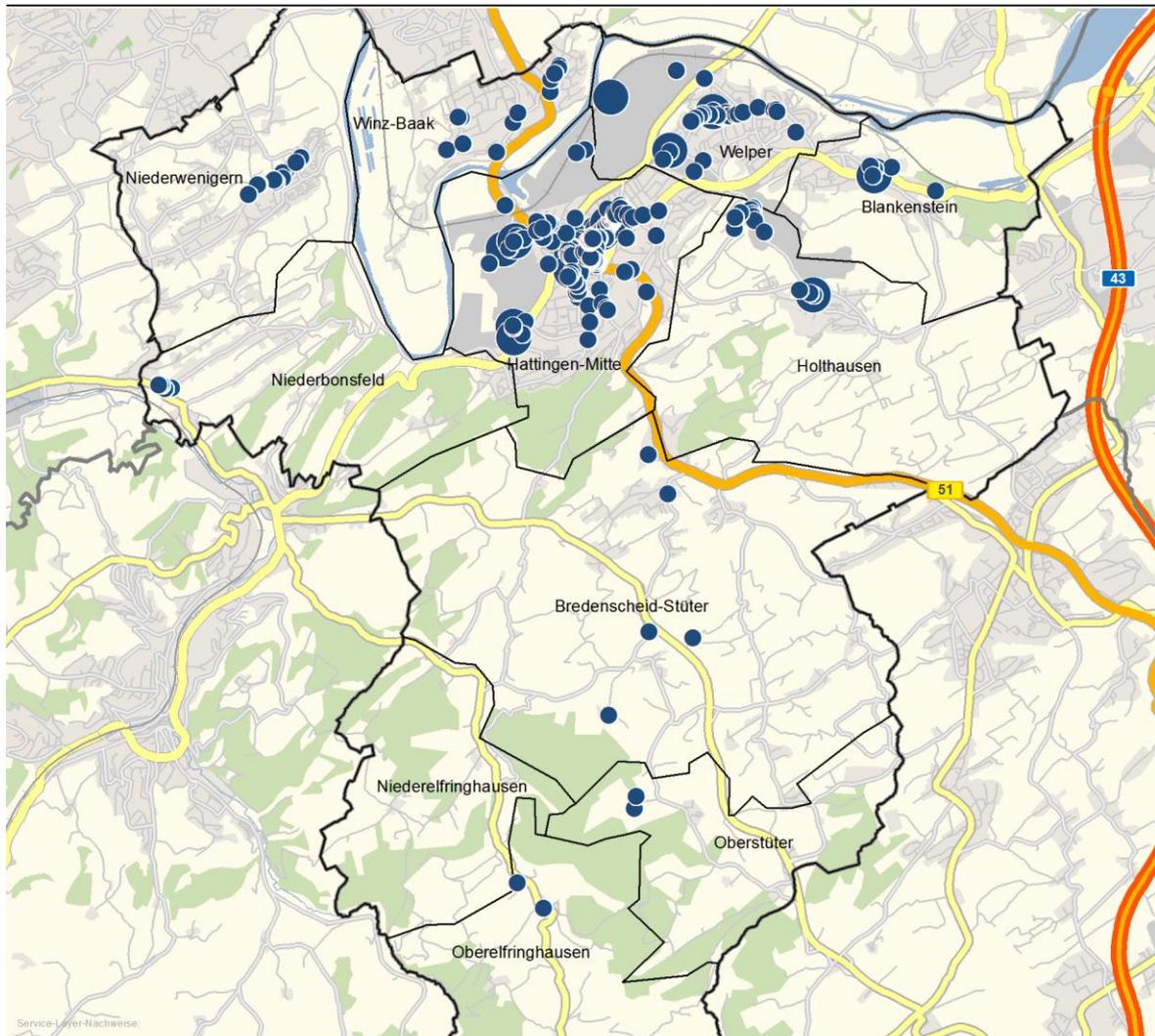
Abbildung 10: Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Hattingen nach Ortsteilen

Ortsteil	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz		Einwohner	
	abs.	in %	in m ²	in %	in Mio. €	in %	abs.	in %
Hattingen-Mitte	231	72,2	61.580	73,5	202,5	72,6	20.202	35,8
Blankenstein	6	1,8	2.210	2,6	8,7	3,1	2.825	5,0
Bredenscheid-Stüter/ Oberstüter	7	2,2	440	0,5	1,7	0,6	3.313	5,9
Holthausen	13	4,1	3.360	4,0	15,6	5,6	5.857	10,4
Niederbonsfeld	4	1,3	180	0,2	0,7	0,3	2.464	4,3
Nieder-/ Oberelfring- hausen	2	0,6	90	0,1	0,4	0,1	549	1,0
Niederwenigern	12	3,7	1.470	1,8	7,5	2,7	6.066	10,7
Welper	32	10,0	13.360	16,0	31,7	11,3	7.228	12,8
Winz-Baak	13	4,1	1.110	1,3	10,2	3,7	7.946	14,1
Stadt Hattingen gesamt	320	100,0	83.800	100,0	279,0	100,0	56.450	100,0

Quelle: BBE-Erhebungen

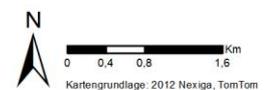
Zur Bewertung der Versorgungsstruktur der Stadt Hattingen ist u. a. die Relation zwischen der Einzelhandelsverkaufsfläche und der Einwohnerzahl heranzuziehen. Es ergibt sich ein Dichtewert (Arealitätsziffer) von 1,5 m² je Einwohner. Damit liegt die Flächenausstattung nur leicht unter dem Durchschnittswert in Deutschland von ca. 1,6 m² je Einwohner, sodass eine angemessene Versorgungsbedeutung für die Wohnbevölkerung ablesbar ist, ohne dass eine bedeutsame übergemeindliche Ausstrahlungskraft besteht.

Abbildung 11: Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Hattingen



Verteilung der Einzelhandelsbetriebe

- unter 800m² VKF
- über 800m² VKF



Quelle: BBE-Erhebungen

Der räumliche Schwerpunkt des Einzelhandelsangebotes liegt in Hattingen-Mitte. Knapp drei Viertel der Betriebe und der Verkaufsfläche sind in der Kernstadt konzentriert. Darüber hinaus weist der Ortsteil Welper eine differenzierte Nahversorgungsausstattung auf. In den Ortsteilen Niederwenigern, Winz-Baak, Blankenstein und Holthausen ist eine wohnungsnahe Grundversorgung (u. a. Lebensmittelmarkt, Bäckerei, Blumen, Metzgerei (nur Blankenstein) und Apotheke (nur Niederwenigern, Winz-Baak)) vorhanden. Die sonstigen Ortschaften verfügen über eine ausschnittsweise Einzelhandelsausstattung (u. a. Bäckerei und Hofläden in Bredenscheid-Stüter/ Oberstüter

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

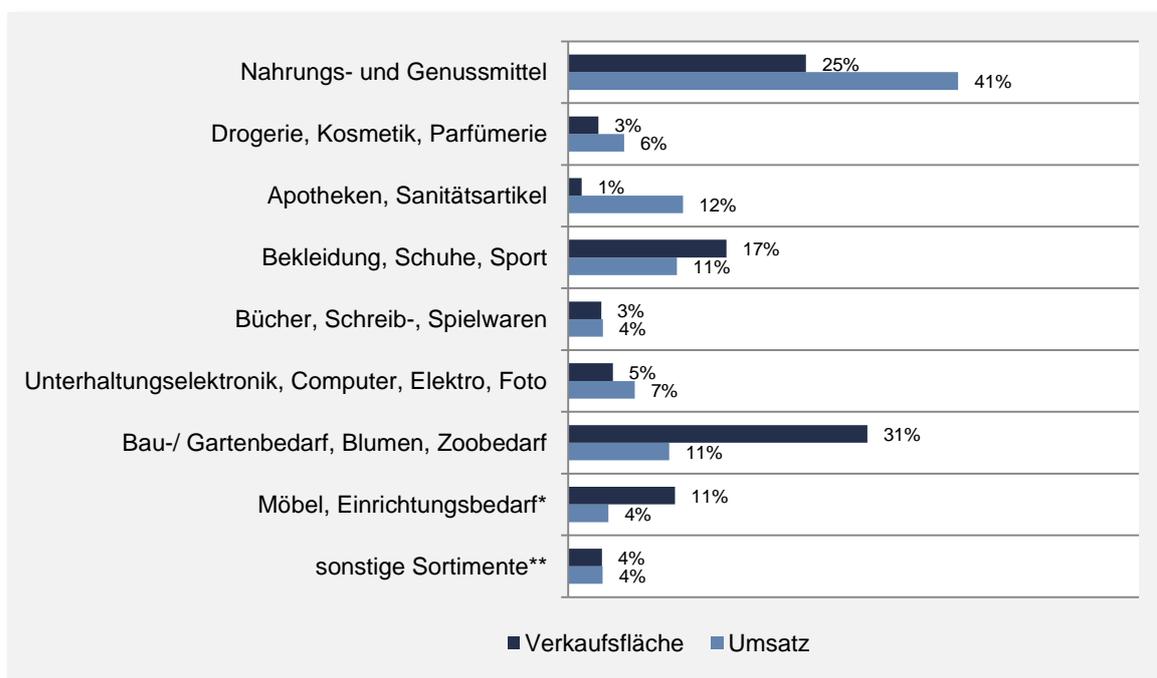
sowie Hofläden in Ober-/ Niederelfringhausen). Einzig in Niederbonsfeld ist keine lebensmittelbezogene Nahversorgungsausstattung vorhanden (Tankstelle, Blumen, Schreibwaren, Uhren/ Schmuck).

Der Einzelhandelsbesatz umfasst 17 großflächige Betriebe (> 800 m² Verkaufsfläche) mit insgesamt ca. 47.370 m² Verkaufsfläche, gleichbedeutend ca. 57 % an der Gesamtverkaufsfläche. Dabei handelt es sich um 8 Lebensmittelmärkte, 3 Fachanbieter für Bekleidung, 3 Bau- und Heimwerker- bzw. Baustoffmärkte sowie jeweils einen Fachmarkt für Elektrowaren und (Gebraucht-) Möbel sowie ein Warenhaus. Die großflächigen Betriebe mit Bekleidung, der Elektrofachmarkt und das Warenhaus befinden sich in der Innenstadt und übernehmen damit wichtige Magnetfunktionen für den innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich. Darüber hinaus sind Konzentrationen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in den Gewerbegebieten Beul I und II sowie Zum Büchschütz vorzufinden. Großflächige Lebensmittelmärkte sind auch an nahversorgungsorientierten Standorten im Stadtgebiet (u.a. Rewe in der Südstadt/ Bruchstraße, in Blankenstein und Welper sowie Edeka in Holthausen) ansässig.

4.2 Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten

Die Einzelhandelsausstattung der Stadt Hattingen weist verkaufsflächenbezogene Angebotschwerpunkte bei den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung/ Schuhe/ Sport sowie Bau- und Heimwerkerbedarf (inkl. Pflanzen, Blumen, Zooartikel) auf (vgl. Abbildung 12).

Der höchste sortimentsbezogene Umsatz wird mit **Nahrungs- und Genussmitteln** erzielt. Prägend sind die Lebensmittelmärkte Kaufland, Rewe in der Innenstadt sowie Aldi und Lidl im Gewerbegebiet Beul I, die eine gesamtstädtische Ausstrahlung entfalten. Darüber hinaus sind wohnungsnah Strukturen mit Rewe, Norma und Netto in Hattingen-Mitte sowie Rewe, Netto und Penny in Welper, Rewe in Blankenstein, Edeka und Lidl in Holthausen, Rewe in Niederwenigern, Aldi in Winz-Baak vorhanden. Eine kleinteilige Grundversorgung, vor allem durch das Lebensmittelhandwerk sowie den spezialisierten Lebensmitteleinzelhandel (u. a. Getränkehandel/ Kiosk, Obst & Gemüse-, Reformhandel), ergänzt die Nahversorgung. Insbesondere im südlichen Stadtgebiet sind 8 Hofläden ansässig.

Abbildung 12: Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Hattingen nach Sortimenten


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

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

Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Das Ausstattungsniveau bei Lebensmittel-SB-Märkten liegt in der Stadt Hattingen aktuell mit rd. 0,32 m² Verkaufsfläche je Einwohner deutlich unter dem bundesdurchschnittlichen Niveau (ca. 0,40 m² Verkaufsfläche je Einwohner; vgl. Abbildung 13).¹⁰ Betriebstypenbezogen ist eine geringe Angebotsausstattung bei Discountern festzustellen, während die Versorgung durch Super- und Verbrauchermärkte dem Durchschnitt in Deutschland entspricht. Der Betriebstyp des „großen Supermarktes“ (> 2.500 m² Verkaufsfläche) ist in der Stadt Hattingen nicht vorzufinden.

Darüber hinaus ist ein differenzierter Besitz mit kleinteiligen Nahrungs- und Genussmittelangeboten (u. a. Bäckereien, Metzgereien, Obst- und Gemüsegeschäften/ Hofläden, Getränkehandel/ Kiosk) gegeben; insgesamt sind 79 Betriebe mit ca. 5.750 m² Verkaufsfläche im Stadtgebiet ansässig.

¹⁰ Ohne Ladenhandwerk, Fachgeschäfte, Getränkemärkte

Abbildung 13: Lebensmittelangebot der Stadt Hattingen nach Betriebsformen

Vertriebstypen	Stadt Hattingen (56.450 EW)		Bundesdurchschnitt (82.175.700 EW)	
	Verkaufsfläche ¹ in m ²	Arealität in VKF m ² /EW	Verkaufsfläche ¹ in Mio. m ²	Arealität in VKF m ² /EW
SB-Warenhäuser/ Verbrauchermärkte (> 5.000 m ² VKF)	5.380	0,10	6,1	0,07
Große Supermärkte (2.500 – 5.000 m ² VKF)	-	-	3,7	0,05
Supermärkte (400 – 2.500 m ² VKF)	6.740	0,12	10,6	0,13
Discounter	5.710	0,10	12,5	0,15
Summe	17.830	0,32	32,9	0,40

¹ inkl. Verkaufsfläche für Nonfood-Sortimente und Konzessionäre
 (*) marginal
 Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2016 (Stand: 2015), BBE-Berechnungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Der Nahversorgung dienen darüber hinaus die Angebotsbereiche **Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik sowie Pharmazie/ Sanitätswaren**. Der Drogerie- und Parfümeriebereich ist durch 2 Drogeriemärkte und 3 Parfümerien sowie durch die Drogerieabteilungen der Lebensmittelmärkte ausgestattet. Der Angebotsschwerpunkt liegt in der Innenstadt. Die wohnungsnah Drogeriewarenversorgung in den Ortsteilen erfolgt durch die Lebensmittelmärkte.

Die Apothekenausstattung ist mit 13 Betrieben im Verhältnis zum Bundesdurchschnitt leicht unterdurchschnittlich¹¹ und zeigt die ergänzende Versorgungsbedeutung der Nachbarstädte im medizinischen Bereich. Auch hier ist eine hohe Konzentration auf die Kernstadt (10 Apotheken, davon 8 in der Innenstadt) festzustellen. Darüber hinaus sind Apotheken in den Ortsteilen Welper, Niederwengern und Winz-Baak vorhanden. Das Sanitätsangebot konzentriert sich dagegen auf die Innenstadt (insgesamt 6 Betriebe inkl. medizinische, orthopädische, akustische Fachanbieter).

Im Angebotssegment **Bekleidung, Schuhe und Sport** weist die Stadt ein umfangreiches und leistungsfähiges Angebot auf. Magnetfunktionen für die Innenstadt kommen den größeren Bekleidungshäusern (vor allem C&A, H & M, Vögele) sowie den Schuhanbietern (Deichmann, Schuhhaus Heller, Voswinkel) zu. Darüber hinaus sind in der Innenstadt rund 50 weitere Fachgeschäfte/

¹¹ In der Stadt Hattingen liegt die Apothekendichte bei einer Apotheke je 4.300 Einwohner. Im NRW-Landesdurchschnitt wird ein Wert von ca. 4.000 Einwohnern je Apotheke erreicht (Quelle: APDA-Statistik 2015). Die Apothekendichte hängt jedoch auch wesentlich von der Zahl ortsansässiger Ärzte ab, sodass die medizinische Versorgung der Gemeinde durch Angebote in Nachbarstädten ergänzt wird.

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

Fachmärkte ansässig, sodass ein differenziertes Angebot unterschiedlicher Angebotsniveaus und Zielgruppenbezüge vorhanden ist. Einzig im Sportsegment weist die Hattinger Innenstadt mit einem Fachgeschäft nur ein ausschnittweises Angebot auf.

In den Ortsteilen beschränkt sich das Bekleidungsangebot auf ein Fachgeschäft in Welper sowie kleinere Boutiquen in Blankenstein und Holthausen.

Der Angebotsbereich **Bücher, Schreib- und Spielwaren** ist durch Fachgeschäfte/ Fachmärkte geprägt. Im Bereich Bücher ist mit der Mayerschen eine Buchhandlung ansässig. Schreibwaren und Büroartikel werden von 3 innerstädtischen Fachgeschäften und als Randsortimente u. a. von Lebensmittelbetrieben, Hartwarendiscountern/ Sonderpostenanbietern (u. a. Kodi/ Euroshop) angeboten. Im Segment Spielwaren besteht mit 3 Fachgeschäften und 3 Spezialanbietern im Bereich Handarbeiten sowie 2 Musikalienanbieter ein umfassendes Angebot in der Innenstadt. In den Ortsteilen bieten Kioske und sonstige Fachgeschäfte vor allem Zeitschriften, Schreib- und ausschnittweise Spielwaren an. Darüber hinaus ist auch durch das Randsortiment der Lebensmittelmärkte ein Grundangebot in allen größeren Ortsteilen gewährleistet.

Ein hoher Verkaufsflächenanteil entfällt auf den **Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf** (ca. 31 % der Verkaufsfläche, inkl. Blumen, Pflanzen und Tierbedarf). Gleichzeitig werden in diesem Angebotssegment etwa 11 % des Hattinger Einzelhandelsumsatzes generiert. Aus diesen Zahlen ist die flächenintensive Warenpräsentation der Anbieter von Bau- und Gartenbedarf ablesbar. Wesentliche Anbieter sind die Bau- und Gartenmärkte OBI und Hellweg, verschiedene Fliesen-, Sanitär- und Bodenbelagsfachmärkte, der Baustoffhandel, der Zoofachmarkt Fressnapf, Gartenbaubetriebe und kleinteilige Fachgeschäfte (u. a. bei Blumen).

Im Bereich **Möbel und Einrichtungsbedarf** wird das Angebot durch spezialisierte Fachhändler in den Bereichen Küchen, Badeinrichtung, Glas/ Porzellan/ Keramik/ Geschenkartikel, Lampen/ Leuchten, Wohnaccessoires sowie Raumausstattung bestimmt, die ein zielgruppenspezifisches Angebot aufweisen. Ein Möbelangebot ist – abgesehen von Mäck Möbel (Second-Hand-Möbel) sowie dem Dänischen Bettenlager – nicht vorhanden. In der Innenstadt werden vor allem Raumausstattungsartikel und Wohnaccessoires angeboten, wichtige Anbieter sind Depot, Xenos, Nanu Nana sowie zahlreiche Fachgeschäfte.

Das Angebot mit **Elektrowaren, Unterhaltungselektronik, Computern, Kommunikation und Foto** wird durch den innerstädtischen Elektrofachmarkt Saturn, 10 Mobilfunk-Shops sowie durch verschiedene kleinere und mittlere Fachgeschäfte geprägt.

Die **sonstigen Sortimente** beziehen sich vor allem auf Fachgeschäfte für Optik und Uhren/ Schmuck, Kunst sowie Fachmärkte in den Bereichen Fahrräder und Autozubehör, die eine weitgehende Versorgung der Bevölkerung der Stadt Hattingen sicherstellen können.

Abbildung 14: Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Hattingen nach Sortimenten

Sortiment	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m ²	in %	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	20.510	24,5	113,6	40,7
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	2.650	3,2	16,2	5,8
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, mediz., orthop. Artikel, Hörgeräte	1.210	1,4	35,4	12,7
Bekleidung, Wäsche	11.880	14,2	25,6	9,2
Schuhe, Lederwaren	1.770	2,1	5,2	1,9
Sport-, Campingartikel	260	0,3	0,8	0,3
Bücher, Zeitschriften	1.040	1,2	4,4	1,6
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	870	1,0	3,2	1,1
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	990	1,2	2,5	0,9
Möbel, Küchen	3.450	4,1	4,6	1,6
GPK*, Haushaltswaren, Geschenkartikel	3.890	4,6	3,1	1,1
Haus-, Tisch-, Bettwäsche	580	0,7	0,9	0,3
Heimtextilien, Gardinen	400	0,5	0,6	0,2
Bettwaren	460	0,6	0,7	0,3
Lampen und Leuchten	610	0,7	1,8	0,6
Elektrohaushaltsgeräte	1.100	1,3	5,6	2,0
Unterhaltungselektronik, Computer, Telekom., Foto	2.840	3,4	15,4	5,5
Optik, Uhren, Schmuck	1.120	1,3	4,8	1,7
Bau- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge, Teppiche	19.410	23,2	17,8	6,4
Blumen, Pflanzen, Gartenbedarf	5.600	6,7	9,2	3,3
Tierfutter, Heimtierzubehör, lebende Tiere	1.320	1,6	2,4	0,9
Fahrräder, Fahrradzubehör	740	0,9	1,7	0,6
Autozubehör	640	0,8	2,5	0,9
Sonstiger Einzelhandel**	460	0,5	1,0	0,4
Gesamt	83.800	100,0	279,0	100,0

* Glas, Porzellan, Keramik
 ** u. a. Kinderwagen, Antiquitäten, Kunstgegenstände, Bilderrahmen
 Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Im Zeitraum 2007 – 2016 ist ein Rückgang des Einzelhandelsangebotes um rd. 45 Betriebe und ein Verkaufsflächenwachstum um ca. 16.600 m² Verkaufsfläche festzustellen.¹² Damit ist ein Struk-

¹² Einzelhandelsdaten aus dem Jahr 2007: vgl. Stadt + Handel, Masterplan Einzelhandel für die Stadt Hattingen, 2010; Abweichungen im Hinblick auf die Zuordnung der Betriebe zu den Sortimenten sind

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

turwandel abzulesen, bei dem nach wie vor die Größe der Geschäfte ansteigt, die Zahl der Einzelhandelsbetriebe jedoch rückläufig ist.

Der höchste Flächenzuwachs ist im Baumarktsegment zu verzeichnen. Hier schlägt gleichermaßen die Erweiterung des Hellweg-Marktes wie auch Entwicklungen im Baustoffhandel zu Buche.

Eine positive Verkaufsflächenentwicklung ist auch bei Nahrungs- und Genussmitteln (ca. + 3.600 m²) festzustellen, die auf die Flächenerweiterung ansässiger Betriebe (u. a. Erweiterung verschiedener Supermärkte, Lidl im Gewerbegebiet Beul I) und auf Neuansiedlungen (u. a. Kaufland in der Innenstadt) zurückzuführen ist. Gleichzeitig sind vor allem Fachgeschäfte und kleinere Lebensmittelmärkte (u. a. Plus in der Innenstadt, Edeka in Winz-Baak) aus dem Markt ausgeschieden. Insgesamt hat sich das Nahversorgungsangebot jedoch bedarfsgerecht weiterentwickelt.

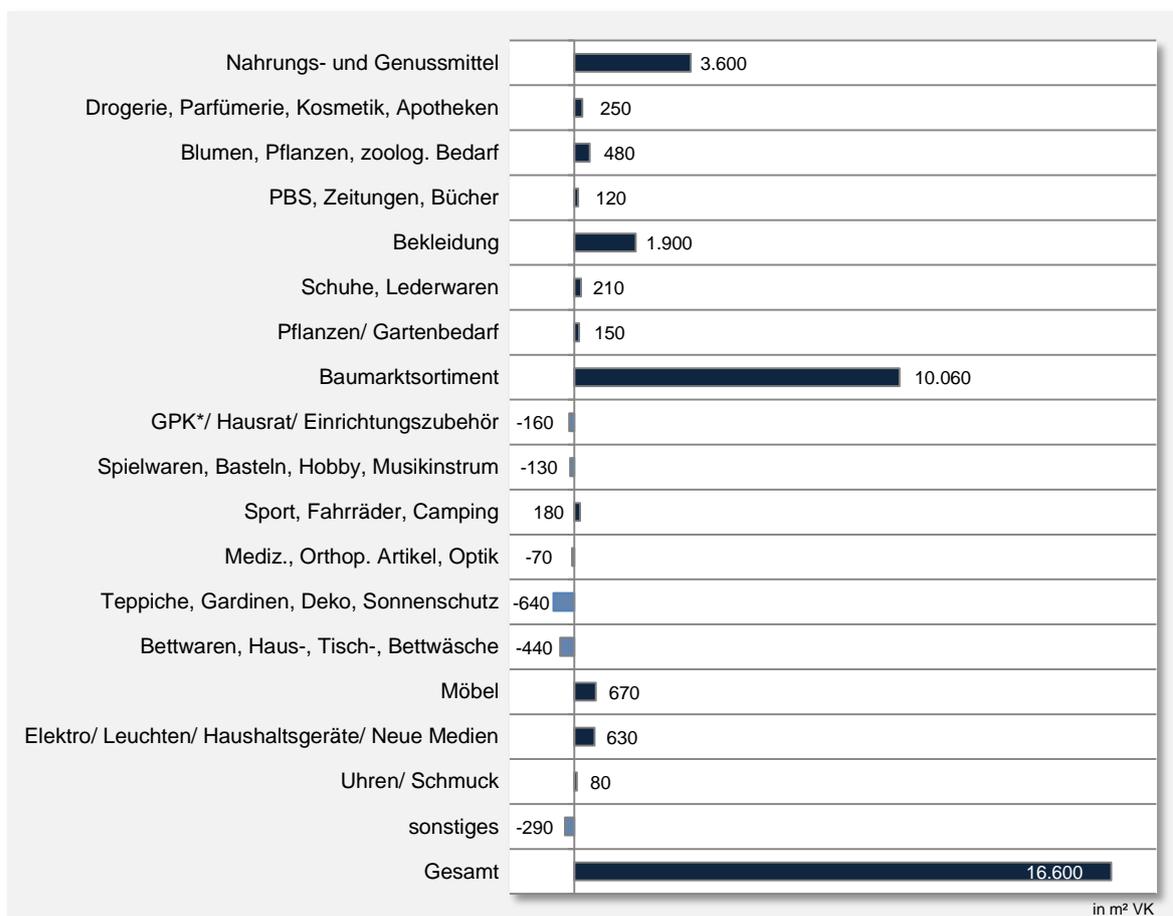
Im Bereich Drogerie- und Parfümeriewaren sind Betriebsschließungen bei einem leichten Verkaufsflächenanstieg zu verzeichnen. Dies ist vor allem auf die Schließung der Schlecker-Märkte zurückzuführen. Gleichzeitig wurde ein größerer Drogeriemarkt in der Innenstadt angesiedelt und das Drogeriewarenangebot der Lebensmittelmärkte ausgebaut.

Das Bekleidungs- und Schuhangebot weist ein Flächenwachstum auf, das in erster Linie auf größere Betriebseinheiten zurückzuführen ist. Wesentlich für diese Entwicklung ist die Realisierung des innerstädtischen Einkaufszentrums Reschop Carré, in dem rd. 50 % der Verkaufsfläche durch Bekleidungs- und Schuhangebote belegt werden. Damit konnte auch der Verkaufsflächenverlust im Bekleidungssegment durch die Hertie-Schließung von anderen Anbietern „aufgefangen“ werden.

Die Entwicklung im Segment Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik ist u. a. durch die Ansiedlung des innerstädtischen Saturn-Marktes und von Mobilfunk-Shops bei zwischenzeitlicher Schließung des Fachmarktes Technik-Land bestimmt.

Auch in den Angebotssegmenten Glas/ Porzellan/ Keramik sowie Heimtextilien sind Fachgeschäfte und Fachmärkte aus dem Markt ausgeschieden (u. a. Hammer Heimtex), während sich neue Betriebskonzepte etablieren konnten (u. a. Depot, Nanu Nana). Der Möbeleinzelhandel weist in Hattingen einige betriebliche Veränderungen auf, die jedoch nur mit einem geringen Flächenwachstum einhergehen. Dagegen ist das Angebot im Bau- und Heimwerkerbedarf per Saldo durch ein Verkaufsflächenwachstum geprägt, das aus betrieblichen Erweiterungen resultiert.

möglich. Insbesondere im Hinblick auf die Warengruppe „Baumarktsortiment“ ist der Verkaufsflächenzuwachs nicht vollständig zu erklären, ggf. sind Baustoffangebote in der Vorläuferuntersuchung nicht dem Einzelhandel zugeordnet worden.

Abbildung 15: Verkaufsflächenentwicklung 2007 - 2016


Quelle: BBE-Berechnungen unter Verwendung der Stadt + Handel-Daten 2007; Sortimentsgliederung nach Stadt + Handel

Zusammenfassend ist hervorzuheben, dass sich das Einzelhandelsangebot der Stadt Hattingen nach wie vor durch eine starke innerstädtische Konzentration und eine hohe Angebots- und Betriebstypenvielfalt auszeichnet. Vor allem das innerstädtische Reschop Carré hat zu einer positiven Weiterentwicklung der Hattinger Innenstadt als Einkaufsort beigetragen. Neben der Innenstadt kommt insbesondere den Gewerbegebietsstandorten Beul I/ II und Am Büchenschütz eine gesamtstädtische Versorgungsbedeutung zu. Die Versorgungsstrukturen in den Ortsteilen beziehen sich vor allem auf die Nahversorgung.

4.3 Einzelhandelszentralität und Kaufkraftbewegungen

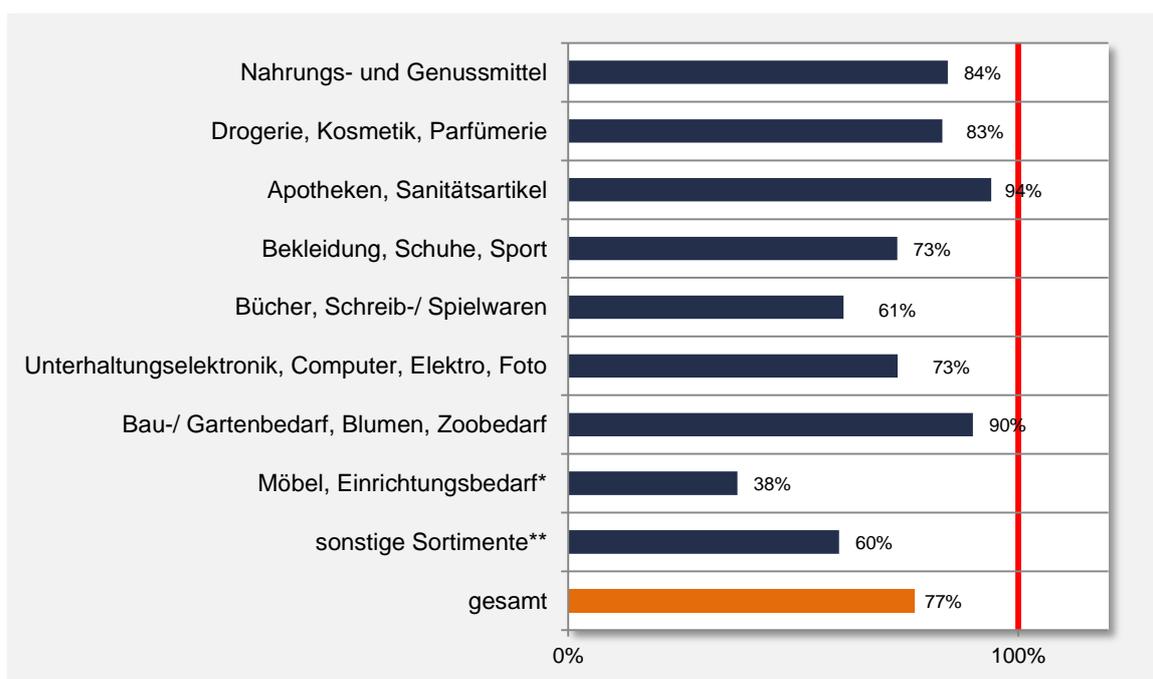
Aufbauend auf den Ergebnissen der Angebots- und Nachfrageanalyse lässt sich die Versorgungsbedeutung des Einzelhandels mit Hilfe der Einzelhandelszentralität bewerten. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation stellt das Verhältnis zwischen den erwirtschafteten Umsätzen des Hattinger Einzel-

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

handels und dem Kaufkraftpotenzial der Hattinger Bevölkerung dar. Für die Stadt Hattingen liegt die Umsatz-Kaufkraft-Relation bei ca. 77 %, sodass das vorhandene Kaufkraftpotenzial den erwirtschafteten Gesamtumsatz um ca. 23 %-Punkte überschreitet und somit per Saldo knapp 82 Mio. € Kaufkraft in die Region und in den E-Commerce abfließen. Die Umsatz-Kaufkraft-Relationen nach Sortimenten lassen Rückschlüsse auf die Stärken und Schwächen des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Hattingen in Verbindung mit der regionalen Wettbewerbssituation zu (vgl. Abbildung 16 und Abbildung 17).

Dabei ist zu beachten, dass üblicherweise im Bereich der Nahversorgung eine höhere Einkaufsorientierung auf das Wohnumfeld besteht als bei spezialisierten Artikeln des mittel- und langfristigen Bedarfs, bei denen die Stadt Hattingen in einem stärkeren Wettbewerbsbezug zu den benachbarten Großstädten und zum E-Commerce steht und damit tendenziell geringere Umsatz-Kaufkraft-Relationen erzielt wird.

Abbildung 16: Umsatz-Kaufkraft-Relation im Überblick



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen
 ** Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder/ Fahrradzubehör, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst
 Quelle: BBE-Berechnungen

Im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel weist die Umsatz-Kaufkraft-Relation von ca. 84 % darauf hin, dass Defizite in der Grund- bzw. Nahversorgung der Hattinger Bevölkerung bestehen. Neben den angebotsunabhängigen Kaufkraftbewegungen aufgrund von Pendlerverflechtungen und sonstigen persönlichen Präferenzen, fließt aus der Stadt Hattingen ein relativ hoher Anteil von

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

nahversorgungsrelevanter Kaufkraft in die Umlandkommunen ab. Dies steht u. a. im Zusammenhang mit der bereits festgestellten unterdurchschnittlichen Ausstattung mit Lebensmittelmärkten.

Abbildung 17: Kaufkraftbewegungen

Sortiment	Kaufkraft	Umsatz	Umsatz-Kaufkraft-Relation	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	134,8	113,6	84	-21,2
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikwaren	19,5	16,2	83	-3,3
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, mediz., orthop. Artikel, Hörgeräte	37,6	35,4	94	-2,2
Bekleidung, Wäsche	30,9	25,6	83	-5,3
Schuhe, Lederwaren	6,9	5,2	75	-1,7
Sport-, Campingartikel	5,4	0,8	15	-4,6
Bücher, Zeitschriften	5,9	4,4	75	-1,5
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	5,2	3,2	62	-2,0
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	5,4	2,5	46	-2,9
Möbel, Küchen	20,2	4,6	23	-15,6
GPK*, Haushaltswaren, Geschenke	3,4	3,1	91	-0,3
Haus-, Tisch-, Bettwäsche	1,3	0,9	69	-0,4
Heimtextilien, Gardinen	1,3	0,6	46	-0,7
Bettwaren	2,6	0,7	27	-1,9
Lampen und Leuchten	2,3	1,8	78	-0,5
Elektrohaushaltsgeräte, Unterhaltungselektronik, Computer, Telekom., Foto	28,7	21,0	73	-7,7
Optik, Uhren, Schmuck	7,5	4,8	64	-2,7
Bau- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge, Teppiche	18,9	17,8	94	-1,1
Blumen, Pflanzen, Gartenbedarf	10,8	9,2	85	-1,6
Tierfutter, Heimtierzubehör, lebende Tiere	3,0	2,4	80	-0,6
Fahrräder, Fahrradzubehör	2,8	1,7	61	-1,1
Autozubehör	2,9	2,5	86	-0,4
Sonstiger Einzelhandel**	3,4	1,0	29	-2,4
Gesamt	360,7	279,0	77	-81,7

* Glas, Porzellan, Keramik
 ** u. a. Kinderwagen, Antiquitäten, Kunstgegenstände, Bilderrahmen
 Quelle: BBE-Berechnungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Gleiches gilt für den Bereich der Drogerie- und Parfümeriewaren. Mit einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von ca. 83 % fließt auch in diesem Angebotssegment ein relativ hoher Anteil der örtlichen Kaufkraft aus Hattingen ab. Im Gesundheitsangebot werden dagegen ca. 94 % der Kaufkraft gebunden.

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

In den die Innenstadt prägenden Sortimentsgruppen Bekleidung/ Schuhe sowie Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik liegen die Zentralitätswerte der Stadt Hattingen bei ca. 73 %, sodass im regionalen Kontext mit den leistungsstarken Oberzentren Essen und Bochum als direkte Nachbarn eine hohe Versorgungsqualität für die Hattinger Bevölkerung gegeben ist. In diesem Zusammenhang ist auch auf die Bedeutung des Onlinehandels zu verweisen, der in diesen Sortimenten Marktanteile von bis zu 20 % einnimmt, sodass für die Hattinger Innenstadt eine attraktive Versorgungsbedeutung ablesbar ist.

Darüber hinaus dokumentiert die Umsatz-Kaufkraft-Relation von 90 % bei Bau- und Gartensortimenten eine angemessene Versorgungsausstattung, während bei Möbeln nur ein geringes Angebot vorhanden ist, sodass den regional bedeutsamen Möbelhäusern in den Nachbarstädten wesentliche Versorgungsfunktionen zukommen.

Eine gute Versorgungsqualität besteht auch bei den Sortimenten Bücher, Glas/ Porzellan/ Keramik/ Haushaltswaren, Optik und Uhren/ Schmuck. In den Bereichen Schreibwaren, Haus- und Heimtextilien, Lampen/ Leuchten sowie Fahrräder prägen einzelne leistungsfähige Anbieter das Angebot. Dagegen sind Angebotsdefizite vor allem bei Möbeln, Bettwaren, Sportartikeln und Spielwaren ablesbar.

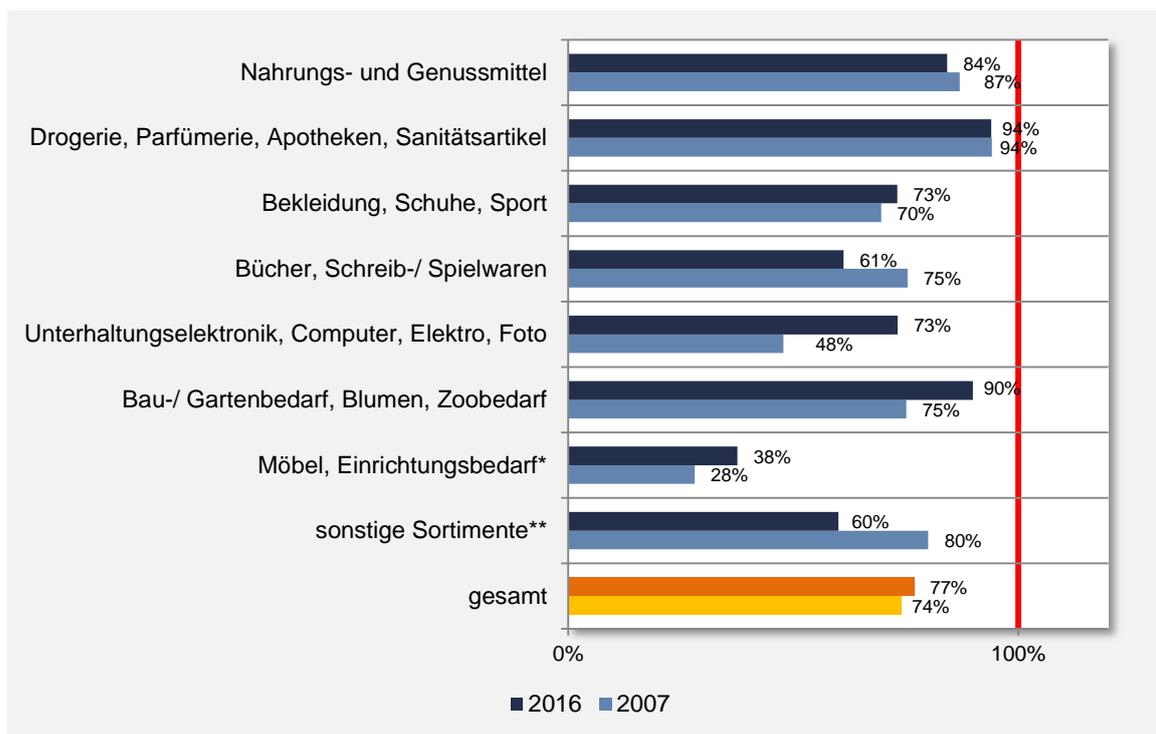
Die Gegenüberstellung der Kennzahlen zur Einzelhandelszentralität der Jahre 2007 und 2016 zeigt für die Sortimentsgruppen Bekleidung/ Schuhe/ Sport, Unterhaltungselektronik/ Elektro/ Computer, Bau- und Gartenbedarf/ Blumen/ Zoo sowie für den Einrichtungsbedarf Steigerungen der Umsatz-Kaufkraft-Relationen. Für das sonstige Einzelhandelsangebot ist hingegen ein leichter Rückgang der Versorgungsqualität durch den Einzelhandel der Stadt Hattingen festzustellen. Hierfür sind verschiedene Gründe anzuführen:

- Eine unterdurchschnittliche Ausstattung mit Lebensmittelmärkten, sodass die wohnungsnahere Versorgung nicht in allen Wohnsiedlungsbereichen optimal aufgestellt ist.
- Ansiedlung des Reschop Carré mit rd. 11.000 m² Verkaufsfläche und ca. 40 Mio. € Umsatz, sodass vor allem bei den innenstadtprägenden Sortimenten eine Konsolidierung bzw. Verbesserung der Versorgung abzulesen ist.
- Rückgang des stationären Einzelhandelsangebotes in Hattingen, z. B. bei Haus- und Heimtextilien
- regionale Wettbewerbsverschärfungen, z. B. bei Möbeln und Einrichtungsbedarf
- Bedeutungsgewinn des E-Commerce mit negativen Auswirkungen auf den stationären Einzelhandel, z. B. bei Büchern, Spielwaren, Elektrowaren, Bekleidung.

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

Insgesamt liegt für den Einzelhandelsstandort Hattingen die Umsatzentwicklung (ca. + 26 %) im Zeitraum 2007 – 2016 über der Kaufkraftentwicklung (ca. + 22 %)¹³. Vor allem im Nahversorgungsbereich liegt die Umsatzsteigerung jedoch deutlich unter dem Kaufkraftwachstum, sodass ein Ausbau der wohnungsnahen Versorgungsstrukturen notwendig erscheint.

Abbildung 18: Vergleich der Umsatz-Kaufkraft-Relation 2007 - 2016



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen
 ** Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst
 Quelle: BBE-Berechnungen unter Verwendung der Stadt + Handel-Daten 2007; z.T. ist keine sortimentsscharfe Abgrenzung der S + H-Daten möglich (u. a. Optik, Fahrräder/ Camping, Leuchten/ Lampen)

Im Fazit ist somit festzuhalten, dass die Stadt Hattingen als Mittelzentrum eine angemessene Einzelhandelsversorgung bereitstellt. In den letzten Jahren ist ein deutlicher Rückgang der Einzelhandelsbetriebe bei einem gleichzeitigen leichten Verkaufsflächenanstieg eingetreten. Auch für die weitere Entwicklung in der Stadt Hattingen ist davon auszugehen, dass der Verkaufsflächenbedarf tendenziell noch steigen wird. Dies resultiert daraus, dass gerade im Nahversorgungseinzelhandel noch weiter steigende Betriebsgrößen zu erwarten sind.

¹³ Unter Berücksichtigung der Einwohnerzahl und der Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel/ Onlinehandel ist das Kaufkraftpotenzial in der Stadt Hattingen nominal von ca. 296,5 Mio. € (2007) auf aktuell 360,7 Mio. € angestiegen.

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

Angebotsergänzungen sind vor allem bei der flächendeckenden Nahversorgung notwendig (vgl. auch Kap. 8). Zur Weiterentwicklung der Innenstadt ist insbesondere eine kontinuierliche Weiterentwicklung der Angebotssegmente Bekleidung, Schuhe und Sport durch neue Angebotsformate wünschenswert (vgl. auch Kap. 5.2), ohne dass sich daraus in der Summe ein zusätzlicher Flächenbedarf ergibt.

Im Marktsegment Möbel- und Einrichtungsbedarf beschränken sich die Entwicklungspotenziale vor dem Hintergrund der regionalen Wettbewerbssituation auf die Ansiedlung kleinerer oder mittlerer Möbelmärkte. Insbesondere das Angebot bei Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik, Büchern und Spielwaren steht in starkem Wettbewerb mit dem Onlinehandel, sodass hier nur begrenzte Entwicklungspotenziale bestehen. Im Bau- und Heimwerkerangebot stellen die vorhandenen Angebotsstrukturen ein angemessenes Versorgungsangebot dar; zusätzliche Anbieter würden aufgrund des Kaufkraftpotenzials und der Wettbewerbssituation im Umland zu erheblichen Wettbewerbseffekten führen.

5 Standortanalyse Innenstadt

5.1 Städtebauliche Situation der Innenstadt

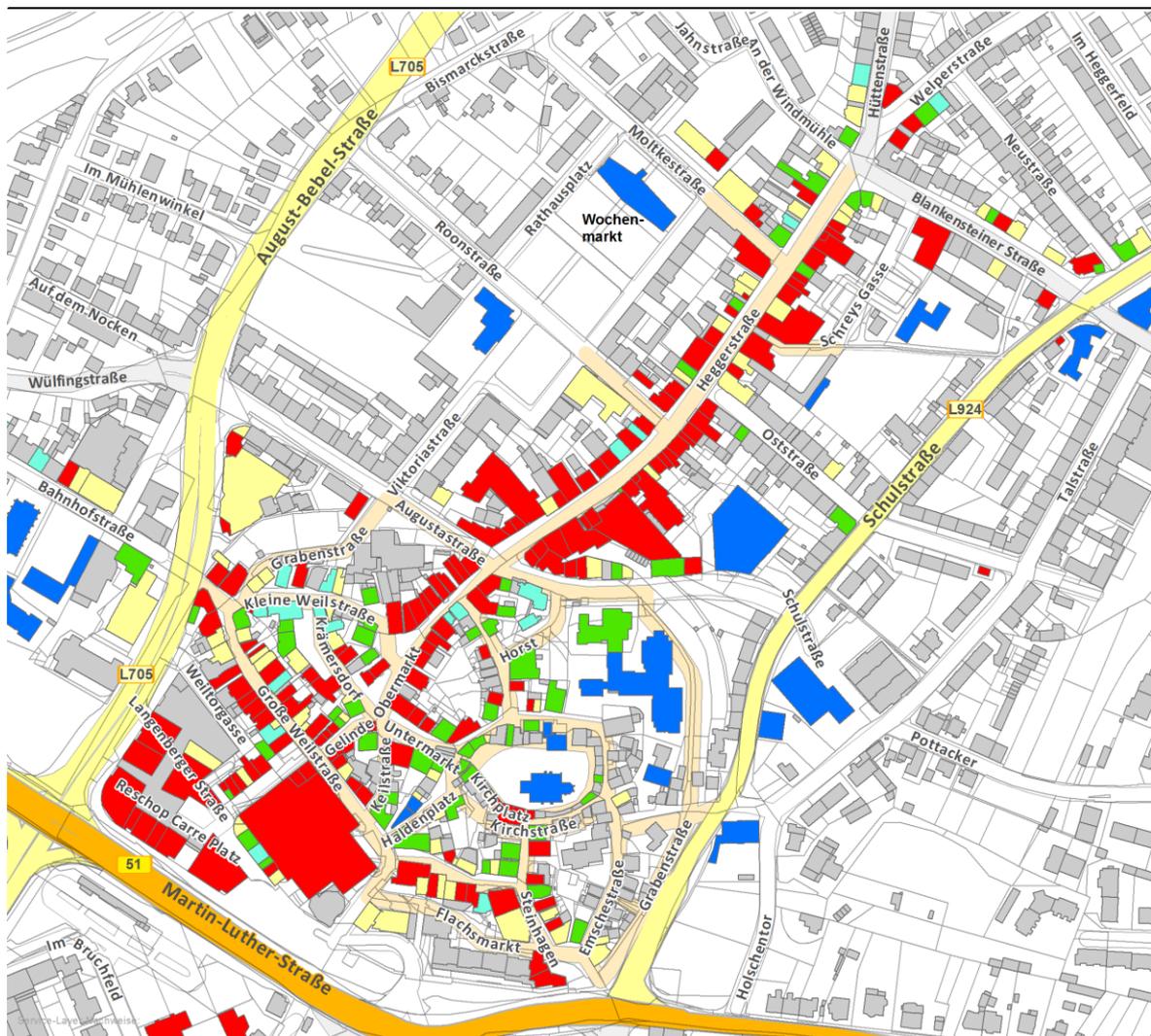
Die Innenstadt bildet innerhalb der Stadt Hattingen den größten Einzelhandels- und Dienstleistungsschwerpunkt mit einem differenzierten Besatz an Versorgungseinrichtungen der öffentlichen und privaten Infrastruktur. Das Hauptzentrum Innenstadt ist wie folgt zu beschreiben (vgl. Abbildung 19):

- Als wesentliches Charakteristikum der Innenstadt ist eine starke Durchmischung von öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen mit dem positiven Folgeeffekt deutlicher Agglomerationswirkungen anzuführen. Den städtebaulichen Mittelpunkt stellt der Kirchplatz in Verbindung mit dem Ober- und dem Untermarkt dar, der u. a. auch intensiv für Veranstaltungen genutzt wird.
- Der Hauptgeschäftsbereich wird durch den Straßenzug der Heggerstraße/ Obermarkt/ Gelinde/ Reschop Carré beschrieben. Ein nahezu durchgehender Besatz publikumsintensiver Nutzungen findet sich auch in der Großen Weilstraße, St.-Georg-Straße sowie in den Straßenzügen Steinhagen, Untermarkt und Krämersdorf, wobei hier auch zahlreiche Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe ansässig sind.
- In der Augustastraße, Kleinen Weilstraße, Bahnhofstraße, Blankensteiner Straße und den sonstigen Seitenstraßen des Altstadtquartiers ist kein durchgängiger Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz vorzufinden, sodass der Charakter von Nebenlagen besteht.
- Südlich der Martin-Luther-Straße befindet sich der Nahversorgungsbereich Im Bruchfeld/ Bruchstraße, der zwar über eine Fußgängerbrücke an die Altstadt angebunden ist, aufgrund des Nahversorgungsbezuges der ansässigen Betriebe und der starken Zäsurwirkung der Verkehrsachse jedoch funktional nicht dem innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich zuzurechnen ist.
- In westlicher und östlicher Innenstadttrاندlage konzentrieren sich öffentliche Einrichtungen (u. a. Rathaus, Amtsgericht, kirchliche Einrichtungen, Schulen, Kindergärten). Dienstleistungen (u. a. Banken) belegen vor allem Standorte in den westlichen und nördlichen Nebenlagen. Die Gastronomiebetriebe konzentrieren sich im Altstadtquartier.
- Der Einzelhandelsbesatz umfasst eine Mischung unterschiedlicher Betriebsgrößen und Betriebstypen (Fachgeschäfte, Fachmärkte). Als Magnetbetriebe fungieren vor allem die im Reschop Carré ansässigen großflächigen Betriebe (H & M, C&A, Saturn), Kaufland sowie die entlang der Heggerstraße ansässigen Anbieter Vögele, Woolworth und Rewe. Dabei ist ein Schwergewicht im südlichen Abschnitt der Hauptgeschäftszone zu verzeichnen. Das

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

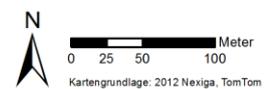
Altstadtquartier zeichnet sich durch einen spezialisierten, kleinteiligen Geschäftsbesatz aus. Der nördliche Abschnitt der Heggerstraße ist aufgrund der geringeren Nutzungsdichte und des stärker auf die Nahversorgung ausgerichteten Angebotes als Nebenlage zu charakterisieren.

Abbildung 19: Nutzungsstruktur in der Innenstadt



Nutzungsstruktur Hattingen-Mitte

- Einzelhandel
- öffentliche Einrichtungen
- Dienstleistung
- Gastronomie
- Leerstand



Quelle: BBE-Erhebungen

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

- Die bauliche Struktur ist im südlichen Bereich durch eine verdichtete, kleinteilige Altstadtbebauung geprägt, sodass sich relativ kleine Laden- und Gewerbeflächen im Erdgeschoss ergeben. Mit dem Reschop Carré wurde ein innerstädtisches Einkaufszentrum geschaffen, das eine Ergänzung auch durch größere Ladeneinheiten gewährleistet. Entlang der Heggerstraße sind ebenfalls größere Grundstücks- und damit Gebäudeeinheiten im Norden der Altstadt vorhanden, sodass ein durchgehender Geschäftsbesatz mit unterschiedlichen Betriebsgrößen besteht.
- Der Hauptgeschäftsbereich weist in Nord-Süd-Richtung zwischen der mittleren Heggerstraße (Höhe Vögele) und dem Reschop Carré eine Längenausdehnung von ca. 500 m auf. Dabei zeichnet sich der innerstädtische Hauptgeschäftsbereich durch eine achsenbezogene Auffächerung aus, die aufgrund der hohen Nutzungsdichte fußläufig erlebbar ist. Die nördliche Heggerstraße ist als Nebenlage zu bewerten. Wichtige Querachsen sind die Große Weilstraße/ St.-Georg-Straße, Krämersdorf/ Untermarkt/ Kirchplatz und die Augustastraße.
- Zum Zeitpunkt der Vorort-Erhebung (Stand: August 2016) wurden in der Innenstadt insgesamt 16 Ladenleerstände mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.400 m² erfasst.¹⁴ Die Leerstände beziehen sich überwiegend auf relativ kleine Einheiten in Nebenlagen. Für die Innenstadt belegt die relativ geringe Leerstandsquote eine hohe Nutzungsintensität.
- Die Verkehrserreichbarkeit des Geschäfts- und Dienstleistungszentrums erfolgt über die Ringerschließung Martin-Luther-Straße, August-Bebel-Straße und Schulstraße, die gleichzeitig die Anbindung an die wichtigen Parkplatzanlagen sicherstellt. Die Innenstadt ist in weiten Teilen als Fußgängerzone bzw. verkehrsberuhigter Bereich gestaltet, sodass der Geschäftsbereich eine hohe Aufenthaltsqualität bietet.
- Für die Kfz-Besucher der Innenstadt stehen in den Parkhäusern Altstadt (Augustastraße), Kaufland und Reschop Carré sowie auf den Parkplätzen Rathausplatz, Roonstraße, Alter ZOB, Sparkasse/ Bunker und Schrey's Gasse größere zentrumsnahe Stellplatzanlagen mit zusammen ca. 1.400 Stellplätzen zur Verfügung, die durch straßenbegleitende Stellplatzangebote ergänzt werden. Insgesamt erscheint das Angebot für den ruhenden Verkehr bedarfsgerecht; positiv hervorzuheben ist vor allem, dass in direkter räumlicher Zuordnung zur Hauptgeschäftszone ein umfangreiches Stellplatzangebot vorhanden ist.

¹⁴ Als Leerstände wurden freigesetzte Objekte aufgenommen, die augenscheinlich auch weiterhin als Ladenflächen genutzt werden sollen.

5.2 Einzelhandelsausstattung der Innenstadt

Die Innenstadt weist insgesamt 176 Einzelhandelsbetriebe (ca. 55 % der Stadt) mit einer Verkaufsfläche von ca. 33.820 m² (ca. 40 %) und einem Umsatzvolumen von ca. 144,6 Mio. € (ca. 52 %) auf (vgl. Abbildung 20).

Die durchschnittliche Betriebsgröße ist mit ca. 192 m² Verkaufsfläche je Betrieb relativ groß, dies resultiert aus 7 großflächigen Betrieben, auf die rund zwei Fünftel der innerstädtischen Verkaufsflächen und des Umsatzes entfallen. Damit fungieren insbesondere die 3 Bekleidungsanbieter, 2 Lebensmittel-/ Verbrauchermärkte, ein Warenhaus und ein Fachmarkt für Unterhaltungselektronik als wichtige Magnetbetriebe für die benachbarten kleineren und mittleren Fachgeschäfte.

Abbildung 20: Verkaufsflächen und Umsätze in der Innenstadt

Sortiment	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m ²	in % der Stadt	in Mio. €	in % der Stadt
Nahrungs- und Genussmittel	6.870	34	40,5	36
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	1.850	70	12,5	77
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, mediz., orthop. Artikel, Hörgeräte	900	77	24,8	74
Bekleidung, Wäsche	10.770	91	23,2	91
Schuhe, Lederwaren	1.700	96	5,0	96
Sport-, Campingartikel	150	58	0,5	63
Bücher, Zeitschriften	700	67	3,7	84
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	660	76	2,5	78
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	800	81	2,0	80
Möbel, Lampen und Leuchten	300	7	0,4	6
GPK*, Haushaltwaren, Geschenkartikel	2.870	74	2,2	71
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren	530	37	0,8	36
Elektrohaushaltsgeräte, Unterhaltungselektronik, Computer, Telekom., Foto	3.580	91	19,2	91
Optik, Uhren, Schmuck	950	85	4,1	85
Bau- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge, Teppiche	260	1	0,5	3
Blumen, Pflanzen, Gartenbedarf	270	5	1,1	12
Tierfutter, Heimtierzubehör, lebende Tiere	160	12	0,2	8
Fahrräder, Fahrradzubehör	150	20	0,5	29
Sonstiger Einzelhandel**	350	32	0,9	26
Gesamt	33.820	40	144,6	52

* Glas, Porzellan, Keramik
 ** u. a. Autozubehör, Kinderwagen, Antiquitäten, Kunstgegenstände, Bilderrahmen
 Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

Der Angebotsschwerpunkt liegt im Bereich Bekleidung/ Schuhe/ Lederwaren, Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik und Glas/ Porzellan/ Keramik/ Haushaltswaren. Darüber hinaus umfasst das Innenstadtangebot vor allem die Segmente Drogerie-/ Parfümeriewaren, Apotheken/ Sanitätswaren, Bücher, Schreib- und Spielwaren, Haus- und Heimtextilien/ Bettwaren sowie Optik und Uhren/ Schmuck.

Dagegen beschränkt sich bei Sportartikeln, Blumen, Zooartikeln und Fahrrädern das Angebot auf wenige Betriebe bzw. auf kleinere Verkaufsflächenkontingente. Im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente (vor allem Nahrungs- und Genussmittel) bietet die Innenstadt einen wichtigen Angebotsschwerpunkt.

Die Flächenleistung über alle Betriebe von über 4.000 € Umsatz je m² Verkaufsfläche ist als hoch zu bewerten und resultiert aus der Kombination von leistungsfähigen Magnetbetrieben sowie spezialisierten kleinen und mittleren Betrieben.

Im Fazit ist somit festzuhalten, dass die Innenstadt als Hauptgeschäftsbereich einen attraktiven Angebotsmix aufweist, für den es vor allem um eine bedarfsgerechte Weiterentwicklung gehen wird. Ein Angebotsdefizit ist nur im Sportartikelangebot festzustellen. Bei der Weiterentwicklung der innerstädtischen Versorgungsfunktionen steht vor allem die Schaffung geeigneter Rahmenbedingungen für neue Betriebskonzepte im Vordergrund. Dabei ist weniger die Realisierung zusätzlicher Verkaufsfläche wichtig als vielmehr eine räumliche Konzentration, um weiterhin durch Verbundeffekte zwischen Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie die Versorgungsfunktionen zu sichern und die Aufenthaltsqualität weiterzuentwickeln.

5.3 Exkurs: Reaktionsfähigkeit der Innenstadt auf die zunehmende Bedeutung des Onlinehandels

5.3.1 Allgemeine Trends im Onlinehandel

Die Veränderungen im Handel (u. a. Konzentrationsprozesse und Betriebsformenwandel) haben in den letzten Jahrzehnten stets auch Auswirkungen auf die Stadt, die Stadtgestaltung und die Lebensqualität in den Städten entfaltet.

Derzeit wird die Einzelhandelsentwicklung insbesondere durch den Onlinehandel bestimmt. Die starke Dynamik des Online-Einkaufs wird sich ebenfalls vielschichtig auf Stadt und Raum auswirken. Dabei werden als Folgen u. a. zunehmende Leerstände in klassischen Geschäftsstraßen, die kürzer werdenden Nutzungszyklen von Handelsimmobilien, die Verödung öffentlichen Raumes oder die Verschlechterung der Versorgungssituation in einzelnen Siedlungsräumen befürchtet.

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

Die aktuelle Diskussion um die weiteren Trends zum Onlinehandel und seine Auswirkungen – insbesondere auf die deutschen Innenstädte als Einkaufsstandorte – lässt sich wie folgt zusammenfassen:

- Die technischen Möglichkeiten werden sich weiterentwickeln, sodass das Online-Angebot und die Online-Nachfrage weiter ansteigen werden. Dabei gewinnen Fragen zur Sicherheit und zum Datenschutz immer mehr an Bedeutung.
- Die Kunden werden gleichermaßen online und offline einkaufen, die Motive sind dabei sehr unterschiedlich. Der demografische Wandel wird nur sehr eingeschränkte Auswirkungen auf das Einkaufsverhalten haben.
- Der Umsatzanteil des Einzelhandels am zur Verfügung stehenden Haushaltseinkommen wird weiter sinken und gleichzeitig wird der Online-Anteil in vielen Sortimenten steigen. Damit werden der Wettbewerb um Marktanteile und der Druck auf den Einzelhandel – insbesondere auf den inhabergeführten Einzelhandel – weiter zunehmen. Der bereits seit Jahren anhaltende Strukturwandel im Handel wird durch den zunehmenden Onlinehandel noch verstärkt.
- Die Zukunft liegt in einer intelligenten Verknüpfung von Online- und Offlinehandel („Cross- bzw. Omni-Channel“). Aktuell fehlen hierzu für den kleinteiligen und inhabergeführten Einzelhandel jedoch noch tragfähige Strukturen und Konzepte, sodass vor allem der filialgestützte Einzelhandel hiervon profitiert. Zukünftig können Showrooms die klassischen Einzelhandelsnutzungen vor allem in den Zentren größerer Städte zumindest teilweise ablösen.
- Der Wettbewerb um zentrale „Toplagen“ wird zunehmen, während sich Strukturprobleme vor allem auf Streulagen, kleinere zentrale Versorgungsbereiche und die Nebenlagen von Innenstädten beziehen werden. Damit wird es insbesondere innerhalb der Innenstädte zu Konzentrationstendenzen kommen, ohne dass sich die Stadtzentren mittelfristig komplett verändern werden.

5.3.2 Entwicklung des Onlinehandels nach Sortimenten

Da die Umsatzentwicklung im deutschen Einzelhandel seit Jahren stagniert, wird der wachsende Umsatzanteil im Onlinehandel den Flächenbedarf im stationären Einzelhandel verringern. Nachdem sich zunächst die Wettbewerbswirkungen des Onlinehandels vor allem auf den klassischen Versandhandel bezogen haben, geht das weitere Umsatzwachstum nun zu Lasten der Umsätze im

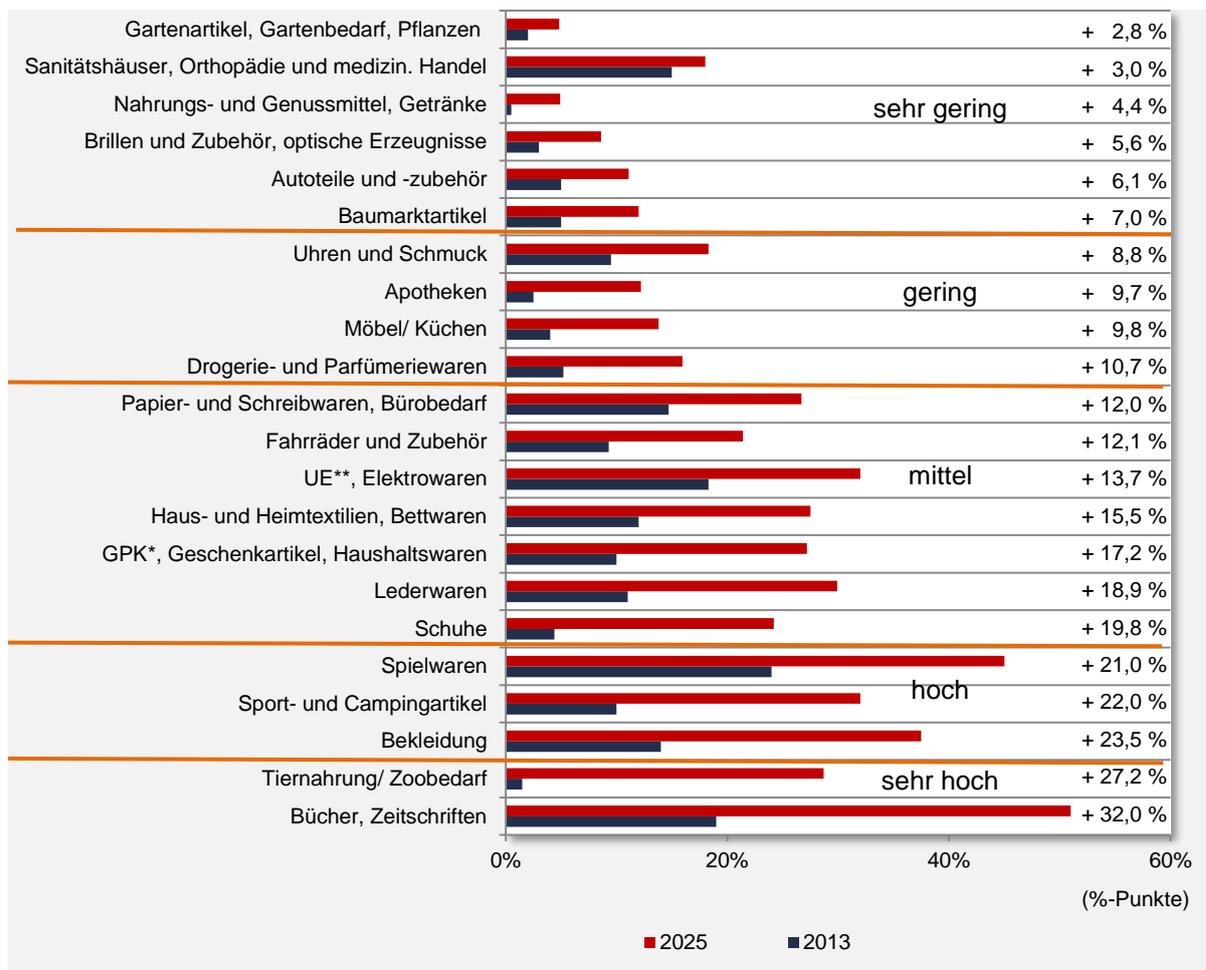
Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

stationären Einzelhandel. So sind die Auswirkungen des E-Commerce auf den stationären Einzelhandel in Deutschland ungefähr seit dem Jahr 2010 zunehmend spürbar.

Dabei sind starke Unterschiede zwischen den Sortimenten festzustellen (vgl. Abbildung 21). Während in den Bereichen Bücher, Spielwaren, Elektronik/ Medien, Bekleidung, Schuhe und Sportartikel bereits ein hoher Online-Anteil erreicht wird, sind insbesondere bei Nahrungs- und Genussmitteln, Sanitätswaren, Pflanzen, Optik, Kfz-Zubehör und Baumarktartikel die Marktanteile des Onlinehandels noch sehr gering.

In der Trendprojektion gehen die Experten von elaboratum von einem Wachstum in praktisch allen Marktsegmenten des Einzelhandelsangebots aus, wobei die höchsten Wachstumsraten bis zum Jahre 2025 für Bücher, Zooartikel, Bekleidung, Sportartikel und Spielwaren zu erwarten sind.

Abbildung 21: Entwicklung der sortimentspezifischen Marktanteile des Onlinehandels

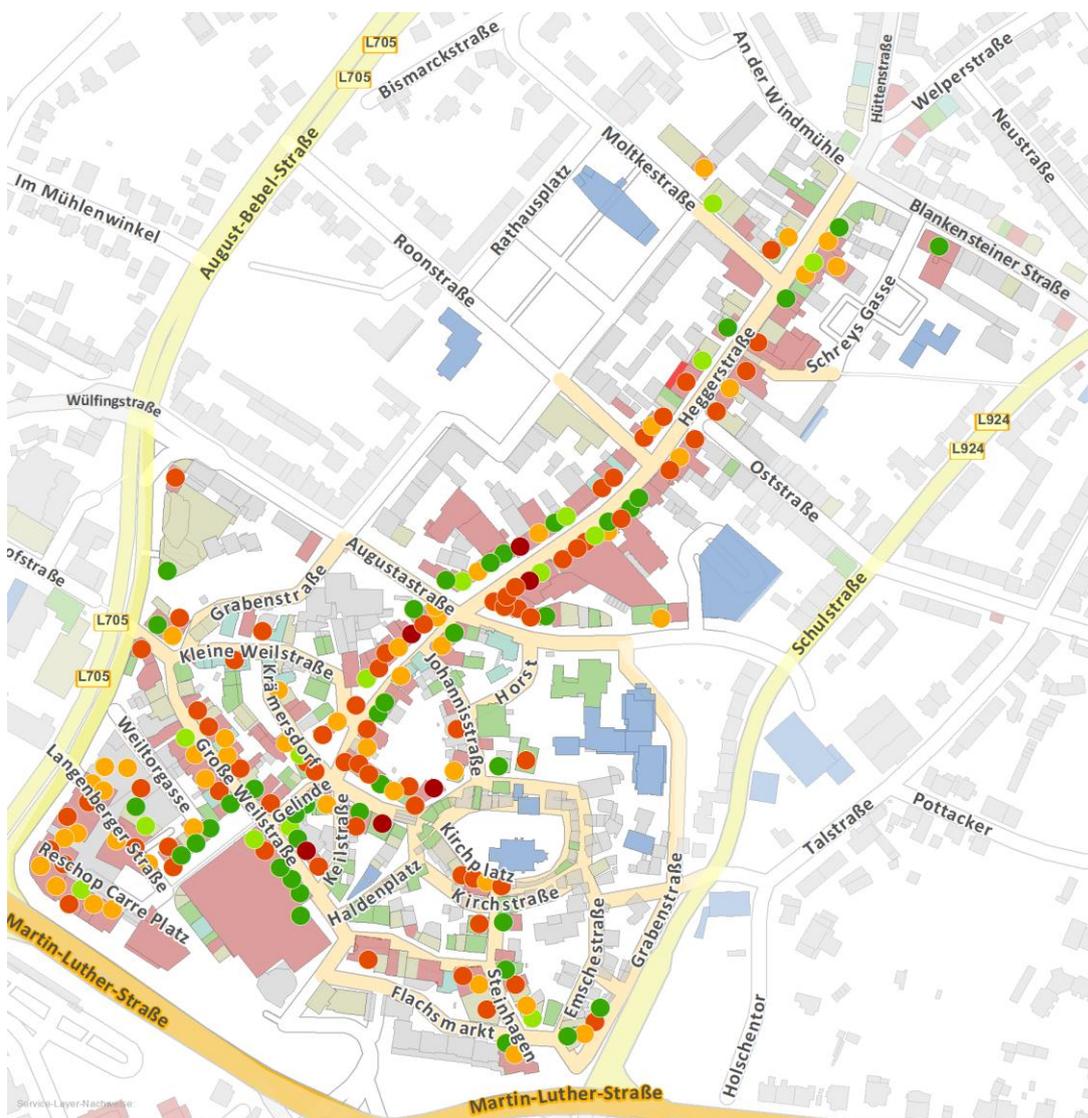


* GPK: Glas, Porzellan, Keramik
 ** UE: Unterhaltungselektronik
 Quelle: BBE-Darstellung auf Basis von elaboratum-Prognosen

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

Für die Hattinger Innenstadt wird deutlich, dass die innenstadtprägenden Einzelhandelsortimente zukünftig einem hohen bzw. sehr stark wachsenden Online-Wettbewerb ausgesetzt sein werden. In der Hattinger Innenstadt verfügen über zwei Fünftel der vorhandenen Betriebe über einen Angebotschwerpunkt mit jeweils (sehr) hohem Online-Wachstum. Gut ein Viertel der Betriebe ist zudem in Angebotssegmenten tätig, die weitere Online-Steigerungsraten um 12 – 20 % hinnehmen müssen.

Abbildung 22: Klassifizierung der innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe nach dem sortimentsbezogenen Wachstum des Onlinehandel-Marktanteils



Online-Umsatzwachstum bis zum Jahre 2025

- sehr hoch
- hoch
- mittel
- gering
- sehr gering



Quelle: BBE-Erhebungen

In der räumlichen Betrachtung wird deutlich, dass gerade die Sortimente, die die Hauptgeschäftslage prägen, zukünftig einem weiter wachsenden Wettbewerb ausgesetzt sein werden. Die räumliche Differenzierung ist der Abbildung 22 zu entnehmen. Hohe Online-Wachstumsraten sind dabei für die Betriebe des südlichen und mittleren Abschnitts der Heggerstraße sowie des Untermarktes zu verzeichnen, während der Angebotsmix im Bereich Kaufland/ Reschop Carré und in den Nebenlagen weniger stark durch online-affine Branchen bestimmt ist. Hinzu kommt in der Altstadt noch eine stärkere Durchmischung mit Gastronomie und Dienstleistungen, sodass hier eine geringere Wettbewerbsverschärfung durch den weiteren Bedeutungsgewinn des Onlinehandels abzulesen ist.

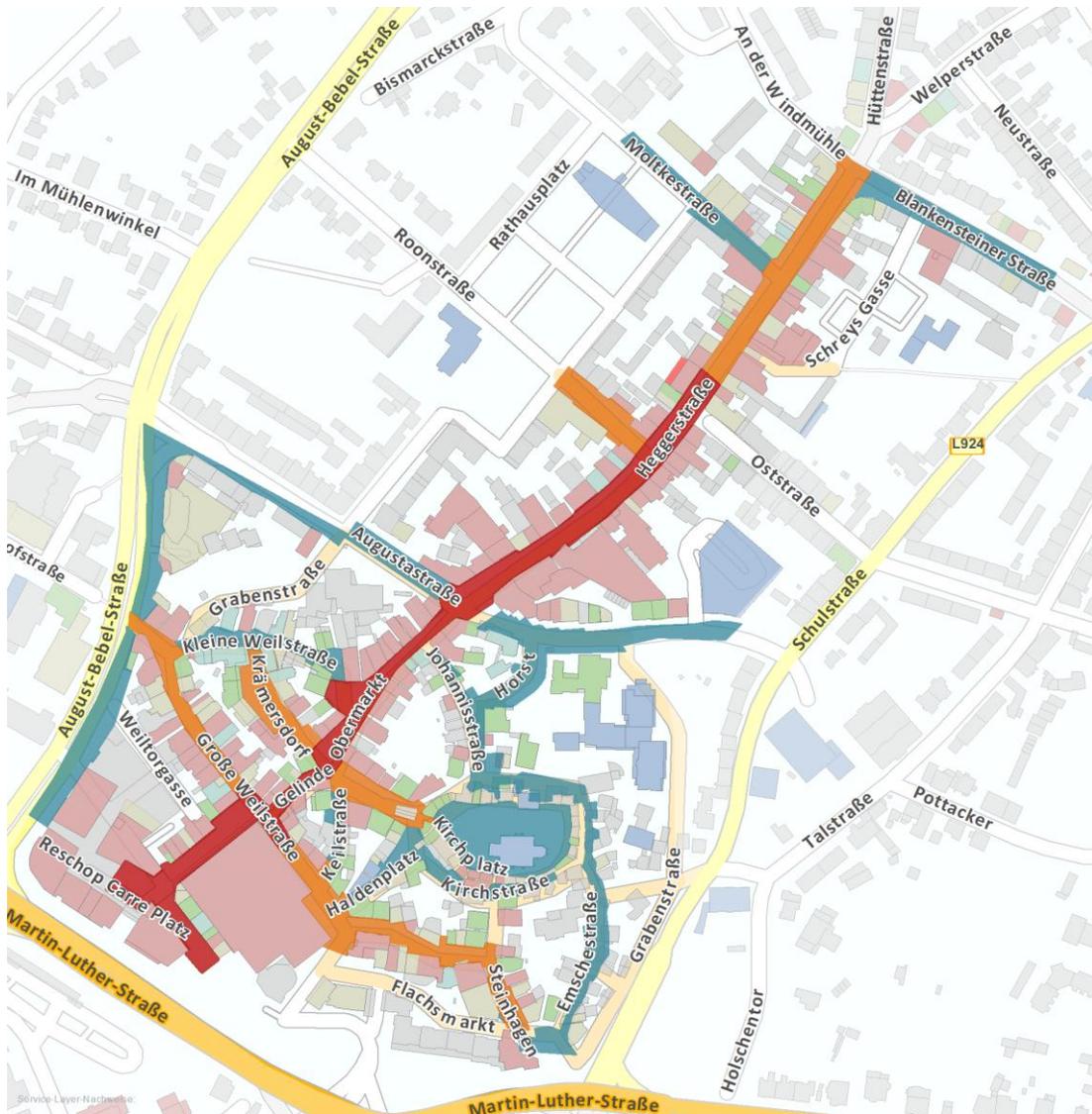
5.3.3 Bedeutung der Frequenzlage

Die sortimentsbezogene „Betroffenheit“ einer Einkaufslage wird jedoch überlagert durch die Attraktivität eines Standortes. Damit stellt die **Frequenzlage** einen wichtigen Standortfaktor dar.

Hintergrund ist die These, dass Einkaufsstandorte, die über ein attraktives und vielseitiges Einzelhandelsangebot sowie über eine hohe Passantenfrequenz verfügen, relativ robust auf betriebliche Veränderungen reagieren können.

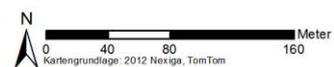
Die Attraktivität des Standortes in der Hattinger Hauptgeschäftslage („A-Lage“) wird auch in Zukunft so hoch sein, dass eine hohe Nutzungsintensität durch Einzelhandelsbetriebe und ergänzende Angebote unterstellt werden kann. Hierfür ist zum einen die Gesamtattraktivität der Hattinger Altstadt (Stadtbild, Aufenthaltsqualität, Gastronomie- und Freizeitangebot) und zum anderen die Gebäude- und Geschäftsstruktur in der Hauptgeschäftslage verantwortlich, die eine Eignung für verschiedene Nutzungsanforderungen aufweist. Dagegen wird die einzelhandelsbezogene Vermietbarkeit von Ladenlokalen in den Ergänzungs- und vor allem Nebenlagen („B- und C-Lagen“) der Hattinger Innenstadt wesentlich schwieriger, da bei einem tendenziell rückläufigen stationären Markt die Bedeutung der Lagequalität zunehmen wird. Hier sind auch in erster Linie Ladenlokale vorhanden, die hinsichtlich Größe, Zuschnitt, Ausstattung etc. nur eine eingeschränkte Zukunftsfähigkeit für eine Einzelhandelsnutzung haben.

Abbildung 23: Einkaufslagen der Innenstadt



Einkaufslagen der Innenstadt

- Hauptgeschäftslage ("A-Lage")
- Ergänzungslage ("B-Lage")
- Nebenlage ("C-Lage")



Quelle: BBE-Erhebungen

5.3.4 Online-Aktivitäten des stationären Handels

In der Zeit der umfassenden Digitalisierung ist es für den stationären Einzelhandel von großer Wichtigkeit, auch im World-Wide-Web sichtbar und auffindbar zu sein. Auch die „Customer Jour-

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

ney“ stationärer Kunden beginnt zumeist im Internet. Ein hoher Prozentsatz der Kunden informiert sich vor dem geplanten Kauf eines Produktes im Internet über den Artikel und/ oder über mögliche Händler. Demnach ist es unabdingbar, dass auch stationäre Händler mit Basisinformationen zu Öffnungszeiten, Lage und Sortiment im Internet gefunden werden.

Ein eigener Internetauftritt bzw. eine Platzierung von Online-Anzeigen sichert eine hohe Auffindbarkeit, sodass der Kunde bei einer Internetrecherche auf das stationäre Angebot aufmerksam wird. Die Online-Präsenz ist somit von elementarer Bedeutung zur Sicherung der Zukunftsfähigkeit eines Einzelhandelsbetriebs.

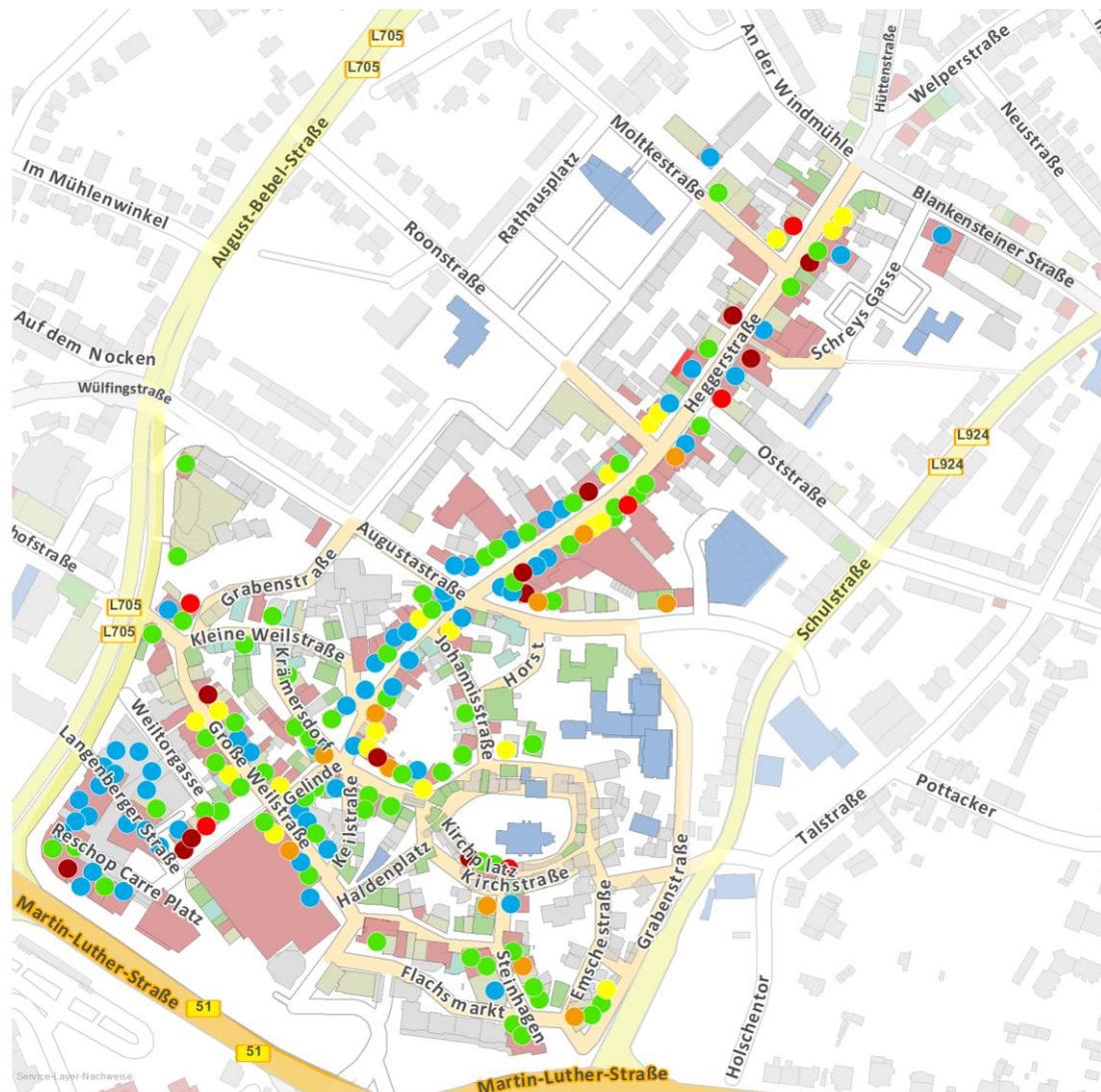
Vor diesem Hintergrund wurde im Rahmen der Angebotsanalyse auch ermittelt, welche Online-Präsenz die in Hattingen ansässigen Einzelhandelsbetriebe zeigen. Dazu wurden zunächst mit gängigen Suchmaschinen ermittelt, ob ein Betrieb überhaupt online auffindbar ist. Hat ein Betrieb keine eigene Webseite, sollte er zumindest über elektronische Verzeichnisse (z. B. „Das Örtliche“, klicktel) oder Plattformen wie „kaufDa“ gefunden werden („eingeschränkte Auffindbarkeit“).

Eine bereits deutlich professionellere Präsenz ist zu erreichen, wenn über Dienste wie „Google my Business“ alle wichtigen Firmeninformationen inklusive Öffnungszeiten, Kontaktdaten, Anfahrtsbeschreibung usw. in die lokalen Suchergebnisse gezielt eingebracht werden („hohe Auffindbarkeit“).

Eine „eigene Webseite“ erhöht die Sichtbarkeit im Netz, ein „eigener Onlineshop“ belegt, dass das Einzelhandelsunternehmen bereits Multichannel-Vertriebsstrukturen aufgebaut hat.

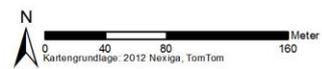
In der Hattinger Innenstadt verfügt gut ein Drittel der Betriebe über einen Online-Shop. Weitere 38 % der Betriebe sind durch eigene Websites im Internet zu finden. Lediglich 10 % der Betriebe sind online nicht oder nur sehr eingeschränkt auffindbar. In der räumlichen Betrachtung zeigt sich, dass die Online-Aktivitäten bei den Betrieben im Reschop Carré und in der südlichen und mittleren Heggerstraße am stärksten ausgeprägt sind (vgl. Abbildung 24). Mit anderen Worten: Die Betriebe, die hinsichtlich des Onlinewettbewerbs am stärksten betroffen sind, haben sich mit eigenen Strategien bereits auf die Situation eingestellt, während sich der spezialisierte Einzelhandel in den Nebenlagen nur teilweise auf den zusätzlichen Wettbewerb eingestellt hat.

Abbildung 24: Online-Sichtbarkeit der innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe



Online Sichtbarkeit der Einzelhandelsbetriebe

- Keine Online Sichtbarkeit
- Facebookseite/ Hohe Online Sichtbarkeit
- Eingeschränkte Online Sichtbarkeit
- Eigene Website
- Google Visitenkarte
- Eigener Onlineshop



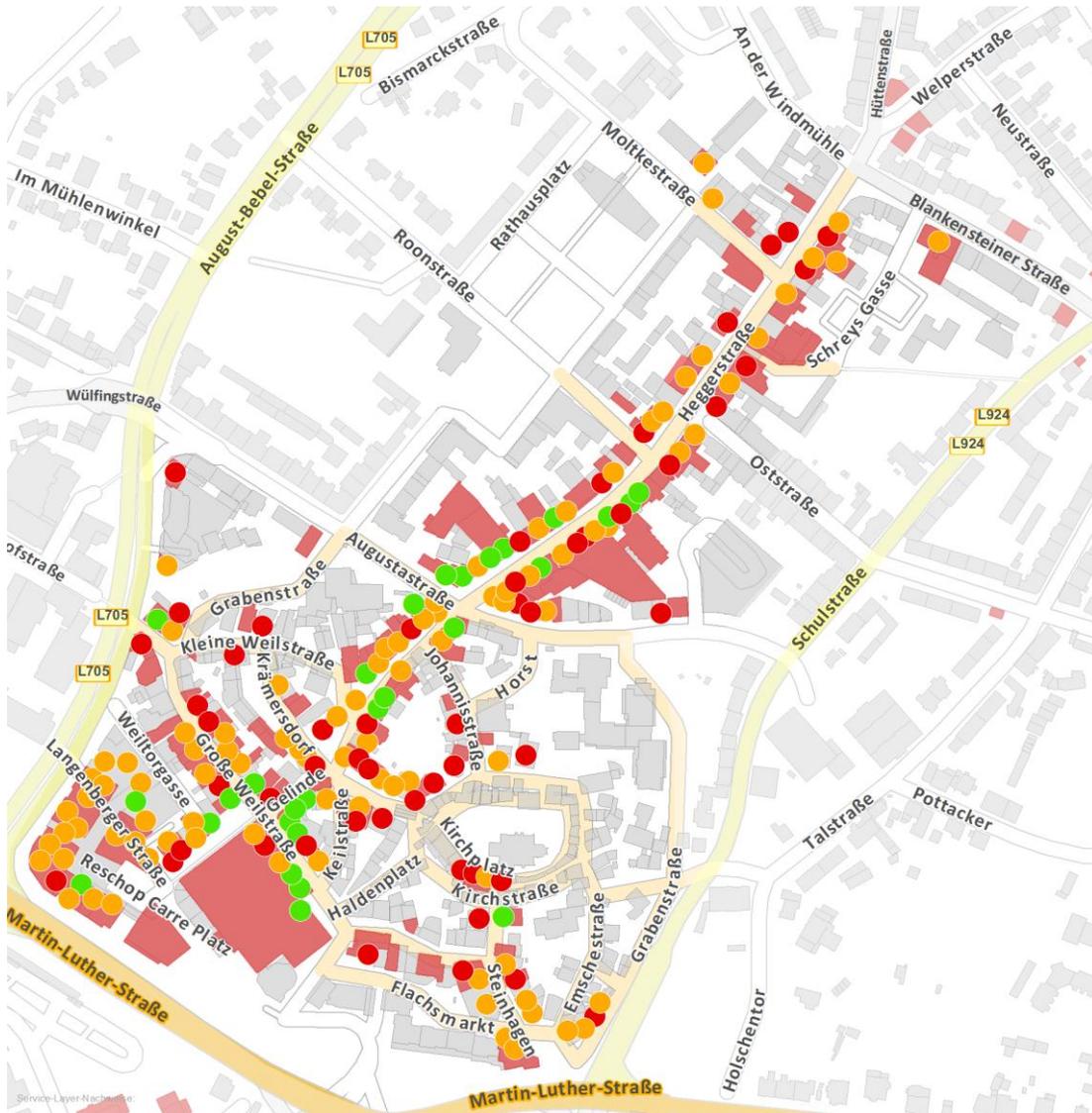
Quelle: BBE-Erhebungen

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

5.3.5 Fazit zur Online-Gefährdung der Hattinger Innenstadt

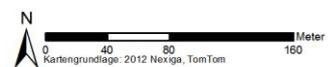
Unter Würdigung der Kriterien Frequenzlage und Zukunftsfähigkeit der Ladenlokale, des sortimentsbezogenen Wettbewerbs mit dem Onlinehandel sowie eigener Onlineaktivitäten lässt sich ein standortbezogener „Onlinehandel-Gefährdungsindex“ ableiten.

Abbildung 25: Online-Gefährdung der Innenstadt



„Online-Gefährdung“ der Innenstadt

- hoch
- mittel
- gering
- Einzelhandelsbetrieb



Quelle: BBE-Erhebungen

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

Für die Achse Heggerstraße/ Obermarkt/ Gelinde/ Reschop Carré als Haupteinkaufslage mit einem prägenden Angebot in den innenstadttypischen Sortimenten Bekleidung, Schuhe, Sport, die jedoch auch zu den Sortimenten mit hohem Online-Wachstumsraten gehören, ist eine hohe Reaktionsfähigkeit abzulesen. Die Lagequalität und die Attraktivität der Betriebe mit einer ausgeprägten Multichannel-Strategie lassen ein geringes Gefährdungspotenzial für die Haupteinkaufslage erkennen.

Dagegen werden die spezialisierten Geschäftsnebenlagen, insbesondere die Querachsen Große Weilstraße/ St.-Georg-Straße/ Steinhagen und Krämersdorf/ Untermarkt/ Kirchplatz sowie die obere Heggerstraße deutlich stärker von dem zunehmenden Online-Wettbewerb betroffen sein. In diesem Bereich ist eine eigenständige Vermarktungsstrategie zu entwickeln, die auf das individuelle Einkaufserlebnis abstellt, um sich deutlich von dem Internetangebot abzusetzen.

Eine hohe Gefährdung ist für die bereits heute relativ schwach aufgestellten C-Lagen zu prognostizieren, da diese Geschäftsbereiche mangels Lagequalitäten überproportional von einem Nachfragerückgang nach Einzelhandelsflächen betroffen sein werden.

Im Fazit stellt der Trend zum E-Commerce eine Herausforderung für den stationären Einzelhandel dar. Insbesondere den mittelständischen Handelsunternehmen fällt es schwer, die Digitalisierung der Branche in innovative Geschäftsmodelle zu überführen. An dieser Stelle ist auch Unterstützung durch Kooperationspartner wie Verbände, IHK und Wirtschaftsförderung notwendig, um die digitale Kompetenz sowohl für die Nutzung des Internets als auch für die Veränderungen in den stationären Geschäften zu stärken.

Grundsätzlich ist festzuhalten:

- Die Wettbewerbsverschärfungen durch den zunehmenden Onlinehandel betreffen jede Einzelhandelsbranche, je nach Branche jedoch in unterschiedlichem Maße. Da die digitalen Innovationen das Einkaufsverhalten verändern, ist ein Umdenken im Einzelhandel notwendig.
- Der Einkauf im stationären Einzelhandel bleibt auch zukünftig der wichtigste Einkaufsweg – aber zunehmend in Kombination mit anderen Vertriebskanälen. Langfristig werden daher vor allem die Händler erfolgreich sein, die ihre Kunden über verschiedene Kanäle ansprechen – selbst wenn sie nicht über alle Kanäle verkaufen.
- Neben grundlegenden Informationen (Öffnungszeiten, Anfahrt, Kontaktmöglichkeiten), die ohne großen Aufwand von jedem Marktteilnehmer online platziert werden können, möchten Kunden sich auch über das vorgehaltene Sortiment und bestenfalls über die Warenverfügbarkeit informieren. Letzteres setzt ein klassisches Warenwirtschaftssystem voraus und dient als Bindeglied zwischen dem Online-Shop und dem stationären Geschäft.

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

- Dabei sind auf mobile Endgeräte optimierte Lösungen von großer Bedeutung. Denn bereits heute findet der Großteil der Online-Aktivität über Smartphones und Tablets statt.
- Das Einkaufserlebnis, individuelle Kundenbetreuung und Serviceleistungen werden (weiterhin) wesentliche Erfolgsfaktoren des stationären Einzelhandels sein. Der stationäre Einzelhandel kann primär nicht über den Preis mit dem Onlinehandel konkurrieren und muss daher auf anderem Wege dem Kunden Mehrwerte bieten.
- Auch die Kopplung mit gastronomischen und sonstigen Dienstleistungsangeboten, gemeinsame (Shopping-/Kultur-)Veranstaltungen sowie die Gestaltung des privaten wie öffentlichen Raumes stellen immer wichtigere Ansatzpunkte dar, um Kunden über die ganzheitliche Steigerung der Aufenthaltsqualität stärker an den Einkaufsort binden zu können.
- Den einzelnen Akteuren wird diesbezüglich angeraten, sich zu organisieren und sich den neuen Herausforderungen gemeinsam zu stellen. Mit dem auf Citymanagement, Veranstaltungen und Tourismus ausgerichteten Verein „Hattingen Marketing“ bestehen in Hattingen hierfür bereits äußerst gute Voraussetzungen.

6 Standortanalyse der Ortsteilstrukturen

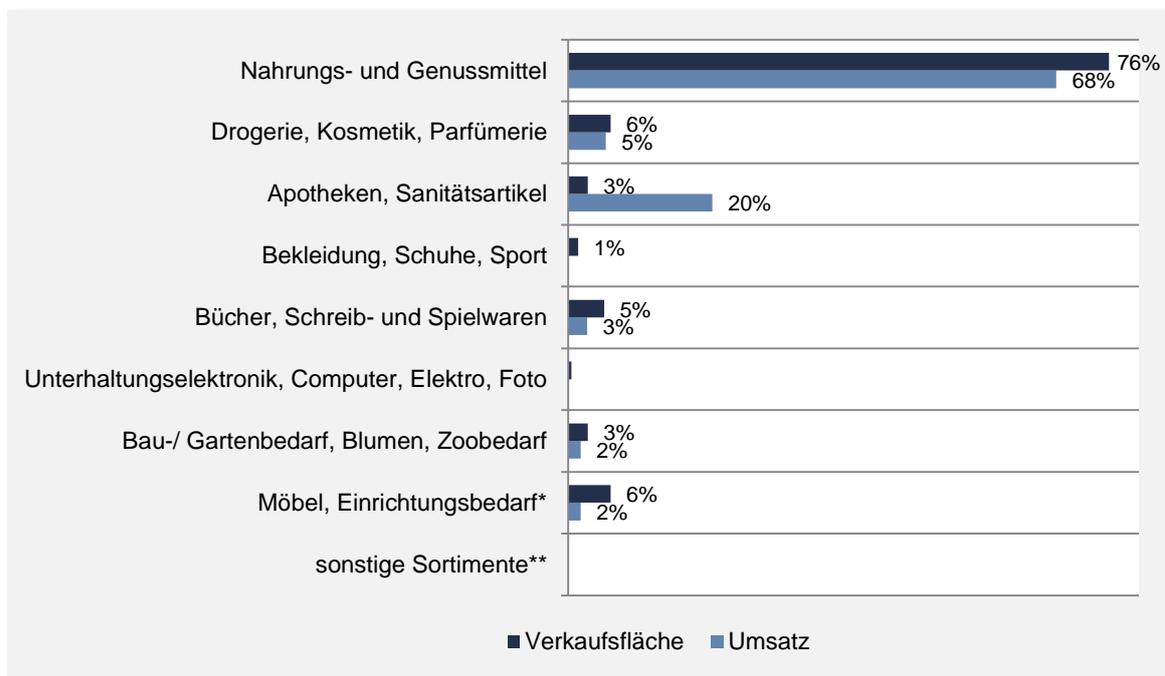
In Ergänzung zur Innenstadt befinden sich Nahversorgungsstrukturen in der südlichen Kernstadt und in den Ortsteilen Welper, Niederwenigern, Blankenstein, Holthausen sowie Winz-Baak.

6.1 Südstadt (Bruchstraße/ Im Bruchfeld)

Die Versorgungsstrukturen der südlichen Kernstadt sind wesentlich durch den Geschäftsbereich Bruchstraße/ Im Bruchfeld/ Raabestraße geprägt. Darüber hinaus bestehen wenige kleinteilige Nahversorgungsbetriebe in Streulage.

Mit den Lebensmittelmärkten Rewe und Norma übernimmt der Standort Bruchstraße/ Im Bruchfeld/ Raabestraße eine Versorgungsfunktion, die über die Versorgung des unmittelbaren Nahbereichs hinausgeht. Eine Ergänzungsfunktion kommt dem kleinteiligen Einzelhandel (u. a. Apotheke, Bio-geschäft, Bäckerei, Kiosk/ Schreibwaren, Blumen, Wohnaccessoires/ Modellbau) zu. Insgesamt sind 11 Betriebe, ca. 2.190 m² Verkaufsfläche und ca. 11,4 Mio. € Umsatz dem Geschäftsbereich zugeordnet.

Abbildung 26: Verkaufsflächen und Umsätze im Geschäftsbereich Bruchstraße/ Bruchfeld

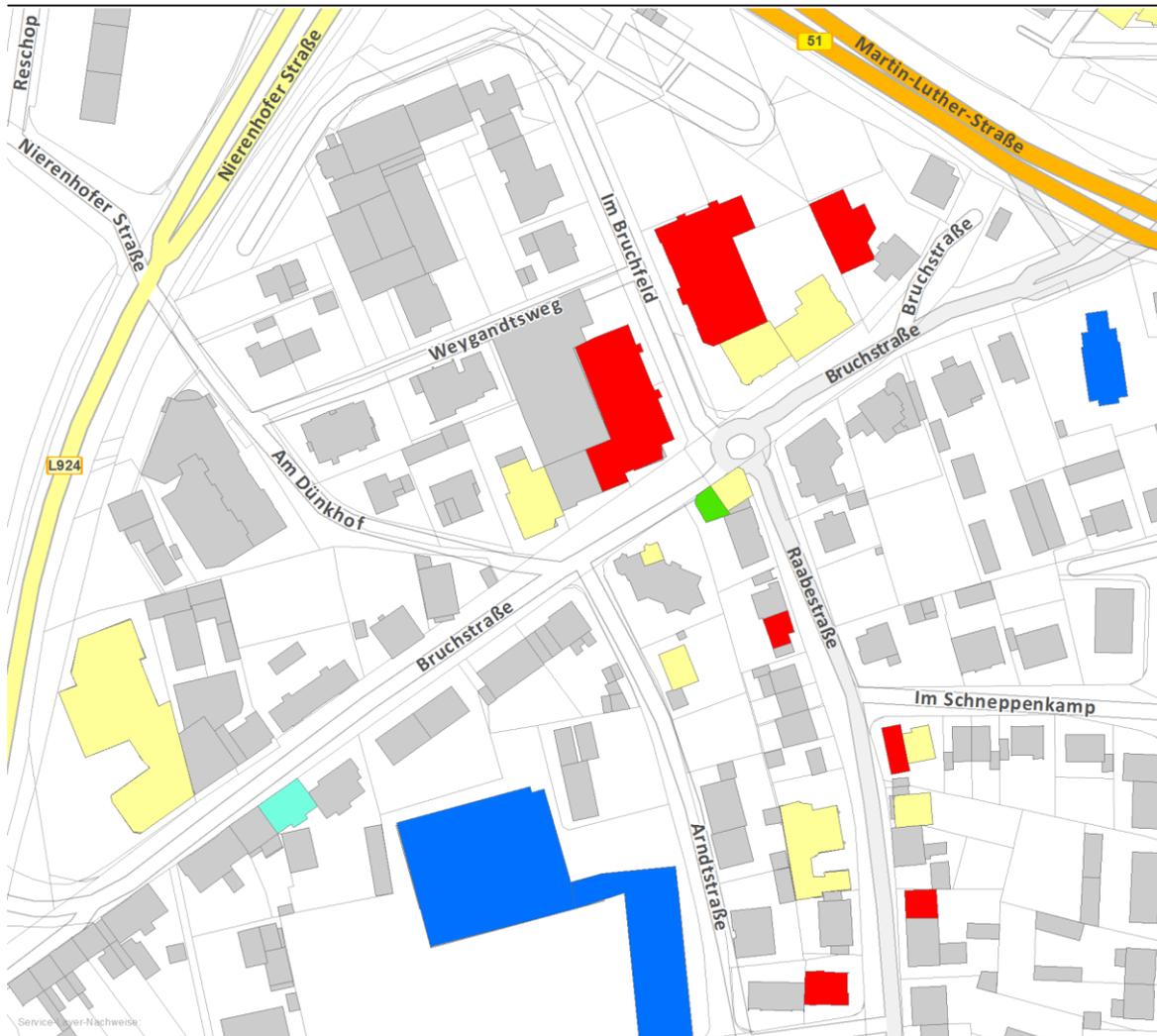


* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen

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

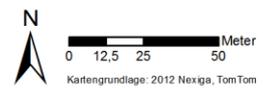
Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Abbildung 27: Nutzungsstruktur im Geschäftsbereich Bruchstraße/ Im Bruchfeld



Nutzungsstruktur Bruchstraße

- Einzelhandel
- Dienstleistung
- Gastronomie
- öffentliche Einrichtungen
- Leerstand



Quelle: BBE-Erhebungen

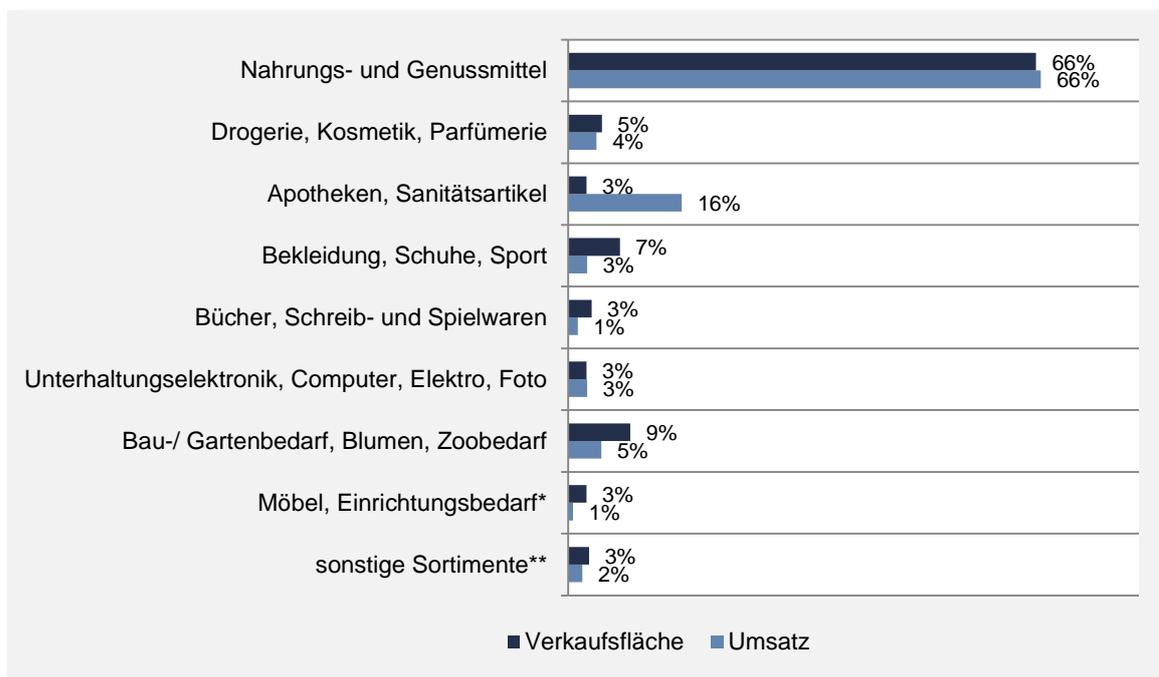
6.2 Welper

Das Einzelhandelsangebot des Ortsteils Welper umfasst neben Nahversorgungsbetrieben (Super- und Discountmarkt, Bäckerei, Metzgerei, Fischhandel und Kiosk) auch einen kleinteiligen Fachgeschäftsbesatz mit Artikeln des persönlichen Bedarfs. Darüber hinaus ist eine Vielzahl von Dienstleistungs- und einigen Gastronomienutzungen festzustellen.

Der Angebotsschwerpunkt liegt bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel (vor allem Rewe, Netto, Ladenhandwerk). Das Angebot wird u. a. durch Fachgeschäfte für Bekleidung, Blumen, Schreibwaren, Optik, Fernstechnik, Sicherheitstechnik sowie Apothekenwaren ergänzt.

Der Geschäftsbereich erstreckt sich entlang der Thingstraße und des Straßenzugs Auf dem Haidchen. In diesem Bereich sind 19 Betriebe mit etwa 2.760 m² Verkaufsfläche ansässig, die zusammen einen Jahresumsatz von etwa 15,1 Mio. € tätigen. Entlang der Marxstraße sind weitere Einzelhandelsbetriebe in Streulagen (u. a. Penny, kleinteiliger Einzelhandel) vorhanden.

Abbildung 28: Verkaufsflächen und Umsätze im Geschäftsbereich Welper

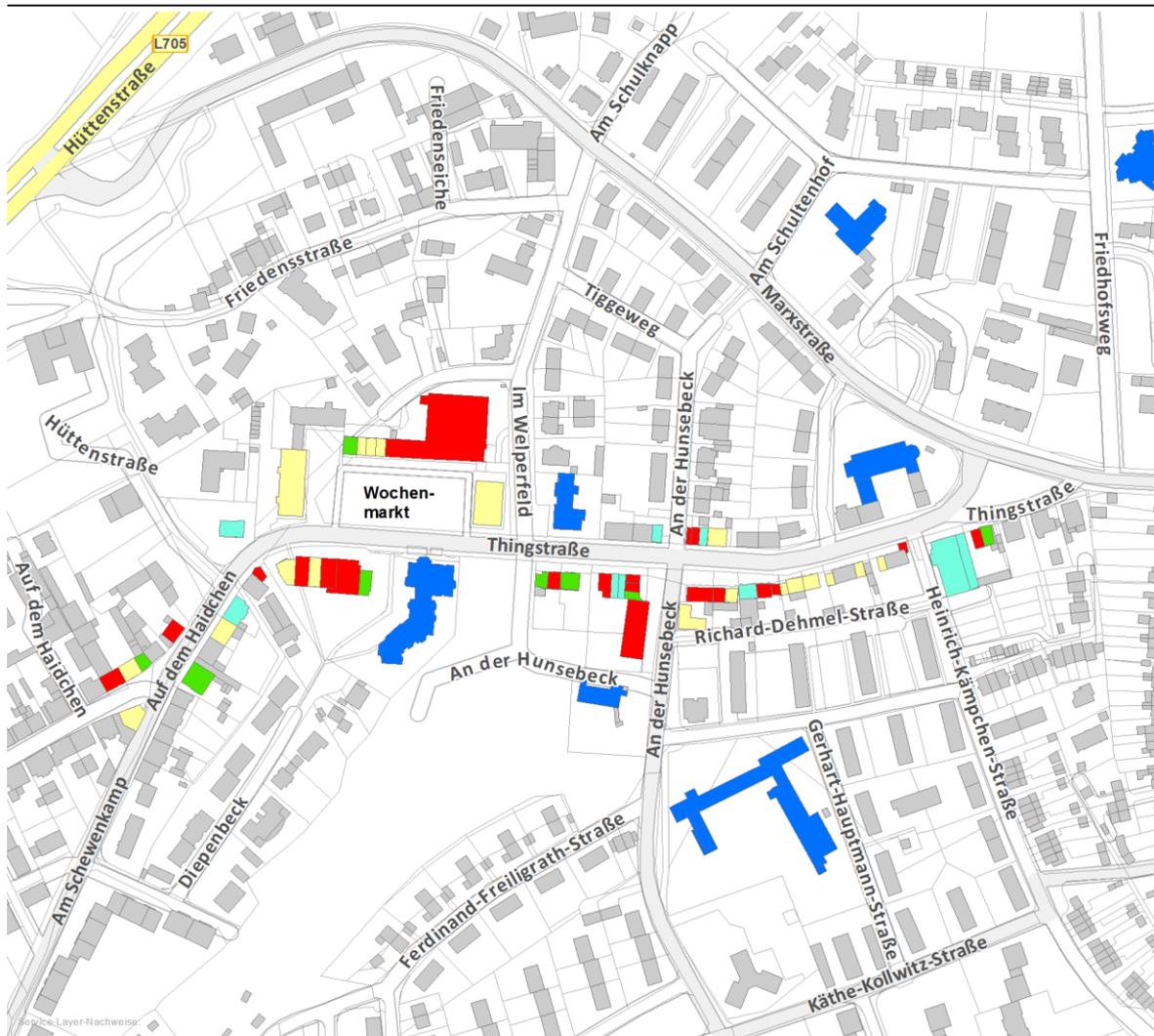


* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen

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

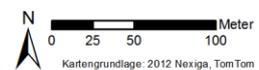
Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Abbildung 29: Nutzungsstruktur im Geschäftsbereich Welper



Nutzungsstruktur Welper

- Einzelhandel
- öffentliche Einrichtungen
- Dienstleistung
- Leerstand
- Gastronomie



Quelle: BBE-Erhebungen

6.3 Niederwenigern

Der Geschäftsbereich Niederwenigern erstreckt sich entlang der Essener Straße. Den westlichen Abschluss bildet der Rewe Lebensmittelsupermarkt. Straßenachsenbezogen sind mit geringer Verdichtung kleinteilige Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomieangebote vorhanden.

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

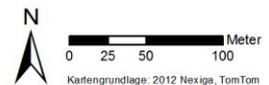
Insgesamt sind dem Geschäftsbereich 10 Einzelhandelsbetriebe mit ca. 1.170 m² Verkaufsfläche und ca. 7,0 Mio. € Umsatz zugeordnet. Die Angebotsschwerpunkte bilden das Lebensmittel- und Apothekenangebot, während in den sonstigen Segmenten nur ein ausschnittweises Angebot vorhanden ist.

Abbildung 30: Nutzungsstruktur im Geschäftsbereich Niederwenigern



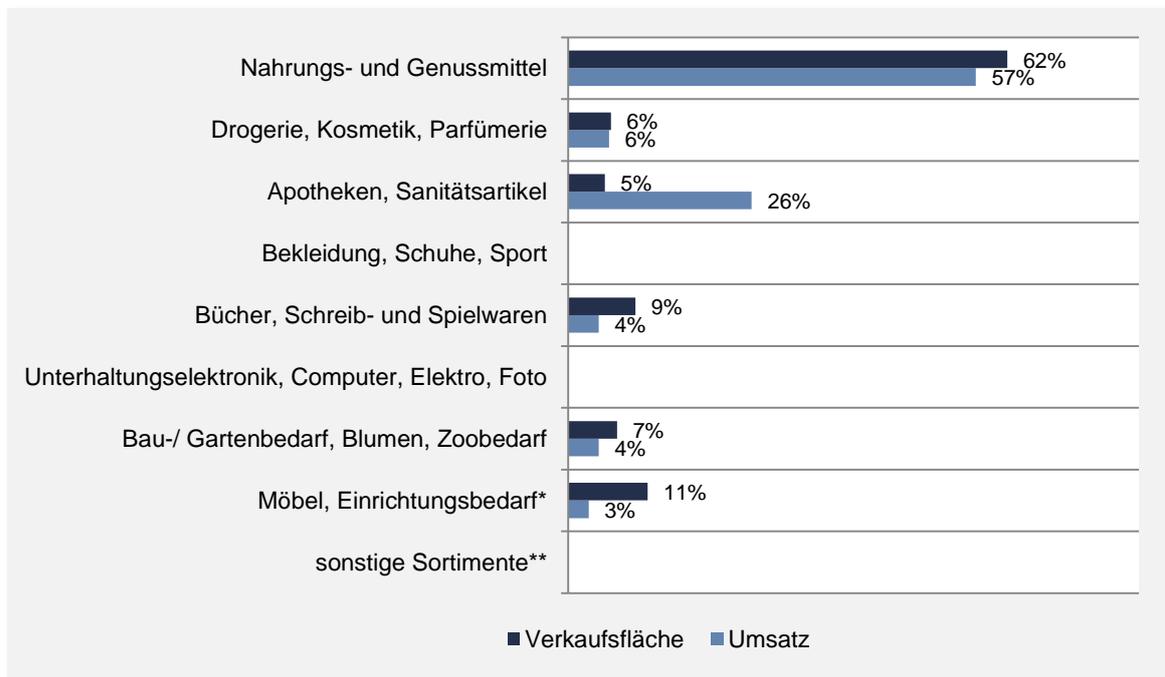
Nutzungsstruktur Niederwenigern

- Einzelhandel
- öffentliche Einrichtungen
- Dienstleistung
- Leerstand
- Gastronomie



Quelle: BBE-Erhebungen

Abbildung 31: Verkaufsflächen und Umsätze im Geschäftsbereich von Niederwenigern

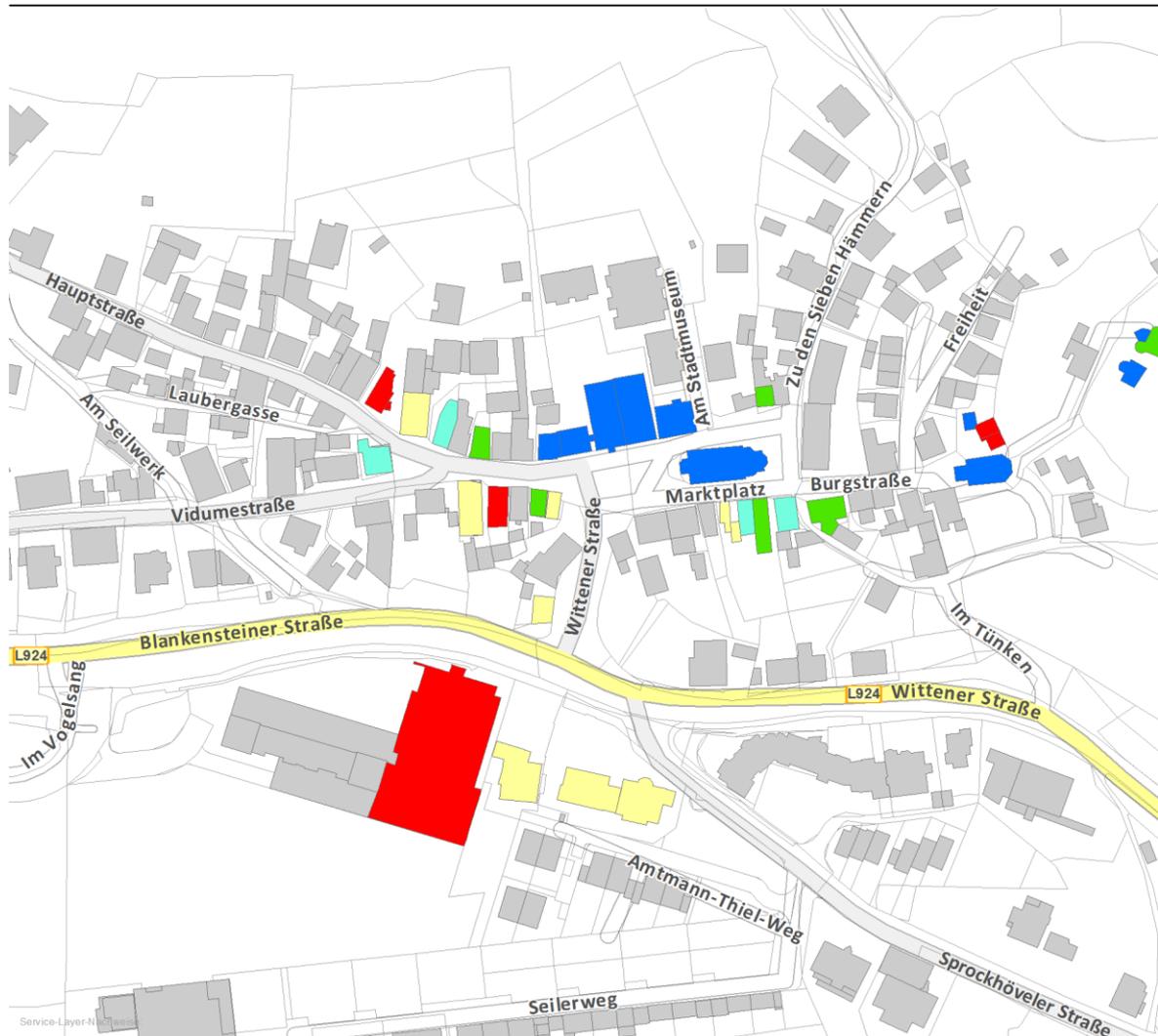


* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen
 ** Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst
 Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

6.4 Blankenstein

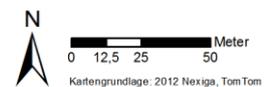
In Blankenstein sichert vor allem der Rewe Lebensmittelsupermarkt am Standort Heinrich-Puth-Straße die wohnungsnaher Versorgung. Um den Marktplatz ergänzen Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe die Versorgung der Bevölkerung, wobei die kleinteiligen Grundstücks- und Gebäudestrukturen nur (noch) eine begrenzte Einzelhandelseignung aufweisen. Insgesamt sind im Geschäftsbereich Blankenstein 4 Einzelhandelbetriebe mit ca. 1.420 m² Verkaufsfläche und ca. 4,5 Mio. € Umsatz ansässig.

Abbildung 32: Nutzungsstruktur im Geschäftsbereich Blankenstein



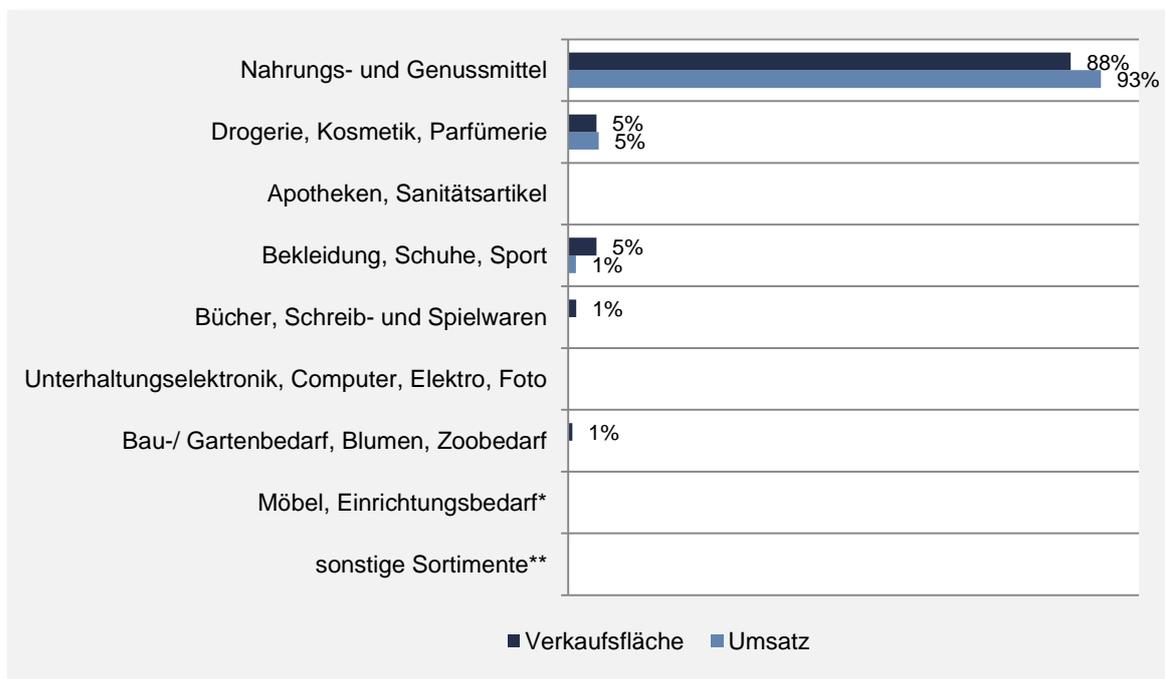
Nutzungsstruktur Blankenstein

- Einzelhandel
- öffentliche Einrichtungen
- Dienstleistung
- Leerstand
- Gastronomie



Quelle: BBE-Erhebungen

Abbildung 33: Verkaufsflächen und Umsätze im Geschäftsbereich Blankenstein



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen
 ** Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst
 Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

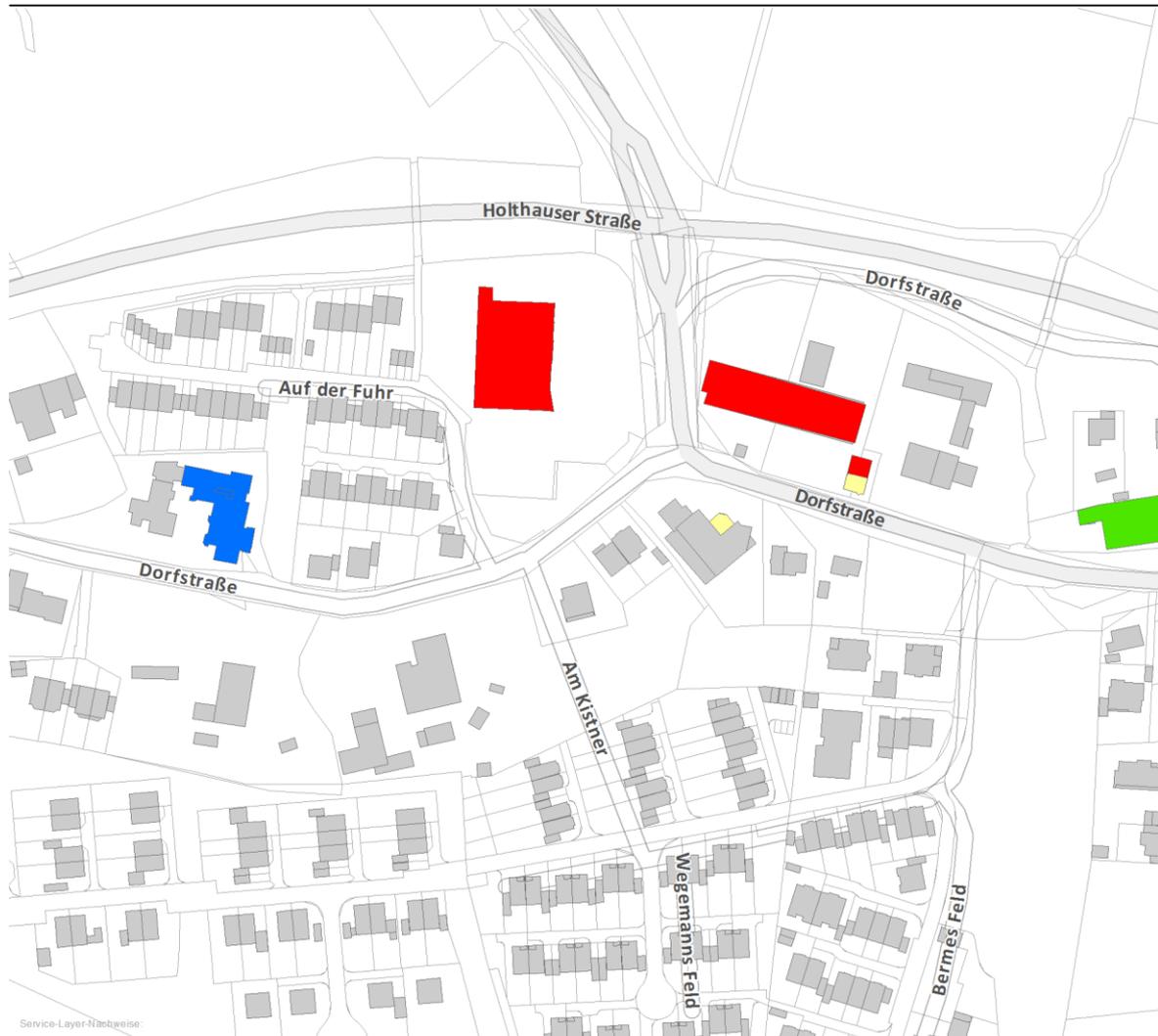
6.5 Holthausen

Dem Ortsteil Holthausen ist eine Nahversorgungsausstattung mit einem Edeka Supermarkt, einem Lidl Discountmarkt, einer Bäckerei und einem Kiosk zugeordnet. Die Einzelhandelsbetriebe sind entlang der Dorfstraße ansässig, ohne dass sich ein Verdichtungsbereich mit großer Angebotsvielfalt herausgebildet hat. Auch sind nur wenige ergänzende Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen vorhanden. Insgesamt sind der Geschäftslage an der Dorfstraße 4 Einzelhandelsbetriebe mit ca. 1.940 m² Verkaufsfläche und ca. 12,2 Mio. € Umsatz zugeordnet.

Im Gewerbegebiet Zum Ludwigstal befinden sich weitere Einzelhandelsangebote mit den Sortimenten Getränke, Bodenbeläge, Einrichtungszubehör und Autozubehör.

Für den Lidl Discountmarkt ist eine bestandssichernde Verkaufsflächenerweiterung geplant.

Abbildung 34: Nutzungsstruktur im Geschäftsbereich Holthausen (Dorfstraße)



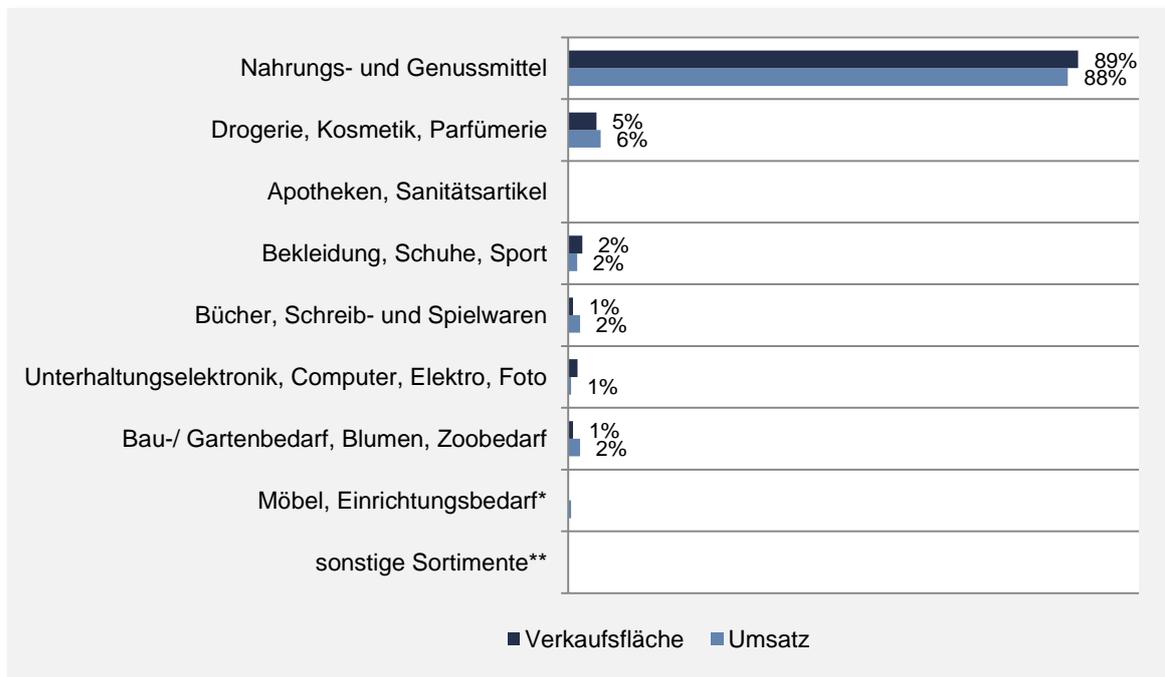
Nutzungsstruktur Holthausen

- Einzelhandel
- öffentliche Einrichtungen
- Dienstleistung
- Leerstand
- Gastronomie



Quelle: BBE-Erhebungen

Abbildung 35: Verkaufsflächen und Umsätze im Geschäftsbereich Holthausen

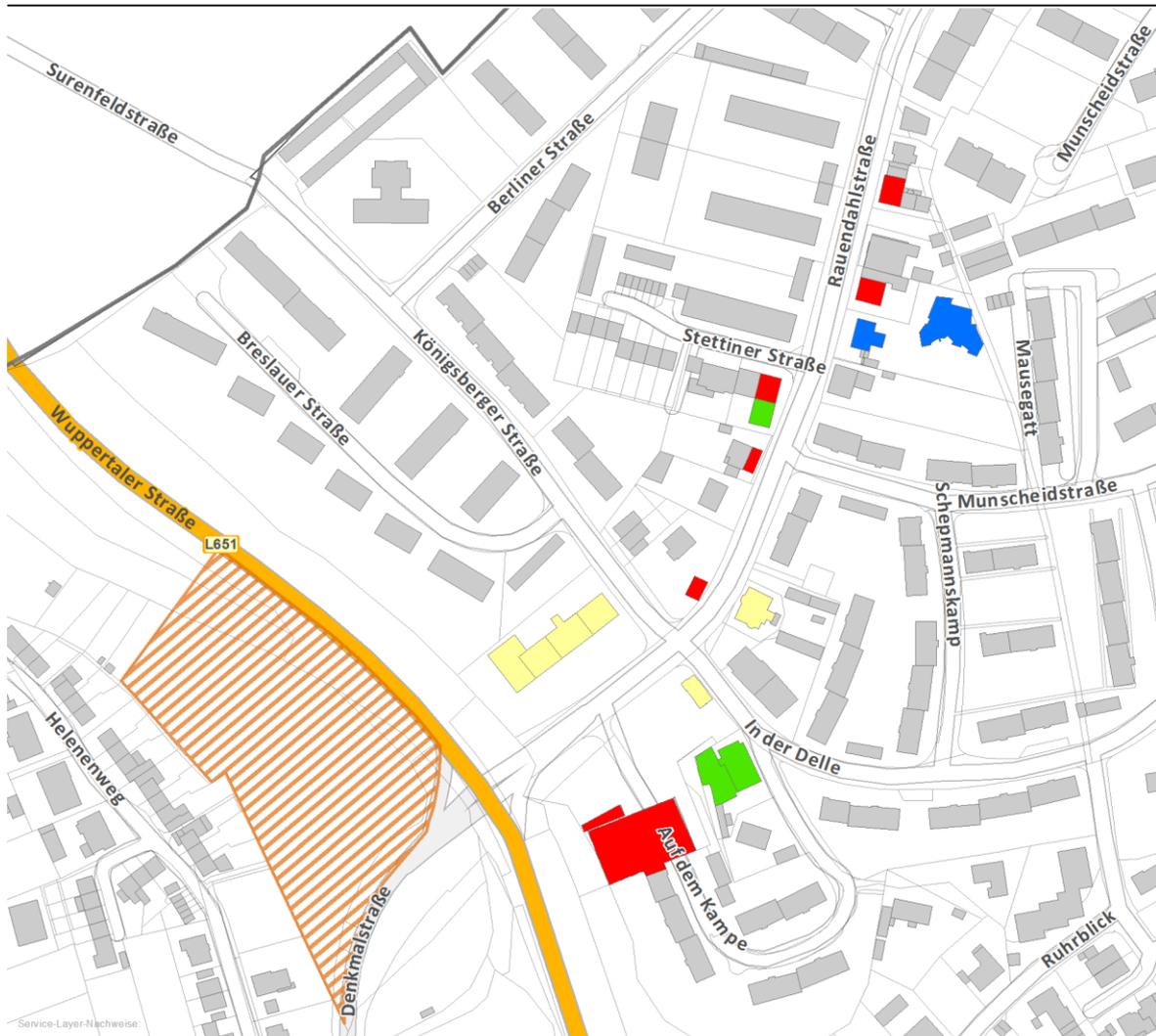


* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen
 ** Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst
 Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

6.6 Winz-Baak

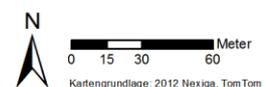
Im Ortsteil **Winz-Baak** sind kleinteilige Nahversorgungsstrukturen entlang der Dahlhauser Straße (Bäckerei, Kiosk), der Bochumer Straße (Apotheke, Kiosk) und der Rauendahlstraße (Bäckerei, Kiosk, Tiernahrung) vorzufinden. Mit dem Aldi-Markt ist an der Rauendahlstraße der einzige Lebensmittelmarkt in Winz-Baak vorhanden. Insgesamt weist der Ortsteil eine Einzelhandelsausstattung mit 13 Betrieben und ca. 1.100 m² Verkaufsfläche auf, davon entfallen auf den Standort Rauendahlstraße 6 Betriebe mit ca. 830 m² Verkaufsfläche.

Abbildung 36: Nutzungsstrukturen im Geschäftsbereich Winz-Baak



Nutzungsstruktur Winz-Baak

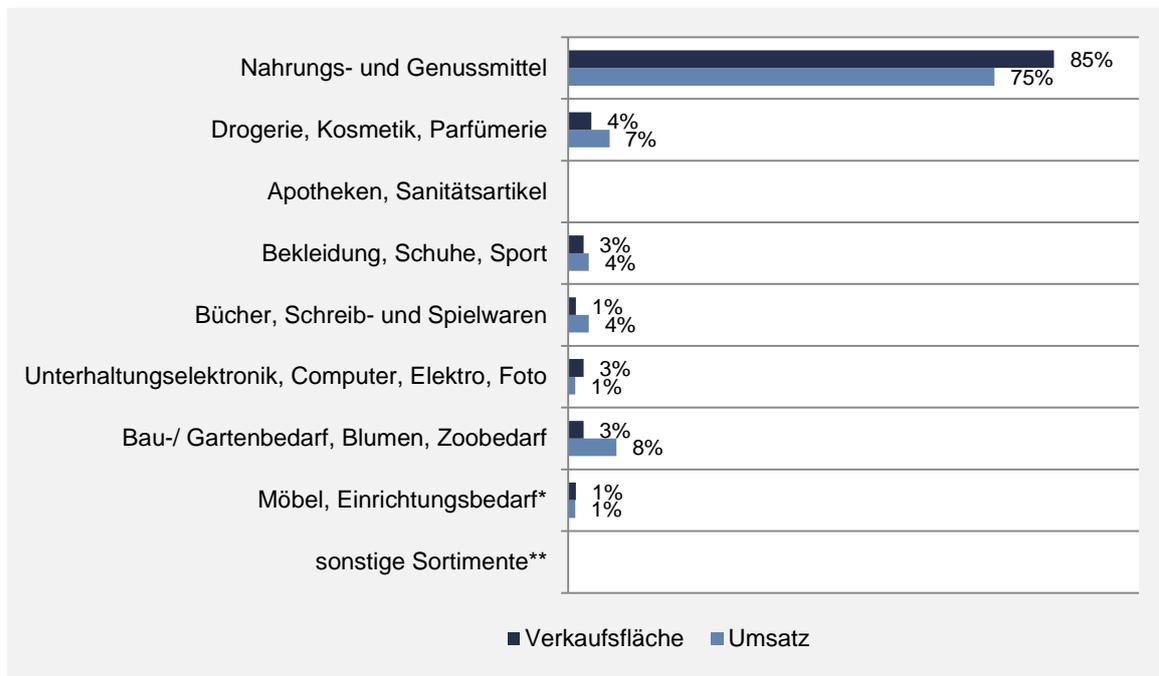
- | | |
|--|---|
| ■ Einzelhandel | ■ öffentliche Einrichtungen |
| ■ Dienstleistung | ■ Leerstand |
| ■ Gastronomie | ▨ Entwicklungsfläche |



Quelle: BBE-Erhebungen

Für den Standort Rauendahlstraße bestehen Planungen, den ansässigen Aldi-Markt neuaufzustellen und einen Lebensmittelsupermarkt auf dem gegenüberliegenden Grundstück Wuppertaler Straße/ Denkmalstraße anzusiedeln. Für das leerstehende Geschäftslokal (ehem. Edeka-Markt) an der Mozartstraße konnte bislang noch keine einzelhandelsbezogene Nachnutzung gefunden werden.

Abbildung 37: Verkaufsflächen und Umsätze im Geschäftsbereich Winz-Baak (Rauendahlstraße)



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

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

Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

6.7 Fazit der Ortsteilbewertung

Die bevölkerungsreichen Ortsteile der Stadt Hattingen weisen alle eine Nahversorgungsausstattung auf. Einzig im Ortsteil Niederbonsfeld und im südlichen Stadtgebiet (Bredenscheid, Stüter und Elfringhausen) sind keine entsprechenden Geschäftsbereiche mit verschiedenen Nahversorgungseinrichtungen vorhanden.

Die vor allem im südlichen Stadtgebiet gelegenen Hofläden (4 Betriebe in Bredenscheid, jeweils 3 Betriebe in Oberelfringhausen und Oberstüter sowie ein Betrieb in Winz-Baak) weisen nur ein spezialisiertes Angebot auf, das zwar die lebensmittelbezogene Grundversorgung ergänzen kann, jedoch aufgrund von Standort und Sortiment nur eine eingeschränkte Zielgruppe anspricht. Hinzu kommt, dass die Betriebe teilweise auch eine touristische Attraktivität im Zusammenhang mit Freizeitaktivitäten u. a. in der Elfringhauser Schweiz entfalten.

Magnetfunktionen für die Geschäftsbereiche übernehmen die Lebensmittelmärkte als frequenzstarke Betriebe. Der Schwerpunkt zur Sicherung der Nahversorgung in den Ortsteilen ist somit auf die bedarfsgerechte Weiterentwicklung der frequenzerzeugenden Lebensmittelmärkte zu legen.

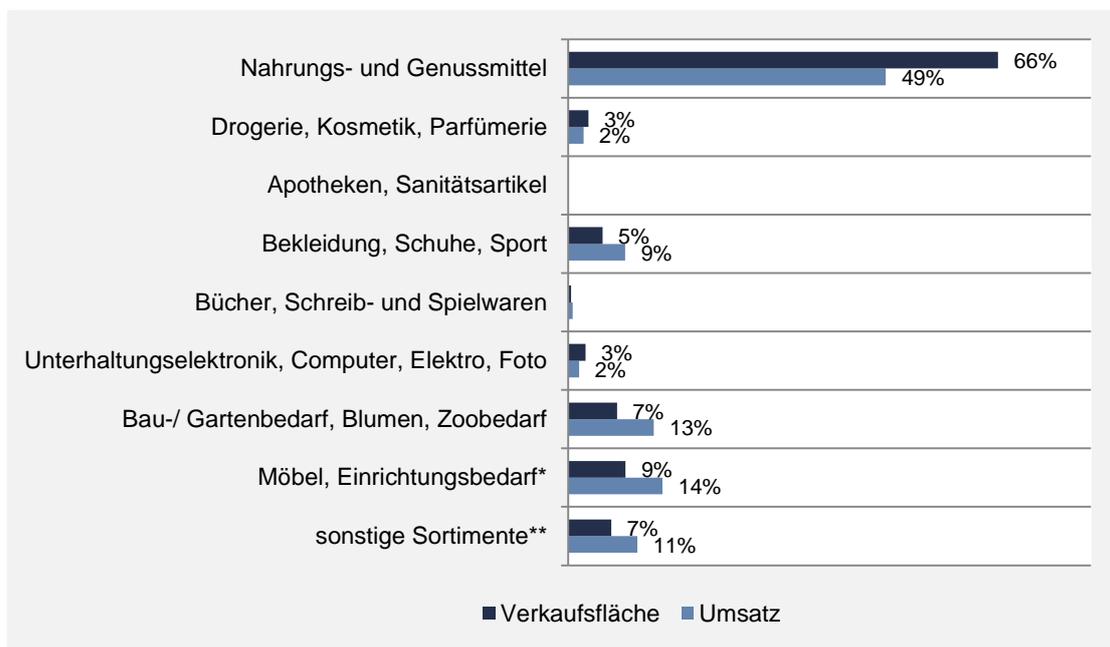
7 Dezentrale Verbundstandorte

Die Versorgungsstrukturen der Stadt Hattingen werden durch drei städtebaulich nicht-integrierte Verbundstandorte ergänzt, auf die sich vor allem der größere bzw. großflächige Einzelhandel mit überwiegend nicht-zentrenrelevanten Sortimenten¹⁵ konzentriert. Darüber hinaus finden sich an diesen Standorten auch Großformen des Lebensmittelhandels (vor allem Lebensmitteldiscounter).

7.1 Gewerbegebiet Beul I

Entlang der Kreisstraße/ Eickener Straße erstreckt sich ein Geschäftsbereich mit einem fast durchgehenden Besatz des großflächigen Einzelhandels, der überwiegend auf Pkw-Kunden ausgerichtet ist. Der Angebotsschwerpunkt liegt bei Lebensmitteln (u. a. Aldi, Lidl, Trinkgut) und im Einrichtungsbereich (u. a. Küchen Lechleuter, Bettenfachgeschäft Fiduwa). Darüber hinaus sind u. a. mit einem Zoofachmarkt, einem Fahrradanbieter und einem Textilfachmarkt weitere Spezialangebote vorhanden.

Abbildung 38: Verkaufsflächen und Umsätze im Gewerbegebiet Beul I



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

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

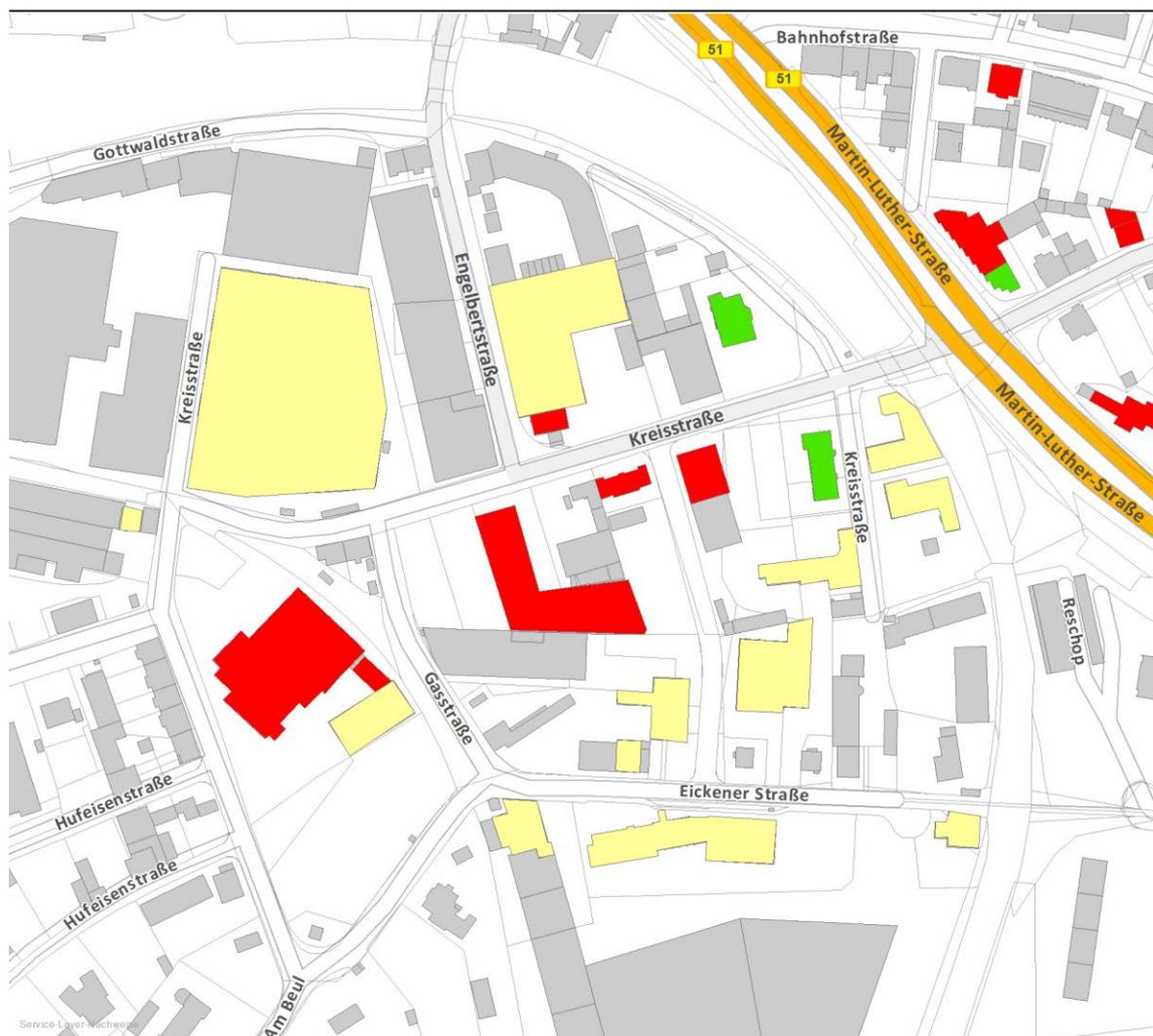
Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

¹⁵ U. a. Möbel, Einrichtungsbedarf, Bau- und Gartenbedarf; vgl. hierzu auch die Sortimentsliste in Kap. 12

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

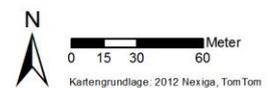
Im Gewerbegebiet Beul I sind insgesamt 11 Einzelhandelsbetriebe mit ca. 5.970 m² Verkaufsfläche (ca. 7 % der Hattinger Verkaufsfläche) und ca. 22,8 Mio. € Umsatz (ca. 8 % des Hattinger Umsatzes) ansässig.

Abbildung 39: Ergänzungsstandort Gewerbegebiet Beul I



Nutzungsstruktur Beul I

■ Einzelhandel	■ öffentliche Einrichtungen
■ Dienstleistung	■ Leerstand
■ Gastronomie	

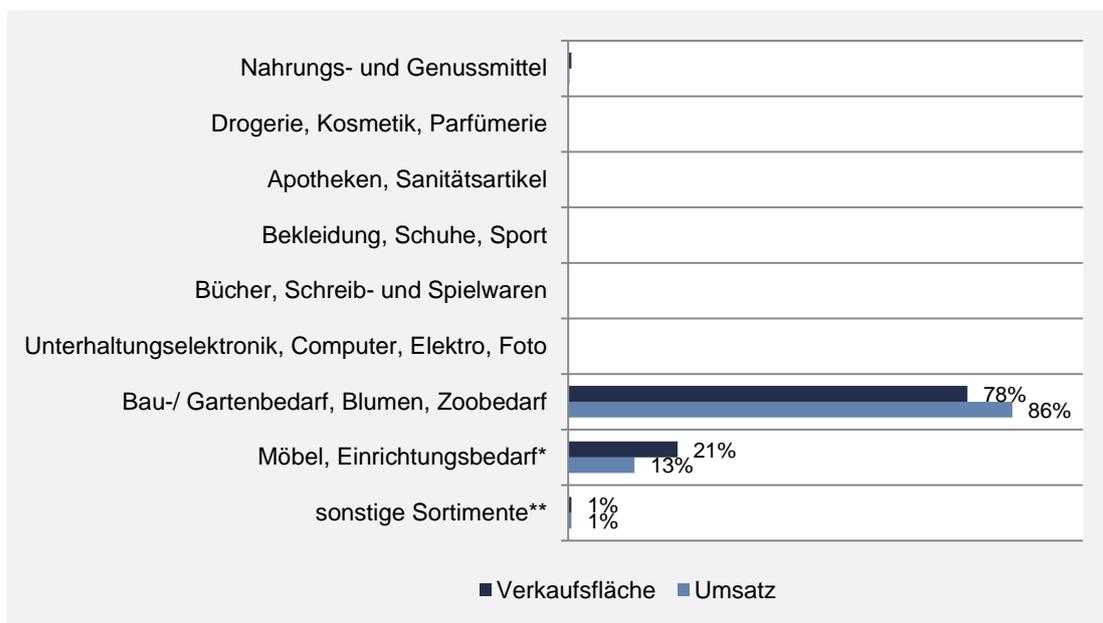


Quelle: BBE-Erhebungen

7.2 Gewerbegebiet Beul II

In dem südlich angrenzenden **Gewerbegebiet Beul II** (Beuler Höhe) sind insgesamt 4 Einzelhandelsbetriebe mit ca. 18.020 m² Verkaufsfläche und einem Umsatzvolumen von ca. 16,5 Mio. € ansässig. Das Angebotsspektrum ist in diesem Teilbereich vor allem durch Anbieter des Bau- und Einrichtungsbedarfs (OBI, Bauen & Leben, Dänisches Bettenlager) geprägt. Damit stellt der Standort gemessen an der Verkaufsfläche (ca. 21 % der Hattinger Verkaufsfläche) nach der Innenstadt den größten Geschäftsbereich der Stadt dar. Der Umsatz beläuft sich hingegen nur auf ca. 8 % des Hattinger Umsatzes und verdeutlicht die flächenintensive Warenpräsentation der überwiegend nicht-zentrenrelevanten Sortimente.

Abbildung 40: Verkaufsflächen und Umsätze im Gewerbegebiet Beul II

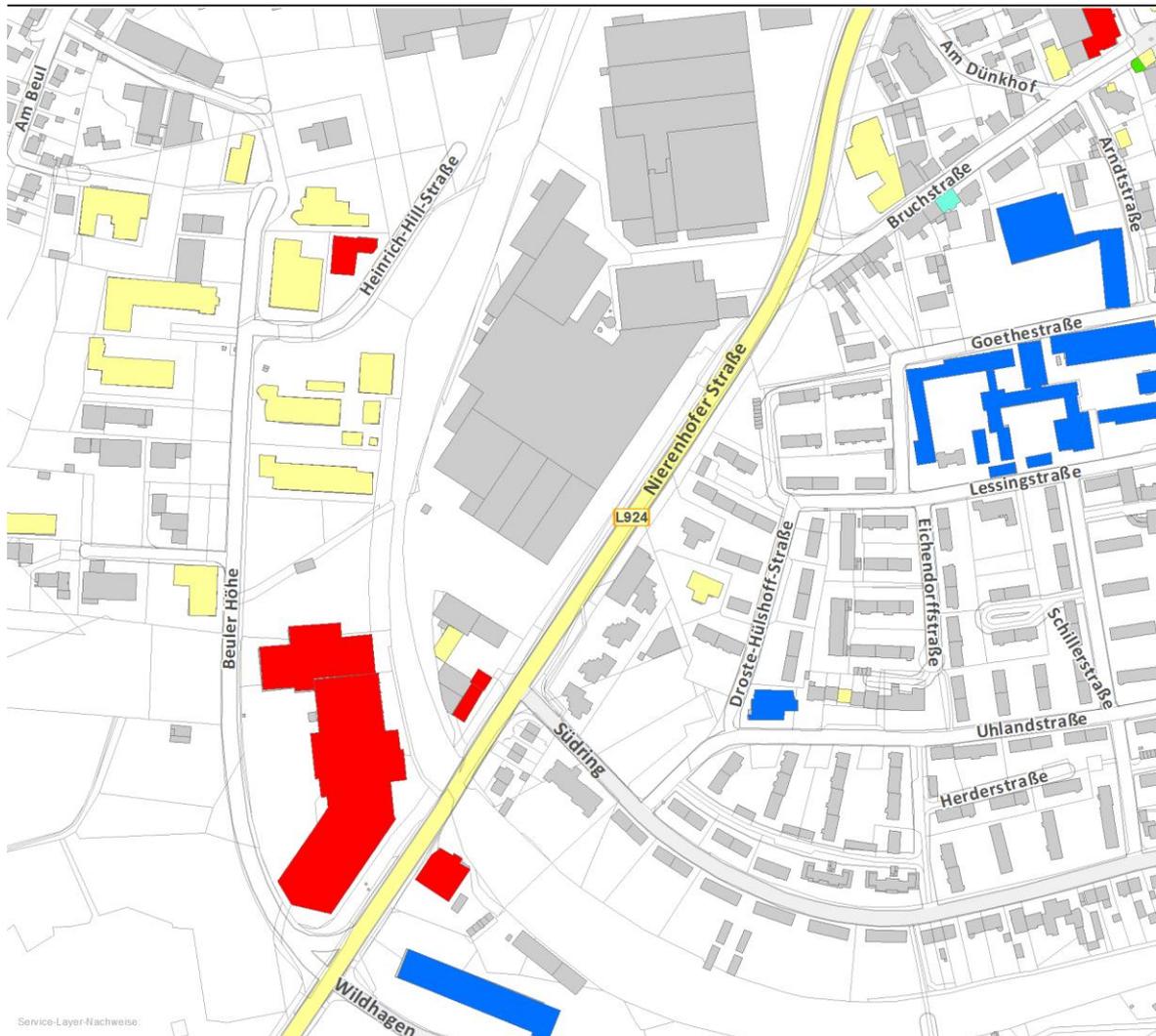


* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen

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

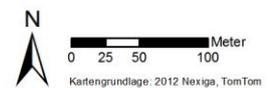
Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Abbildung 41: Ergänzungsstandort Gewerbegebiet Beul II



Nutzungsstruktur Beul II

- Einzelhandel
- Dienstleistung
- Gastronomie
- öffentliche Einrichtungen
- Leerstand



Quelle: BBE-Erhebungen

7.3 Gewerbegebiet Am Büchenschütz

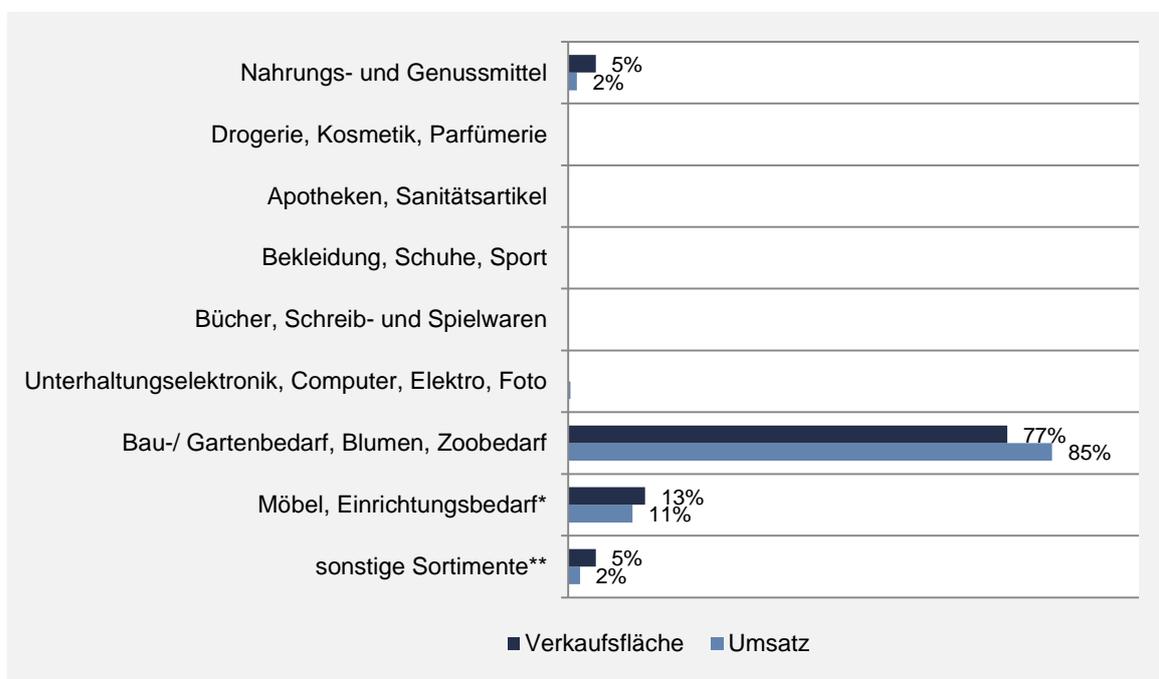
Im Ortsteil Welper übernimmt das Gewerbegebiet Am Büchenschütz die Funktion eines Ergänzungsstandortes für nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel. Hier sind Spezialanbieter der Segmente Bau- und Heimwerkerbedarf (Hellweg Baumarkt), Autozubehör und Weinhandel ansässig.

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

Insgesamt belegen 4 Einzelhandelsbetriebe im Gewerbegebiet Am Büchenschütz ca. 7.830 m² Verkaufsfläche (ca. 9 % der Hattinger Verkaufsfläche) und erzielen ca. 10,4 Mio. € Umsatz (ca. 4 % des Hattinger Umsatzes).

Unter städtebaulichen Gesichtspunkten ist eine gewerbliche Prägung des Gebietes hervorzuheben, da sich das Gebiet vor allem durch Produktionsstätten und Logistik sowie durch größere Büroobjekte auszeichnet. Dem Einzelhandel kommt nur im nordwestlichen Abschnitt eine prägende Bedeutung zu.

Abbildung 42: Verkaufsflächen und Umsätze im Gewerbegebiet Am Büchenschütz

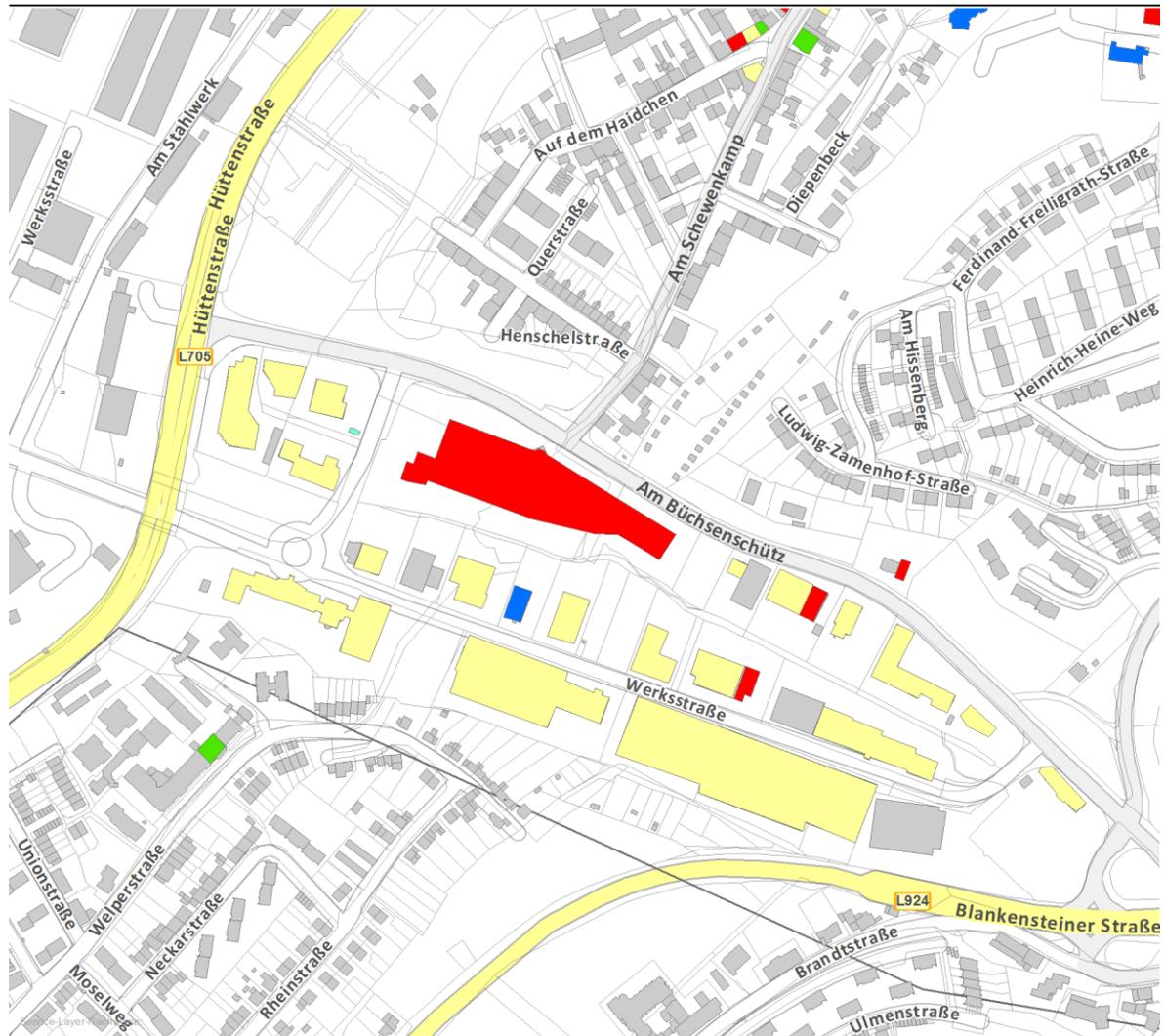


* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen

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

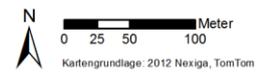
Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Abbildung 43: Ergänzungsstandort Gewerbegebiet Am Büchenschütz



Nutzungsstruktur Am Büchenschütz

- | | |
|--|---|
| Einzelhandel | öffentliche Einrichtungen |
| Dienstleistung | Leerstand |
| Gastronomie | |



Quelle: BBE-Erhebungen

8 Wohnungsnahe Versorgung in der Stadt Hattingen

Als wohnungsnahe Grundversorgung wird die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen Bedarfs verstanden, die möglichst in räumlicher Nähe zum Konsumenten (in einer fußläufigen Entfernung von ca. 700 – 1.000 m) erfolgen soll.¹⁶

Die räumliche Verteilung der Lebensmittelmärkte lässt erkennen, dass in Hattingen-Mitte fast von jedem Wohnstandort innerhalb von 700 m Fußwegentfernung ein Lebensmittelmarkt erreicht werden kann (vgl. Abbildung 44). Eine Ausnahme stellen die Wohnsiedlungsbereiche in der südlichen Kernstadt dar.

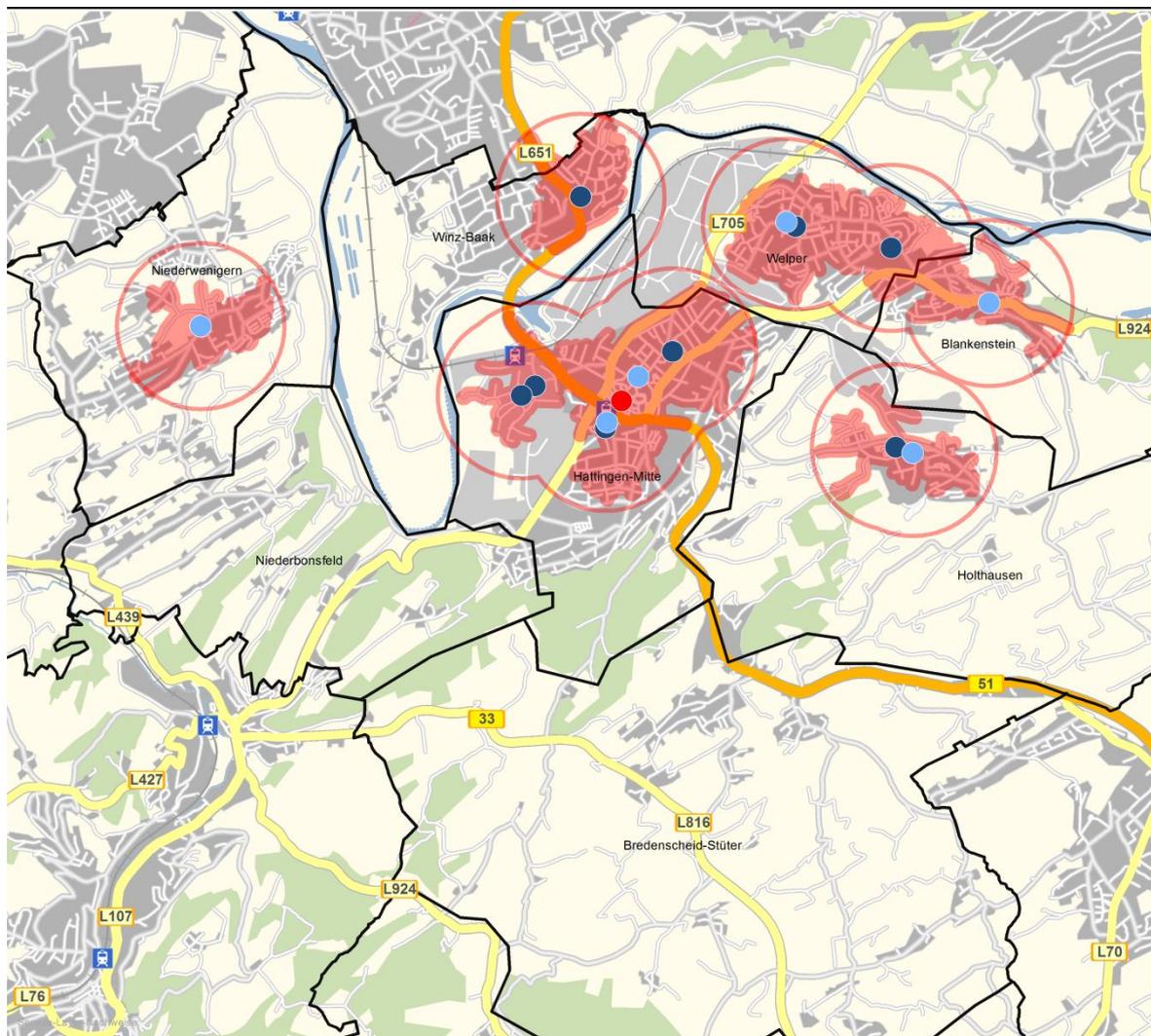
Lebensmittelmärkte sind in den Ortsteilen Welper, Niederwenigern, Blankenstein, Holthausen und Winz-Baak vorhanden, die innerhalb des eigenen Ortsteils eine wohnungsnahe Versorgung in zentraler Lage sicherstellen. Keine „eigene“ Lebensmittelmarktversorgung besteht in den Ortsteilen Niederbonsfeld, Bredenscheid-Stüter/ Oberstüter und Ober-/ Niederelfringhausen.

Zur quantitativen Beurteilung der Nahversorgungssituation in der Stadt Hattingen wird als Indikator die Umsatz-Kaufkraft-Relation im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel herangezogen (vgl. Abbildung 45).

Die Stadt Hattingen verzeichnet bei Nahrungs- und Genussmitteln per Saldo Kaufkraftabflüsse. So liegt der Gesamtumsatz bei rd. 113,6 Mio. €, während im Stadtgebiet eine sortimentspezifische Kaufkraft von rd. 134,8 Mio. € verfügbar ist. Der Kaufkraftabfluss beträgt per Saldo rd. 21,2 Mio. €.

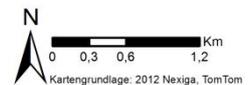
¹⁶ Diese Distanz wird von Fußgängern in durchschnittlich 10 - 12 Minuten zurückgelegt und ist damit als maximal akzeptierte fußläufige Entfernung zu betrachten.

Abbildung 44: Nahversorgung in der Stadt Hattingen



Nahversorgung

- SB-Warenhaus
- Supermarkt (400 - 2.500m² VKF)
- Discounter
- 700m - Radius
- Fußläufige Erreichbarkeit (700m)



Quelle: BBE-Erhebungen

Bei einer Betrachtung auf Ortsteilebene zeigt sich, dass sich die größten Angebote im Lebensmittelbereich auf Hattingen-Mitte konzentrieren. Vor allem die Lebensmittelanbieter in der Innenstadt und im Gewerbegebiet Beul I übernehmen gesamtstädtische Versorgungsfunktionen. Darüber hinaus zeigt sich in den Ortsteilen Blankenstein, Holthausen und Welper eine bedarfsgerechte Lebensmittelversorgung. Weniger als 40 % der Lebensmittel-Kaufkraft werden per Saldo in den Ortsteilen Niederwenigern und Winz-Baak vor Ort gebunden, sodass Kaufkraft in die benachbarten

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

Siedlungsbereiche von Essen und Bochum sowie nach Hattingen-Mitte fließt. Keine bedarfsgerechte eigene Nahversorgung ist zudem in den Siedlungsbereichen Niederbonsfeld (Einkaufsorientierung nach Hattingen-Mitte und Velbert-Langenberg), Bredenscheid-Stüter und Nieder-/ Oberelfringhausen (Einkaufsorientierung nach Hattingen-Mitte und Sprockhövel) gegeben. Gleichzeitig kommt den Hofläden im südlichen Stadtgebiet eine ergänzende gesamtstädtische Versorgungsbedeutung als Spezialanbieter, teilweise mit touristischer Funktion zu.

Abbildung 45: Umsatz-Kaufkraft-Relationen bei Nahrungs- und Genussmitteln in Hattingen nach Ortsteilen

Ortsteil / Siedlungsraum	Kaufkraft	Umsatz	Umsatz-Kaufkraft-Relation	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. € ¹
Hattingen-Mitte	48,2	65,8	137	+ 17,6
Blankenstein	6,7	7,0	104	+ 0,3
Bredenscheid-Stüter/ Oberstüter	7,9	1,7	22	- 6,2
Holthausen	14,0	13,2	94	- 0,8
Niederbonsfeld	5,9	0,2	3	- 5,7
Nieder-/ Oberelfringhausen	1,3	0,4	31	- 0,9
Niederwenigern	14,5	4,2	29	- 10,3
Welper	17,3	14,1	82	- 3,2
Winz-Baak	19,0	7,0	37	- 12,0
Stadt Hattingen gesamt	134,8	113,6	84	- 21,2

¹ +: Kaufkraftzufluss/ -: Kaufkraftabfluss
Quelle: BBE-Berechnungen

Im Fazit ist festzuhalten, dass in der Stadt Hattingen eine differenzierte wohnungsnaher Versorgung besteht, die im Bestand marktgerecht weiterentwickelt und standortbezogen ergänzt werden sollte. Hierbei stehen vor allem die Standortbereiche im Vordergrund, die aktuell über keine angemessene wohnungsnaher Versorgung verfügen. Eine Weiterentwicklung der Lebensmittel(markt)versorgung sollte vor allem in Niederwenigern und Winz-Baak erfolgen. Bestandssichernde Entwicklungen sind vor allem in Welper, Holthausen und in der Südstadt von Bedeutung.

9 Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse sowie Empfehlungen zur Verkaufsflächenentwicklung

Die Stadt Hattingen weist eine Einzelhandelsausstattung auf, die von der hohen Bedeutung der Innenstadt als Hauptgeschäftsbereich geprägt ist. Im Zusammenhang mit dem Gastronomieangebot kann die Hattinger Altstadt regionale Ausstrahlungskraft entfalten. Gleichwohl bringt die regionale Wettbewerbssituation - u. a. mit den benachbarten Oberzentren Essen und Bochum - ausgeprägte Kaufkraftbewegungen zwischen den Städten mit sich.

In der Innenstadt konzentriert sich eine differenzierte Einzelhandelsausstattung in den Bereichen Bekleidung, Schuhe, Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik sowie kleinteilige ergänzende Sortimente (Drogerie-/ Parfümeriewaren, Bücher, Schreibwaren- und Spielwaren, GPK/ Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien sowie Optik, Uhren und Schmuck), sodass die Innenstadt ihrer Mittelpunktfunktion gerecht wird.

Die städtebaulich nicht-integrierten Sonderstandorte Beul I und II sowie Am Büchenschütz sind durch Fachmärkte geprägt, die eine Ergänzung zum innerstädtischen Einzelhandelsangebot sicherstellen, ohne dass eine räumliche Verbindung besteht. Es handelt sich jeweils um räumlich isolierte Ergänzungsstandorte mit Versorgungsfunktionen überwiegend bei nicht-zentrenrelevanten Angeboten sowie im Lebensmittelsegment.

Die Nahversorgung wird durch das größere innerstädtische SB-Warenhaus Kaufland sowie durch Super- und Discountmärkte an überwiegend wohnungsnahen Standorten geprägt.

Die Ausstattungskennziffern und die Kaufkraftbewegungen lassen eine bedarfsgerechte Einzelhandelsversorgung der Stadt ohne größere Angebotsdefizite (Ausnahme Sportartikel) erkennen. Insbesondere die Innenstadt kann eine gesamtstädtische Ausstrahlung entfalten. Zur Stabilisierung und Weiterentwicklung der Innenstadt als Einkaufsstandort ist eine **Diversifizierung des zentrumstypischen Angebotes u. a. durch kompetente Bekleidungs-, Schuh- und Sportanbieter** sinnvoll. Dies sollte mit einem Ausschluss von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten an Standorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche einhergehen, um durch die Vorrangstellung des Hauptzentrums eine innenstadtbezogene Entwicklung zu unterstützen.

Angesichts der Leistungsdaten bestehen in der Stadt noch Entwicklungspotenziale in einer weiteren **Diversifizierung der wohnungsnahen Versorgung**, vor allem mit Lebensmittelmärkten. Diese ergeben sich auch aus dem steigenden Flächenbedarf der Betriebe und sollten auf die zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte sowie ggf. sonstige geeignete wohnungsnahen Standorte gelenkt werden.

Die Entwicklungsperspektiven der dezentralen Einzelhandelsstandorte liegen vor allem in einer Bestandssicherung der Versorgungsstrukturen und einer Weiterentwicklung durch Betriebe mit

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

nicht-zentrenrelevanten Angeboten. Insbesondere im Bereich **Möbel/ Einrichtungsbedarf** sind mit Blick auf die regionale Wettbewerbssituation nur Ergänzungen im spezialisierten Angebot möglich. Das Angebot im **Bau- und Gartenbedarf** lässt eine bedarfsgerechte Ausstattung erkennen, so dass allenfalls betriebssichernde Maßnahmen angezeigt sind.

10 Zentrenkonzept Hattingen

10.1 Bedeutung kommunaler Einzelhandelskonzepte aus Sicht der Landesplanung

Das kommunale Einzelhandels- und Zentrenkonzept stellt eine Ausgestaltung des landesplanerischen Steuerungsansatzes unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Besonderheiten dar. Mit dem Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen bestehen folgende Ziele und Grundsätze der Raumordnung, die im Rahmen der Bauleitplanverfahren in der Abwägung beachtet (Ziele) bzw. berücksichtigt (Grundsätze) werden müssen und somit auch den Rahmen für das kommunale Einzelhandelskonzept bilden:

- Großflächige Einzelhandelsbetriebe dürfen nur innerhalb der in den Regionalplänen dargestellten „Allgemeinen Siedlungsbereichen“ errichtet werden (Ziel 6.5-1).
- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen nur in zentralen Versorgungsbereichen errichtet werden (Ziel 6.5-2).

Welche Sortimente als zentrenrelevant gelten, regeln die Gemeinden über ortstypische Sortimentslisten. Bei der Festlegung der Liste sind so genannte „zentrenrelevante Leitsortimente“ zu beachten.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) dürfen ausnahmsweise auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen realisiert werden. Dazu ist nachzuweisen, dass eine Errichtung in integrierter Lage innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches aus städtebaulichen und siedlungsstrukturellen Gründen nicht möglich ist, die Bauleitplanung der Gewährleistung der wohnungsnahen Versorgung dient und zentrale Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

- Durch großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden (Ziel 6.5-3).
- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen so dimensioniert werden, dass der zu erwartende Gesamtumsatz die sortimentsbezogene Kaufkraft in der Gemeinde nicht überschreitet (Grundsatz 6.5-4).
- Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen dann außerhalb zentraler Versorgungsbereiche angesiedelt werden, wenn die zentrenrelevanten Randsortimente auf max. 10 % der Verkaufsfläche beschränkt werden (Ziel 6.5-5). Der Umfang der zentrenre-

levanten Randsortimente soll 2.500 m² Verkaufsfläche je Betrieb nicht überschreiten (Grundsatz 6.5-6).

- Die Gemeinden werden veranlasst, vorhandene Standorte großflächiger Betriebe außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen über Bebauungspläne auf den Bestand zu begrenzen, der baurechtlichen Bestandsschutz genießt. Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn dadurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche zu erwarten ist (Ziel 6.5-7).
- Einzelhandelsagglomerationen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche und Agglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen ist auf der Ebene der Bauleitplanung entgegenzuwirken. Dabei ist eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche zu vermeiden (Ziel 6.5-8).
- Zwischen Kommunen durch förmliche Beschlüsse vereinbarte Regionale Einzelhandelskonzepte sind bei der Aufstellung und Änderung von Regionalplänen zu berücksichtigen (Ziel 6.5-9).
- Die Regelungen gelten auch für vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO (Ziel 6.5-10).

Der „**Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen**“ in der Fassung vom 22. September 2008 fasst als Verwaltungsvorschrift wesentliche Punkte der gesetzlichen Rahmenbedingungen zusammen und erläutert diese. Dieser Erlass soll¹⁷

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

¹⁷ Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben; Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass NRW). Gem. RdErl. D. Ministeriums für Bauen und Verkehr - V.4/VI A 1 - 16.21 - u. d. Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie - 322/323 - 30.28.17. vom 22.09.2008.

Unter Punkt 4.1 „Gemeindliche Einzelhandelskonzepte“ führt der Einzelhandelserlass NRW einleitend aus:

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

In den Einzelhandelskonzepten legen die Gemeinden ihre Entwicklungsziele für den Einzelhandel fest. Dies beinhaltet neben dem angestrebten Zentrengefüge über die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche auch die Bestimmung der Sonderstandorte für großflächige Einzelhandelsvorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sowie sonstige Sonderstandorte. Dabei werden auf der Grundlage einer konkreten Bestandserhebung und -analyse der Einzelhandelssituation sowie der städtebaulichen Konzeption für die Einzelhandelsentwicklung die bestehenden tatsächlichen zentralen Versorgungsbereiche sowie die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche räumlich und funktional festgelegt. Zu einem Einzelhandelskonzept gehört auch die ortsspezifisch zu entwickelnde Liste zentrenrelevanter Sortimente“.

Mit einem Bundesverwaltungsgerichtsurteil von 2013 wurde nochmals die Bedeutung von Einzelhandelskonzepten für die Bauleitplanung klargestellt. Demnach kann sich die Kommune bei der Rechtfertigung eines Bebauungsplans zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung allein auf das beschlossene Einzelhandelskonzept berufen.¹⁸

10.2 Begriff des zentralen Versorgungsbereiches

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

¹⁸ Vgl. hierzu ausführlicher Kapitel 14.1

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

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

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

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

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

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

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

Betont hat das Bundesverwaltungsgericht in der genannten Entscheidung auch, dass ein zentraler Versorgungsbereich eine „**integrierte Lage**“ voraussetzt. Dies hatte das OVG NRW in seinem Urteil vom 19.06.2008 (7 A 1392/07) dahingehend beschrieben, dass der Standort für die zu versorgende Bevölkerung nicht nur mit dem Pkw günstig zu erreichen sein muss. Das Bundesverwaltungsgericht hat ergänzt, dass isolierte Standorte mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben keinen zentralen Versorgungsbereich bilden können, auch wenn sie über einen weiten Einzugsbereich verfügen und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllen mögen.

Ein zentraler Versorgungsbereich setzt keinen übergemeindlichen Einzugsbereich voraus. Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zuge-

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

schnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherstellung einer wohnortnahen Grundversorgung der im Einzugsbereich lebenden Bevölkerung. In dem OVG NRW-Urteil vom 15.02.2012 (10 D 32/11.NE bzw. 10 A 1770/09) wurden die Kriterien für Nahversorgungszentren konkretisiert. Demgemäß muss die ansässige Einzelhandelsausstattung geeignet sein, „den allgemeinen Anforderungen an ein Nahversorgungszentrum“ zu entsprechen. Als Grundvoraussetzung sollte im Allgemeinen mindestens ein moderner und zukunftsfähiger Anbieter aus dem Nahrungs- und Genussmittelsektor ansässig sein. Darüber hinaus ist ein Angebotsmix unterschiedlicher nahversorgungsrelevanter Einzelhandelsangebote und Dienstleistungen notwendig. Bei einem zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereich muss die städtebauliche Begründung auch belegen, dass die Entwicklung in einem überschaubaren Zeitraum wahrscheinlich ist bzw. durch den Einsatz des planungsrechtlichen Instrumentariums realisierbar erscheint.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass je nach Versorgungsfunktion und Einzugsbereich folgend Typen zentraler Versorgungsbereiche in Betracht kommen:

- **Hauptzentren**, die einen größeren Einzugsbereich, in der Regel das gesamte Stadtgebiet und gegebenenfalls sogar darüber hinaus ein weiteres Umland versorgen und in denen regelmäßig ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird,
- **Nebenzentren**, deren Einzugsbereich sich regelmäßig auf bestimmte Bezirke größerer Städte beschränkt und die zumeist ein nicht so breites Spektrum an Waren und Dienstleistungen anbieten wie erstgenannte Kategorie, sowie
- **Nahversorgungszentren**, die einen kleineren Einzugsbereich, in der Regel nur bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleinere Orte versorgen und in denen regelmäßig vorwiegend Waren des kurzfristigen Bedarfs - namentlich Lebensmittel (einschließlich Getränke) und Drogeriewaren – und gegebenenfalls auch Teilbereiche des mittelfristigen Bedarfs angeboten werden.

10.3 Leitziele für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Hattingen

Den Orientierungsrahmen für das kommunale Einzelhandelskonzept für die Stadt Hattingen bilden die einzelhandelsrelevanten Ziele der Landesplanung. Darauf aufbauend werden für die Stadt Hattingen die Leitziele für die Einzelhandelsentwicklung als Grundlage für die entsprechende Bauleitplanung wie folgt konkretisiert:

■ Erhalt und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion und der zentralen Versorgungsbereiche

Der Einzelhandel der Stadt Hattingen soll auch zukünftig die mittelzentralen Versorgungsfunktionen erfüllen, sodass eine nach städtebaulichen Kriterien ausgerichtete Weiterentwicklung der Versorgungsstrukturen erfolgen soll. Den zentralen Versorgungsbereichen wird dabei eine Vorrangstellung im Bereich der zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsangebote eingeräumt.

■ Priorität der Innenstadtentwicklung

Das Hauptzentrum Innenstadt stellt den wichtigsten Geschäftsbereich der Stadt Hattingen dar, der hinsichtlich der quantitativen und qualitativen Sicherung und Weiterentwicklung der Angebotsstrukturen höchste Priorität genießt. Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind auf den zentralen Versorgungsbereich zu konzentrieren. In besonderem Maße gilt dies für großflächige Betriebe, die die Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO erfüllen.

Dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt wird damit die Funktion eines Vorrangstandortes für die Weiterentwicklung des (großflächigen) Einzelhandels mit zentrenrelevanten Sortimenten zugewiesen. Gleichzeitig soll die Innenstadt auch Nahversorgungsfunktionen für die Wohnbevölkerung im Umfeld übernehmen.

■ Sicherung und Stärkung der wohnungsnahen Versorgung

Die wohnungsnahen Versorgung stellt ein städtebauliches Schutzgut dar. Die wohnungsnahen Versorgung soll erhalten und marktgerecht weiterentwickelt werden. Dazu ist neben der Konzentration auf die zentralen Versorgungsbereiche die Weiterentwicklung der vorhandenen Nahversorgungsstandorte sowie ggf. die Realisierung von weiteren Nahversorgungsstandorten möglich.

Dabei kann auf die in Ziel 6.5-2 des LEP NRW formulierte Ausnahmeregelung zur Sicherung einer flächendeckenden Nahversorgung zurückgegriffen werden. Großflächiger Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten kann demnach auch an siedlungsstrukturell integrierten Standorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche in Betracht kommen, wenn

- die wohnungsnahen Versorgung nicht durch einen Standort in einem zentralen Versorgungsbereich sichergestellt werden kann,
- der Betrieb nach Standort, Sortiment und Größe der Gewährleistung der wohnungsnahen Versorgung in dem zugeordneten Siedlungsbereich dient und
- keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind.

■ **Konzentration des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten auf geeignete Ergänzungsstandorte**

Durch die Konzentration des (großflächigen) Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten auf wenige ausgewählte Standorte soll eine weitere Streuung des Einzelhandels innerhalb des Stadtgebiets vermieden werden. Somit wird auch für den überwiegend nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel eine Konzentration möglicher neuer Betriebe auf im Stadtgebiet gut erreichbare Standorte verfolgt, um Verbundeffekte zwischen den Nutzungen zu ermöglichen. Zudem wird durch die Konzentration des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten auf ausgewählte Standorte der Ressourceneinsatz reduziert (Verbrauch von Flächen, Bau und Unterhaltung von Verkehrswegen).

Grundsätzlich sind die Standorte für den großflächigen (nicht-zentrenrelevanten) Einzelhandel nach den Zielen des LEP NRW nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen zulässig (Ziel 6.5-1). Bei der Ansiedlung, Verlagerung oder Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen durch zentren- und nahversorgungsrelevante Randsortimente keine negativen Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sein (Ziel 6.5-3), sodass im Rahmen einer Einzelfallprüfung für die Zulässigkeit die raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen eines Vorhabens zu bewerten sind. Dabei sind die zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente in Anlehnung an den LEP NRW auf max. 10 % der Verkaufsfläche zu beschränken (Ziel 6.5-5).

10.4 Zentrenhierarchie in der Stadt Hattingen

In der Stadt Hattingen zeichnen sich die vorgeschlagenen Typen zentraler Versorgungsbereiche/ Geschäftslagen durch folgende Aspekte aus:

- **Hauptzentrum** (= zentraler Versorgungsbereich)
 - zentrale Lage der Innenstadt
 - umfassendes Einzelhandelsangebot (breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf) und (verbrauchernahes) Dienstleistungsangebot, ergänzt um Gastronomie- und Freizeiteinrichtungen
 - gesamtstädtische und teilweise regionale Versorgungsbedeutung

- Ziel: Das Hauptzentrum stellt den Vorrangstandort für die Weiterentwicklung des (großflächigen) Einzelhandels mit zentrenrelevanten Sortimenten dar und soll Nahversorgungsfunktionen für die Wohnbevölkerung im Umfeld übernehmen.
- **Nahversorgungszentren** (= zentraler Versorgungsbereich)
 - städtebaulich-integrierter Standort
 - mindestens ein marktüblicher Lebensmittelmarkt sowie ergänzendes Einzelhandels- und (verbrauchernahes) Dienstleistungsangebot (vor allem mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten), ggf. Gastronomie
 - ortsteil- bzw. wohnsiedlungsbezogene Versorgungsbedeutung (zugeordneter Verflechtungsbereich)
 - Ziel der Weiterentwicklung ist die Sicherung und Stärkung der wohnungsnahen Versorgung. Daher soll in den Nahversorgungszentren die Ansiedlung von (großflächigen) Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten sowie ergänzenden kleinteiligen Angeboten mit zentrenrelevanten Sortimenten zulässig sein, wenn diese der Versorgung der Bevölkerung im zugeordneten Verflechtungsbereich dienen.
- **Nahversorgungsstandort** (= wohnungsnaher Versorgung)
- städtebaulich-integrierter Standort
- marktüblicher Lebensmittelmarkt, ggf. ergänzt um einzelne Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote; aufgrund der geringen/ fehlenden Angebotsergänzung durch Einzelhandel/ Dienstleistungen entspricht der Geschäftsbereich nicht den Kriterien eines zentralen Versorgungsbereiches (vgl. hierzu Kap. 10.2)
- ortsteil- bzw. wohnsiedlungsbezogene Versorgungsbedeutung (zugeordneter Verflechtungsbereich)
- Ziel ist die Sicherung und Stärkung der wohnungsnahen Versorgung durch Erhalt und Weiterentwicklung des bestehenden Nahversorgungsangebotes; dabei ist auch eine Ansiedlung/ Erweiterung von Lebensmittelmärkten über die Grenze der Großflächigkeit möglich, wenn der (ggf. großflächige) Einzelhandelsbetrieb der Grundversorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten im zugeordneten Verflechtungsbereich dient

und damit die wohnungsnahе Versorgung in anderen Wohnsiedlungsbereichen/ Ortsteilen nicht gefährdet.

■ **Ergänzungsstandorte¹⁹**

- städtebaulich nicht-integrierter Verbundstandort des (großflächigen) Einzelhandels
- Angebotsschwerpunkt bei Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten
- gesamtstädtische und teilweise regionale Versorgungsbedeutung
- Ziel ist die Konzentration von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten auf die Ergänzungsstandorte. Für den sonstigen Einzelhandel ist eine bestandsorientierte Weiterentwicklung zu verfolgen, soweit die zentralen Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung nicht negativ beeinträchtigt sowie die landesplanerischen Vorgaben erfüllt werden.

Für das Zentrenkonzept wird folgende Zentrenhierarchie vorgeschlagen:

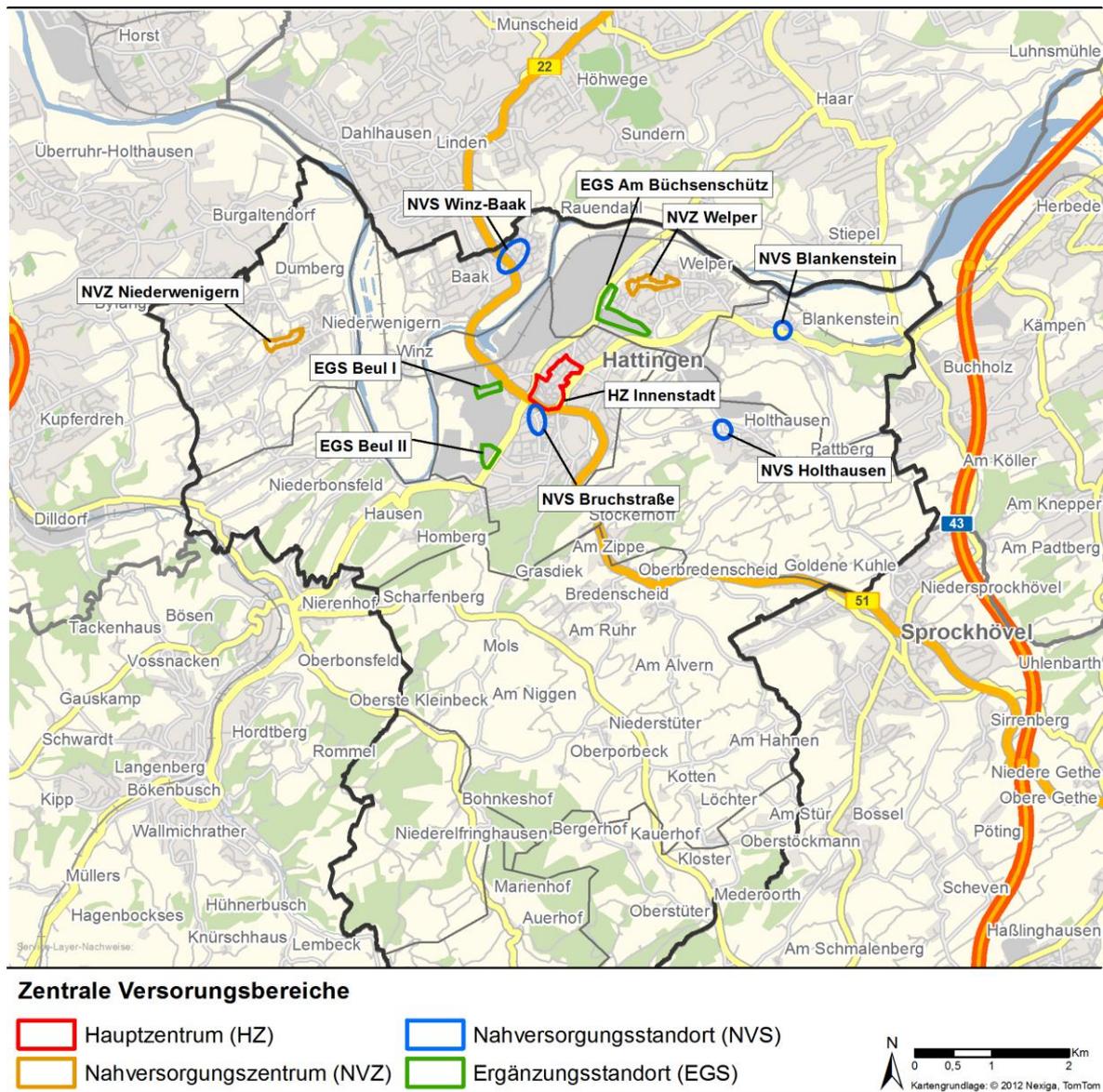
- Hauptzentrum Innenstadt
- Nahversorgungszentren Welper und Niederwenigern
- Nahversorgungsstandorte Bruchstraße/ Im Bruchfeld, Blankenstein, Holthausen und Winzbaak²⁰
- Ergänzungsstandorte des nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels Beul I, Beul II und Am Büchenschütz.²¹

¹⁹ Vorrangstandorte für Sondergebiete für Betriebe/ Vorhaben, die unter Ziel 6.5-5 LEP NRW fallen.

²⁰ Die Nahversorgungsstandorte übernehmen wichtige Funktionen zur Bündelung der wohnungsnahen Versorgung, ohne dass diese Geschäftslagen die Kriterien an einen zentralen Versorgungsbereich erfüllen, da zumeist die Angebotsvielfalt nicht ausreicht.

²¹ Die Ergänzungsstandorte fungieren als Vorrangstandorte zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebotes durch Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten und entsprechen den Zielen des LEP NRW.

Abbildung 46: Zentrenkonzept



Quelle: BBE-Darstellung

Damit ergeben sich mit der vorliegenden Fortschreibung des Masterplans Einzelhandel Veränderungen in der Bewertung der Zentrenstruktur gegenüber dem Masterplan Einzelhandel 2010, die sich einerseits aus Veränderungen in der Einzelhandels- und Dienstleistungsausstattung der Geschäftsbereiche (u. a. Rückgang der zentrenrelevanten Sortimente in Welper) und andererseits aus gestiegenen Anforderungen an die Mindestausstattung von zentralen Versorgungsbereichen (u. a. vielfältiges Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot) ergeben. Demgemäß erfüllt der Geschäftsbereich Welper aktuell nicht (mehr) die Versorgungsfunktionen eines Nebenzentrums und wird aufgrund der umfassenden Nahversorgungsfunktion als Nahversorgungszentrum eingestuft. Die

Geschäftsbereiche Bruchstraße/ Im Bruchfeld, Blankenstein, Holthausen und Winz-Baak (Rauendahlstraße) weisen neben marktfähigen Lebensmittelmärkten nur eine begrenzte Angebotsergänzung durch Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben im fußläufig erreichbaren Umfeld auf, so dass diese nicht mehr den Kriterien zur Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen entsprechen. Gleichwohl übernehmen sie wichtige (ausschnittweise) Nahversorgungsfunktionen, so dass sie in das Zentrenkonzept als Nahversorgungsstandorte (= wohnungsnaher Versorgung) aufgenommen werden.

10.5 Ansiedlungsregeln

Die Leitziele für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Hattingen im Zusammenwirken mit den räumlichen Versorgungsstrukturen lassen eine differenzierte Bewertung von Vorhaben des (großflächigen) Einzelhandels sinnvoll erscheinen. So ist zur Sicherung der differenzierten Versorgungsstrukturen im Zentrenkonzept und der darauf aufbauenden Bauleitplanung vor allem eine Unterscheidung nach den Kernsortimenten der Einzelhandelsvorhaben vorzunehmen:

■ **Ansiedlungsregel 1 a:**

Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten soll vorrangig in den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichen und an den ausgewiesenen Nahversorgungsstandorten angesiedelt werden. Die Vorhaben müssen sich in ihrer Dimensionierung an der **zugeordneten Versorgungsfunktion** (= Verflechtungsbereich) orientieren, damit Auswirkungen auf (andere) zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnaher Versorgung ausgeschlossen werden können. Die Vorhaben müssen dazu folgende Kriterien kumulativ erfüllen, die im Rahmen einer nachvollziehbaren Prognose darzulegen sind:

- Umsatz max. 50 % des nahversorgungsrelevanten Kaufkraftpotenzials im Verflechtungsbereich, bei Lebensmittelmärkten zzgl. Nonfood-Umsatz (Umsatz-Kaufkraft-Relation)
- Umsatz mind. 70 % mit Kunden aus dem Verflechtungsbereich (Umsatzherkunft).

■ **Ansiedlungsregel 1 b:**

Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten kann an städtebaulich-integrierten Standorten außerhalb der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte angesiedelt werden. Die Dimensionierung richtet sich in diesem

Fall nach der Bevölkerung in den funktional zugeordneten Wohnsiedlungsbereichen (**Nahbereich orientiert sich i. d. R. am 700 – 1.000 m-Entfernungsradius²²**). Die Vorhaben müssen dazu folgende Kriterien kumulativ erfüllen, die im Rahmen einer nachvollziehbaren Prognose darzulegen sind:

- Umsatz max. 50 % des nahversorgungsrelevanten Kaufkraftpotenzials im Nahbereich (funktional zugeordnete Wohnsiedlungsbereiche), bei Lebensmittelmärkten zzgl. Non-food-Umsatz (Umsatz-Kaufkraft-Relation)
- Umsatz mind. 70 % mit Kunden aus dem Nahbereich (Umsatzherkunft).

■ **Ansiedlungsregel 2:**

Großflächiger Einzelhandel mit zentrenrelevanten Kernsortimenten ist nur im Hauptzentrum Innenstadt zulässig. In den Nahversorgungszentren ist ergänzender zentrenrelevanter Einzelhandel zulässig, der in seiner Dimensionierung der zugewiesenen Versorgungsfunktion (= Verflechtungsbereich) entspricht:

- Umsatz max. 50 % des sortimentsrelevanten Kaufkraftpotenzials im Verflechtungsbereich
- Umsatz mind. 70 % mit Kunden aus dem Verflechtungsbereich (Umsatzherkunft)

■ **Ansiedlungsregel 3:**

Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten kann auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden. Vorrangstandorte (für den großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel) sollen die ausgewiesenen Ergänzungsstandorte sein, soweit diese im Regionalplan als Allgemeine Siedlungsbereiche dargestellt sind. Die zentrenrelevanten Sortimente dürfen max. 10 % der Verkaufsfläche, höchstens 2.500 m² Verkaufsfläche einnehmen.

²²

Dabei ist der Versorgungsbereich abhängig von den siedlungsstrukturellen Gegebenheiten und kann in Abhängigkeit von der Einwohnerdichte variieren.

Atypik für Lebensmittelmärkte

Abgesehen von diesen Ansiedlungsregelungen zeigt der Einzelhandelserlass NRW für den großflächigen Lebensmitteleinzelhandel die Möglichkeit einer atypischen Fallgestaltung im Sinne 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) aufgrund von städtebaulichen Besonderheiten auf. In diesem Fall wird auf das Warenangebot des Betriebs (überwiegend auf die Nahversorgung ausgerichtet) und die Bedeutung des Marktes für die wohnungsnah Grundversorgung (v. a. vorhandenes Kaufkraftpotenzial im Nahbereich, städtebauliche Integration) abgestellt. Im Einzelnen sind für eine Widerlegung der Regelvermutung folgende Anhaltspunkte für eine besondere städtebauliche Situation notwendig:

- Der Markt muss nahversorgungsrelevante Kernsortimente führen (mind. 90 % der Verkaufsfläche für Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren).
- Der Standort des Marktes muss städtebaulich integriert sein, d. h., er liegt entweder in einem abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich oder in einem Wohnsiedlungsgebiet.
- Der Lebensmittelmarkt muss der Sicherung der verbrauchernahen Versorgung dienen. Eine solche Nahversorgung ist anzunehmen, wenn der Umsatz einen Anteil von 35 % der im Nahbereich vorhandenen sortimentspezifischen Kaufkraft nicht wesentlich überschreitet. Dabei ist der Nahbereich abhängig von den siedlungsstrukturellen Gegebenheiten und kann in Abhängigkeit von der Einwohnerdichte variieren.

Die Betriebe, die diese Kriterien erfüllen, unterliegen nicht der Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO und können außerhalb von Kern- und Sondergebieten genehmigt werden. Für alle sondergebietspflichtigen Lebensmittelmärkte gelten die Regelungen des Ziels 6.5-2 LEP NRW. Demnach dürfen Sondergebiete für Vorhaben im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO ausnahmsweise auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen dargestellt und ausgewiesen werden, wenn

- die wohnungsnah Versorgung nicht durch einen Standort in einem zentralen Versorgungsbereich sichergestellt werden kann,
- der Betrieb nach Standort, Sortiment und Größe der Gewährleistung der wohnungsnahen Versorgung in dem zugeordneten Siedlungsbereich dient und
- durch den geplanten Nahversorgungsbetrieb keine negativen raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten sind (Einzelfallprüfung).

„Bagatellgrenze“ für die Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

Grundsätzlich soll der Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten auf die zentralen Versorgungsbereiche konzentriert werden. Gleichwohl ist ein flächendeckender Ausschluss von zentrenrelevanten Sortimenten in Mischgebieten und Allgemeinen Wohngebieten außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen durch den Gesetzgeber nicht vorgesehen und bedarf im Einzelfall einer besonderen städtebaulichen Begründung. Auch das aktuelle Urteil des OVG Bautzen vom 09.02.2016 (Az. 1 A 415/13) bestätigt, dass ein Einzelhandelsausschluss nur möglich ist, wenn es sich um einen eigenständigen Anlagentyp handelt. Nach § 1 Abs. 9 BauNVO können bestimmte Einzelhandelsbetriebe von einem im Bebauungsplan festgelegten Einzelhandelsausschluss generell ausgenommen werden. Die Zulässigkeit einer derartigen Feinsteuerung ist beispielsweise für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten anerkannt. Eine Festsetzung einer Bagatellgrenze bildet jedoch nach dem Urteil keinen eigenständigen Anlagentyp und kann daher nicht zum Gegenstand einer Regelung eines Bebauungsplanes nach i. S. v. § 1 Abs. 9 BauNVO gemacht werden.

Aufgrund der fehlenden Möglichkeit der bauplanungsrechtlichen Umsetzung wird im Rahmen des Masterplans daher keine Bagatellgrenze vorgeschlagen.

Hofläden

Die Hofläden in der Stadt Hattingen belegen überwiegend Standorte im Außenbereich und unterliegen somit der Regelung von § 35 BauGB. Demnach dürfen nur Landwirte im Außenbereich privilegiert bauen. Ein Hofladen als Gewerbebetrieb ist nur innerhalb sehr enger Grenzen im Außenbereich zulässig. So muss der Absatz von Erzeugnissen eigener Bodenertragsnutzung im Vordergrund stehen und das Erscheinungsbild des landwirtschaftlichen Betriebes muss gewahrt bleiben. Der Hofladen muss dem landwirtschaftlichen Betrieb dienen und darf nur einen untergeordneten Teil der Betriebsfläche einnehmen. Insofern unterliegt die Größenentwicklung der Hofläden als gewerbliche Verkaufseinrichtungen im Außenbereich dem engen Regelungsrahmen des Baugesetzbuches, ohne dass weitere Regelungen im Masterplan Einzelhandel notwendig erscheinen.

Zur Umsetzung der Leitziele und Ansiedlungsregeln werden im Folgenden die zentralen Versorgungsbereiche räumlich abgegrenzt und Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Versorgungsstrukturen aufgezeigt.

11 Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Versorgungsstrukturen

11.1 Hauptzentrum Innenstadt

Bei der räumlichen Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches sind insbesondere die städtebauliche Situation sowie die Nutzungsstrukturen zu beachten. Die Analyse der Einzelhandelsstrukturen in der Innenstadt zeigt auf, dass sich der Einzelhandelsbesatz und die ergänzenden Nutzungen der privaten und öffentlichen Dienstleistungen auf die Nord-Süd-Achse Heggerstraße/ Obermarkt/ Gelinde/ Reschop Carré sowie die West-Ost-Achsen Große-Weilstraße/ St.-Georg-Straße/ Steinhagen und Krämersdorf/ Untermarkt und das angrenzende Altstadt-Quartier konzentrieren (vgl. Abbildung 47).

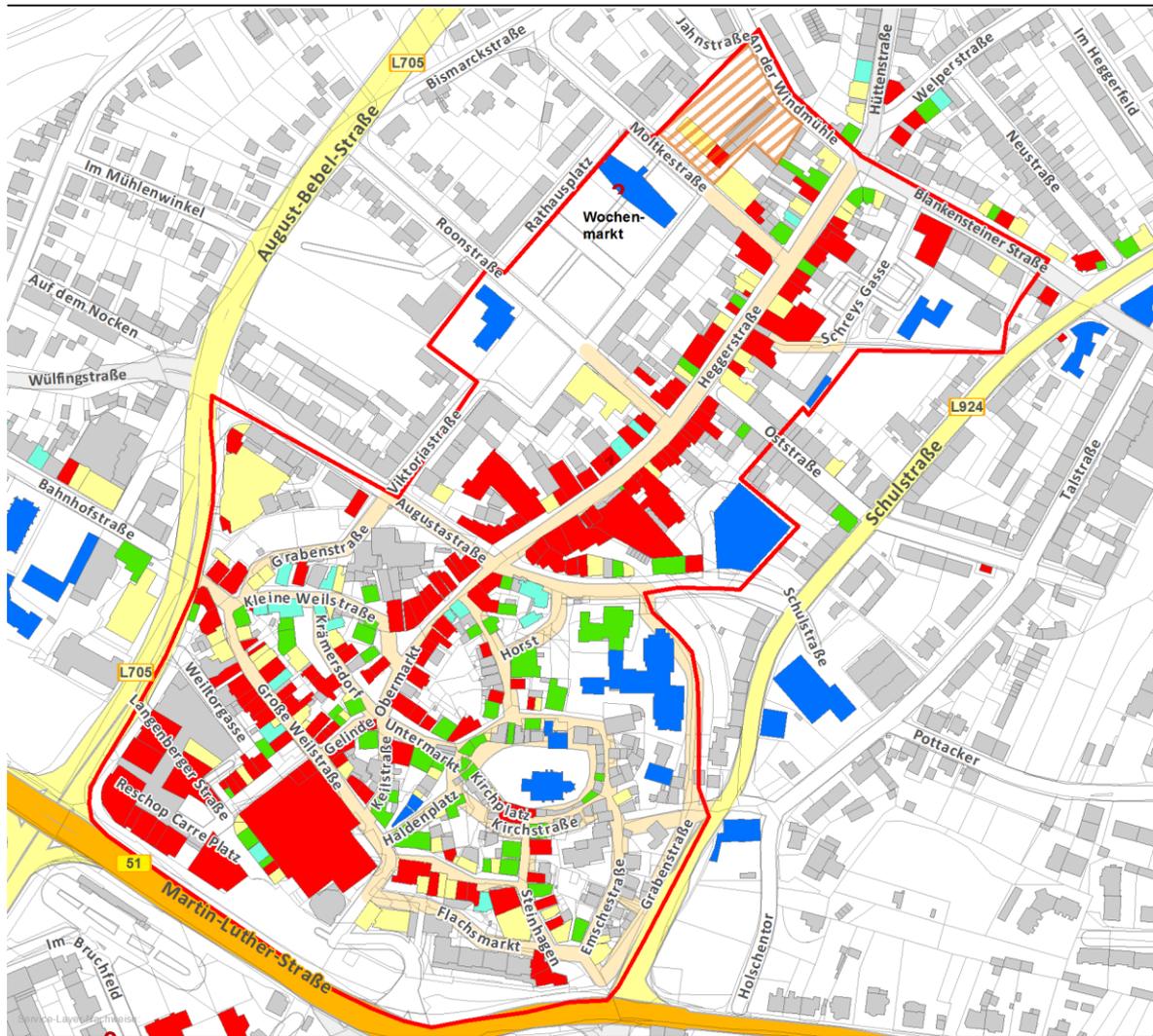
Im Süden stellt die Verkehrsachse der Martin-Luther-Straße eine stadträumliche Grenze des zentralen Versorgungsbereiches dar. Trotz der direkten Fußwegverbindung (Brücke) zwischen dem Reschop Carré und dem südlich gelegenen Nahversorgungsstandort Bruchstraße/ Im Bruchfeld, kann dieser Standortbereich nicht als Arrondierung der Innenstadt dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet werden. Die Anbindungsqualität und die Nutzungsstruktur lassen den Standort nicht als Teil der Innenstadt fungieren, sondern als eigenständigen Geschäftsbereich, der Nahversorgungsfunktionen insbesondere für die angrenzenden Wohnsiedlungsbereich der Südstadt übernimmt.

Der zentrale Versorgungsbereich wird westlich und östlich im Bereich der Altstadt durch die Verkehrsachsen August-Bebel-Straße und Schulstraße begrenzt. Im nördlichen Abschnitt beschränkt sich der durch eine differenzierte, frequenzstarke Nutzung geprägte Geschäftsbereich vor allem auf die Heggerstraße und die direkt angrenzenden Bereiche der Seitenstraßen, sodass der zentrale Versorgungsbereich im Bereich des Rathausplatzes (u. a. auch Wochenmarktstandort) und im Bereich Schreys Gasse seine Begrenzung findet.

Im Norden weist der Einkaufsbereich mit dem Ende der Fußgängerzone eine deutlich abnehmende Nutzungsdichte auf. So stellt die Blankensteiner Straße die Grenze des zentralen Versorgungsbereiches dar. Außerhalb besteht nur noch ein sporadischer Besatz publikumsintensiver Nutzungen. Vielmehr sind in diesem Abschnitt typische kleinteilige Nutzungen einer frequenzschwachen Nebenlage ansässig. Auch bricht der fußläufige Passantenlauf außerhalb Fußgängerzone deutlich ab.

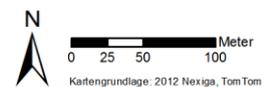
Mit dem nordwestlich der Heggerstraße gelegenen Postareal besteht innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches eine Entwicklungsfläche, die im Rahmen einer langfristigen Innenstadtentwicklung einen Entwicklungsimpuls setzen kann. Denkbar ist die Ansiedlung von nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsangeboten, die die Versorgung der im Umfeld der nördlichen Innenstadt wohnhaften Bevölkerung verbessert.

Abbildung 47: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



Nutzungsstruktur Hattingen-Mitte

- | | | |
|--|--|--|
| ■ Einzelhandel | ■ öffentliche Einrichtungen | Entwicklungsfläche |
| ■ Dienstleistung | ■ Leerstand | |
| ■ Gastronomie | Zentraler Versorgungsbereich | |



Quelle: BBE-Erhebungen

Damit sind alle strukturprägenden Betriebe der Innenstadt dem abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich zugeordnet. Die Längenausdehnung beläuft sich in Nord-Süd-Richtung auf ca. 700 m, sodass das Versorgungszentrum (nur) im Zusammenhang mit der hohen Nutzungsdichte fußläufig erlebbar ist.

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

Für die Hattinger Innenstadt ist eine moderate Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebotes zu empfehlen, damit auch der ansässige Einzelhandel von Verbundeffekten profitieren kann. Dabei steht eine Diversifizierung des Angebotes von Bekleidung, Schuhen und Sport im Vordergrund. Darüber hinaus ist das Nahversorgungsangebot in der Innenstadt neu aufzustellen, da vor allem in der nördlichen Kernstadt eine Ergänzung der wohnungsnahen Versorgung notwendig ist.

Die Entwicklung der Hattinger Innenstadt wird weiterhin durch strukturelle Veränderungen geprägt sein. Denn die Einzelhandelslandschaft in Deutschland steht vor tiefgreifenden Umwälzungen. So wird der deutsche Einzelhandelsimmobilienmarkt derzeit im Wesentlichen durch folgende Faktoren bestimmt:

- demografischer Wandel und Reurbanisierung,
- Verdrängungswettbewerb im stationären Einzelhandel
- neu erwachsender Wettbewerb durch E- und M-Commerce
- Sanierungsstau bei vielen Vertriebstypen des gegenwärtigen Bestandes.

Hierbei ist die höchste Dynamik im E-Commerce zu beobachten, dessen Erfolg auf die große Verbreitung von Computern und Smartphones sowie den barrierefreien Zugang zum Internet basiert. Durch die rasante Verbreitung von Smartphones ist der nächste Schritt im Onlinehandel geebnet, die Integration von stationärem Einzelhandel und Onlinehandel durch den Multichannel-Ansatz setzt sich zunehmend durch (vgl. Kap. 5.3).

So wird durch den Onlinehandel nicht nur stationärer Einzelhandel verdrängt, sondern es werden auch neue Vertriebsmöglichkeiten eröffnet. Dabei verschwimmen die Grenzen von Online-Handel und stationärem Einzelhandel zunehmend. Nur Einzelhändler, die diesen Multichannel-Ansatz konsequent verfolgen, werden sich auch weiterhin am Markt mit einem immer härter werdenden Preiswettbewerb behaupten können.

Investoren - und damit auch die Kommunen - müssen sich daher in manchen Segmenten tendenziell auf fallende Mieten und kürzere Laufzeiten der Mietverträge einstellen. Auch erhöht sich durch den potenziellen Verlust von Ankermietern das Mietausfallrisiko. Zudem wird sich die Polarisierung zwischen guten und weniger guten Objekten und Standorten weiterhin fortsetzen. So ist davon auszugehen, dass auch bei Städten, die ein regionales Einzugsgebiet aufweisen, nur noch in den A-Lagen ein positives Investmentpotenzial zu erwarten ist. In den B- und Nebenlagen dieser Städte dürften sich die zukünftige Flächennachfrage und der zusätzliche Flächenbedarf dagegen rückläufig entwickeln. So werden Handelsnutzer in diesen Lagen kaum Kompromisse bzgl. der Grundrissgestaltung, der Objektausstattung und der Miethöhe eingehen.

Im Fazit wird damit zu rechnen sein, dass sich der innerstädtische Flächenbedarf in Hattingen stärker auf attraktive Verbundstandorte konzentrieren wird. Damit wird ein Flächenbedarf für moderne Betriebskonzepte einhergehen, während zu kleine oder in Randlagen befindliche Einzelhandelsflä-

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

chen zunehmend abschmelzen werden. Für die Weiterentwicklung der Hattinger Innenstadt ist somit vor allem von Bedeutung, dass es weiterhin gelingt, attraktive Angebotsformate in den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichen zu integrieren. Dazu bestehen in der Hattinger Innenstadt grundsätzlich gute Rahmenbedingungen.

Die möglichen Nutzungen sollten vor allem das Bekleidungs-, Schuh- und Sportangebot der Stadt ergänzen. Durch eine Angebotsdiversifizierung in der Innenstadt kann die Ausstrahlungskraft der Einkaufsstadt im regionalen Vergleich erhalten werden. Darüber hinaus können mit der Etablierung weiterer kundenfrequenzstarker Filialisten auch die Standortbedingungen für den kleinteiligen Einzelhandel verbessert werden. Damit bietet die Innenstadt für weitere Angebotsarrondierungen dann gute Voraussetzungen, wenn es gelingt, die Achse Heggerstraße/ Obermarkt/ Gelinde/ Reschop Carré durch die kontinuierliche Anpassung von Angebotsformaten weiterzuentwickeln.

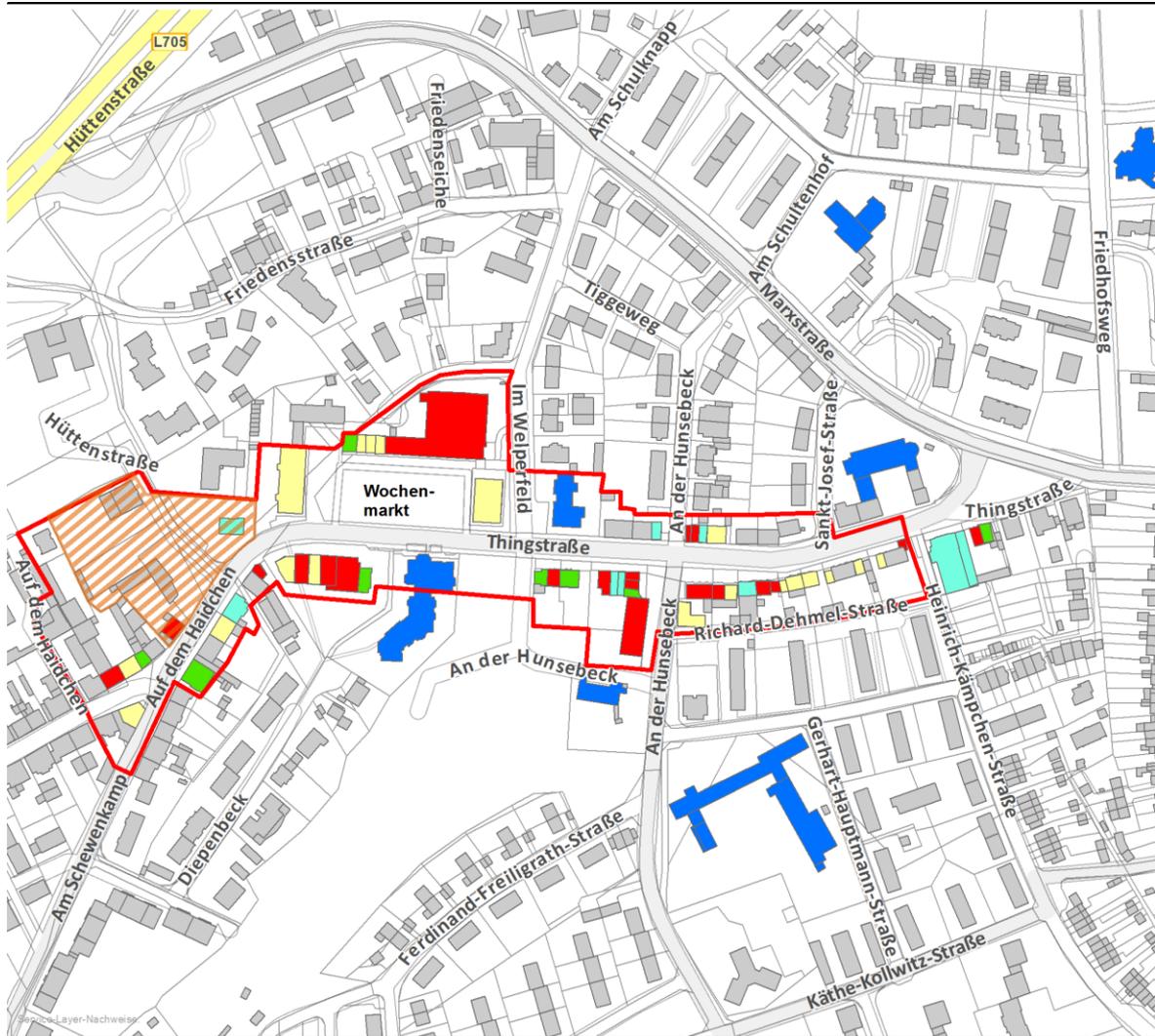
Die Entwicklungsfläche des Post-Areals ist vor allem geeignet, das Nahversorgungsangebot der nördlichen Innenstadt weiterzuentwickeln.

11.2 Nahversorgungszentrum Welper

In zentraler Lage des Ortsteils Welper befindet sich eine Verdichtung publikumsintensiver Nutzungen entlang der Achse Thingstraße/ „Marktplatz“/ Auf dem Haidchen. Die Nutzungsstruktur lässt einen zusammenhängenden Geschäfts- und Dienstleistungsbereich erkennen, der im Westen bis zum Einmündungsbereich Am Schewenkamp und im Osten bis zur Kreuzung Heinrich-Kämpchen-Straße reicht. In diesem Bereich sind alle frequenzstarken Nutzungen vorhanden. Westlich des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches sind Wohnnutzungen prägend. Im östlichen Abschnitt der Thingstraße ist in den letzten Jahren ein deutlicher Rückgang der Nutzungsvielfalt eingetreten. Für das Gebäude mit einem größeren leerstehenden Ladenlokal im Kreuzungsbereich Heinrich-Kämpchen-Straße ist der Neubau von Eigentumswohnungen geplant. Die Nutzungsstruktur im Umfeld ist ebenfalls durch Wohnen mit wenigen, kleinteiligen Gewerbeeinheiten geprägt, die vor allem durch Dienstleistungsnutzungen ohne größeren Kundenverkehr genutzt werden.

Damit wird für die Weiterentwicklung eine Konzentration des Geschäftsbereiches auf den zentralen Bereich rund um den Marktplatz empfohlen. Für die bedarfsgerechte Weiterentwicklung der Versorgungsstrukturen (insbesondere der marktgerechten Aufstellung der Lebensmittelmärkte) ist die Entwicklungsfläche nördlich des Straßenzuges „Auf dem Haidchen“ von besonderer Bedeutung.

Abbildung 48: Zentraler Versorgungsbereich Welper



Nutzungsstruktur Welper

- Einzelhandel
- öffentliche Einrichtungen
- Zentraler Versorgungsbereich
- Dienstleistung
- Leerstand
- Entwicklungsfläche
- Gastronomie



Quelle: BBE-Erhebungen

Die Nutzungsstruktur im Geschäftszentrum Welper lässt einen Hauptfrequenzbereich rund um den „Marktplatz“ erkennen. Hier sind neben dem Rewe-Markt weitere wichtige frequenzstarke Nahversorgungsangebote vorzufinden. Der Hauptfrequenzbereich spannt sich entlang der Thingstraße bis zum Kreuzungsbereich „An der Hunsebeck“ auf. Westlich und östlich dieser zentralen Lage im Geschäftszentrum bestehen Randlagen, die durch ergänzende Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen geprägt sind, jedoch hinsichtlich Nutzungsdichte und Kundenfrequenz deutlich abfallen und einzelne Leerstände aufweisen. Insbesondere durch eine mögliche Belegung der Entwicklungs-

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

fläche „Auf dem Haidchen“ ist für den westlichen Geschäftsbereich ein positiver Entwicklungsimpuls zu erwarten. Dagegen ist im östlichen Abschnitt der Thingstraße eine Weiterentwicklung durch Einzelhandelsangebote nicht zu erwarten. Spätestens mit der Umnutzung des ehemaligen Schlecker-Standortes zu Eigentumswohnungen ist die Ladenstruktur ausschließlich durch Kleinbetriebe geprägt, die eigenständig keine ausreichende Attraktivität entfalten können, um Kundenfrequenz in ausreichendem Maße auf sich lenken zu können. In diesem als Nebenlage zu klassifizierenden Standortbereich sind Umnutzungen zu weniger frequenzintensiven Dienstleistungsnutzungen bzw. zu Wohnnutzungen vorzuschlagen.

Im Fazit kann die räumliche Verdichtung des Einzelhandelsangebotes in Welper zur Revitalisierung des Geschäftszentrums beitragen, da im Kern des zentralen Versorgungsbereiches attraktive Leitbetriebe vorhanden und ggf. entwickelbar sind. Damit sollten vor allem Entwicklungsimpulse durch Ergänzung/ Neuaufstellung von Magnetbetrieben des Einzelhandels (Lebensmittelmarkt, Drogeriemarkt, ggf. sonstige Fachmärkte) geschaffen werden, damit dem Handel weiterhin eine zentrale Rolle als Frequenzbringer zukommen kann, der durch andere Nutzungen (Wohnen, Gastronomie, Dienstleistung, Kultur etc.) unterstützt wird. Auch die Ergänzung des (Tages-)Gastronomie-Angebotes (mit Außensitzplätzen im Sommer) würde die Attraktivität des Geschäftszentrums deutlich erhöhen. Hierbei kann gleichermaßen auf die Bevölkerung in Welper als auch auf die im Umfeld Beschäftigten abgestellt werden.

Die Entwicklung sollte sich auf den Ausbau der Angebotsvielfalt mit Schwerpunkt Nahversorgung beziehen. Der zugeordnete Verflechtungsbereich umfasst den Ortsteil Welper (ca. 7.200 Einwohner). Die Entwicklungsfläche „Auf dem Haidchen“ ermöglicht einen bedarfsgerechten Ausbau des nahversorgungsbezogenen Versorgungsangebotes. Darüber hinaus bestehen Entwicklungspotenziale in der Nachnutzung der kleinteiligen Leerstände durch Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen.

11.3 Nahversorgungszentrum Niederwenigern

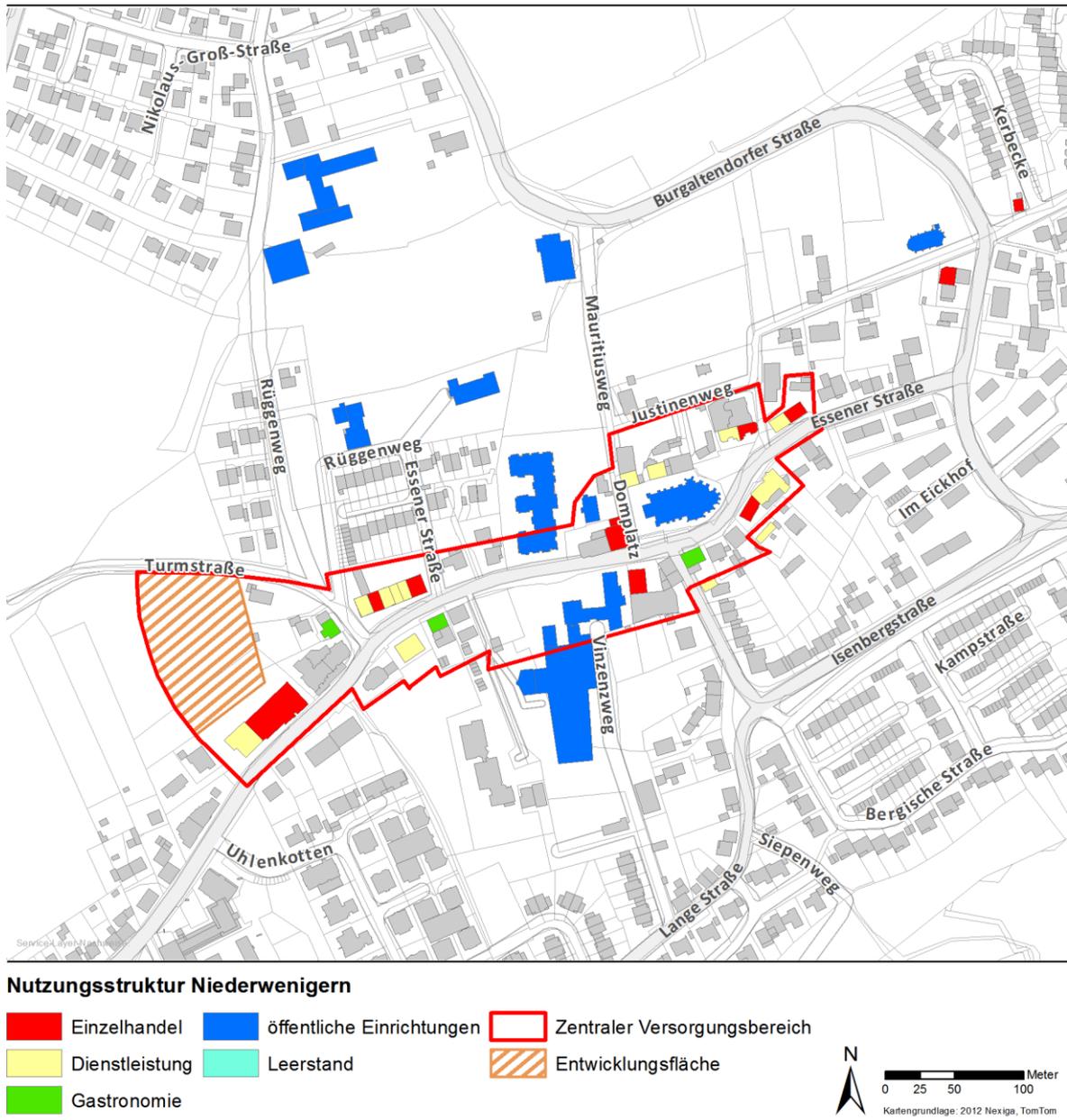
Im Ortsteil Niederwenigern befindet sich entlang der Essener Straße ein gewachsener Geschäftsbereich, der eine nahezu durchgehende Nutzungsstruktur durch Einzelhandels-, Dienstleistungsbetriebe und öffentliche Einrichtungen aufweist. Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich von dem Einmündungsbereich Justinenweg im Osten bis zum Rewe Supermarkt im Westen auf einer Entfernung von ca. 450 m. Neben dem Supermarkt sind kleinteilige Einzelhandelsbetriebe vor allem der Nahversorgung ansässig. Mit dem St. Elisabeth-Krankenhaus belegt eine öffentliche Einrichtung eine zentrale Lage im Geschäftsbereich.

Im Rahmen der Nahversorgungsanalyse konnte festgestellt werden, dass der Einzelhandel im Ortsteil Niederwenigern nur einen Teil der nahversorgungsbezogenen Kaufkraft der Einwohner

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

binden kann. Ziel der Stadtentwicklung für den Ortsteil Niederwenigern sollte sein, das Nahversorgungsangebot für die Bevölkerung des Ortsteils Niederwenigern weiterzuentwickeln. In diesem Zusammenhang ist auch ein bedarfsgerechter Ausbau im Bereich der Lebensmittelmärkte (Ansiedlung/ Erweiterung) zu verfolgen. Darüber hinaus sind kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen zur Weiterentwicklung der wohnortnahen Versorgungsstrukturen denkbar.

Abbildung 49: Zentraler Versorgungsbereich Niederwenigern



Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

Die Weiterentwicklung soll sich an dem zugeordneten Verflechtungsbereich orientieren, der den Ortsteil Niederwenigern mit ca. 6.100 Einwohnern umfasst.

Vor dem Hintergrund der Nutzungsstrukturen wird der zentrale Versorgungsbereich entlang der Essener Straße abgegrenzt. Mit der Freifläche an der Turmstraße verfügt das Nahversorgungszentrum über eine Entwicklungsfläche, die auch für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes geeignet erscheint.

11.4 Ausgewiesene Nahversorgungsstandorte und sonstige wohnungsnahe Versorgung

Die Nutzungsstrukturen am Standort Bruchstraße/ Im Bruchfeld (Südstadt) und in den Ortsteilen Blankenstein, Holthausen und Winz-Baak zeichnen sich durch eine Mischung von Lebensmittelmärkten und wenigen ergänzenden publikumsintensiven Nutzungen aus (u. a. Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie und öffentliche Einrichtungen).

Damit erreichen die Geschäftslagen nicht die für einen zentralen Versorgungsbereich notwendige Nutzungsvielfalt. Insbesondere im Bereich des Einzelhandels besteht kein ausreichendes, zentren-typisches Angebot unterschiedlicher Betriebstypen und -größen sowie Sortimente. Vielmehr handelt es sich um Nahversorgungsstandorte, die der wohnungsnahen Lebensmittelversorgung der im Umfeld wohnhaften Bevölkerung dienen.

Die Standorte sind als siedlungsstrukturell integriert und als wohnungsnahe Versorgungsstandorte zu bewerten, die über eine notwendige Mantelbevölkerung verfügen und die auch zukünftig eine Versorgung über den Nahbereich hinaus übernehmen sollen.

Eine Entwicklung der Standorte zu zentralen Versorgungsbereichen mit einem umfassenden Nahversorgungsangebot für den jeweiligen Verflechtungsbereich ist allerdings aufgrund der Siedlungsstrukturen und der Wettbewerbssituation zu anderen zentralen Versorgungsbereichen (insb. Innenstadt) nicht zu erwarten bzw. zu empfehlen.

Aufgrund der Ausgangslage, dass vor allem in den kleineren Ortsteilen die Ausstattung in den Geschäftslagen nicht den Kriterien eines zentralen Versorgungsbereiches entspricht, gleichzeitig aber eine differenzierte wohnortnahe Versorgung in der Stadt Hattingen gesichert und weiterentwickelt werden soll, kommt auch den Nahversorgungsstandorten eine wichtige Bedeutung zu. Neben den im räumlichen Zusammenhang der zentralen Versorgungsbereiche ansässigen nahversorgungsrelevanten Betriebe sind im Stadtgebiet Hattingen zahlreiche Lebensmittelbetriebe außerhalb von Nahversorgungszentren vorhanden, die wichtige Aufgaben dieser wohnungsnahen Versorgung übernehmen (Schutzgut der wohnungsnahen Versorgung).

Dies trifft insbesondere auf die Lebensmittelmärkte in Blankenstein, Holthausen, Winz-Baak sowie in der Südstadt zu. Diese Standorte sollen langfristig im Bestand gesichert werden.²³ Möglichkeiten der Stärkung können die Umstrukturierung und Anpassung der bestehenden Nahversorgungsstandorte an die aktuellen Marktanforderungen sowie die Ansiedlung von neuen nahversorgungsrelevanten Betrieben im unmittelbaren Umfeld der bestehenden Nahversorgungsstandorte sein. Damit wird der Entwicklung bestehender Versorgungsstandorte Vorrang eingeräumt gegenüber neuen Standorten an anderer Stelle in den jeweiligen Siedlungsräumen. Auch durch die aufgestellten Ansiedlungsregeln für Nahversorgungsstandorte (Umsatz-Kaufkraft-Relation und Umsatzanteil mit Kunden aus dem Verflechtungsraum, vgl. Kapitel 10.5) ist sichergestellt, dass keine Versorgungsstandorte in ungewollten Randlagen zu den Siedlungsbereichen zur Ansiedlung von großflächigen Lebensmittelmärkten qualifiziert werden.

Zur Sicherung einer differenzierten wohnungsnahen Versorgung soll sich die Dimensionierung an dem im zugeordneten Verflechtungsraum vorhandenen nahversorgungsrelevanten Kaufkraftpotenzial orientieren. Die Verflechtungsräume sind der Abbildung 50 zu entnehmen und lassen sich aus der räumlichen Verteilung der Nahversorgungsangebote ableiten. So übernehmen die Nahversorgungszentren Welper und Niederwenigern Nahversorgungsfunktionen für die jeweils eigenen Ortsteile. Der Nahversorgungsstandort Bruchstraße/ Im Bruchfeld kann in Verbindung mit den sonstigen wohnungsnah gelegenen Versorgungsstrukturen das südliche Kernstadtgebiet (ca. 6.800 Einwohner) versorgen. Für den Nahversorgungsstandort Blankenstein ist ein Verflechtungsbereich abzugrenzen, der den Ortsteil Blankenstein umfasst (ca. 2.800 Einwohner). Der Nahversorgungsstandort Holthausen versorgt die Bevölkerung des eigenen Ortsteils (ca. 5.900 Einwohner). Der Einzelhandel in Winz-Baak strahlt auf den Ortsteil Winz-Baak aus (ca. 7.950 Einwohner). Damit kann zur Sicherung der differenzierten Grundversorgung in der Stadt Hattingen bei den ausgewiesenen Nahversorgungszentren und Nahversorgungsstandorte der fußläufig erreichbare Nahbereich überschritten werden.

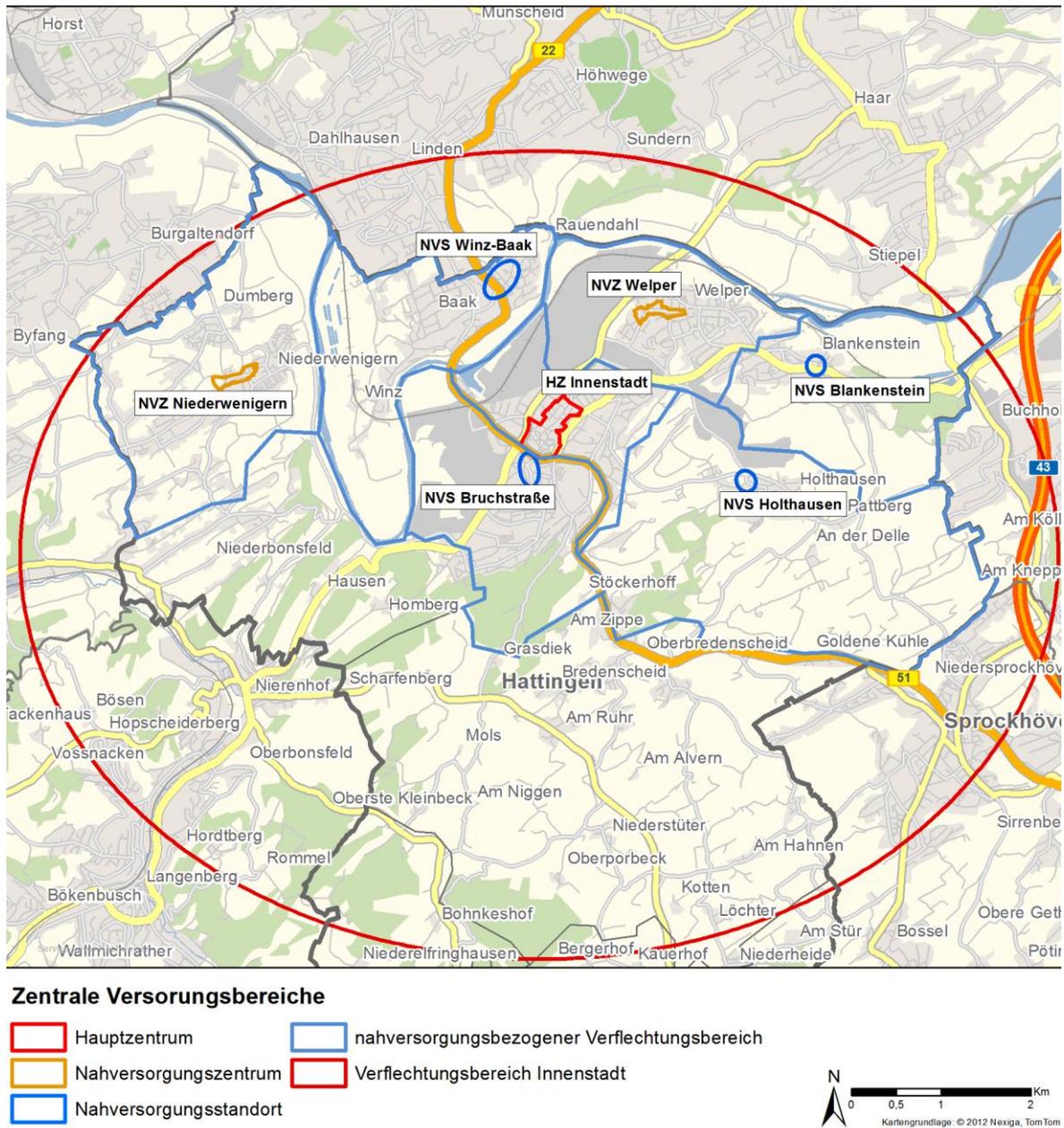
Den Lebensmittelmärkten in der Innenstadt kommen Versorgungsfunktionen für das gesamte Stadtgebiet zu. Die Siedlungsbereiche Bredenscheid, Stüter und Elfringhausen (zusammen ca. 3.900 Einwohner) sowie Niederbonsfeld (ca. 2.500 Einwohner) weisen aufgrund der geringen Siedlungsdichte keinen eigenen Nahversorgungsstandorte auf. Ungeachtet der Einkaufsorientierung auch auf die Nachbarstädte Sprockhövel bzw. Velbert sind diese Siedlungsbereiche dem Verflechtungsbereich der Hattinger Innenstadt zuzurechnen.

²³ Die Empfehlung der bestandssichernden Weiterentwicklung orientiert sich an marktüblichen Betriebsgrößen. So belegen moderne Supermärkte üblicherweise Verkaufsflächen von 1.200 – 2.000 m², die zeitgemäßen Discounter verfügen über 1.000 – 1.400 m² Verkaufsfläche.

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

Damit besteht ein räumlich differenziertes Nahversorgungssystem, das Grundlage der Weiterentwicklung der wohnungsnahen Versorgungsstrukturen sein soll. Demgemäß ist die Ansiedlung bzw. Weiterentwicklung von nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsangeboten in den Nahversorgungsstandorten auf die Verflechtungsbereiche abzustimmen.

Abbildung 50: Nahversorgungsbezogene Verflechtungsbereiche in Hattingen



Quelle: BBE-Erhebungen

Die Nahversorgungsangebote am städtebaulich nicht-integrierten Ergänzungsstandort Gewerbegebiet Beul I ergänzen das nahversorgungsbezogene Angebot in der Stadt Hattingen durch über-

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

wiegend Pkw-orientierte Betriebsstandorte. Zur Sicherung der wohnungsnahen Versorgung soll die Entwicklung des Ergänzungsstandortes auf eine Bestandssicherung der ansässigen Lebensmittelbetriebe beschränkt sein. Die Ansiedlung weiterer oder das Entstehen von großflächigen Lebensmittelbetrieben soll durch Bauleitplanung genauso ausgeschlossen werden wie von sonstigen großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten gem. § 11 Abs. 3 Bau NVO.

Die Stadt Hattingen weist damit eine Lebensmittelversorgung in den zentralen Versorgungsbereichen, an den Nahversorgungsstandorten sowie an ergänzenden Standorten auf. Die vorhandene Nahversorgung soll gesichert und weiterentwickelt werden. Dabei sind ggf. eine Anpassung der bestehenden Nahversorgungsstandorte an aktuelle Marktanforderungen sowie die Ansiedlung von neuen nahversorgungsrelevanten Betrieben notwendig. Die Entwicklungsperspektiven liegen in einer bedarfsgerechten Weiterentwicklung der wohnungsnahen Versorgung, vor allem durch Lebensmittelmärkte, deren Dimensionierung sich am Kaufkraftpotenzial im Verflechtungsbereich orientieren soll.

Das vorgeschlagene Standortkonzept für die Nahversorgung basiert auf einem funktional und räumlich differenzierten Versorgungsmodell. Die Schaffung großflächiger Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollte grundsätzlich auf die zentralen Versorgungsbereiche und die ausgewiesenen (bestehenden) Nahversorgungsstandorte beschränkt werden. Die Realisierung weiterer Nahversorgungsstandorte mit wohnungsnaher Versorgungsfunktion wird als Ausnahmeregelung an die Bedingungen geknüpft, dass

- die wohnungsnaher Versorgung nicht durch einen Standort in einem zentralen Versorgungsbereich/ einem bestehenden Nahversorgungsstandort sichergestellt werden kann,
- der Betrieb nach Standort, Sortiment und Größe der Gewährleistung der wohnungsnahen Versorgung im Nahbereich dient und
- durch den geplanten Nahversorgungsbetrieb keine negativen raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten sind (Einzelfallprüfung).

Die projektierten Erweiterungen bzw. Ansiedlungen von Lebensmittelmärkten in Holthausen und Winz-Baak ordnen sich damit in das vorgeschlagene Standortkonzept für die Weiterentwicklung der Nahversorgung ein. Hinsichtlich der Dimensionierung sind die projektierten Lebensmittelmärkte dann mit dem Nahversorgungskonzept vereinbar, wenn der nahversorgungsbezogene Umsatz²⁴ einen Anteil von 50 % der entsprechenden Kaufkraft im Verflechtungsbereich (Ortsteil Holthausen

²⁴ Nahversorgungsrelevante Sortimente sind Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren.

bzw. Winz-Baak) je Betrieb nicht überschreitet und gleichzeitig mindestens 70 % des zu erwartenden Betriebsumsatzes mit Kunden aus dem Verflechtungsbereich erzielt werden.

Für die Weiterentwicklung der Nahversorgungsstrukturen im südlichen Stadtgebiet (Ortsteil Brendscheid-Stüter) durch einen Lebensmittelmarkt stellt die Aufbereitung eines siedlungsintegrierten Standortes mit ausreichender Bevölkerungsdichte im Nahbereich die wesentliche Voraussetzung dar. Die Realisierung eines Pkw-orientierten Standortes, der in hohem Maße auf auswärtige Kunden abzielt, ist hingegen nicht mit den Vorgaben des Nahversorgungskonzeptes vereinbar.

Im Fazit ist somit festzuhalten, dass der Weiterentwicklung der Nahversorgung in den zentralen Versorgungsbereichen und an den bestehenden Nahversorgungsstandorten Vorrang eingeräumt wird. Die Ansiedlungsregeln für die Nahversorgung schließen zudem aus, dass eine Entwicklung außerhalb von bzw. in Randlage zu Siedlungsbereichen mit dem Masterplan Einzelhandel konform sein kann.

11.5 Ergänzungsstandorte

Als Ergänzungsstandort für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sind Standorte geeignet, die folgende Kriterien erfüllen:

- Zentrale Lage innerhalb des städtischen Siedlungsraumes (Allgemeiner Siedlungsbereich – ASB),
- funktionsfähige Verkehrsanbindung im Kontext der Gesamtstadt,
- leistungsfähige Erschließung des Grundstücks,
- ggf. Nachnutzungsmöglichkeiten leer stehender Gebäude oder mindergenutzter Grundstücke.

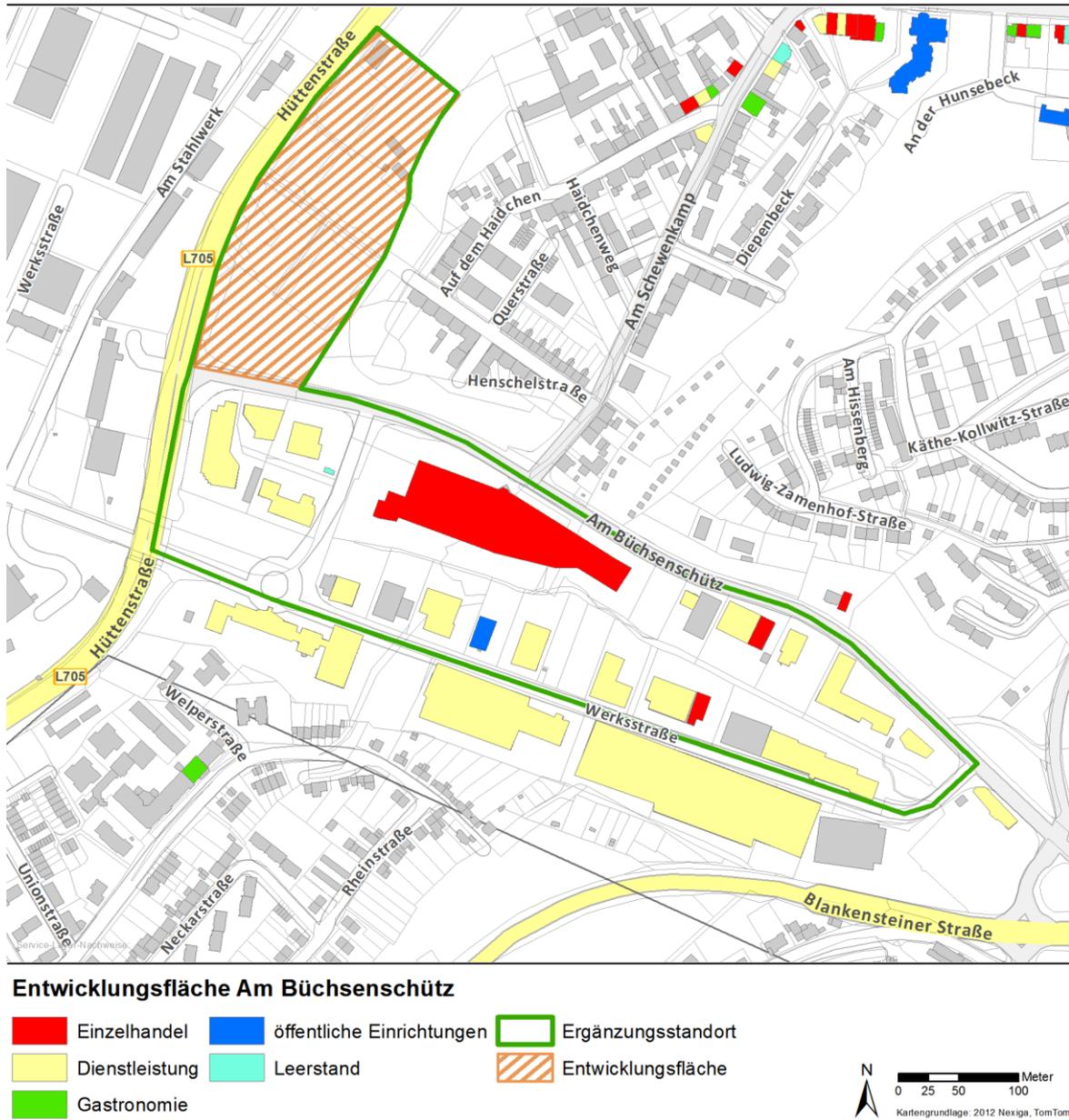
Für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten wird die Empfehlung ausgesprochen, die Weiterentwicklung auf die vorhandenen Einzelhandelsagglomerationen Beul I, Beul II und Am Büchenschütz zu konzentrieren, um Verbundeffekte zu nutzen, einen sparsamen Flächenverbrauch sicherzustellen und Gewerbeflächen in anderen Standortbereichen für emittierende Betriebe vorzuhalten.

Für die Ergänzungsstandorte **Beul I und II** wird eine auf den **Bestand orientierte Weiterentwicklung** empfohlen. In diesem Zusammenhang ist auf die Vorgaben des Regionalplanes zu verweisen, der Bereiche für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB) darstellt, sodass die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe, auch mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten, nicht mit

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

den Zielen der Landesplanung vereinbar ist. Für die ansässigen Betriebe besteht Bestandsschutz, der nach Ziel 6.5-7 auch im Ausnahmefall eine bestandssichernde Erweiterung umfasst.

Abbildung 51: Entwicklungsfläche für großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten



Quelle: BBE-Erhebungen

Für die Gewerbegebiete Beul I und II wird zudem empfohlen, durch entsprechende Bauleitplanung (vgl. Kapitel 14) das Entstehen oder die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben auch zukünftig zu verhindern.

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

Dagegen wird für den Geschäftsbereich **Am Büchenschütz** in seinem nördlichen Abschnitt entlang der Hüttenstraße eine **aktive Weiterentwicklung** als Entwicklungsstandort für den nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel vorgeschlagen. Die landesplanerische Voraussetzung der Darstellung eines Allgemeinen Siedlungsbereiches erfüllt dieser Standortbereich.

Grundvoraussetzung für eine Ansiedlung ist allerdings, dass die Ziele des Landesentwicklungsplans zur Größenordnung und Sortimentsstruktur (Festlegungen 6.5-4 bis -6 des Landesentwicklungsplanes NRW) berücksichtigt werden. Damit ist jedes potenzielle Ansiedlungsvorhaben einer umfassenden Einzelfallprüfung zu unterziehen und zu klären, ob das geplante Vorhaben negative Auswirkungen auf die Entwicklung der Hattinger Innenstadt und Nahversorgungszentren bzw. die wohnungsnahen Versorgung oder die zentralen Versorgungsbereiche in Nachbarkommunen haben könnte.

Im Falle konkreter Ansiedlungersuche sollte die Stadt Hattingen mittels geeigneter Bebauungspläne sicherstellen, dass ausschließlich Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten und begrenzten, zentrenverträglichen Randsortimenten realisiert werden.

Bei der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen durch die zentrenrelevanten Randsortimente keine negativen Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sein, sodass im Rahmen einer Einzelfallprüfung die raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen eines Vorhabens zu prüfen sind.

12 Hattinger Sortimentsliste

Die Hattinger Sortimentsliste ist vor dem Hintergrund der Strukturen im örtlichen Einzelhandel und der Marktentwicklung im deutschen Einzelhandel zu überprüfen. Dabei werden folgende Charakterisierungen zu Grunde gelegt:

- Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot einer Innenstadt bzw. eines Ortsteilzentrums prägend und daher für starke und intakte Versorgungszentren bedeutsam sind. Als zentrenrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzzumlenkungen und daraus resultierenden Verdrängungseffekten in zentralen Versorgungsbereichen führen können.
- Dagegen sind als nicht-zentrenrelevant Sortimente einzustufen, die nicht oder nur in geringem Umfang in der Innenstadt bzw. in den Ortsteilzentren vertreten sind und für das innerstädtische Angebotsspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen. Vielfach können diese Sortimente aufgrund ihrer Beschaffenheit und der besonderen Standortanforderungen der auf sie spezialisierten Betriebe (z. B. großer ebenerdiger Flächenbedarf, starke Pkw-Orientierung, Sperrigkeit der Waren) kaum in innerstädtische Bereiche integriert werden.
- Die Nahversorgungsrelevanz von Sortimenten ergibt sich aus den in sehr kurzen Abständen wiederkehrenden Versorgungsvorgängen, die insbesondere auch für weniger mobile Verbraucher ohne eigenen Pkw durch ein am Wohnstandort und damit verbrauchernah gelegenes Angebot gewährleistet werden sollen. Nahversorgungsrelevante Sortimente sind grundsätzlich auch zentrenrelevant.

Im Rahmen des LEP NRW werden folgende zentrenrelevante Leitsortimente definiert, die „von der Gemeinde bei der Erstellung ihrer ortstypischen Sortimentslisten zu beachten“ sind:

- Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren
- Bücher
- Bekleidung, Wäsche
- Schuhe, Lederwaren
- Medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel
- Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik
- Spielwaren
- Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel
- Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto)

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

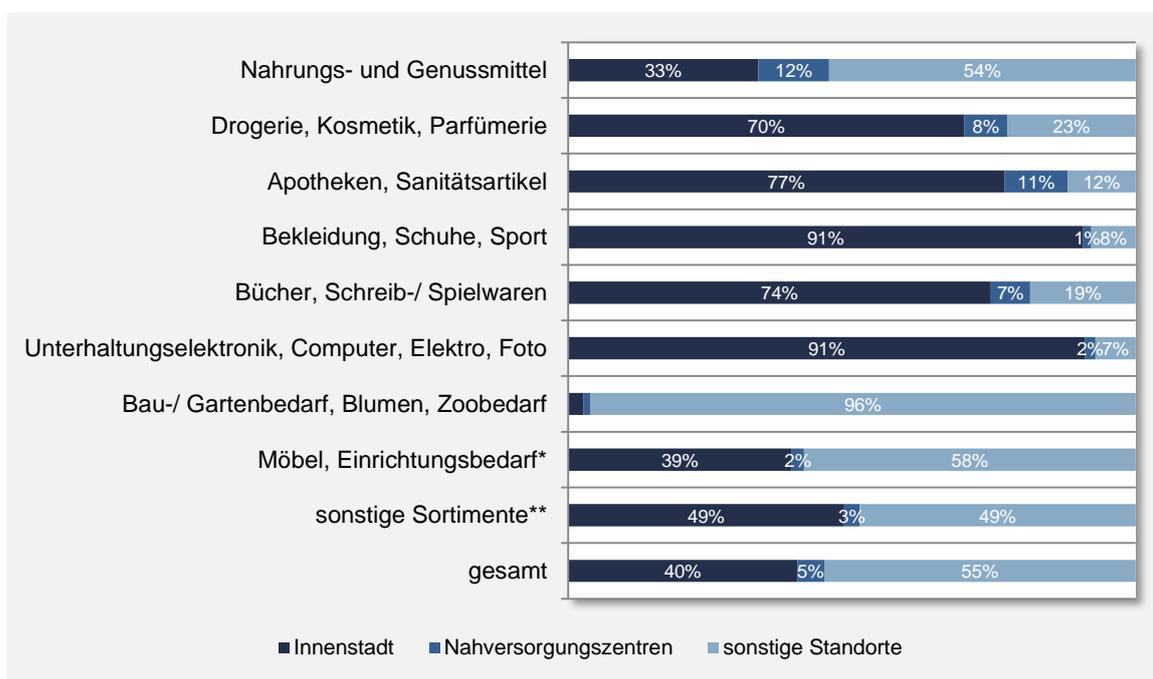
- Uhren, Schmuck
- Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant).

Mit dem Masterplan Einzelhandel aus dem Jahre 2010 wurde bereits eine stadtsspezifische Sortimentsliste vorgelegt, die vor dem Hintergrund der landesplanerischen und marktbezogenen Veränderungen zu überprüfen ist.

Für die Bewertung der Innenstadtrelevanz der ausgewählten Sortimente wird folgende Vorgehensweise gewählt:

- Bewertung der Angebotsstruktur nach Standorten
- Bewertung der sortimentsbezogenen Ausstattung in zentralen Versorgungsbereichen
- Bewertung der Bedeutung der Sortimente für die Funktionsfähigkeit und Entwicklungsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Hattingen.

Abbildung 52: Verkaufsflächenanteil nach Standortbereichen



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

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

Quelle: BBE-Berechnungen

Unter Berücksichtigung der strukturellen Gegebenheiten und der Marktentwicklung ist die Zentren- und Nahversorgungsrelevanz der Sortimente in der Stadt Hattingen wie folgt zu bewerten:

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

- Die Nahversorgung wird aufgrund der Einkaufshäufigkeit durch die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel sowie Apothekenwaren sichergestellt. Die strukturprägenden Betriebe mit diesen Sortimenten befinden sich in der Stadt Hattingen in den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichen bzw. an sonstigen wohnungsnahen Standorten. Sie sind als **nahversorgungsrelevant** zu bewerten.
- Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt (Hauptzentrum) sind die wesentlichen Angebote in den Sortimenten Bekleidung, Schuhe/ Lederwaren, Sportartikel, Bücher/ Zeitschriften, Schreibwaren, Spiel-/ Hobbywaren/ Musikalien, Glas/ Porzellan/ Keramik, Haushaltswaren, Haushaltstextilien, Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik, Computer, Telekommunikation, Foto, Optik und Uhren/ Schmuck, Blumen, Sanitätsartikel sowie Kunst, Bilder, -Rahmen konzentriert. Aufgrund der strukturellen Gegebenheiten sind diese Sortimente in der Stadt Hattingen faktisch als **zentrenrelevant** zu bewerten.
- Aufgrund der flächenintensiven Warenpräsentation und des großen Flächenbedarfs der Artikel sind die Sortimente Bau- und Gartenbedarf (inkl. Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Pflanzen) sowie Möbel/ Küchen in der Stadt Hattingen als **nicht-zentrenrelevant** zu bewerten. Die strukturprägenden Betriebe befinden sich außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche. Für die Sortimente ist eine Entwicklungsfähigkeit innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nicht zu erwarten.
- Heimtierzubehör und lebende Tiere sind in der Stadt Hattingen als nicht-zentrenrelevant einzustufen. Die Angebotsstruktur wird vor allem durch einen Fachmarkt im Gewerbegebiet Beul I geprägt. Aufgrund des Flächenanspruchs ist eine Integration in die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Hattingen zukünftig nicht zu erwarten. Eine strukturprägende Nahversorgungsbedeutung ist auch dem Teilsortiment Tierfutter nicht beizumessen, da es nur auf untergeordneten Flächen innerhalb der Lebensmittel- und Drogeriemärkte angeboten wird.
- Für den Sortimentsbereich der Bettwaren ist im Hattinger Einzelhandelsbestand ablesbar, dass sich die Angebote aufgrund des hohen Flächenbedarfs und der geringer Flächenproduktivität überwiegend auf Standorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche konzentrieren, die gut verkehrlich erreichbar sind. Dies resultiert aus der Größe und Beschaffenheit des Sortiments (kein „Handtaschensortiment“), sodass das Sortiment nur noch in Ausnahmefällen in den zentralen Versorgungsbereichen angeboten werden kann. Bettwaren sind damit in der Stadt Hattingen als nicht-zentrenrelevant zu bewerten.
- Das Sortiment Heimtextilien (Vorhänge, Gardinen, Dekorationsstoffe) ist in den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Hattingen ebenfalls nur in geringem Maße vertreten. Es handelt sich um ein Spezialangebot, das fast ausschließlich von Zielkunden aufgesucht wird. Damit ist die Entwicklungsfähigkeit dieses Sortimentes innerhalb von zentralen Versorgungsbereichen als eingeschränkt zu bewerten. Dies resultiert auch aus der relativ ge-

ringen Flächenproduktivität, sodass das Sortiment zukünftig in zentralen Versorgungsbereichen nur noch als Nischenangebot in Verbindung mit Dienstleistungen (u. a. Raumausstatter) marktfähig erscheint.

- Das Sortiment der Teppiche weist einen geringen betriebs- und flächenbezogenen Besatz als Nischenangebot auf. Die ansässigen Anbieter belegen Rand- und Nebenlagen und sind somit nicht von der Frequenz der Hauptgeschäftslagen/ Magnetbetriebe abhängig. Es handelt sich um ein Spezialsortiment, das geringe Frequenz- und Verbundeffekte generiert, sodass es im Bestand und unter dem Aspekt der Entwicklungsfähigkeit als nicht-zentrenrelevant in der Stadt Hattingen zu bewerten ist.
- Das Sortiment Lampen/ Leuchten wird in der Stadt Hattingen vor allem durch einen Betrieb außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sowie als Randsortiment angeboten. Aufgrund der betriebswirtschaftlichen Aspekte wird es sich auch zukünftig nicht als prägendes Sortiment für die Hattinger Zentren entwickeln, sodass diese Warengruppe als nicht-zentrenrelevant einzustufen ist.
- Die Angebotsstrukturen für Fahrräder und Zubehör sind in der Stadt Hattingen durch Verkaufsflächen überwiegend außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche geprägt. Der zunehmende Flächenbedarf und die geringe Flächenproduktivität in diesem Angebotssegment lassen eine Zentrenintegration nicht erwarten. Das Sortiment ist als nicht-zentrenrelevant zu bewerten. Letzteres gilt auch für Campingartikel, Reitsport, Angel- und Bootsbedarf.
- Die Spezialsortimente Baby- und Kinderartikel (u. a. Kinderwagen, Kindersitze, ohne Spielwaren, Bekleidung) werden in der Stadt Hattingen aktuell nur als Randsortiment angeboten. Aufgrund der betriebswirtschaftlichen Aspekte werden sie sich auch zukünftig nicht als prägende Sortimente für die Hattinger Innenstadt entwickeln. Es wird empfohlen, diese Spezialsortimente als nicht-zentrenrelevant einzustufen, soweit es sich dabei nicht um Angebote aus zentren- und nahversorgungsrelevanten Warengruppen handelt (z. B. Bekleidung, Spielwaren, Haustextilien, Drogerieartikel).

Von den Vorschlägen der Landesplanung ausgehend, wird für die Stadt Hattingen eine aktualisierte Sortimentsliste vorgeschlagen, die nahversorgungs- und zentrenrelevante Warengruppen in einer Positivliste sowie die nicht-zentrenrelevanten Sortimente in einer Negativliste darstellt. Die Bezeichnung der Warengruppen stützt sich auf die vom Statistischen Bundesamt herausgegebene Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008).²⁵

²⁵ Veränderungen gegenüber der vorherigen Sortimentsliste ergeben sich aus der aktuellen Bewertung der Sortimente Tierfutter, Vorhänge, Teppiche sowie Lampen/ Leuchten als nicht-zentrenrelevant.

Abbildung 53: Sortimentsliste der zentren- und nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente der Stadt Hattingen

Definition zentrenrelevanter Sortimente		Definition nicht-zentrenrelevanter Sortimente*	
WZ	Bezeichnung	WZ	Bezeichnung
Nahversorgung (nahversorgungsrelevante Sortimente**)			
47.1/ 47.2	Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Tabakwaren		
47.73	Apotheken		
47.75	Drogeriewaren, kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel		
aus 47.78.9	Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel		
Bekleidung, Schuhe, Sport			
47.71	Bekleidung		
47.72	Schuhe, Lederwaren und Reisegepäck		
aus 47.64.2	Sportartikel (inkl. Sportbekleidung, -schuhe, -geräte)	aus 47.64.2	Sportgroßgeräte, Campingartikel
Bücher, Schreib- und Spielwaren			
47.61.0	Bücher		
47.62.1	Fachzeitschriften, Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen		
47.62.2	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel		
47.65	Spielwaren und Bastelartikel		
47.59.3	Musikinstrumente und Musikalien		
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektro, Foto			
47.43	Geräte der Unterhaltungselektronik		
47.63	Ton- und Bildträger		
47.41	Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte und Software		
47.42	Telekommunikationsgeräte		
47.54	elektrische Haushaltsgeräte (Groß- und Kleingeräte)		
47.78.2	Foto- und optische Erzeugnisse		
Bau- und Gartenbedarf, Blumen, Zoobedarf			
		47.52.1	Metall- und Kunststoffwaren (u. a. Eisenwaren, Bauartikel, Installationsbedarf für Gas, Wasser, Heizung und Klimatechnik, Werkzeuge, Spielgeräte für Garten und Spielplatz, Rasenmäher)
		47.52.3	Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf
aus 47.76.1	Blumen	aus 47.76.1	Pflanzen, Sämereien und Düngemittel
		47.76.2	zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Futtermittel für Haustiere)

Fortsetzung folgt

Definition zentrenrelevanter Sortimente		Definition nicht-zentrenrelevanter Sortimente*	
WZ	Bezeichnung	WZ	Bezeichnung
Möbel, Einrichtungsbedarf			
aus 47.51	Haushaltstextilien (Haus-, Tisch- und Bettwäsche), Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche	47.59.1	Wohnmöbel, Kücheneinrichtungen, Büromöbel
		aus 47.51	Bettwaren (u. a. Matratzen, Lattenroste, Oberdecken)
		47.53	Vorhänge, Teppiche, Bodenbeläge und Tapeten
47.59.2	keramische Erzeugnisse und Glaswaren		
aus 47.59.9	Haushaltsgegenstände (u. a. Koch-, Brat- und Tafelgeschirre, Schneidwaren, Bestecke, nicht elektrische Haushaltsgeräte)	aus 47.59.9	Holz-, Flecht- und Korbwaren (u. a. Drechslernerwaren, Korbmöbel, Bast- und Strohwaren, Kinderwagen)
		aus 47.59.9	Lampen, Leuchten und Beleuchtungsartikel
		aus 47.59.9	sonstige Haushaltsgegenstände (u. a. Bedarfsartikel für den Garten, Garten- und Campingmöbel, Grillgeräte)
47.78.3	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel	47.79	Antiquitäten und Gebrauchtwaren
Sonstige Sortimente			
47.74	medizinische und orthopädische Artikel		
47.77	Uhren und Schmuck		
47.78.1	Augenoptiker		
		47.64.1	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör
		45.32	Kraftwagenteile und -zubehör
<p>* Aufzählung nicht abschließend ** gleichzeitig zentrenrelevant Quelle: BBE-Zusammenstellung im Rückgriff auf die Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008), blau unterlegt: zentrenrelevante Leitsortimente gemäß Anlage 1 zum LEP NRW</p>			

13 Fazit und abschließende Empfehlungen

Zusammenfassend lässt sich der Handlungsbedarf zur Weiterentwicklung des Mittelzentrums Hattingen wie folgt darstellen:

- Die Einkaufsstadt Hattingen ist nach wie vor eine attraktive Einkaufsstadt, die im regionalen Umfeld vor allem die Hattinger Kunden anspricht. Zur Sicherung dieser Position besteht unter quantitativen und qualitativen Gesichtspunkten die Notwendigkeit zur Weiterentwicklung. Hierbei ist im „Zeitalter des Online-Einkaufs“ weniger die Schaffung von zusätzlicher Verkaufsfläche notwendig, als vielmehr eine abgestimmte Strategie zur Optimierung von Cross-Channel-Angeboten, um die Verbindung von stationärem Einkaufen und E-Commerce für die Kunden attraktiv zu gestalten. Dabei kann vor allem auf die gewachsenen Strukturen und die günstigen Rahmenbedingungen der Altstadt aufgebaut werden. Von besonderer Bedeutung ist die Weiterentwicklung der wohnungsnahen Versorgung in den Wohnsiedlungsbereichen.
- Dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt wird die Vorrangstellung zur Ansiedlung zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente zugewiesen. Dies bedeutet im Umkehrschluss, dass grundsätzlich die Ansiedlung von großflächigen **Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten an Standorten außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches** und ggf. auch von nicht-großflächigen Betrieben (je nach Sortiment/ Standort) durch entsprechende Bauleitplanung **ausgeschlossen** werden soll.
- Der nicht-zentrenrelevante Einzelhandel soll auf die bestehenden **Ergänzungsstandorte Beul I/ II und Am Büchenschütz** konzentriert werden, um Verbundeffekte zwischen den Nutzungen zu ermöglichen und den Flächenverbrauch zu minimieren. Die Bebauungspläne sind an dieses Ziel anzupassen. Für die **Ergänzungsstandorte Beul I/ II** wird eine bestandssichernde Weiterentwicklung empfohlen. Das Entwicklungsareal **Hüttenstraße/ Am Büchenschütz** stellt den Entwicklungsstandort zur Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dar.
- Die Weiterentwicklung der **Nahversorgung** soll sich vor allem in den zentralen Versorgungsbereichen sowie an den bestehenden Nahversorgungsstandorten vollziehen. Darüber hinaus können im Einzelfall Standorte mit Wohngebietsbezug weiterentwickelt werden, die der wohnungsnahen Versorgung dienen und keine städtebaulich negativen Auswirkungen auslösen. Durch die Ansiedlungsregeln werden Entwicklungen an städtebaulich nicht-integrierten Standorten ausgeschlossen.
- Eine zunehmende Bedeutung ist der **Online-Präsenz** des stationären Handels beizumessen. Hier ist eine kontinuierliche Weiterentwicklung durch die örtlichen Akteure zu verfolgen, um die Verknüpfung von vorhandenem lokalen Angebot und der Informationslandschaft des Internets zu forcieren.

Die vorliegende Untersuchung soll einer geordneten, städtebaulich verträglichen Einzelhandels- und Standortentwicklung der Stadt Hattingen im Rahmen der Bauleitplanung dienen. Um die notwendige Rechtssicherheit für die kommunale Planung herzustellen und zugleich den Investoren

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

und Betreibern des Einzelhandels in der Stadt Planungssicherheit zu geben, ist ein Selbstbindungsbeschluss des Stadtrates über die Grundzüge des Einzelhandelskonzeptes Hattingen erforderlich.

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

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

Köln, im Mai 2017

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Corinna Küpper



i. V. Jörg Lehnerdt

14 Anhang: Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

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

14.1 Steuerung des Einzelhandels mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

Um das Ziel einer weitgehenden Konzentration des zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandels auf die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Hattingen zu erreichen, wird der Stadt mit dem vorliegenden Konzept unter anderem empfohlen, Ausschlussregelungen für die Standortbereiche außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zu treffen. Dazu sind der Stadt Hattingen weitgehende Möglichkeiten gegeben:

Bezüglich der Rechtswirksamkeit kommunaler Einzelhandelskonzepte hat das Bundesverwaltungsgericht mit Urteilen von 27.03.2013²⁶ klargestellt, dass sich eine Kommune bei der Rechtfertigung eines Bebauungsplans, der die Einzelhandelsentwicklung außerhalb eines Zentrums mit dem Ziel steuern soll, den Erhalt und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche zu fördern, allein auf ein beschlossenes Einzelhandelskonzept berufen kann. Es ist somit bei Vorliegen eines Konzepts, das die Kommune als sonstige städtebauliche Planung im Sinne von § 1 Abs. 6 Satz 11 BauGB beschlossen hat, nicht mehr erforderlich, jeden Ausschlussbebauungsplan mit Bezug auf den jeweiligen Einzelfall hinsichtlich seiner städtebaulichen Notwendigkeit zu rechtfertigen.

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

²⁶ Urteile 4 C 13.11, 4 CN 6.11 und 4 C 7.11

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

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

Als rechtlicher Hintergrund für die vorgeschlagenen Ausschlussregelungen in bestimmten Standortbereichen ist weiterhin zu beachten, dass die Zulässigkeit von Sortimentsbeschränkungen nicht nur auf großflächige Einzelhandelsbetriebe²⁷ begrenzt ist, die mit einer Geschossfläche von mehr als 1.200 m² der so genannten Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegen. Nach dem zitierten Urteil des OVG NRW vom 22. April 2004 lässt § 1 Abs. 9 BauNVO den Ausschluss aller Arten baulicher Anlagen im Sinne der BauNVO zu, mithin auch den Ausschluss bestimmter Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten nach § 8, Industriegebieten nach § 9 und sogar in Mischgebieten nach § 6 BauNVO.

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

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

²⁷ Zur Definition der Großflächigkeit vgl. Ausführungen im folgenden Kapitel 14.2.

14.2 Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels

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

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

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

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

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

- Ob es sich bei einer Verkaufsstätte um einen einzigen oder um mehrere Betriebe handelt, bestimmt sich nach baulichen und betrieblich-funktionellen Gesichtspunkten.
- Für die räumliche Abgrenzung eines Einzelhandelsbetriebs ist auf die nach außen erkennbaren baulichen Gegebenheiten abzustellen.

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

- Eine Verkaufsstätte kann nur dann ein selbstständiger Einzelhandelsbetrieb sein, wenn sie selbstständig, d. h. unabhängig von anderen Einzelhandelsbetrieben genutzt werden kann und deshalb baurechtlich auch als eigenständiges Vorhaben genehmigungsfähig wäre.

Hierzu muss die Verkaufsstätte jedenfalls

- einen eigenen Eingang,
- eine eigene Anlieferung und
- eigene Personalräume haben sowie
- unabhängig von anderen Betrieben geöffnet und geschlossen werden können.

Ist innerhalb eines Gebäudes die Betriebsfläche baulich in mehrere selbstständig nutzbare betriebliche Einheiten unterteilt, bilden diese Einheiten gleichwohl einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO, wenn die Gesamtfläche durch einen Einzelhandelsbetrieb als Hauptbetrieb geprägt wird und auf den baulich abgetrennten Flächen zu dessen Warenangebot als Nebenleistung ein Warenangebot hinzutritt, das in einem inneren Zusammenhang mit der Hauptleistung steht, diese jedoch nur abrundet und von untergeordneter Bedeutung bleibt (z. B. Backshop, Lotto/Toto/Zeitschriften, vgl. OVG Münster, Az. 10 A 1144/11 vom 29. Mai 2013).

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

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

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

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

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

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

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

Städtebauliche Besonderheiten können beispielsweise vorliegen,

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

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

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

Um potenzielle raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen grundsätzlich in einem 'vertraglichen Rahmen' zu halten und die zukünftige Flächenentwicklung in den Sonderlagen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO planungsrechtlich abzusichern, sind in der Regel Begrenzungen der zulässigen Verkaufsfläche und genaue Sortimentsfestsetzungen zu empfehlen. Insbesondere sollten verbindliche und definitorisch eindeutige Festsetzungen der zentren- und nahversorgungsrelevanten

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

Sortimente erfolgen, die auf der vorab definierten Liste zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente basieren. Dabei ist darauf zu achten, dass vorhabenbezogene und nicht baugebietsbezogene Verkaufsflächenobergrenzen und Sortimentsfestlegungen getroffen werden.

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

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

Festsetzungen zu vorhabenbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen sind jedoch zulässig, da die Gemeinde auf der Grundlage von § 11 Abs. 2 BauNVO die Art der baulichen Nutzung näher konkretisieren und zu diesem Zweck die Merkmale bestimmen kann, die ihr am besten geeignet erscheinen, um das von ihr verfolgte Planungsziel zu erreichen. Insbesondere darf sie in einem von ihr festgesetzten Sondergebiet den vorhabenbezogenen Anlagentyp durch die von ihr bestimmte Begrenzung der Verkaufsflächen selbst festsetzen.²⁸

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

Laut LEP NRW ist die Höchstgrenze für Vorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten an nicht-integrierten Standorten i. d. R. auf max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche zu beschränken.

²⁸ BVerwG, 27.04.1990, 4 C 36.87 und 03.04.2008, 4 CN 4.07

14.4 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten

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

Nach allgemeiner Rechtsauffassung bleibt beispielsweise der Gebietscharakter bei Einschränkung von Einzelhandelsnutzungen in einem Gewerbegebiet gewahrt, wie das Bayerische Verwaltungsgericht bereits 1985 im Rahmen eines Normenkontroll-Verfahrens bestätigte.²⁹ In dem vorgenannten Urteil wird u. a. ausgeführt, dass der Einzelhandel nur einen schmalen Ausschnitt aus der Fülle der nach § 8 Abs. 2 BauNVO allgemein zulässigen Nutzungen eines Gewerbegebietes darstellt, sodass die Wahrung des Gebietscharakters auch dann gegeben ist, wenn ein Bebauungsplan diese Nutzungsart ausschließt.

Ein Planungserfordernis kann sich zwingend daraus ergeben, dass sich in einem Gewerbegebiet eine Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben entwickeln könnte, die hinsichtlich Sortiment und Verkaufsflächenumfang nachbargemeindliche Belange im Sinne des § 2 Abs. 2 BauGB berühren könnte und somit raumordnungsrechtliche Relevanz erreichen würde (siehe Kap 7.1 zum Thema Agglomerationen). Unter anderem das Obergericht Lüneburg hat mit einem Urteil vom 10.07.2015 festgestellt, dass bei Gewerbegebietsplanungen unter Beachtung der landesplanerischen Ziele zur Verhinderung zentrenschädlicher Agglomerationen und unter Beachtung nachbargemeindlicher Belange Einzelausschlüsse erforderlich werden können.

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

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

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

²⁹ Bay VGH, Normenkontroll-Urteil vom 23.05.1985, Nr. 2 N 83 A 1490.

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

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

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

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

Mit den vorgeschlagenen Empfehlungen zu den textlichen Festsetzungen werden:

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

14.5 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten

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

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

Auch der Stadt Hattingen steht der Weg, in Mischgebieten nur bestimmte Einzelhandelsnutzungen zuzulassen, grundsätzlich offen. Denn aufgrund der in den zentralen Versorgungsbereichen gegebenen Angebotsstrukturen und der marktseitigen Rahmenbedingungen können auch nicht-großflächige Betriebe mit weniger als 800 m² Verkaufsfläche und zentrenrelevanten Sortimenten an Standorten außerhalb der Innenstadt so ausgeprägte Wettbewerbsbeziehungen zur Hauptschäftslage entfalten, dass deren Ansiedlung der notwendigen Förderung des Zentrums entgegenlaufen würde.

Generell ist aber darauf zu achten, dass durch die Regelungen zum Ausschluss von (bestimmten) Einzelhandelsnutzungen der Gebietscharakter gewahrt bleibt.

14.6 Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich

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

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

Die Anwendung dieses Steuerungsinstruments macht eine genaue Begründung erforderlich. Denn wie bereits in früheren Urteilen von hohen Gerichten klargestellt wurde, „... ist der bauplanerische Ausschluss einzelner Nutzungsarten nur dann städtebaulich gerechtfertigt, wenn er anhand eines schlüssigen Plankonzepts auf Eignung, Erforderlichkeit und Angemessenheit überprüft werden kann“ (VGH Mannheim, Urteil vom 28.01.2005)³⁰.

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

³⁰ zitiert nach Schmitz, H: Die Novellierung des BauGB 2007 unter Berücksichtigung der spezifischen Berliner Planungsbedingungen, Berlin 2007.

14.7 Möglichkeiten zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes durch die Bauleitplanung

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

- Neuansiedlungen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten sind grundsätzlich nur innerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche möglich. An den sonstigen Nahversorgungsstandorten (Nahversorgungslagen) soll durch einen aktiven Bestandsschutz und eine an der zu versorgenden Bevölkerung orientierte Weiterentwicklung die wohnungsnahе Versorgung erhalten und bedarfsgerecht ausgebaut werden.
- Sofern die bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen bisher fehlen, ist die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche durch geeignete Bebauungspläne als Kern- bzw. Sondergebiet ggf. auch mit Festlegungen von Verkaufsflächen und Sortimenten nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu regeln.
- Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nur an städtebaulich integrierten Standorten zugelassen werden, die der wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung dienen, sofern die Zielsetzung der Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche nicht entgegensteht und sonstige, der Nahversorgung dienende Standorte nicht geschwächt oder in ihren städtebaulich wünschenswerten Entwicklungsmöglichkeiten gehemmt werden.
- Um die Innenstadt zu stärken und ihre Entwicklung zu fördern, sollten Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten an Konkurrenzstandorten konsequent über Bebauungsplanfestsetzungen ausgeschlossen werden.
- Für die Ergänzungsstandorte des Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten sollte eine bestandssichernde Weiterentwicklung des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten planungsrechtlich unterstützt werden. Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente sollten in diesem Bereich auf Randsortimente beschränkt werden, die dem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnet und diesem im Angebotsumfang deutlich untergeordnet sind (Einzelfallprüfung).
- Vorhandene Bebauungspläne sollten daraufhin überprüft werden, ob die angestrebte Förderung der zentralen Versorgungsbereiche den generellen Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen oder den Teilausschluss bestimmter Einzelhandelsnutzungen erfordert. Ggf. sind unter Beachtung der Anforderungen des Bestandsschutzes Einzelhandelsbetriebe mit

Fortschreibung - Masterplan Einzelhandel Hattingen

zentren- und nahversorgungsrelevantem Sortiment gemäß § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO durch geeignete Bebauungspläne auszuschließen. Für den unbeplanten Innenbereich sollten Bebauungspläne aufgestellt werden, die die Einhaltung der vorab definierten städtebaulichen Ziele gewährleisten.