Dr. Lademann & Partner
Wissen bewegt.

Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Delbrück

Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Endbericht

Im Auftrag der Stadt Delbrück

Hamburg

17.10.2019, redaktionell ergänzt am 29.10.2021

Dr. Lademann & Partner
Wissen bewegt.

Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Delbrück

Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Projektnummer: 19DLP2564
Exemplarnummer: Endbericht

Projektleitung und -bearbeitung: Sandra Emmerling
Bearbeitet unter Mitarbeit von: Corinna Staude

Im Auftrag der
Stadt Delbrück
Marktstraße 6
33129 Delbrück

erarbeitet durch
Dr. Lademann & Partner
Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH
Friedrich-Ebert-Damm 311, 22159 Hamburg

Altmarkt 10d, 01067 Dresden
Prinzenallee 7, 40549 Düsseldorf
Königstraße 10c, 70173 Stuttgart

Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und unter der Projektnummer registriert. Die im Gutachten enthaltenen Karten und Daten sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht aus dem Gutachten separiert oder einer anderen Nutzung zugeführt werden. Ausschließlich der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten im Rahmen der Zwecksetzung an Dritte außer an Mitbewerber der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH weiterzugeben. Ansonsten sind Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe von Texten oder Grafiken - auch auszugsweise - sowie die EDV-seitige oder optische Speicherung nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH erlaubt.

Inhalt

Abbildungsverzeichnis IV
Tabellenverzeichnis VI

1 Grundlagen 1
1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung 1
1.2 Untersuchungsdesign 2

2 Allgemeine Entwicklungstrends im Einzelhandel 6
2.1 Demografischer Wandel 6
2.2 Betriebsformenwandel 7
2.3 Der Online-Handel erobert die Märkte 9
2.4 Entwicklungen im kurzfristigen Bedarfsbereich 11
2.5 Fazit 15

3 Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Delbrück 17
3.1 Lage im Raum und zentralörtliche Funktion 17
3.2 Sozioökonomische Rahmenbedingungen 18
3.3 Planerische Ausgangslage 24

4 Nachfragesituation in der Stadt Delbrück 26
4.1 Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung 26
4.1.1 Einkaufsorientierung der Verbraucher im Raum 26
4.1.2 Veränderung der Einkaufsorientierungen 29
4.1.3 Einkaufszufriedenheit und Standortimage 31
4.2 Marktgebiet der Stadt Delbrück 33
4.3 Nachfragepotenzial der Stadt Delbrück 35

5 Angebotssituation des Einzelhandels in der Stadt Delbrück 37
5.1 Verkaufsflächenentwicklung seit 2004 37

5.2 Branchenstruktur des Einzelhandels 38
5.3 Raumstruktur des Einzelhandels 40
5.4 Größenstruktur des Einzelhandels 41
5.5 Umsatzsituation des Einzelhandels 42

6 Versorgungslage und Zentralitätsanalyse der Stadt Delbrück 44
6.1 Bewertung der Stellung der Innenstadt im Einzelhandelsgefüge 44
6.2 Verkaufsflächendichten 47
6.3 Nahversorgungssituation 48
6.4 Zentralitätsanalyse für den Einzelhandel 52
6.5 Analyse der Nachfrageverflechtungen 54
6.6 SWOT-Analyse zum Einzelhandelsstandort 56

7 Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Delbrück 58
7.1 Antriebskräfte der Einzelhandelsentwicklung 58
7.2 Verkaufsflächenspielräume bis 2030 60
7.3 Strategische Orientierungsprinzipien 63

8 Zentrenkonzept für die Stadt Delbrück 66
8.1 Hierarchie und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche 66
8.2 Gesamtüberblick Zentrenkonzept für die Stadt Delbrück 69
8.2.1 Hauptzentrum Delbrück 70
8.2.2 Nahversorgungszentrum Lippling 73
8.2.3 Nahversorgungszentrum Ostenland 75
8.2.4 Nahversorgungszentrum Westenholz 77
8.3 Zur Zentrenrelevanz der Sortimente „Delbrücker Liste“ 78
8.4 Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Delbrück 80

9 Maßnahmenempfehlungen für die Sicherung des Einzelhandels in der Stadt Delbrück 85

10 Einordung von Entwicklungsbegehren in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept 88

11 Zusammenfassung 90

I Glossar 92

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lebenszyklus der Betriebsformen 7
Abbildung 2: Marktanteilsverschiebung im deutschen Einzelhandel 8
Abbildung 3: Entwicklung des Anteils des interaktiven Handels am Einzelhandelsumsatz 10
Abbildung 4: Wesentliche Standorttrends des Lebensmitteleinzelhandels 14
Abbildung 5: Lage im Raum 17
Abbildung 6: Altersstruktur in Delbrück im Vergleich 20
Abbildung 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im Vergleich 21
Abbildung 8: Einkaufsorientierung der Delbrücker Bevölkerung (Zone 1) 27
Abbildung 9: Einkaufsorientierung der Umlandbevölkerung (Zone 2) 28
Abbildung 10: Veränderung der Einkaufsorientierung (Befragte aus Delbrück) 30
Abbildung 11: Veränderung der Einkaufsorientierung (Befragte aus dem Umland) 30
Abbildung 12: Stärken und Schwächen des Delbrücker Einzelhandels 31
Abbildung 13: Marktgebiet des Einzelhandels der Stadt Delbrück 34
Abbildung 14: Nachfragepotenzial i.w.S. im Marktgebiet der Stadt Delbrück 35
Abbildung 15: Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Delbrück seit 2004 37
Abbildung 16: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in der Stadt Delbrück 38
Abbildung 17: Branchenstruktur des Einzelhandels in der Stadt Delbrück 39
Abbildung 18: Räumlich-funktionale Struktur Einzelhandel in der Stadt Delbrück 40
Abbildung 19: Umsatzstruktur des Einzelhandels in der Stadt Delbrück 42
Abbildung 20: Verkaufsflächenstruktur des Einzelhandels in der Delbrücker Innenstadt 44
Abbildung 21: Verkaufsflächenanteile der Innenstadt an der Gesamtstadt 45
Abbildung 22: Multifunktionale Innenstadt 46
Abbildung 23: Nahversorgungssituation in der Stadt Delbrück 49
Abbildung 24: Einzelhandelsrelevante Zentralitäten in der Stadt Delbrück 53
Abbildung 25: Nachfragestromanalyse des Einzelhandels in der Stadt Delbrück 54
Abbildung 26: Hauptansatzpunkte der Flächenentwicklung in Delbrück 60

Abbildung 27: Entwicklungsrahmen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels in der Stadt Delbrück 61
Abbildung 28: Strategische Orientierungsprinzipien 63
Abbildung 29: Strategieempfehlung: „Konzentration auf die Zentren“ 65
Abbildung 30: Hierarchisches Zentrenmodell 69
Abbildung 31: Abgrenzung des Hauptzentrums Delbrück 71
Abbildung 32: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Lippling 74
Abbildung 33: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Ostenland 76
Abbildung 34: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Westenholz 78
Abbildung 35: Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Delbrück 83

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Einwohnerentwicklung in der Stadt Delbrück im Vergleich 18
Tabelle 2: Einwohner nach Stadtteilen 19
Tabelle 3: Entwicklung der Arbeitslosenquoten 21
Tabelle 4: Ein- und Auspendler im Vergleich 22
Tabelle 5: Tourismusentwicklung im Vergleich 23
Tabelle 6: Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Delbrück nach Standortbereichen 41
Tabelle 7: Einzelhandelsstruktur nach Standortlagen in der Stadt Delbrück 43
Tabelle 8: Citydichte der Delbrücker Innenstadt im Vergleich 46
Tabelle 9: Verkaufsflächendichten im Vergleich 47
Tabelle 10: Anteile der Betriebsformen des klassischen Lebensmitteleinzelhandels 50
Tabelle 11: Betriebstypenstruktur bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Vergleich 51
Tabelle 12: Zentrenpass – Hauptzentrum Delbrück - Status quo 70
Tabelle 13: Zentrenpass – Hauptzentrum Delbrück – Perspektive 71
Tabelle 14: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Lippling 73
Tabelle 15: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Ostenland 75
Tabelle 16: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Westenholz 77
Tabelle 17: Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten („Delbrücker Liste“) 79
Tabelle 18: Erhebungssystematik – Sortimentsgruppen nach Bedarfsstufen 96

1 Grundlagen

1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

Die **Stadt Delbrück** (rd. 32.000 Einwohner) ist Mittelstadt im Kreis Paderborn. Sie lässt sich in 10 Ortschaften gliedern. Im namensgebenden zentralen Stadtteil Delbrück leben lediglich 39 % der Einwohner – die übrigen Ortsteile sind durch dörfliche Strukturen geprägt. Die beiden größten Stadtteile Ostenland und Westenholz verfügen über jeweils 3.000 – 4.000 Einwohner. Die deutliche Zergliederung des Siedlungsgefüges birgt Herausforderungen für den Einzelhandel.

Nach Vorstellungen der Landesplanung kommt dem **Mittelzentrum** Delbrück als Einzelhandelsstandort eine Funktion für die Eigenversorgung und für die überörtliche Versorgung zu. Die Verkaufsflächenausstattung lag in der Vergangenheit – zum einen resultierend aus der hohen Angebotskompetenz bei Bau- und Gartenmarkt- und Möbelsortimenten und zum anderen getrieben durch die dünn besiedelte Siedlungsstruktur - deutlich oberhalb der bundesdeutschen Vergleichskennziffern. Bereinigt um den Großhandel ist im Jahr 2019 die Ausstattung für das Mittelzentrum Delbrück zu relativieren.

Bei intensivem Wettbewerb mit attraktiven Einkaufsalternativen (v.a. Paderborn und Online-Handel) konnte die Stadt Delbrück ihre mittelzentrale Stellung bei einer Einzelhandelszentralität von unter 100 % in 2019 nicht steigern. Es liegen auch aktuell Angebotsdefizite in einzelnen Segmenten vor, mit der Konsequenz von überproportionalen Nachfrageabflüssen.

Den planerischen Entwicklungsrahmen für die örtliche Einzelhandelsentwicklung stellte bislang das Einzelhandelskonzept für die Stadt Delbrück aus dem Jahre 2011 dar. In diesem städtebaulichen Entwicklungskonzept gem. § 1 (6) Nr. 11 BauGB wurde als wichtigster zentraler Versorgungsbereich die Innenstadt von Delbrück (Hauptzentrum) definiert. Darüber hinaus wurden seinerzeit sog. Zentrale Bereiche dargestellt (in Lippling, in Ostenland, in Westenholz).

Seit Erarbeitung des gesamtstädtischen Einzelhandelsentwicklungskonzepts haben sich die Rahmenbedingungen für den Einzelhandelsstandort Delbrück verändert. Das Steuerungskonzept sollte nunmehr durch einen neuen Gutachter überprüft und aktualisiert werden, um die Funktionalität aufrecht zu erhalten und um zukunftsfähige Perspektiven zur Sicherung und Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandorts im Standort- und Städtewettbewerb zu bieten.

Es waren zugleich verschiedene Urteile der OVG und des BVerwG sowie die Novellierung des LEP NRW, die eine Aktualisierung erforderlich machten: In den letzten Jahren

haben sich v.a. die Grundlagen zur Abgrenzung und Einstufung (Mindestausstattung) von zentralen Versorgungsbereichen sowie die Rahmenbedingungen auf Landes- und Bundesebene verändert. Zur Bewertung von Einzelhandelsvorhaben wird durch die städtischen und landesweiten Genehmigungsbehörden speziell auf Einzelhandelskonzepte und die dort formulierten Entwicklungsvorstellungen zurückgegriffen. So fungieren kommunale Einzelhandelskonzepte als entscheidende Grundlage für die planungsrechtliche Umsetzung im Kontext der Bauleitplanung und hierfür gebotener detaillierter und belastbarer Begründungen. Es ist daher eine Überprüfung und Fortschreibung einer qualifizierten und rechtssicheren Bewertungsgrundlage für den großflächigen Einzelhandel in Delbrück von Nöten.

Im Rahmen der **Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes** für die Stadt Delbrück sollten die aktuelle Einzelhandelssituation und deren Strukturen in der Stadt Delbrück und ihren Stadtteilen erfasst und neu bewertet werden. Ausgehend von der aktuellen Einzelhandelsstruktur waren die Zielrichtung der künftigen Einzelhandelsentwicklung zu definieren, zentrale Versorgungsbereiche abzugrenzen und die ortstypische Sortimentsliste zu überarbeiten. So ging es zum einen um eine sortimentsseitige Empfehlung zum weiteren Entwicklungsrahmen des Einzelhandels bis 2030 und zum anderen um eine strategische Empfehlung. Zudem sollten Empfehlungen zur Anwendung (Überprüfung der bisherigen Steuerungsregeln) und zur Umsetzung des städtebaulichen Entwicklungskonzepts im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB erarbeitet werden.

1.2 Untersuchungsdesign

Die Untersuchung setzt sich mit der Gesamtsituation des Einzelhandels in der Stadt Delbrück auseinander. Diesbezüglich wurde folgendes Untersuchungskonzept durchgeführt:

Situationsdarstellung

- Stand und Entwicklung der **sozioökonomischen Eckdaten** als Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Delbrück (Einwohnerbasis und -prognose, Altersstruktur, Erwerbstätigkeit, einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau, Tourismusaufkommen, Pendlerbeziehungen);
- Ermittlung der **planerischen und wirtschaftsräumlichen Ausgangssituation**: Vorgaben der Landes- und Regionalplanung (LEP, Regionalplan), zentralörtliche Bedeutung von Delbrück und Einordnung in das Wettbewerbsgefüge;
- Darstellung der wesentlichen Herausforderungen/Entwicklungstrends auf der **Angebots- und Nachfrageseite** mit Relevanz für Delbrück; im Fokus standen hierbei v.a. Gegenstand und Auswirkungen der veränderten Bedarfe des Lebens-

mitteleinzelhandels sowie von Gegenstand und räumlichen **Auswirkungen des Online-Handels**.

Analyse des Einzelhandelsstandorts

- Durchführung einer **telefonischen Haushaltsbefragung** in der Stadt Delbrück und im Umland (N = 503), um fundierte Aussagen zur Abgrenzung des überörtlichen Marktgebiets des Einzelhandels sowie zur Nachfrageabschöpfung zu erhalten. Die Haushaltsbefragung gab zugleich Aufschluss über Bewertungen zum Einzelhandelsstandort und zum Einzelhandelsangebot sowie zu Verbesserungsmöglichkeiten aus Verbrauchersicht;
- Einschätzung und Bewertung der **einzelhandelsrelevanten Nachfragesituation**: Abgrenzung des Marktgebiets des Einzelhandels; Ermittlung des Nachfragepotenzials in 2019 und 2030 nach Bedarfsstufen im Stadtgebiet von Delbrück sowie nach Marktgebietszonen (zzgl. Streukunden);
- Ermittlung und Bewertung der **Angebotssituation** des Delbrücker Einzelhandels als einzelbetriebliche Kompletterhebung über einzelhandelsrelevante Verkaufsflächen und nach Adressen, Stadtteilen/Standortlagen, Sortimenten/Branchenmix, Betriebstypen sowie Umsatz und Flächenproduktivität;
- Erfassung wesentlicher konsumnaher, zentrenergänzender Nutzungen sowie von einzelhandelsrelevanten Leerständen (nur in den zentralen Versorgungsbereichen);
- Versorgungsstrukturelle Bewertung der **Angebotsstruktur/Versorgungslage** nach Standortbereichen; Aussage zu Betriebsgrößen, Quantität und Qualität des Angebots; Darstellung von Versorgungslücken; Vergleich wichtiger einzelhandelsrelevanter Kennzahlen mit geeigneten Vergleichsdaten, wie zur Zentralität und Verkaufsflächendichte;
- Bewertung der **Funktionswahrnehmung und der räumlichen Ausprägung der Innenstadt** und Einordnung in die Versorgungsstrukturen der Gesamtstadt;
- Bestimmung und Bewertung der **Einzelhandelszentralität** für Delbrück insgesamt und nach Sortimentsgruppen/Bedarfshäufigkeit;
- Analyse und Bewertung der **Nachfragebindung und -abflüsse (Kaufkraftbewegung)** der ortsansässigen Bevölkerung sowie der Zuflüsse aus dem Umland (unter Würdigung des Abflusses in den Online-Handel);
- Bewertung der Leistungsfähigkeit der **wohnstandortnahen Nahversorgungsstruktur**. Dabei Ermittlung von Verkaufsflächendichten, Betriebstypenstruktur/ Anteil von Vollsortimentern zu Discountern und räumlichen Versorgungslücken unter Zugrundelegung von Fußweg-Isochronen (inkl. Kartierung); dabei wurde auch ein Aussage zur Größe und zum Umfang an räumlichen Versorgungslücken i.V.m. Handlungsempfehlungen zur Verbesserung gemacht;

- Durchführen einer **SWOT-Analyse** (kombinierte Stärken-/Schwächen-Analyse) zur Angebotssituation des Einzelhandelsstandorts Delbrück, dabei Aussage zu den Branchenlücken und -potenzialen.

Konzeptphase

- Darstellung der Entwicklung der relevanten Rahmenbedingungen bzw. Hauptantriebkräfte der Flächenentwicklung; Ableitung des **quantitativen und qualitativen Entwicklungspotenzials** (Verkaufsflächen nach Standortbereichen, Warengruppen/Branchen und Betriebstypen) für den Einzelhandel in der Stadt Delbrück bis zum Prognosehorizont 2030;
- Empfehlungen zur **Strukturentwicklung** (Branchenmix, Betriebstypenbesatz, Angebotslücken); dabei Empfehlungen für zukunftsfähige Angebotsergänzungen aber auch für Branchenbeschränkungen (Sortimentsempfehlungen); Empfehlungen zur Sicherung und Erhöhung der Kaufkraftbindung;
- Weiterentwicklung der **Einzelhandelsentwicklungsstrategie** für die Stadt Delbrück einschl. einer klaren Empfehlung für das anzustrebende hierarchische Zentren- und Standortprofil; Überprüfung der **Zentren- und Standortstruktur** von Delbrück; dabei wurden Vorschläge für eine langfristig tragfähige, räumlich-funktionale Aufgabenteilung der Standorte unterbreitet (Innenstadt, Nahversorgungszentren und sonstige Lagen);
- Räumliche Abgrenzung und Kartierung der **zentralen Versorgungsbereiche** in Form von Zentrenpässen jeweils nach:
  - Anzahl, Lage, Abgrenzung und Versorgungsfunktion (gemäß relevanter Kriterien und aktueller Rechtsprechung);
  - räumliches Gesamtbild, städtebauliche Gestaltungsqualität, Aufenthaltsqualität, Erreichbarkeit und verkehrliche Anbindung (ÖPNV, MIV, NMIV, Stellplätze);
  - Bewertung der Funktionsfähigkeit (Einzelhandel und konsumnahe Nutzungen), der Gefährdungspotenziale und der Entwicklungsperspektiven sowie Herausarbeitung zentrenspezifischer Handlungsempfehlungen (Stabilisierungs- und Stärkungsmöglichkeiten);
  - Identifizierung von geeigneten, großen Entwicklungsflächen in den zentralen Versorgungsbereichen.
- Weiterentwicklung der ortsspezifischen Sortimentsliste („**Delbrücker Sortimentsliste**“) anhand der faktischen Prägung der zentralen Versorgungsbereiche und einer perspektivischen Betrachtung der Entwicklungsoptionen. Überdies Berücksichtigung planerischer Vorgaben (LEP NRW).

Maßnahmen, Empfehlungen und Entwicklungsvorschläge

- Umsetzungsorientierte Maßnahmenvorschläge für die Sicherung und Stärkung des Einzelhandels:
  - **Empfehlungen zur Anwendung des Einzelhandelskonzepts**, hierbei Erarbeitung von Grundsätzen zur räumlichen Steuerung **[Prüfkriterien/ Ansiedlungsregeln]** für die sortiments- und lagenspezifische Steuerung;
  - **Empfehlungen für die Bauleitplanung** zur Steuerung des groß- und kleinflächigen Einzelhandels;
- Bewertung der **Kompatibilität anhängiger Entwicklungsbegehren** mit der Entwicklungsstrategie für Delbrück.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept wurde in fortlaufender Abstimmung mit dem Auftraggeber durchgeführt. Zusätzlich haben stattgefunden:

- Ein verwaltungsinternes Startgespräch;
- zwei Sitzungen mit einem projektbegleitenden Arbeitskreis mit lokalen Interessensvertretern;
- zwei Sitzungen mit den Mitgliedern der DEMAG;
- drei Termine zur Vorstellung der Zwischenergebnisse und der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes in den politischen Gremien mit Ziel der Beschlussfassung.

Gegenstand der Untersuchung war der stationäre Einzelhandel im engeren Sinne (ohne Großhandel, ohne Kfz-Handel). Nachfrageseitig wurde zudem der nicht-stationäre Handel (Online-Handel) beachtet, da Verschiebungen zu Lasten des stationären Einzelhandels zu erkennen sind.

Als Prognosehorizont und Orientierungswert für den Gültigkeitszeitraum des Einzelhandelskonzepts wurde das Jahr 2030 zu Grunde gelegt. Es wird zu gegebener Zeit eine gezielte Überprüfung empfohlen, ob sich das Einzelhandelskonzept in der Fassung 2019 bewährt hat.

2 Allgemeine Entwicklungstrends im Einzelhandel

2.1 Demografischer Wandel

Der demografische Wandel stellt den deutschen Einzelhandel anhaltend vor **neue Herausforderungen**. Nach einem langen Zeitraum des Wachstums steht in den nächsten Jahrzehnten erstmals ein Rückgang der Einwohnerzahl bevor. Und während die Lebenserwartung vor 100 Jahren durchschnittlich 46 Jahre betrug, liegt die Lebenserwartung bei Neugeborenen heute bei im Mittel über 80 Jahren. In einigen Jahren wird die Hälfte der deutschen Bevölkerung 50 Jahre oder älter sein.

Für den Einzelhandel bedeutet dies konkret, dass der demografische Wandel …

- … sich langfristig und stetig vollzieht, seine Ausprägungen und Auswirkungen nicht grundsätzlich umkehrbar sind, aber durch politische Entscheidungen in Teilen steuerbar. Der Einzelhandel kann sich frühzeitig anpassen und Wettbewerbsvorteile generieren.
- … mit unterschiedlicher Intensität in den einzelnen Regionen sowie auch zeitversetzt voranschreitet. Bundesweit ist ein Bevölkerungsrückgang bei gleichzeitig absoluter Zunahme der über 60-Jährigen zu erwarten. Jedoch leiden die meisten Regionen in den Neuen Ländern stärker unter Bevölkerungsschrumpfung und Überalterung als die Alten Bundesländer, in welchen teilweise starke Einwanderungsüberschüsse (z.B. Achse Frankfurt-Stuttgart, Metropolregion Hamburg) zu verzeichnen sind. Aber auch im Osten bleiben attraktive Ballungsräume für den Einzelhandel vorhanden.
- … je nach regionaler Ausgangslage unterschiedliche Herausforderungen für den Einzelhandel mit sich bringt. So ist in einzelnen Teilen mit starker Urbanisierung, in anderen mit Suburbanisierung zu rechnen. Wieder andere Regionen überaltern stark und andere wiederum ziehen verstärkt jüngeres Publikum an. Daher müssen Standortumfeld und Marketingkonzepte aufeinander abgestimmt werden.

Zieht man zusätzlich die soziografischen und ökonomischen Tendenzen

- Veränderung der Konsumentenbedürfnisse,
- Haushaltstypenverschiebung (‚Singlesierung') und
- Absinken des Einzelhandels-Anteils am privaten Verbrauch

mit in Betracht, so folgt daraus ein starker Anpassungsdruck für den Einzelhandel.

Da eine Veränderung immer auch eine Chance bedeutet, eröffnet dieser Wandel gleichzeitig neue Märkte. Es gilt also, diejenigen Standorte, die in Kombination mit dem Einsatz der Instrumente des Handelsmarketings für das eigene Unternehmen zieloptimal sind, frühzeitig zu erkennen und vor der Konkurrenz zu besetzen.

2.2 Betriebsformenwandel

Der Einzelhandel in Deutschland sieht sich zahlreichen Veränderungen ausgesetzt. Mit den o.g. demografischen Entwicklungen gehen bei den Verbraucherbedürfnissen **Präferenzverschiebungen** einher. U.a. sind im Bereich des Food und Nearfood-Segments in Verbindung mit diversifizierten Arbeitszeitmodellen, ein gesteigertes Gesundheitsbewusstsein und Nachfrage nach mehr „Convenience“, der Wunsch nach Fair Trade/Bio, Regionalität und „Handwerk“ gestiegen. Veränderte Haushaltsgrößen fragen andere Produktgrößen nach. Im Bereich Nonfood spielt u.a. der Trend zur Individualisierung – jedoch bei Produkten ohne Mehrwert nach wie vor auch der Preis - eine Rolle. Dieser demografische und sozioökonomische Wandel macht es für den Einzelhandel unumgänglich, **neue Konzepte** zu entwickeln, um konkurrenz- und somit auch überlebensfähig wirtschaften zu können.

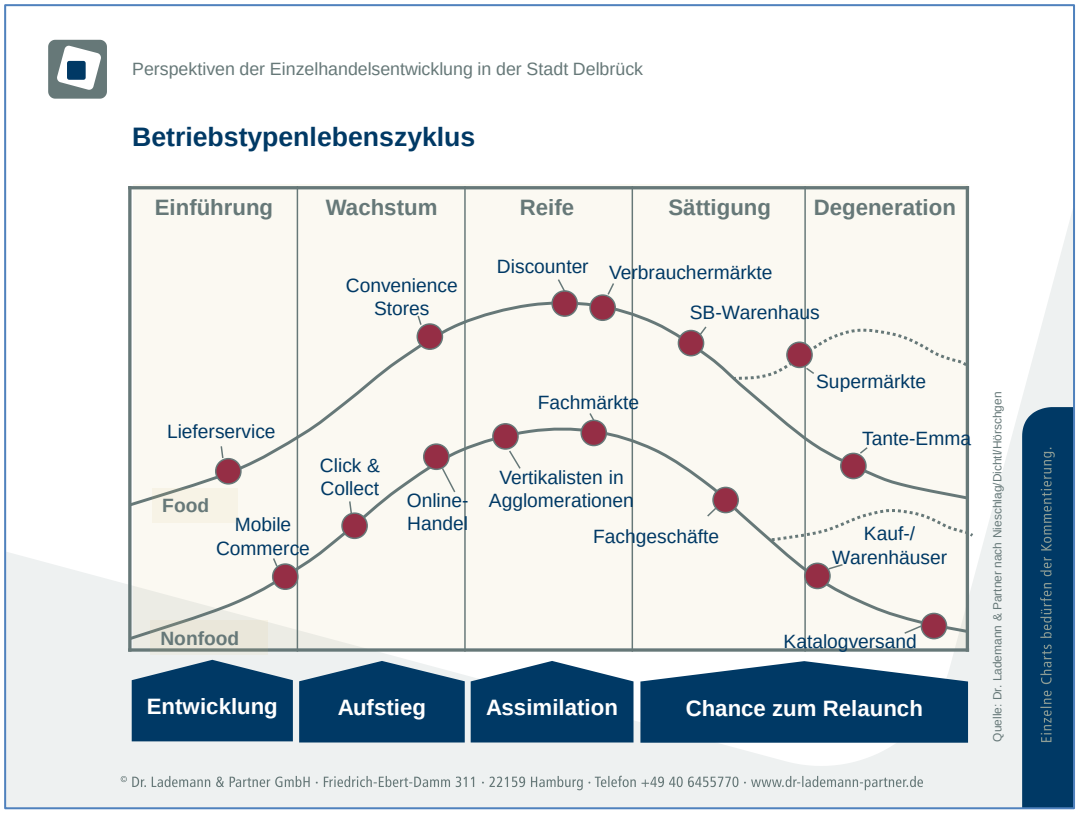

Abbildung 1: Lebenszyklus der Betriebsformen

Dabei ist zu prüfen, ob der Lebenszyklus (Wandel) einzelner Betriebsformen von temporärer Natur ist (z.B. durch Nachfrageschwäche) oder ob sich hierin bereits Vorzeichen eines (nur hinausschiebbaren) Niedergangs ausdrücken (siehe Abbildung). So hat beispielsweise das Warenhaus seinen Zenit bereits überschritten. Handelsmanager dieser Vertriebsform sind folglich gezwungen das Format anzupassen und durch einen Relaunch des Marketingkonzepts den Abschwung zu verhindern. Kleinflächigere Betriebstypen wiederum werden entweder aus dem Markt gedrängt oder müssen sich zunehmend spezialisieren (‚Nischenplayer'). Absatzkanäle hingegen wie der **B2C E-Commerce**[1] sind weiterhin aufstrebend und verfügen über hohes Wachstumspotenzial.

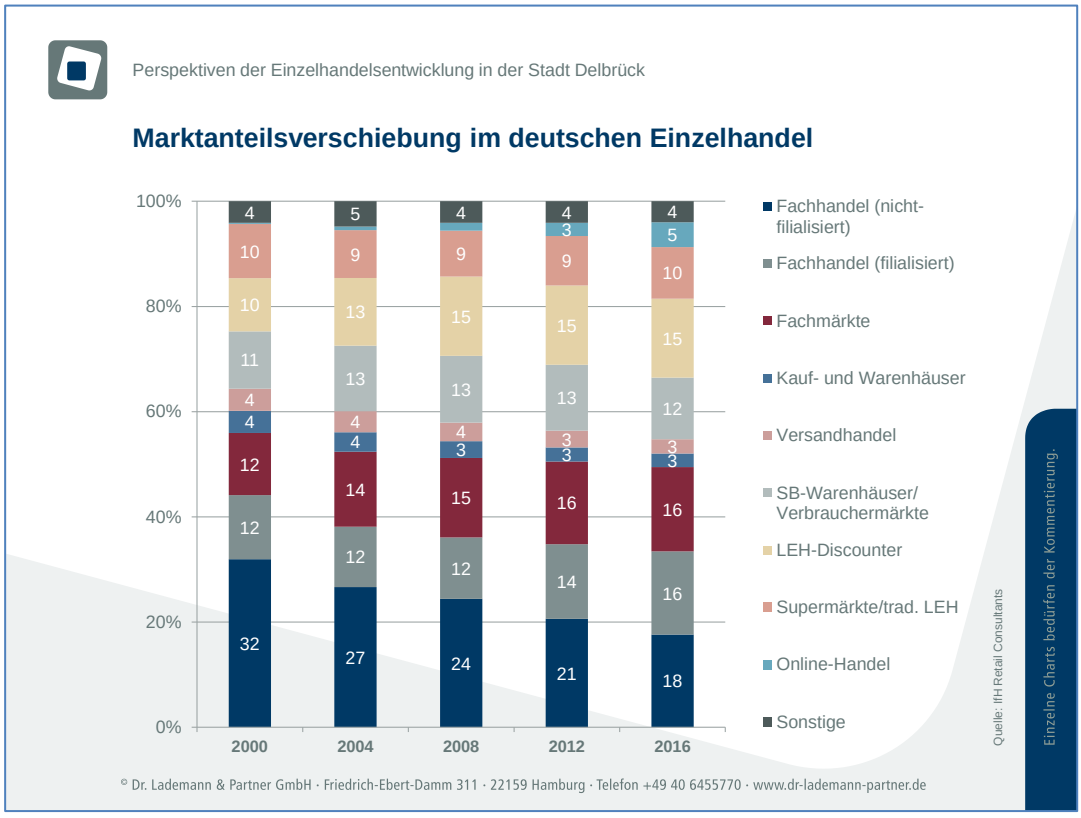

Abbildung 2: Marktanteilsverschiebung im deutschen Einzelhandel

Wirft man einen Blick auf die Marktanteilsverschiebung im gesamten Einzelhandel (Food- und Nonfood-Bereiche), so neigt sich das **Gewicht hin zu discountorientierten Konzepten**. In den vergangenen Jahren ist der Marktanteil der Fachmärkte und Lebensmitteldiscounter stark angestiegen (vgl. Abbildung 2). Der Trend konnte allerdings nicht gleichermaßen fortgesetzt werden.

[1] B2C steht für Business-to-Consumer und somit für den Teil des Online-Handels, der zwischen einem Unternehmen und einem Konsumenten stattfindet. Im Gegensatz dazu definiert der B2B E-Commerce den elektronischen Handel zwischen zwei Unternehmen bzw. der C2C E-Commerce zwischen zwei Privatpersonen.

Zu den Gewinnern der nächsten Jahre werden Vertriebswege wie der Online-Handel oder stark fachmarktgeprägte Angebotsformen wie fachmarktorientierte Shopping-Center gehören. In klassischen Shopping-Centern zeigt sich in den letzten Jahren ein Frequenzrückgang, weshalb u.a. mit der Ausweitung des Food-Courts und der Integration von digitalen Angeboten mit Ziel der Steigerung der Besuchsanlässe und der Erhöhung der Verweildauer entgegengewirkt wird („Third-Place"). Weiterhin an Marktanteilen verlieren werden voraussichtlich die Warenhäuser sowie traditionelle Fachgeschäfte (gepaart mit Altersnachfolgeproblemen). Diese Entwicklung unterstreicht den Fortlauf der Betriebstypendynamik in Deutschland, die sich in einem Verdrängungsprozess älterer Betriebstypen durch neuere darstellt.

Mit Blick auf die Betriebsformentheorie ist schließlich auch bemerkenswert, dass es in den vergangenen Jahren anstelle des Eintritts neuer Betriebsformen zu einem heftigen **Preiswettbewerb** und einem weiteren Verfall der Margen gekommen ist. Gerade weil die Discounter, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser sich nicht assimiliert haben, haben sie offenbar das Reifestadium noch nicht erreicht. Solange dies der Fall ist und die Nahversorger konstitutiv bedingt ihre Wettbewerbsnachteile nicht verringern können, herrscht angesichts der Marktlage ein Verdrängungswettbewerb.[2] Dieser Umstand ist zuletzt hauptverantwortlich für das konstant hohe Flächenwachstum im deutschen Einzelhandel, wenngleich nach Untersuchungen von Dr. Lademann & Partner v.a. in den überbesetzten Räumen ein „Gesundschrumpfen" festzustellen ist.

2.3 Der Online-Handel erobert die Märkte

Das Wachstum des E-Commerce-Markts in Deutschland setzt sich seit Jahren stetig fort. Hierbei geht einerseits eine Verschiebung innerhalb des Distanzhandels in Form einer **Verdrängung des klassischen Katalogversands** einher: Belief sich im Jahr 2008 der Anteil des Online-Handels am Versandhandel auf rd. 47 %, wurde für das Jahr 2018 bereits ein Anteil von 95 % des gesamten Versandhandels prognostiziert.

Während zwischen den Jahren 2008 bis 2012 das Marktvolumen für den Distanzhandel im Vergleich zum jeweiligen Vorjahr durchschnittlich um ca. 8 % auf insgesamt 39 Mrd. € anstieg, war im Jahr 2013 ein deutlich stärkeres Wachstum von rd. 23 % zu verzeichnen. Die Wachstumstendenzen für die nachfolgenden Jahre 2014 bis 2018 sind deutlich unter Erwartung verlaufen. Für das Jahr 2019 wird damit gerechnet, dass die Zuwachsraten bei etwa 8 bis 10 % liegen werden.

[2] Vgl. Lademann, Rainer, Betriebstypeninnovationen in stagnierenden Märkten unter Globalisierungsdruck, 1999.

Der Vormarsch des Online-Handels führt auch dazu, dass der Anteil und somit die Bedeutung am langsamer wachsenden Gesamteinzelhandel (stationär und nicht-stationär) zunimmt. Der Anteil des interaktiven Handels am Einzelhandelsumsatz wird für das Jahr 2019 auf knapp 11 % prognostiziert.

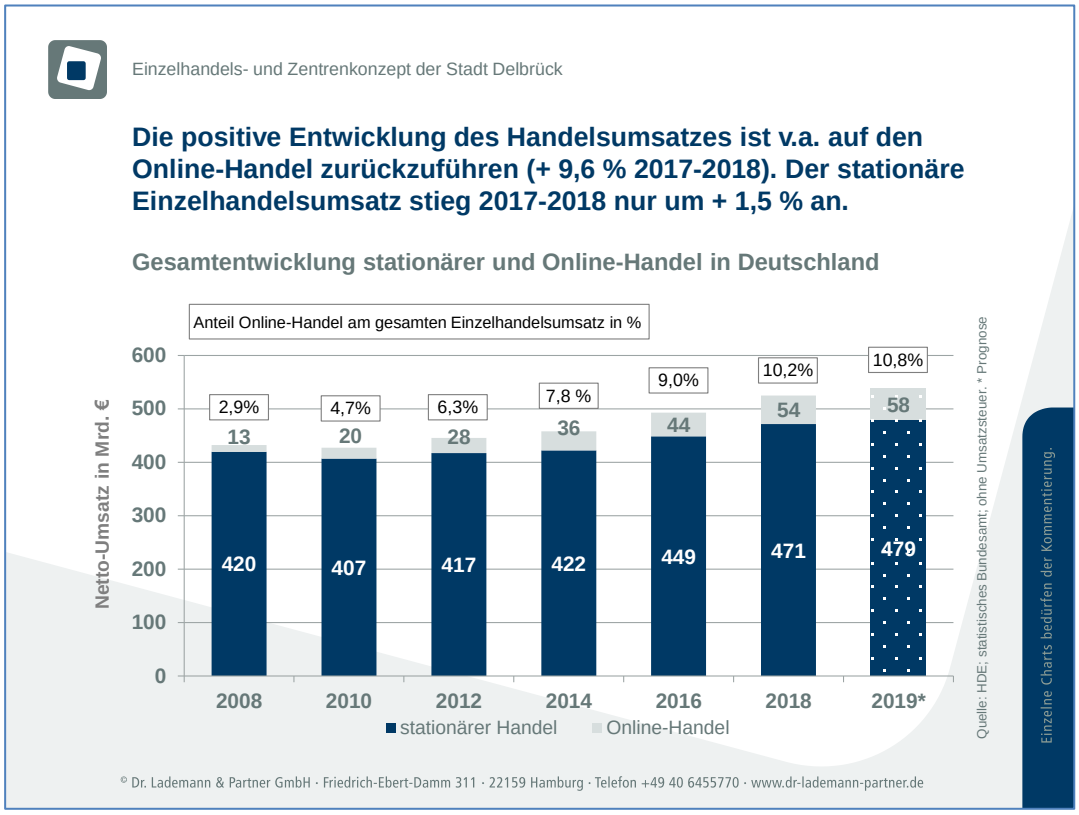

Abbildung 3: Entwicklung des Anteils des interaktiven Handels am Einzelhandelsumsatz

Es verwundert daher nicht, dass der Vormarsch des Online-Handels zu beträchtlichen Umsatzverlagerungen zu Lasten des stationären Einzelhandels geführt hat. Aufgrund der Ausrichtung auf Innenstadtleitsortimente hat dieser zu Umsatzverlusten und folglich verstärktem Strukturwandel in den Zentren geführt. Hierbei zeigt sich, dass „Verlierer" der Entwicklung kleinere Mittelstädte sowie die Stadtteilzentren von Großstädten sind. Umgekehrt ist für die Metropolen in Deutschland sowie für Mittelstädte mit beachtlichem Einzugsgebiet ein weiteres Wachstum zu erwarten.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass nach einzelnen Sortimenten betrachtet Sättigungstendenzen festzustellen sind. Blickt man z.B. auf das Segment Bekleidung, zeigt sich für die jüngere Vergangenheit, dass die jährlichen Zuwachsraten stark abgesunken sind. Insofern sind bei den onlineaffinen Segmenten die Grenzen des Wachstums allmählich erreicht. Mit Blick auf die nächsten Jahre werden Sortimente, die eine komplexe Logistik (z.B. gekühlte Lebensmittel) aufweisen und/oder bislang durch den Online-Handel nicht nennenswert tangiert waren, Veränderungen erfahren. Hier liegen ausgehend von einem sehr niedrigen Niveau noch Wachstumspotenziale.

Das Einzelhandelsvolumen im stationären Handel bleibt nach den Prognosen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK)[3] „unterm Strich“ **bis zum Jahr 2025** weitgehend stabil, da einerseits von einem Anstieg des Einzelhandelsumsatzes ausgegangen werden kann. Andererseits geht die GfK in ihrer Prognose bis 2025 davon aus, dass sich der Anteil des Online-Umsatzes am gesamten Einzelhandelsumsatz von 9 % (2014) in deutlich abgeschwächter Dynamik auf künftig (2025) etwa 15 % erhöhen wird. Dabei sind in den einzelnen Sortimenten deutliche Unterschiede erkennbar (z.B. Lebensmittel nur max. 5 %).

Bei der Prognose von Umsatzanteilen der Kanäle „stationär“ bzw. „interaktiv“ muss allerdings darauf hingewiesen werden, dass eine exakte Trennung von Kanälen nicht möglich ist. Für den örtlichen Einzelhandel müssen diese Abflüsse in den nichtstationären Handel nicht zwangsläufig mit einem Umsatzrückgang gleichzusetzen sein. Durch Multichannel-Strategien (wie click-and-collect) verschwimmen vielmehr zunehmend die Grenzen zwischen stationär und online (sog. Seamless Shopping). Faktisch muss auch auf die **Innovationskraft des stationären Handels** hingewiesen werden, der sowohl in den zurückliegenden Jahren stets Konzept- oder Sortimentsanpassungen vornahm und auch heute erfolgreich mit neuen Konzepten und Omnichannel-Lösungen auf den intensivierten Wettbewerb reagiert. Zugleich besteht die Möglichkeit, Waren zusätzlich über Online-Marktplätze wie eBay und Amazon abzusetzen.

2.4 Entwicklungen im kurzfristigen Bedarfsbereich

Die Betriebsformen unterscheiden sich in Sortiment, Preisgestaltung, Verkaufsform und Größe. Im Lebensmittelsegment gibt es folgende Betriebsformen:

- Lebensmittelgeschäft (bis zu 400 qm Verkaufsfläche)
- Supermarkt (400 bis 799 qm Verkaufsfläche)
- Kleiner Verbrauchermarkt (800 bis 1.499 qm Verkaufsfläche)
- Großer Verbrauchermarkt (1.500 bis 4.999 qm Verkaufsfläche)
- SB-Warenhaus (ab 5.000 qm) sowie
- Lebensmitteldiscounter[4] (heute zumeist bis 1.300 qm Verkaufsfläche)

Zusätzlich zur Angebotsform wird nach Sortimenten und Branchen differenziert. Das Gesamtsortiment Nahversorgung beinhaltet folgende Sortimentsgruppen mit den entsprechenden Inhalten:

[3] Vgl. E-Commerce: Wachstum ohne Grenzen? - Online-Anteile der Sortimente – heute und morgen - White Paper, Juli 2015.

[4] Discounter unterscheiden sich von den übrigen Lebensmittelbetrieben v.a. durch ihre aggressive Preisstruktur und die auf eine beschränkte Artikelzahl fokussierte Sortimentspolitik.

- Nahrungs- und Genussmittel mit Bäckern, Fleischern, Getränkehandel, Tabakwaren, Kioskanbietern, Reformhäusern sowie dem gesamten Lebensmittelhandel und
- Gesundheits- und Körperpflege mit Drogeriewaren, Wasch- und Putzmitteln sowie Zeitungen/Zeitschriften.

Ein wesentlicher Faktor in der Nahversorgungsentwicklung ist durch die **betriebswirtschaftlich bedingten Maßstabssprünge** der durchschnittlichen Betriebsgrößen und einer damit verbundenen abnehmenden Anzahl von Betrieben und Standorten bedingt. So liegt die mindestoptimale Verkaufsfläche für Vollversorger aktuell bei rd. 1.500 qm, bei Discountern häufig bei etwa 1.000 qm. Die Folge ist, dass die Versorgungsfunktion einer ursprünglich großen Anzahl kleinerer Betriebseinheiten von immer weniger, dafür aber größeren Betrieben übernommen wird. Die angestrebten und auch betriebswirtschaftlich notwendigen Einzugsgebiete dieser Betriebe werden größer, was neben dem Wettbewerbsdruck unter den Betreiberfirmen auch zu einer deutlichen Präferenz von PKW-orientierten Standorten an wichtigen Verkehrsachsen geführt hat.

Größere Lebensmittelanbieter spielen allerdings auch eine wichtige Rolle für Stadtteil- und Wohngebietszentren durch ihre **Funktion als Magnetbetriebe und Frequenzbringer**. Vor diesem Hintergrund ist eine Integration dieser Betriebe in gewachsene, integrierte Standorte nach Möglichkeit zu fördern.

Die Erosion von Nahversorgungsbereichen wird jedoch keineswegs nur durch periphere Standorte ausgelöst oder verstärkt. Hierbei spielen zunehmende **Aktivitätskopplungen der Verbraucher** zwischen dem Einkauf von Sortimenten des kurzfristigen Bedarfsbereichs und dem Arbeitsweg eine immer größere Rolle. Dies wird noch durch Suburbanisierungsprozesse forciert, die teils zu einer Präferenzverschiebung[5] der Wohnbevölkerung führen, was wiederum Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen im Raum hat.

Wie eigene empirische Untersuchungen von Dr. Lademann & Partner gezeigt haben, präferieren die Kunden für ihre Nahversorgung einen **Standortverbund von einem leistungsfähigen, aber nicht zu großen Vollversorger und einem Discounter.**

Eine wesentliche städtebauliche Herausforderung für die Nahversorgung stellt das **Vordringen der Lebensmitteldiscounter** mit verhältnismäßig reduzierter Sortimentsvielfalt (i.d.R. zw. 1.500 bis 4.500 Artikel) auf größeren Flächen dar. Selbst diese Flächen werden immer weniger in oder an zentralen Standortbereichen entwickelt, sondern an verkehrlich gut erschlossenen Lagen oder – dies jedoch zuletzt seltener – in Gewerbegebieten mit der Gefahr der Verdrängung von gewerblichen Nutzungen

[5] Durch die soziodemografischen Veränderungen verschieben sich die Ansprüche der Verbraucher an die Nahversorgung.

oder von verkehrlichen Gemengelagen. Dabei ist die Verkaufsflächenexpansion der Discounter deutlich dynamischer verlaufen als die Entwicklung der Umsätze, was zu einem Absinken der durchschnittlichen Flächenproduktivitäten (Umsatz je qm Verkaufsfläche) der Discounter geführt hat.

Nicht unerheblich trägt darüber hinaus auch das unternehmerische Potenzial zur Akzeptanz und Stabilität von Nahversorgungsstandorten und -bereichen bei, was stark auch mit der Dynamik **mindestoptimaler Ladengrößen** mit Blick auf eine Sicherung des Auskommens der Betreiber zusammenhängt. Die Problematik mindestoptimaler Betriebsgrößen wird wiederum durch die **ausufernde Sortimentsentwicklung** infolge der von den Herstellern betriebenen **Produktdifferenzierung** forciert, die seit Jahrzehnten zu einer Zunahme der durchschnittlichen Betriebsgrößen geführt hat.

Hinzu kommt, dass die Flächenbedarfe durch die gestiegenen Kundenerwartungen an Bequemlichkeit und Warenpräsentation angewachsen sind sowie veränderte Flächenansprüche durch Pfandsysteme und Bake-off-Stationen ausgelöst werden. Im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels wird heutzutage mehr Platz für die Bereiche Halbfertig- und Fertigprodukte (Convenience Food) benötigt. Bei Getränkeabholmärkten und breit aufgestellten Verbrauchermärkten (i.d.R. > 10.000 Artikel) ist zudem der Trend zur Sortimentskomplexität hinsichtlich Sortiment und Gebinde- bzw. Portionsgrößen als Antwort auf die Diversifizierung der Nachfrage zu sehen.

Auf die veränderten Marktbedingungen und den verschärften Strukturwandel reagiert der Lebensmitteleinzelhandel insbesondere mit einer Ausdifferenzierung des Angebots hinsichtlich seiner Frischekompetenz durch mehr Vielfalt und Inszenierung der Obst-Gemüse-Abteilung und Fleisch-/Käse-/Fischabteilung bzw. in Bezug auf Getränkeabholmärkte durch ein gegenüber den klassischen Lebensmittelmärkten deutlich umfassenderes Angebot, das auf die individuellen Bedürfnisse zugeschnitten ist. All diese Maßnahmen haben zum Ziel, den Kunden Aufenthaltsqualität zu bieten und die Aufenthaltsdauer und den Bezug zum Markt mit einem zugleich breiten und tiefen Angebot zu verbessern.

Abbildung 4: Wesentliche Standorttrends des Lebensmitteleinzelhandels

Zusammenfassend lassen sich folgende **Tendenzen im Lebensmitteleinzelhandel** in Deutschland festmachen:

- Flächenexpansion mit gedämpfter Geschwindigkeit;
- Marktanteilsverschiebung zu Lasten des kleinflächigen Lebensmitteleinzelhandels und älterer Betriebstypen (z.B. Warenhäuser und traditionelle Fachgeschäfte) bei zunehmender Anzahl an Betriebsaufgaben/Insolvenzen;
- Redimensionierung der Formate mit Tendenzen zu
  - kleineren Verkaufsflächen bei SB-Warenhäusern (von 10.000 qm zu 5.000 bis 7.000 qm);
  - einem Vormarsch der großen Verbrauchermärkte (oftmals 2.000 qm bis 3.000 qm);
  - größeren Verkaufsflächen bei Discountern (von 700 qm bis 800 qm auf 1.000 bis 1.300 qm);
- Tendenzen zur Integration von Gastronomie oder Dienstleistungen auf die Verkaufsfläche.

2.5 Fazit

Der voranschreitende demografische Wandel und ökonomische Megatrends beschleunigen den Anpassungsdruck der Unternehmen. Aufgrund der demografischen sowie soziografischen Entwicklung sinkt und verschiebt sich die Einzelhandelsnachfrage, was zu einer erhöhten Betriebsformendynamik führt. Somit ist der Handel branchenübergreifend gezwungen, die Betriebsform, die Verkaufsfläche, das Sortiment und den Standort an dieses neue Umfeld anzupassen.

Für die zukünftige Entwicklung lassen sich folgende zentrale Befunde ableiten:

- **Heterogene Bevölkerungsentwicklung und Überalterung**: Sinkende Einwohnerzahlen verringern das Marktpotenzial und Altersstrukturverschiebungen erhöhen den Anpassungsdruck für Handelsbetriebe. Diese Entwicklung verläuft bundesweit stark heterogen. Einzelne Gebiete werden auch langfristig von einem Bevölkerungszuwachs profitieren können (vorwiegend die Metropolen und die südwestlichen Regionen, insb. zwischen Frankfurt und Stuttgart). Zusätzlich ist die heterogene Entwicklung innerhalb der Orte zu beachten (alternde Stadtteile).
- **Präferenzverschiebung bei Verbrauchern**: Die Altersverschiebung gepaart mit dem neu aufkommenden Image der ‚jungen Alten' bringt Veränderungen der Konsumpräferenzen mit sich. Zukünftig entscheidet v.a. im großflächigen Lebensmitteleinzelhandel nicht die Größe, sondern die Nähe zum Verbraucher.
- **Verschärfter Strukturwandel**: Der Konzentrationsprozess im großflächigen Einzelhandel wird sich weiter beschleunigen (Verringerung der Anzahl an führenden Unternehmen in den einzelnen Branchen), während auch die Dynamik der Betriebstypen weiter zunehmen wird (Ausdifferenzierung in Richtung Service oder Preis). Zu den Gewinnern der letzten Jahre zählten v.a. Discounter und Fachmärkte, wobei diese Marktanteilsverschiebung größtenteils zu Lasten des kleinflächigen Einzelhandels ging. Die starke Flächenexpansion der letzten Jahre führte zu einem Absinken der Flächenproduktivitäten. Die Verkaufsflächen pro Filiale im Lebensmitteleinzelhandel konvergieren: Diffusion der Betriebstypen SB-Warenhaus (kleiner) und große Verbrauchermärkte (größer) sowie Maßstabsvergrößerung und allmähliche Sortimentsverbreiterung bei Discountern. Befeuert wird der Strukturwandel zudem durch den Vormarsch des Online-Handels, der die Entwicklung bei Anbietern mit Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs vorantreibt und zu Umsatzverlagerungen zulasten der Innenstädte führt. Hierbei ist darauf zu verweisen, dass die „Digital Natives" noch in das konsumfähige Alter reinwachsen, was in den nächsten Jahren die Einkaufsvorbereitung im Internet weiter treibt.

Langfristig ist demnach ein Rückgang des Käuferpotenzials, eine Abnahme der Altersgruppen mit hoher Einkaufsbereitschaft (im stationären Handel), jedoch eine Zunahme der Altersgruppen mit erhöhtem Service- und Dienstleistungsbedarf zu erwarten. Da sich diese Entwicklungen jedoch bundesweit sehr heterogen vollziehen,

ist die regionale Analyse des langfristigen Potenzials eines Standorts unabdingbar. Es ist daher von einer Entwertung bzw. Aufwertung einzelner Standorte auszugehen.

Über Erfolg oder Misserfolg entscheiden der Weitblick und die Branchenkompetenz der Stadtplaner und Einzelhändler, welche für die Abschätzung langfristiger Potenziale bestehender bzw. zukünftiger Standorte verantwortlich sind. Hierbei kommt es im Besonderen auf spezifisches Know-how und detaillierte Marktkenntnis an.

Aus diesen Entwicklungstendenzen leiten sich veränderte Rahmenbedingungen für den Einzelhandel ab:

- **Anpassungsdruck** steigt;
- **Betriebsformendynamik** steigt;
- **Verdrängungswettbewerb** und
- **Strukturwandel** intensivieren sich;
- **Flächenwachstum** setzt sich fort, jedoch gebremst und mit absehbarer Stagnation.

Daraus ergeben sich folgende Handlungsmöglichkeiten für den Einzelhandel:

- **gute Standorte** (in Bezug auf Kaufkraft, Einzugsgebiet, Grundstück, Verkehrsanbindung, etc.) finden, welche auch langfristig erfolgreich erscheinen (vor allem in Bezug auf die Binnenmigration);
- **Ausdifferenzierung des Angebots** in Richtung Service-, Erlebnis-, Luxus- oder Discountorientierung;
- **Entwicklung neuer Handelsformate und Vertriebskanäle** als Reaktion auf die veränderten Marktbedingungen;
- **Integration der digitalen Medien in das stationäre Geschäft** zur breiteren Kundenansprache, zur verbesserten Auffindbarkeit und zur „digitalen Vergrößerung" des Ladenlokals;
- **permanente Verbraucherforschung**, um langfristige Unternehmenserfolge sicherzustellen.

Zugleich werden auch für die Belebung des Einkaufsstandorts insgesamt und vor allem zugunsten der Innenstadt gelegentliche verkaufsoffene Sonntage oder Sonderöffnungszeiten als zusätzliches Besuchserlebnisse für Kunden aus der Standortkommune und Besuchern aus den überörtlichen Bereichen des Marktgebiets beitragen können.

3 Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Delbrück

3.1 Lage im Raum und zentralörtliche Funktion

Die nordrhein-westfälische Stadt Delbrück liegt im nordwestlichen Teil des Kreises Paderborn und grenzt im Osten unmittelbar an die Stadt Paderborn an. Die Stadt setzt sich neben dem namensgebenden Stadtteil Delbrück aus weiteren neun Stadtteilen zusammen.

Abbildung 5: Lage im Raum

Die **überregionale verkehrliche Anbindung** Delbrücks erfolgt über die B 64, die Delbrück mit Rheda-Wiedenbrück und Paderborn verbindet. Hier sind jeweils auch die nächstgelegenen Anbindungen an die BAB 2 bzw. BAB 33 gegeben. Die nächstgelegenen Bahnhöfe befinden sich ebenfalls in Rheda-Wiedenbrück und Paderborn sowie in Lippstadt. In Delbrück verkehren regelmäßig Busse nach Paderborn.

Delbrück kann zunehmend vom **Tourismus** profitieren. Vor allem für Wanderer und Radfahrer bietet die Stadt ein umfassendes Angebot. Hier spielt vor allem auch der Tagestourismus eine tragende Rolle.

Von Seiten der Regional- und Landesplanung ist die Stadt Delbrück als **Mittelzentrum** eingestuft. Damit soll die Stadt die Versorgung mit Gütern des gehobenen Bedarfs sicherstellen, was eine qualifizierte Versorgungsaufgabe mit periodischen und aperiodischen Sortimenten umfasst. Delbrück besitzt zugleich auch einen überörtlichen Versorgungsauftrag, steht dabei jedoch im intensiven Städtewettbewerb. Die **nächstgelegenen zentrale Orte** sind die Mittelzentren Rietberg (rd. 13 km nordwestlich) und Lippstadt (rd. 20 km südwestlich). Als Grundzentren fungieren Hövelhof (rd. 11 km nordöstlich), Salzkotten (rd. 13 km südlich) und Verl (rd. 16 km nördlich). Das Oberzentrum Paderborn grenzt südöstlich an das Stadtgebiet von Delbrück an. Die Paderborner Innenstadt ist etwa 16 km entfernt.

3.2 Sozioökonomische Rahmenbedingungen

Die **Bevölkerungsentwicklung** in Delbrück verlief zwischen 2014 und 2018 mit einem jährlichen Wachstum von +0,6 % positiv. Auch im Umland konnten die Kommunen ähnliche Zuwächse verzeichnen (zwischen +0,4 % p.a. und +0,9 % p.a.). Im regionalen Vergleich mit dem Kreis Paderborn (+0,5 % p.a.) sowie Nordrhein-Westfalen insgesamt (+0,5 % p.a.) konnte sich die Stadt Delbrück leicht dynamischer entwickeln.

Einwohnerentwicklung in der Stadt Delbrück im Vergleich

Stadt, Kreis, Bundesland	2014	2018	abs.	+/- 14/18 in %	Veränderung p.a. in %
Delbrück	31.171	31.943	772	2,5	0,6
Rietberg	28.696	29.432	736	2,6	0,6
Verl	24.947	25.356	409	1,6	0,4
Hövelhof	15.813	16.258	445	2,8	0,7
Salzkotten	24.547	25.159	612	2,5	0,6
Paderborn	143.659	149.075	5.416	3,8	0,9
Lippstadt	66.312	67.936	1.624	2,4	0,6
Kreis Paderborn	299.071	305.362	6.291	2,1	0,5
Nordrhein-Westfalen	17.571.856	17.912.134	340.278	1,9	0,5

Quelle: Landesbetrieb Information und Technik NRW (Stand jeweils 01.01.)

Tabelle 1: Einwohnerentwicklung in der Stadt Delbrück im Vergleich

Insgesamt lebten in Delbrück lt. Statistischem Landesamt am 01.01.2018

rd. 31.940 Einwohner.

Die Einzelhandelsentwicklung in Delbrück wird insbesondere durch die örtlichen Siedlungsstrukturen beeinflusst. Auf Stadtteilebene stellt sich die Einwohnerverteilung wie folgt dar:

Einwohner in den Stadtteilen der Stadt Delbrück

Stadtteil, Stadt	2019	in %
Anreppen	1.483	5%
Bentfeld	1.337	4%
Boke	2.635	8%
Delbrück	12.224	39%
Hagen	2.498	8%
Lippling	2.167	7%
Ostenland	3.006	9%
Schöning	1.519	5%
Steinhorst	849	3%
Westenholz	4.014	13%
Stadt Delbrück	**31.732**	**100%**

Quelle: Bürgerbüro Stadt Delbrück. Jeweils 1.1.

Tabelle 2: Einwohner nach Stadtteilen

Für die **Prognose der Bevölkerungsentwicklung** in der Stadt Delbrück kann in Anlehnung an die Prognose von MB-Research[6] unter Berücksichtigung der tatsächlichen Entwicklung in den letzten Jahren davon ausgegangen werden, dass sich die Einwohnerzahlen auch in den nächsten Jahren auf leicht abgeschwächtem Niveau weiter positiv entwickeln werden.

Im Jahr 2030 ist in Delbrück mit einer Bevölkerungszahl zu rechnen von

rd. 33.600 Einwohnern (+ 0,4 % p.a.).

Die **Altersstruktur** der Delbrücker Bevölkerung ist im Vergleich zum Kreis Paderborn sowie auch zu Nordrhein-Westfalen insgesamt durch ein niedrigeres Durchschnittsalter gekennzeichnet (Delbrück: 41,7 Jahre; Kreis Paderborn: 41,8 Jahre; Nordrhein-Westfalen: 44,0 Jahre). Der Anteil der Personen im erwerbsfähigen Alter liegt etwa auf Landesniveau. Bis zum Jahr 2030 wird das Durchschnittsalter in Delbrück auf 45,7 Jahre ansteigen und sich damit dem Durchschnitt für NRW angleichen (46,4). Die Herausforderungen des demografischen Wandels wirken sich auch auf die Einzelhan-

[6] Vgl. kleinräumige Bevölkerungsprognose von MB-Research 2018. Die Modellrechnung berücksichtigt insbesondere die Angaben des Statistischen Bundesamts (prozentuale Veränderung auf Ebene der Stadt- und Landkreise sowie Gemeinden > 2.000 Einwohner: 12. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung).

delsentwicklung aus, indem wohnungsnahen Versorgungsstandorten für immobile Bevölkerungsgruppen ein besonderer Stellenwert zuzuschreiben ist.

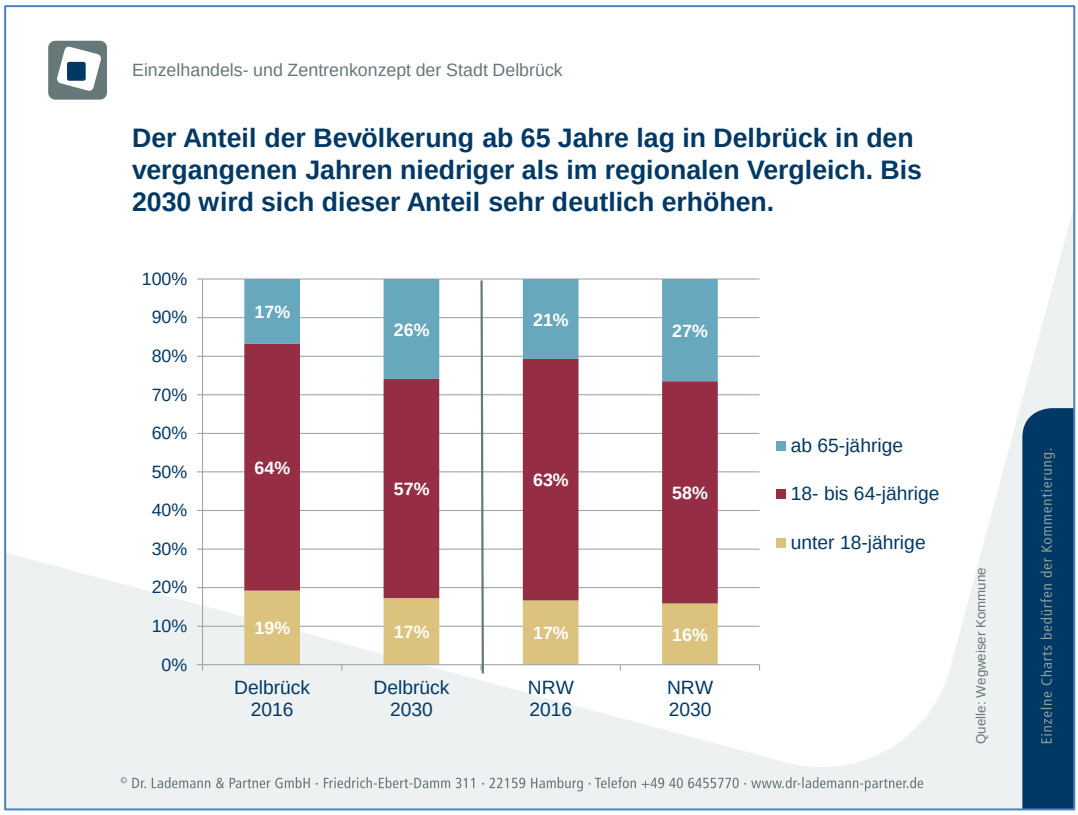

Abbildung 6: Altersstruktur in Delbrück im Vergleich

Die Basis für das am Ort bzw. im Marktraum zur Verfügung stehende einzelhandelsbezogene Nachfragepotenzial bildet neben der Einwohnerzahl die **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer**[7]. Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau in Delbrück liegt bei 97,7 und ist im Vergleich zum Kreis Paderborn (95,3) leicht überdurchschnittlich. Im Vergleich mit den umliegenden Mittelzentren sowie Nordrhein-Westfalen insgesamt (99,7) ist der Wert jedoch leicht unterdurchschnittlich.

[7] Vgl. MB-Research 2018, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern.

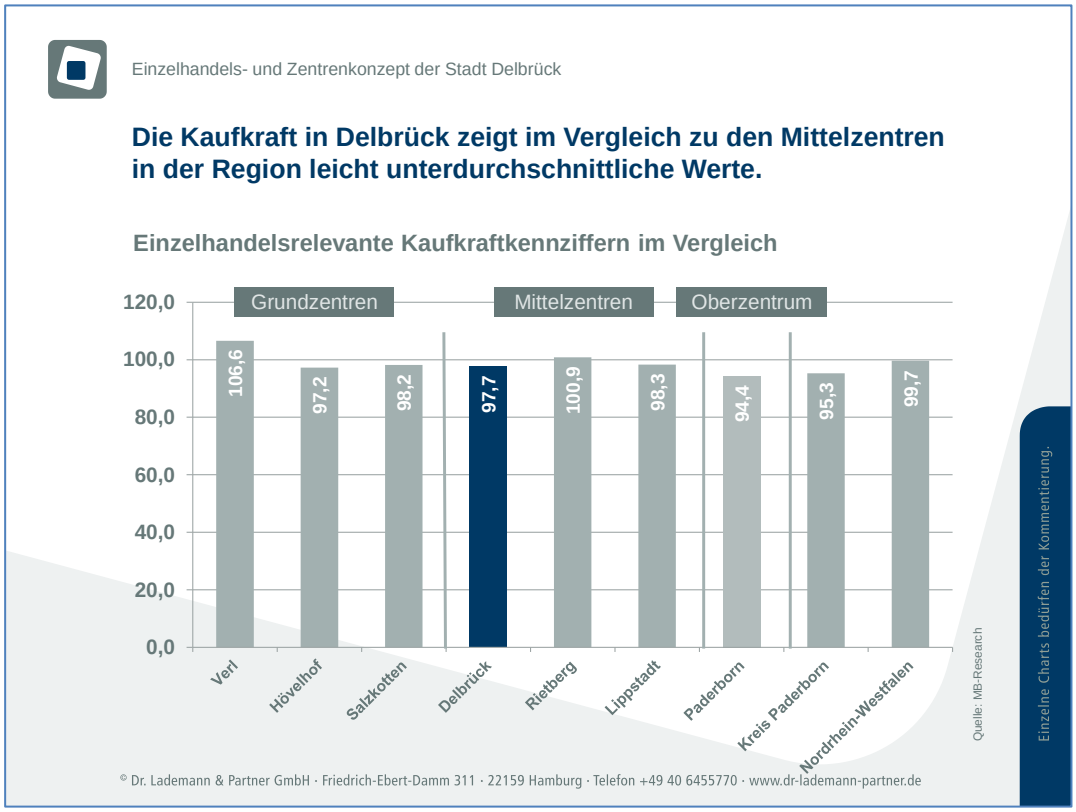

Abbildung 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im Vergleich

Die **Beschäftigungssituation** in Delbrück stellt sich äußerst positiv dar. Der Fachbereich für zentrale Dienste weist für die Stadt eine Arbeitslosenquote von 3,7 % in 2018 aus. Diese sank seit 2014 damit deutlich und entspricht nahezu einer Vollbeschäftigung. Im Kreis Paderborn sank die Arbeitslosenquote ebenfalls zwischen 2014 und 2018 auf einen Wert von 5,1 % und lag damit immer noch deutlich unter der Quote für Nordrhein-Westfalen.

Entwicklung der Arbeitslosenquoten

	Arbeitslosenquote in %		+-14/18
Gebietseinheit	2014	2018	%-Punkte
Delbrück*	4,4	3,7	-0,7
Kreis Paderborn	6,3	5,1	-1,2
Nordrhein-Westfalen	8,2	6,8	-1,4
Bundesgebiet (West)	5,9	4,8	-1,1

Quelle: Bundesagentur für Arbeit: Arbeitsstatistik 2014-18 / Jahreszahlen, Nürnberg; *Stadt Delbrück, FB I - Zentrale Dienste.

Tabelle 3: Entwicklung der Arbeitslosenquoten

Einen wichtigen Anhaltspunkt für die Verflechtungsbeziehungen der Stadt Delbrück mit ihrem Umland (auch hinsichtlich der zu ermittelnden Einkaufsorientierungen) liefert ein Blick auf die **Aus- und Einpendlerströme**. Vor dem Hintergrund häufiger Kopplungsbeziehungen zwischen Arbeits- und Versorgungsweg – auch im Segment des periodischen bzw. kurzfristigen Bedarfs – besteht bei einem negativen Pendlersaldo die Gefahr von Kaufkraftabflüssen, der es mit einem attraktiven Angebot zu begegnen gilt. Hier ist für Delbrück in den letzten Jahren ein steigender negativer Pendlersaldo aufgrund der räumlichen Nähe zum Oberzentrum Paderborn sowie zu den umliegenden Mittelzentren als Arbeitsplatzschwerpunkte zu konstatieren. Überproportionale Kaufkraftabflüsse sind die Folge.

Ein- und Auspendler in der Stadt Delbrück im Vergleich

	Auspendler		Einpendler		Saldo	
Stadt, Kreis	2014	2018	2014	2018	2014	2018
Delbrück	7.770	8.860	3.731	4.162	-4.039	-4.698
Rietberg	7.046	8.048	6.766	9.126	-280	1.078
Lippstadt	9.608	11.357	17.703	18.429	8.095	7.072
Paderborn	18.038	21.516	35.614	37.613	17.576	16.097
Kreis Paderborn	28.200	33.325	26.791	29.560	-1.409	-3.765

Quelle: Bundesagentur für Arbeit: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte 2014/17.

Tabelle 4: Ein- und Auspendler im Vergleich

Seit 2014 konnten nach Angaben des Statistischen Landesamts die Gästeankünfte in der Stadt Delbrück leicht gesteigert werden und lagen in 2017 bei rd. 17.850. Auch die Übernachtungszahlen sind im selben Zeitraum auf ähnlichem Niveau gestiegen. Es sei jedoch darauf hingewiesen, dass vom Statistischen Landesamt nur die Betriebe mit mehr als neun Betten erfasst werden und auch die Zahl der Tagesgäste in der Statistik nicht enthalten ist. Das tatsächliche **Tourismusaufkommen** ist größer einzuschätzen, insbesondere vor dem Hintergrund, dass in Delbrück auch der Tagestourismus eine Rolle spielen dürfte.

Tourismusentwicklung in der Stadt Delbrück bis 2017

Übernachtungen

Stadt, Kreis, Land	2014	2017	abs.	+/- 14/17 in %	Veränderung p.a. in %
Delbrück	26.464	30.871	4.407	16,7	5,3
Rietberg	34.725	39.379	4.654	13,4	4,3
Lippstadt	287.017	278.501	-8.516	-3,0	-1,0
Paderborn	283.713	341.560	57.847	20,4	6,4
Kreis Paderborn	927.043	1.030.907	103.864	11,2	3,6
Nordrhein-Westfalen	47.924.391	51.509.458	3.585.067	7,5	2,4

Gästeankünfte

Stadt, Kreis, Land	2014	2017	abs.	+/- 14/17 in %	Veränderung p.a. in %
Delbrück	15.114	17.849	2.735	18,1	5,7
Rietberg	20.101	22.751	2.650	13,2	4,2
Lippstadt	61.457	64.634	3.177	5,2	1,7
Paderborn	159.679	193.503	33.824	21,2	6,6
Kreis Paderborn	329.334	388.129	58.795	17,9	5,6
Nordrhein-Westfalen	21.234.311	23.279.062	2.044.751	9,6	3,1

Quelle: Landesbetrieb IT.NRW .Monatserhebung im Tourismus. Nur Übernachtungen/Ankünfte in Betrieben ab 10 Betten.

Tabelle 5: Tourismusentwicklung im Vergleich

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen für den Einzelhandel in der Stadt Delbrück sind durch eine weiter wachsende Bevölkerungsplattform in der Stadt selbst, ein niedriges Durchschnittsalter, eine tendenziell durchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft sowie eine positive Beschäftigungssituation bei gleichzeitig weiter steigenden, jedoch negativem Pendlersaldo geprägt.
Delbrück ist die Funktion eines Mittelzentrums zugewiesen und steht dabei im intensiven Städtewettbewerb.

3.3 Planerische Ausgangslage

Das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept basiert auf den städtebaulichen Grundlagen des BauGB und der BauNVO sowie auch der aktuellen Rechtsprechung. Zur Erarbeitung waren auch die Bestimmungen der Landesplanung von Nordrhein-Westfalen[8] und der Regionalplanung für den Kreis Paderborn[9] zu berücksichtigen.

Zur Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts waren damit insbesondere folgende Ziele des Landesentwicklungsplans NRW – Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel additiv betrachtet als verbindliche Vorgaben zu beachten:

- Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung dürfen nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden (vgl. 6.5.-1. Ziel – ***Standorte nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen***).

  Hieraus ergibt sich, dass großflächiger Einzelhandel mit zentren- und/oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten in Gewerbe- und Industriebereichen (GIB) städtebaulich nicht präferiert wird. Zentrale Versorgungsbereiche können zudem nur dort abgegrenzt oder entwickelt werden, wo ASB-Ausweisungen vorliegen oder städtebauliche Gründe für eine Umwidmung in einen ASB sprechen.
- Nach dem Ziel 6.5-2. (***Standorte des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur in zentralen Versorgungsbereichen***) dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur:
  - in bestehenden zentralen Versorgungsbereichen sowie
  - in neu geplanten zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrierten Lagen, die aufgrund ihrer räumlichen Zuordnung sowie verkehrsmäßigen Anbindung für die Versorgung der Bevölkerung zentrale Funktion des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs erfüllen sollen,

  dargestellt und festgesetzt werden.

  Zentrenrelevant sind die Sortimente gemäß Anlage 1 und weitere von der jeweiligen Stadt als zentrenrelevant festgelegten Sortimente (ortstypische Sortimentsliste).

  Ausnahmsweise dürfen Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten dort wo ASB-Ausweisungen vorliegen, auch **außerhalb zentraler Versorgungsbereiche** dargestellt und festgesetzt werden, wenn nachweislich:

[8] Vgl. Landesentwicklungsplan (LEP NRW) 2016.

[9] Vgl. Bezirksregierung Detmold: Regionalplan Paderborn-Höxter 2008.

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

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept legt die Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen abschließend fest, d.h. nur hier sind großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten anzusiedeln oder wesentlich zu erweitern. Darüber hinaus ist zur Anwendung der Ausnahmeregel für nahversorgungsrelevante Sortimente zielführend, bereits im Einzelhandelskonzept auf Nahversorgungsstandorte mit hervorgehobener (Nah-)Versorgungsqualität zu verweisen.

Sonstige im LEP NRW, Kapitel 6.5 genannte Ziele und Grundsätze, wie u.a.

- zum Randsortimentsanteil bei nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (max. 10 % von der Gesamtverkaufsfläche, max. 2.500 qm VKF),
- zum Entgegenwirken von Einzelhandelsagglomerationen außerhalb von ASB,
- zur Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel, die nicht mehr den Vorstellungen der Landesplanung entsprechen sowie
- der Ausnahme zur geringfügigen Erweiterung

werden im Folgenden bei der Weiterentwicklung der Steuerungsregeln nach Branchen und Lagen beachtet (vgl. Kap. 11).

Der **Regionalplan Paderborn-Höxter** greift die zuvor genannten Vorgaben der nordrhein-westfälischen Landesplanung auf. Für den großflächigen Einzelhandel ist folgendes, übergeordnetes Ziel anzuführen:

Ziel 1: In allen Kommunen ist eine ausreichende Nahversorgung der Wohn- und Mischgebiete mit Gütern des täglichen Bedarfs und Dienstleistungen (Grundversorgung) zu sichern.

4 Nachfragesituation in der Stadt Delbrück

4.1 Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung

Im Juli 2019 wurde in Delbrück und im Umland eine **telefonische Haushaltsbefragung** mit einer Stichprobe von **300 Haushalten in der Stadt Delbrück** und von insgesamt **203 Befragten aus dem Umland** durchgeführt. Diese repräsentative Befragung liefert u.a. wichtige Hinweise

- zur Einkaufsorientierung der Verbraucher nach den einzelnen Sortimentsgruppen,
- zu den Veränderungen der Einkaufsorientierungen,
- zur Zufriedenheit mit dem Einkaufsstandort allgemein sowie
- zu Verbesserungsmöglichkeiten.

Das **Befragungsgebiet** teilt sich in die Zone 1 (Delbrücker Stadtgebiet) sowie in räumlich an Delbrück ausgerichtete Teile der angrenzenden Kommunen Rietberg, Verl, Hövelhof, Paderborn, Salzkotten und Lippstadt (Zone 2). [10]

4.1.1 Einkaufsorientierung der Verbraucher im Raum

Anhand der Frage nach den Haupteinkaufsorten kurzfristiger sowie ausgewählter mittel- und langfristiger Bedarfsbereiche[11] lassen sich **wichtige Anhaltspunkte** für die spätere Nachfragestromanalyse gewinnen.

Die Orientierung der **Verbraucher aus dem Stadtgebiet von Delbrück (Zone 1)** auf den Einzelhandel in ihrer Stadt stellt sich nach Branchen differenziert betrachtet unterschiedlich dar:

[10] Das Befragungsgebiet ist deckungsgleich mit dem Marktgebiet des Delbrücker Einzelhandels. Dieses wird im nachfolgenden Kapitel 4.2 dargestellt.

[11] Die Sortimente werden nach der kurzfristigen Bedarfshäufigkeit (v.a. Lebensmittel) sowie nach dem mittelfristigen (wie Bekleidung, Schuhe) und langfristigen (z.B. Möbel, Bau- und Gartenbedarf) Bedarf gegliedert. Für eine detaillierte Erläuterung sei auf das Glossar verwiesen.

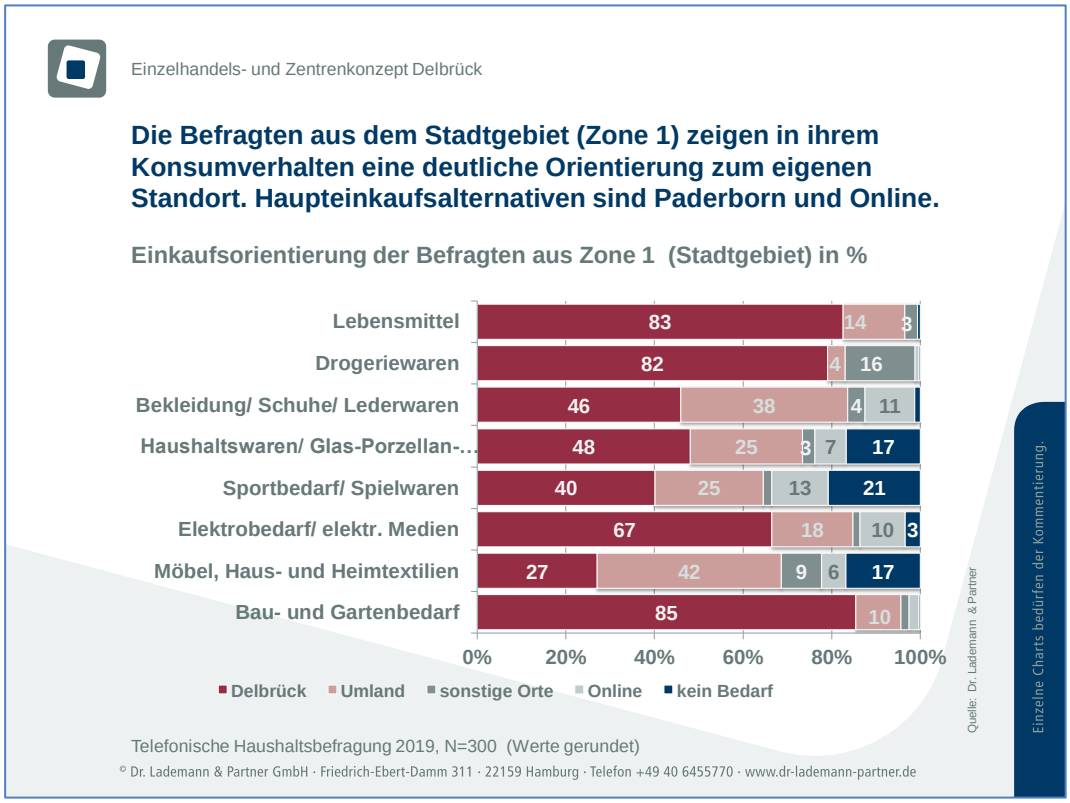

Abbildung 8: Einkaufsorientierung der Delbrücker Bevölkerung (Zone 1)

Im Bereich des **kurzfristigen Bedarfs** zeigt sich mit bis zu 83 % erwartungsgemäß die höchste Einkaufsorientierung auf die Stadt Delbrück. Da diese Sortimente jedoch wohnortnah eingekauft werden sollten, zeigen sich hier gewisse Angebotslücken, wenngleich aufgrund der dezentralen Siedlungsstrukturen und dem Städtewettbewerb eine „Vollversorgung" nur schwer erreicht werden kann.

Die Einkaufsorientierung im **mittelfristigen Bedarfsbereich** beträgt zwischen 40 und 48 %. Insbesondere in den Sortimenten Bekleidung/Schuhe/Lederwaren und auch Sportbedarf/Spielwaren lässt sich die moderate Einkaufsorientierung auf Delbrück durch die starke Konkurrenz des nicht-stationären Handels zurückführen. Dieser stellt wie im Allgemeinen so auch in Delbrück eine zunehmend attraktive Alternative zum stationären Handel dar und gibt Anzeichen für Angebotslücken. Aber auch Paderborn kann als wichtige Einkaufsalternative fungieren.

Im **langfristigen Bedarf** sind die Ergebnisse zu differenzieren: Einkäufe im Bau- und Gartenbedarf werden aufgrund des vielfältigen Angebots von einem Großteil der Befragten in Delbrück getätigt. Bei Möbeln spielt vor allem Paderborn eine wichtige Rolle. Hier werden rd. 35 % der Einkäufe getätigt. Bei Elektrobedarf liegt mit 67 % auch eine relativ hohe Orientierung auf Delbrück vor.

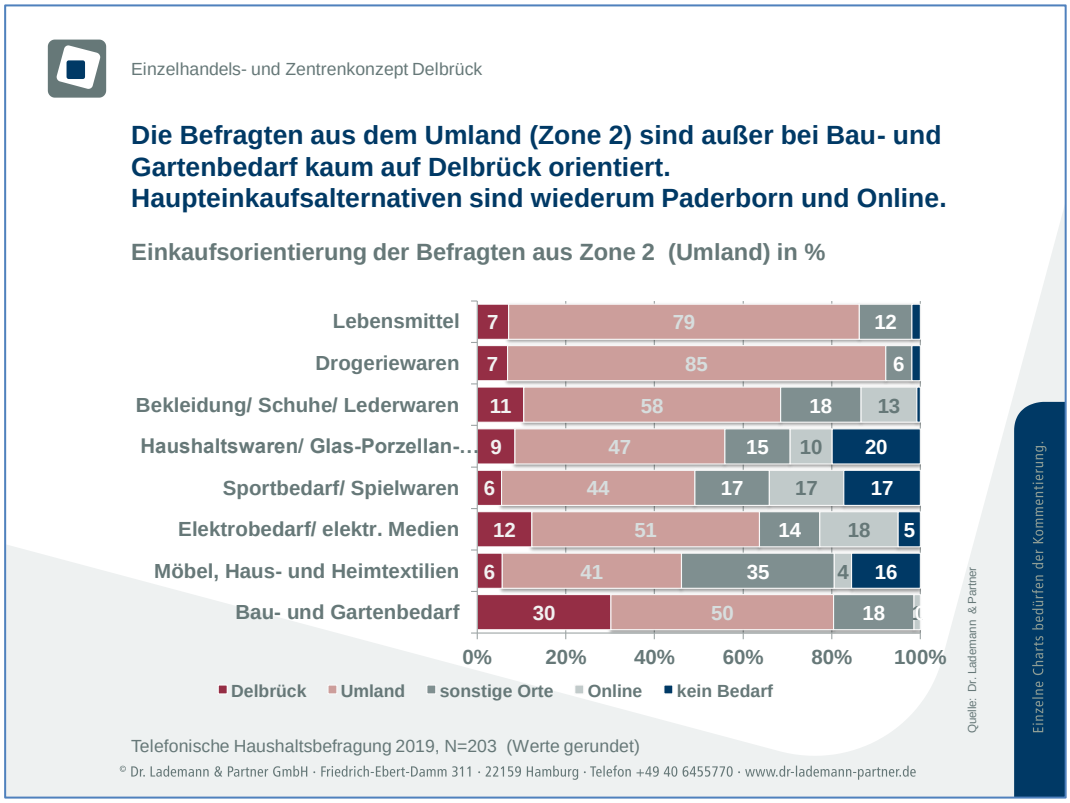

Abbildung 9: Einkaufsorientierung der Umlandbevölkerung (Zone 2)

Bei den **Befragten aus dem direkten Umland (Zone 2)** ist eine deutlich schwächere Einkaufsorientierung auf Delbrück zu erkennen. Der Unterschied der Einkaufsorientierung fällt gegenüber der Zone 1 vergleichsweise groß aus und lässt auf das Vorhandensein attraktiver Einkaufsalternativen schließen. Insgesamt beträgt die Einkaufsorientierung auf den Delbrücker Einzelhandel zwischen rd. 6 % (Sport-/ Spielwaren sowie Möbel, Haus-/Heimtextilien) und ca. 30 % (Bau- und Gartenbedarf).

In den Sortimenten des **kurzfristigen Bedarfs** zeigt sich eine Einkaufsorientierung von rd. 7 % auf Delbrück. Dieser Wert fällt erwartungsgemäß niedrig aus, da die Kommunen der Zone 2 über ein eigenes attraktives Einzelhandelsangebot in diesem Segment verfügen und ein dichtes Netz an Lebensmittelmärkten vorweisen können.

Bei den Sortimenten des **mittelfristigen Bedarfs** reicht die Einkaufsorientierung auf Delbrück von rd. 6 % (Sport-/Spielwaren) bis rd. 11 % (Bekleidung/Schuhe/Lederwaren). Die wichtigste Einkaufsalternative ist vor allem Paderborn, aber auch der nicht-stationäre Handel. Zugleich fällt auf, dass bei den Befragten im Umland auch Gütersloh eine wichtige Einkaufsstellung besitzt.

Im **langfristigen Bedarf** liegt die Einkaufsorientierung der Befragten auf Delbrück zwischen rd. 6 % im Möbel/Haus- und Heimtextilien sowie rd. 30 % im Bereich Bau- und Gartenbedarf. Vor allem im Elektrobedarf stellen das Internet sowie das Angebot in Paderborn eine wichtige Einkaufsalternative dar.

4.1.2 Veränderung der Einkaufsorientierungen

Die Verbraucher wurden im Rahmen der Haushaltsbefragung auch nach der **Veränderung ihrer Einkaufsorientierungen** in den letzten drei Jahren befragt. Hierbei wurde die Veränderung der Einkaufshäufigkeit abgefragt, um konjunkturell bzw. durch Kaufzurückhaltung bedingte Ausgabenrückgänge möglichst auszublenden.

Die Ergebnisse der Befragung zeigen **Verschiebungen der Einkauforientierung zu Lasten des Standorts Delbrück**, die auf einen Attraktivitätsverlust Delbrücks im Zuge des sich verschärfenden interkommunalen Wettbewerbs deuten. Aus den Ergebnissen lässt sich ein Handlungsbedarf zur Attraktivitätssteigerung des Einzelhandels in der Stadt Delbrück ableiten.[12]

Die **Befragten aus Delbrück** haben sich in fast allen Sortimenten vom Einzelhandelsstandort Delbrück abgewandt. Die Saldierung der Zunahmen („kaufe öfter in Delbrück ein“) und Abnahmen („kaufe weniger oft in Delbrück ein“) liegt zwischen + 1% und -20 %. Vor allem bei den Sortimenten Sport-/Spielbedarf sowie Möbel/Haus- und Heimtextilien fallen die Rückgänge deutlich aus. Gewinner dieser Entwicklung sind der nicht-stationäre Handel sowie vorwiegend Paderborn. Allerdings ist auch eine generelle Kaufzurückhaltung der Befragten zu beobachten.

Als Ergebnis ist festzuhalten, dass nach Aussage der **Befragten aus dem Umland** am Einzelhandelsstandort Delbrück in allen Segmenten weniger oft eingekauft wird. Die Saldierung der Zunahmen („kaufe öfter in Delbrück ein“) und Abnahmen („kaufe weniger oft in Delbrück ein“) zeigt Rückgänge bis zu rd. 22 % (Möbel, Haus- und Heimtextilien) auf. Vorwiegend der Bedeutungsverlust der mittelfristigen Sortimente ist auf das verstärkte Nutzen nicht-stationärer Handelsformen (Online-Handel) und die attraktiven Angebote im Umland, vornehmlich in Paderborn, aber auch in Gütersloh zurückzuführen.

[12] Erfahrungsgemäß geben die Konsumenten bei der Frage nach der Entwicklung der Einkaufshäufigkeit allerdings eher eine negativere Tendenz an, als sie der Realität entspricht. Rückgangsquoten bis zu 10 % sind daher nicht als übermäßig hoch einzuschätzen. Zudem lässt sich aus der Frage nicht ermitteln, ob mit Abnahme der Einkaufshäufigkeit die Höhe des Durchschnittsbons steigt.

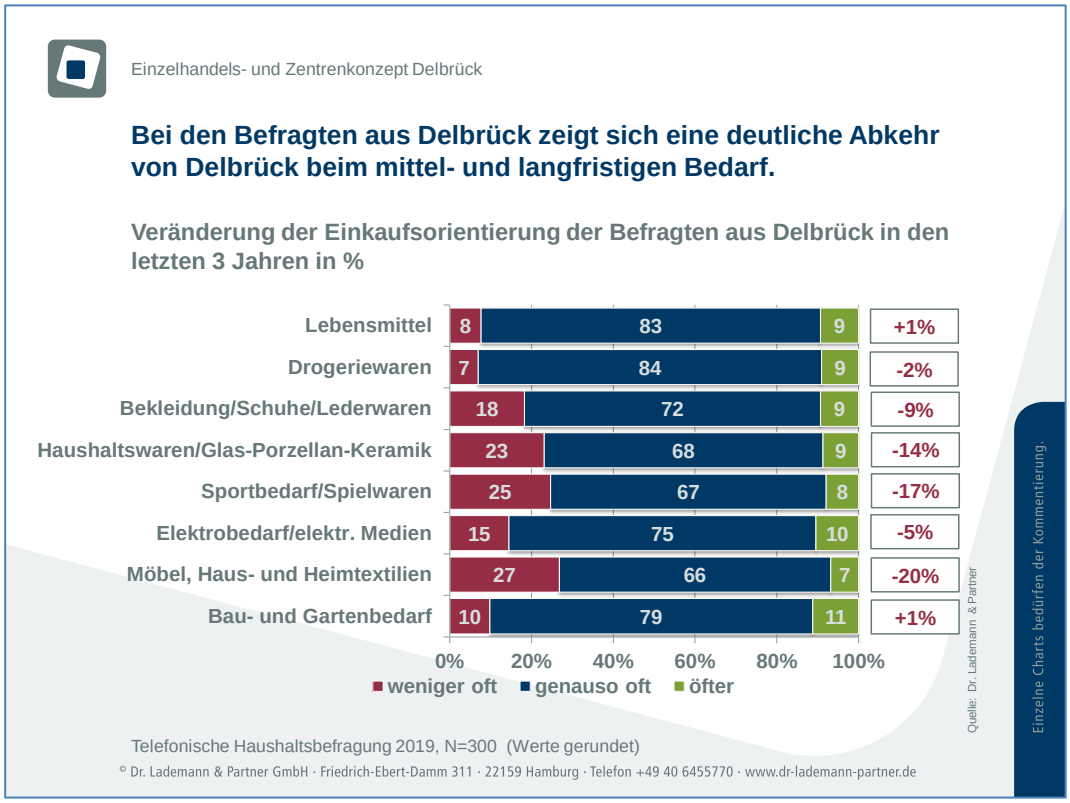

Abbildung 10: Veränderung der Einkaufsorientierung (Befragte aus Delbrück)

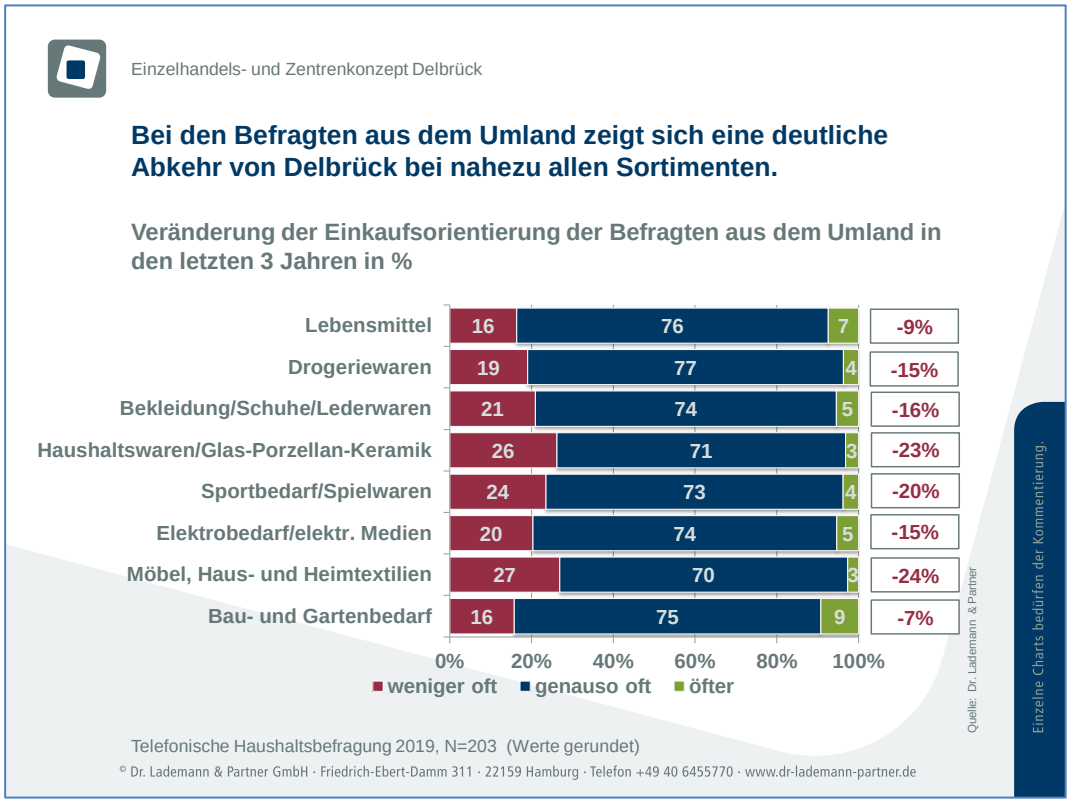

Abbildung 11: Veränderung der Einkaufsorientierung (Befragte aus dem Umland)

4.1.3 Einkaufszufriedenheit und Standortimage

Des Weiteren wurden die Verbraucher im Rahmen der Haushaltsbefragung – ungestützt – konkret zu den **Stärken und Schwächen von Delbrück** als Einkaufsstandort befragt. Hierbei handelt es sich um subjektive Meinungsbilder zu konkreten Sachverhalten, wodurch in der Zusammenschau übereinstimmende bis gegenteilige Meinungen resultieren. Es zeigte sich, dass deutlich mehr Befragte Stärken anführen als Schwächen.

Die wesentlichen **Stärken** beziehen sich auf die Erreichbarkeit und die zentrale Lage von Delbrück. Aber auch das Angebot insgesamt und die Atmosphäre zahlen positiv auf Delbrück als Einzelhandelsstandort ein. Positiv wird auch die gute Stellplatzsituation von 10 % der Befragten empfunden.

Konträr zu den Stärken wurde die Parkplatzsituation in Delbrück allerdings nahezu ebenso häufig als **Schwäche** genannt. Auch das Angebot insgesamt wurde hier angeführt. Insgesamt überwiegen bei den genannten Schwächen allerdings infrastrukturelle Defizite. Auch fällt auf, dass mehr als die Hälfte der Befragten keine Schwächen benannt hat, was im Umkehrschluss auf eine Zufriedenheit schließen lässt.

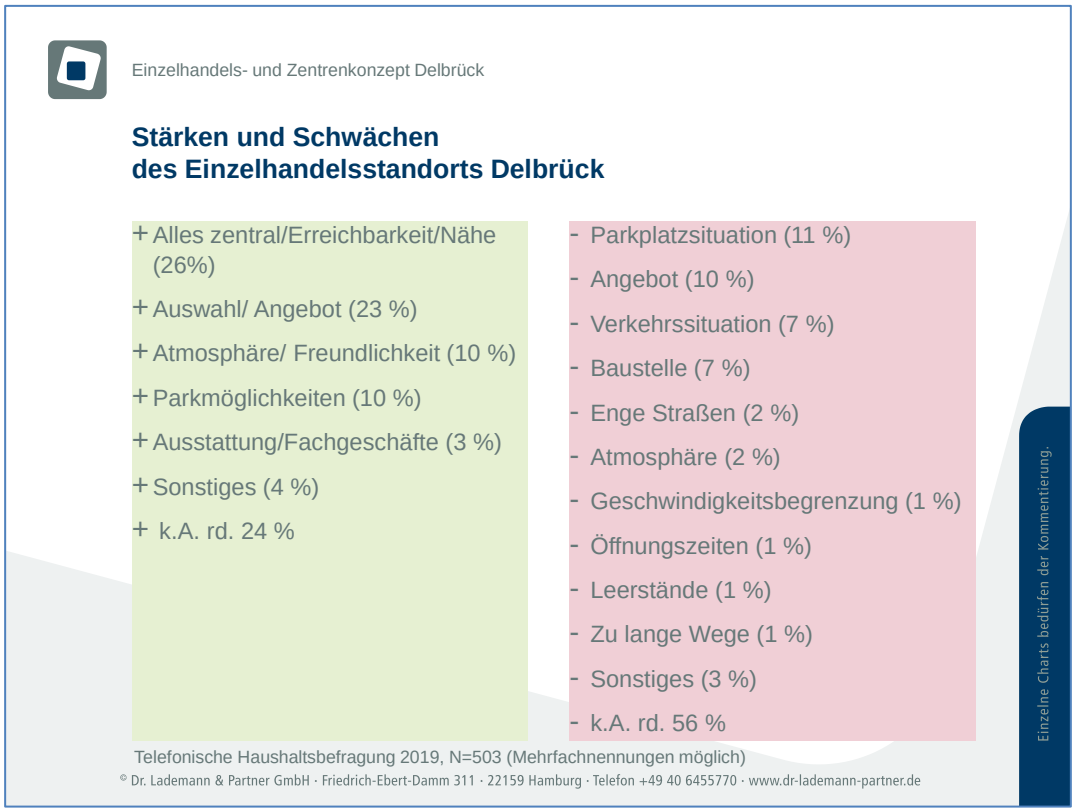

Abbildung 12: Stärken und Schwächen des Delbrücker Einzelhandels

Zur Verbesserung des Einzelhandelsstandorts Delbrück sind in der telefonischen Haushaltsbefragung zudem die **Anregungen und Wünsche der Verbraucher** erfragt worden (ungestützt), die aus Sicht der Verbraucher die entscheidenden Faktoren für den Erfolg oder Misserfolg des Einzelhandelsstandorts Delbrück darstellen.

Die Verbesserungsvorschläge der Befragten greifen direkt die genannten Schwächen auf. So besteht vor allem der Wunsch nach einem vielfältigeren Angebot in unterschiedlichen Branchen sowie eine Verbesserung der Parkplatzsituation (bzw. der Kommunikation/Auffindbarkeit). Deutlich mehr als die Hälfte der Befragten sah keine Erfordernisse zur Attraktivitätssteigerung.

Die Stadt Delbrück befindet sich im interkommunalen Wettbewerb mit regionalen Einkaufsdestinationen (vor allem Paderborn) sowie dem nicht-stationären Handel (Online-Handel). Ein Großteil der Befragten zeigt sich mit dem Delbrücker Einzelhandel zufrieden, ein quantitativer Ausbau und die Ausdifferenzierung des Einzelhandelsangebots sowie eine Verbesserung der Verkehrssituation (Kommunikation der Stellplätze) können dennoch als wesentliche Maßnahmen identifiziert werden, um den Einzelhandelsstandort Delbrück insgesamt attraktiver zu machen.

4.2 Marktgebiet der Stadt Delbrück

Das **Marktgebiet einer Stadt bzw. einer Gemeinde** bezeichnet den räumlichen Bereich, den die Summe aller Einzelhandelsbetriebe einer Stadt (= der örtliche Einzelhandel) insgesamt anzusprechen vermag. Dieser ist häufig deckungsgleich mit der Reichweite des jeweiligen Innenstadteinzelhandels.

Die Ermittlung des Marktgebiets erfolgte auf Basis der Zeit-Distanz-Methode und den Ergebnissen der vorliegenden Untersuchungen zum Einzelhandel einschließlich der durchgeführten telefonischen Haushaltsbefragung. Daneben wurden die spezifische Wettbewerbssituation im Raum und deren Veränderungen in den letzten Jahren sowie die infrastrukturellen und topografischen Verhältnisse berücksichtigt. Eine teilweise Überschneidung/ Überlappung mit den Marktgebieten benachbarter zentraler Orte ist dabei immer gegeben.

Das Marktgebiet der Stadt Delbrück ist in **zwei Zonen** untergliedert:

- Die Zone 1 entspricht dabei dem **Stadtgebiet von Delbrück**.
- Die Zone 2 wird von Teilen der **umliegenden Kommunen** gebildet und zwar Rietberg (v.a. OT Rietberg, Mastholte, Westerwiehe), Verl (v.a. OT Österwiehe und Kaunitz), Hövelhof, Paderborn (v.a. OT Sande und Elsen), Salzkotten (v.a. OT Salzkotten, Scharmede, Thüle) und Lippstadt (v.a. Garfeln, Rebbeke).

In dem Marktgebiet lebten mit Stand 2018 gut 97.000 Personen. Auf Basis der o.g. Bevölkerungsprognosen ist von einem Anstieg des Einwohnerpotenzials bis 2030 auf

rd. 100.800 Einwohner auszugehen.

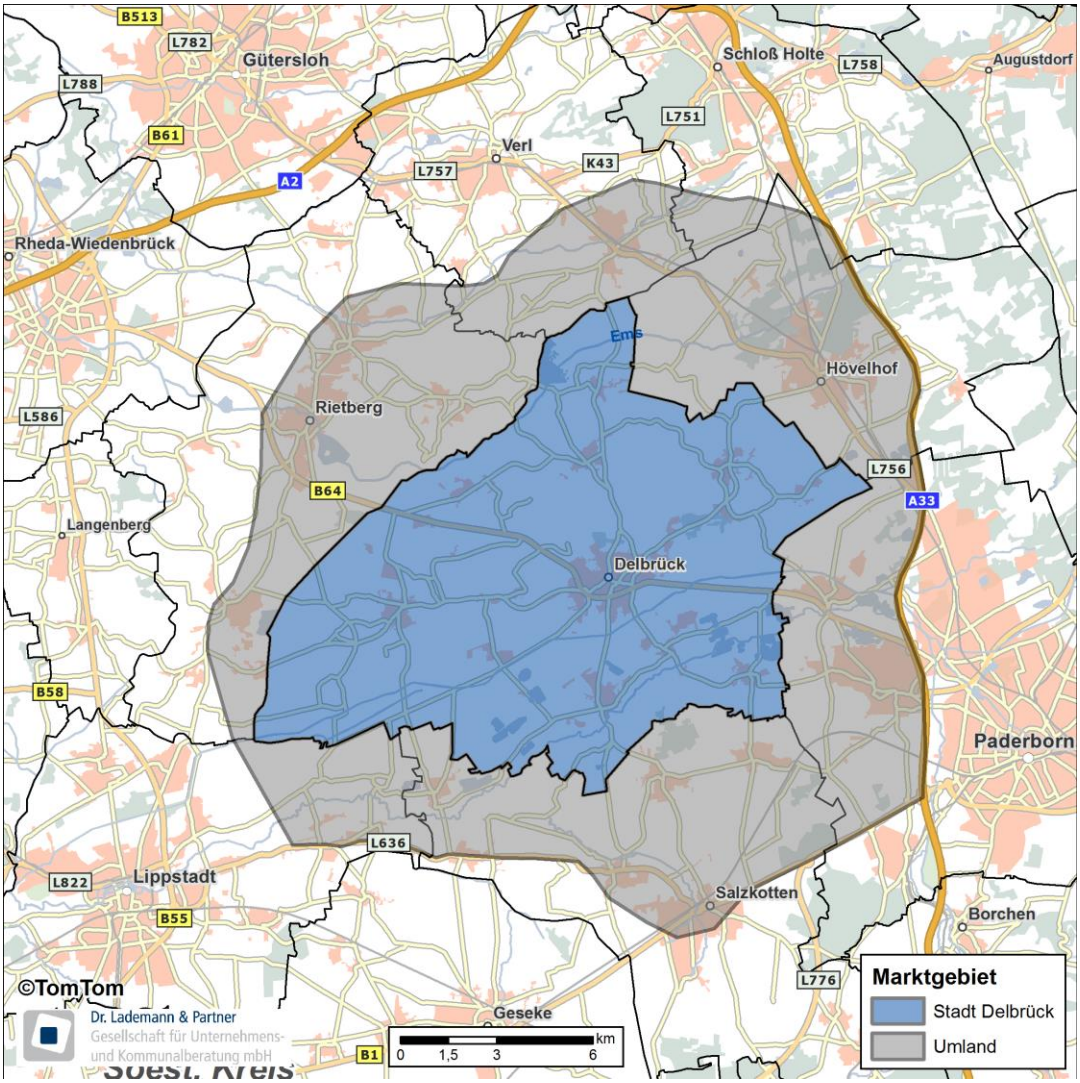

Abbildung 13: Marktgebiet des Einzelhandels der Stadt Delbrück

Darüber hinaus ist noch von Streukunden auszugehen. Diese Streukunden setzen sich aus außerhalb des Marktgebiets lebenden Personen wie Tages- und Übernachtungsgästen, Pendlern und Durchreisenden, Zufallskunden sowie sonstigen Streukunden zusammen.

4.3 Nachfragepotenzial der Stadt Delbrück

Auf Grundlage der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft im Marktgebiet sowie des Pro-Kopf-Ausgabesatzes errechnet sich für 2018 ein **einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial** (NFP i.w.S.) über alle Sortimente[13] innerhalb des Marktgebiets von

rd. 658 Mio. €.

Dabei handelt es sich um das Umsatzvolumen, dass die Bewohner aus dem Marktgebiet der Stadt Delbrück jährlich im Einzelhandel ausgeben – in der Stadt Delbrück selbst und/oder an anderen Standorten/Einkaufskanälen (z.B. im Online-Handel).

Unter Berücksichtigung der zunehmenden Bevölkerungsplattform ergibt sich für das Marktgebiet der Stadt Delbrück für den Prognosehorizont 2030 ein einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial i.w.S. über alle Sortimente von

rd. 684 Mio. € (rd. +25 Mio. €).

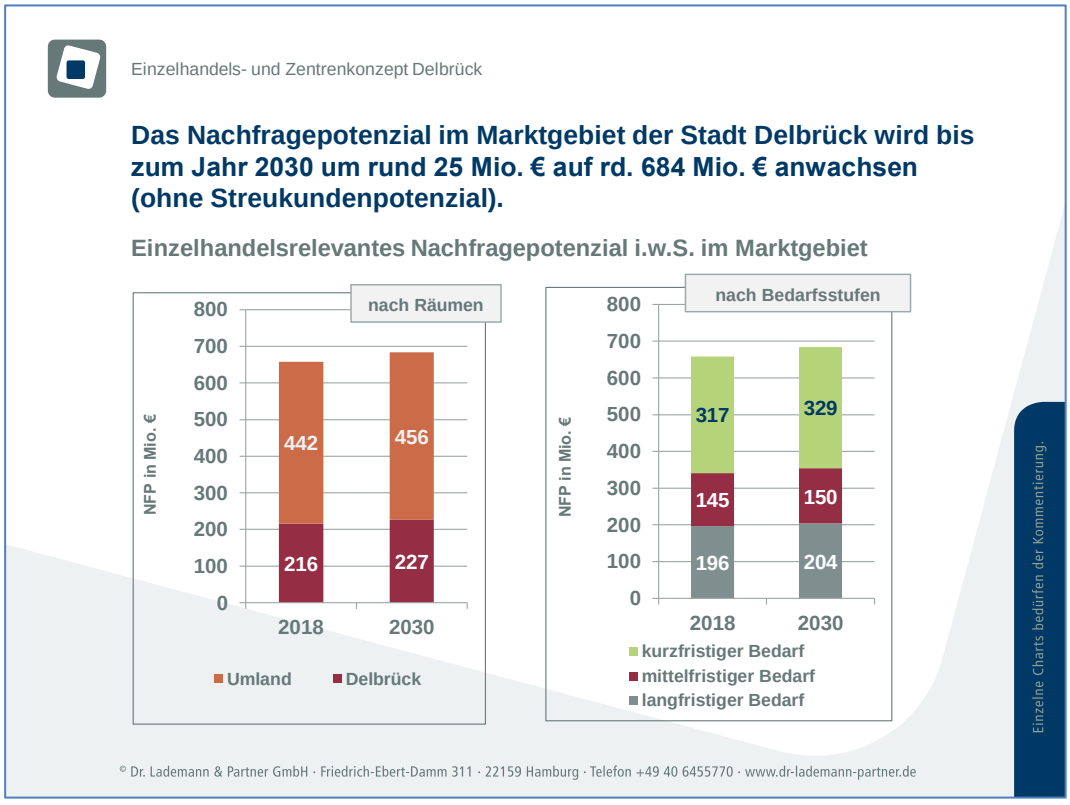

Abbildung 14: Nachfragepotenzial i.w.S. im Marktgebiet der Stadt Delbrück

[13] Die Sortimente werden nach der kurzfristigen Bedarfshäufigkeit (v.a. Lebensmittel) sowie nach dem mittelfristigen (wie Bekleidung, Schuhe) und langfristigen (z.B. Möbel, Bau- und Gartenbedarf) Bedarf gegliedert. Der kurzfristige Bedarf ist in etwa deckungsgleich mit dem nahversorgungsrelevanten Bedarf bzw. dem periodischen Bedarf. Mittel- und langfristige Sortimente sind etwa deckungsgleich mit den aperiodischen Sortimenten.

Bei dem für den örtlichen Einzelhandel zur Verfügung stehenden Nachfragepotenzial muss darauf hingewiesen werden, dass sich das Wachstum des Online-Handels in Deutschland seit Jahren fortsetzt. Dabei nimmt der Anteil und somit die Bedeutung am langsamer wachsenden Gesamteinzelhandel (stationär und nicht-stationär) - wenn auch abgeschwächt - weiter zu. Derzeit entfallen durchschnittlich 11 % des örtlichen Nachfragepotenzials auf den nicht-stationären Handel[14]. Je nach Branche können diese Werte jedoch erheblich variieren. So fließen beispielsweise im Bundesschnitt bei Bücher/Schreibwaren etwa 45 % der Nachfrage in den Online-Handel ab, während es im periodischen Bedarf derzeit im Bundesschnitt aktuell lediglich rd. 2 % sind.

Im Marktgebiet der Stadt Delbrück leben derzeit rd. 97.000 Personen. Das Nachfragepotenzial liegt aktuell bei rd. 658 Mio. € (stationär + online). Perspektivisch ist vor dem Hintergrund der anhaltenden Einwohnerzuwächse mit einem steigenden Bevölkerungs- und damit verbundenen Nachfragepotenzial zu rechnen. Im Kontext des Städtewettbewerbs i.V.m. dem Online-Handel bedarf es zugleich Anstrengungen die Nachfrage im Marktgebiet durch den stationären Handel vor Ort in Delbrück zu binden.

[14] Vgl. Darstellungen in Kapitel 2.3: Der Online-Handel erobert die Märkte.

5 Angebotssituation des Einzelhandels in der Stadt Delbrück

5.1 Verkaufsflächenentwicklung seit 2004

Im April 2019 verfügte die Stadt Delbrück in 150 Ladenlokalen über eine aktiv betriebene[15] **einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche** von insgesamt

rd. 71.800 qm.

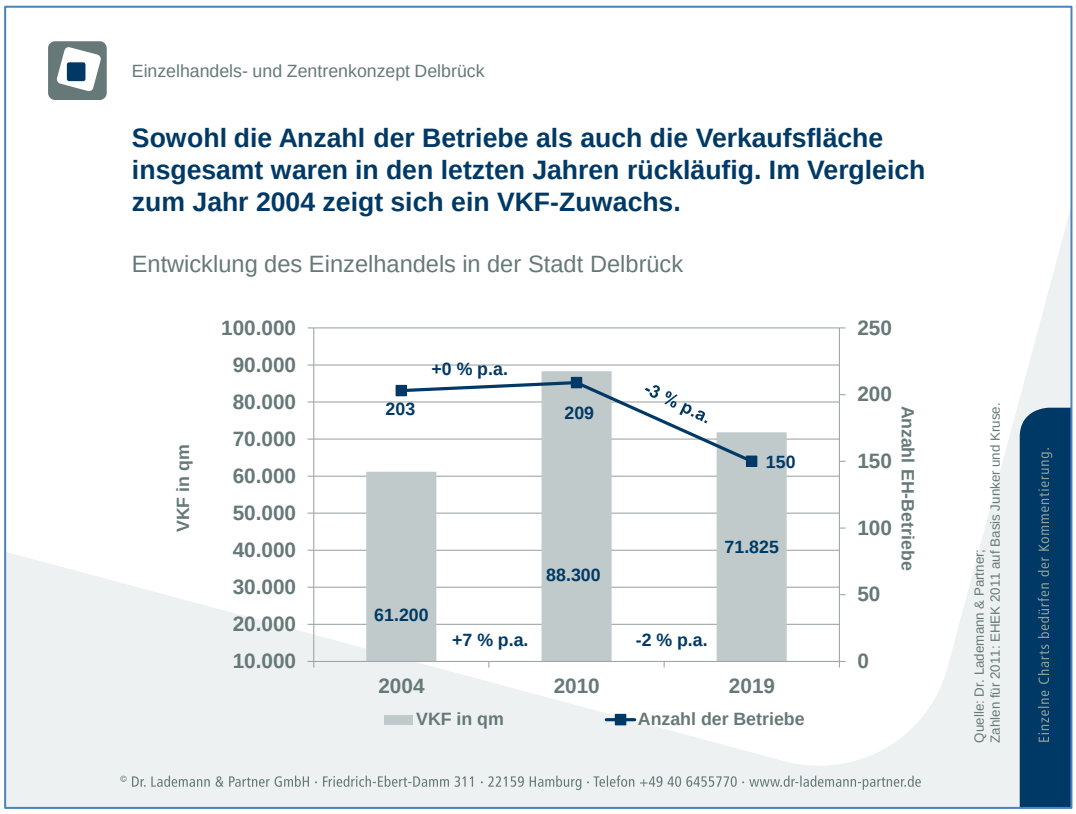

Abbildung 15: Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Delbrück seit 2004

Im zeitlichen Vergleich[16] zur Situation von 2004 zeigt sich eine leichte Abnahme der Anzahl der Ladenlokale, während die Verkaufsflächen zugenommen hat. Diese Entwicklung ist auf den Strukturwandel im Einzelhandel (Trend zu großflächigen Ladenlokalen, z.T. zu Lasten von Kleinflächen) zurückzuführen.

[15] Ohne Leerstände und ohne Planvorhaben.

[16] Die Verkaufsflächenabweichung zwischen 2010/11 und 2019 ist überwiegend auf Unterschiede in der Erhebungsmethodik zurückzuführen (da in 2010/11 auch Erhebung von Nicht-Einzelhandelsbetrieben). Vergleiche in der Entwicklung sind demnach nicht möglich.

5.2 Branchenstruktur des Einzelhandels

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt vor allem auf den langfristigen Bedarf (rd. 45.800 qm; 64 %), hier vor allem Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel, entfällt. Umgekehrt verfügt das Mittelzentrum nur über einen relativ geringen Anteil an Sortimenten des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Insgesamt gesehen weist der Delbrücker Einzelhandel damit eine unausgeglichene Branchenstruktur auf, die auf ein Mittelzentrum mit starken Einkaufsalternativen bei den Innenstadtleitsortimenten weist.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt folgendes Bild:

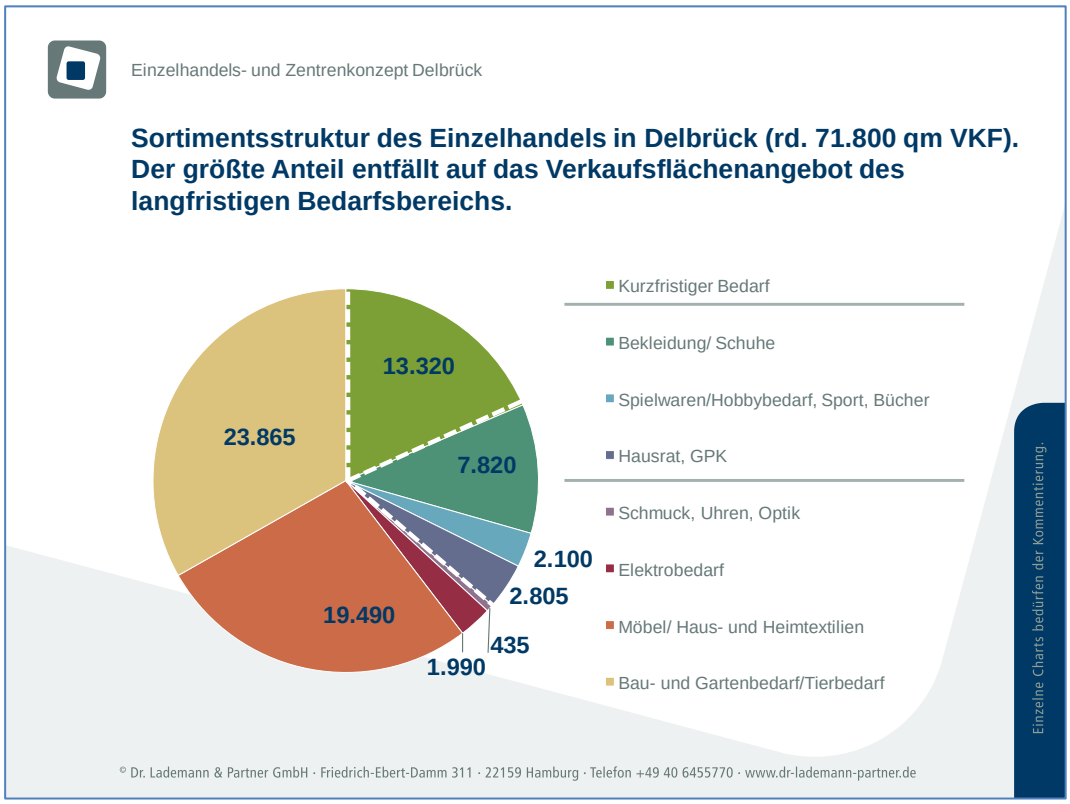

Abbildung 16: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in der Stadt Delbrück

Insgesamt gesehen weist der örtliche Einzelhandel eine Branchenstruktur auf, die vor allem durch nicht-zentrenrelevante Verkaufsflächen geprägt ist:

- Mit rd. 13.300 qm entfallen rd. 19 % der Gesamtverkaufsfläche auf den periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 44 %.
- Mit rd. 12.700 qm entfallen rd. 18 % auf den mittelfristigen Bedarf. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. ein Viertel.
- Der langfristige Bedarf verfügt über einen Anteil von rd. 64 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 45.800 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 31 %.

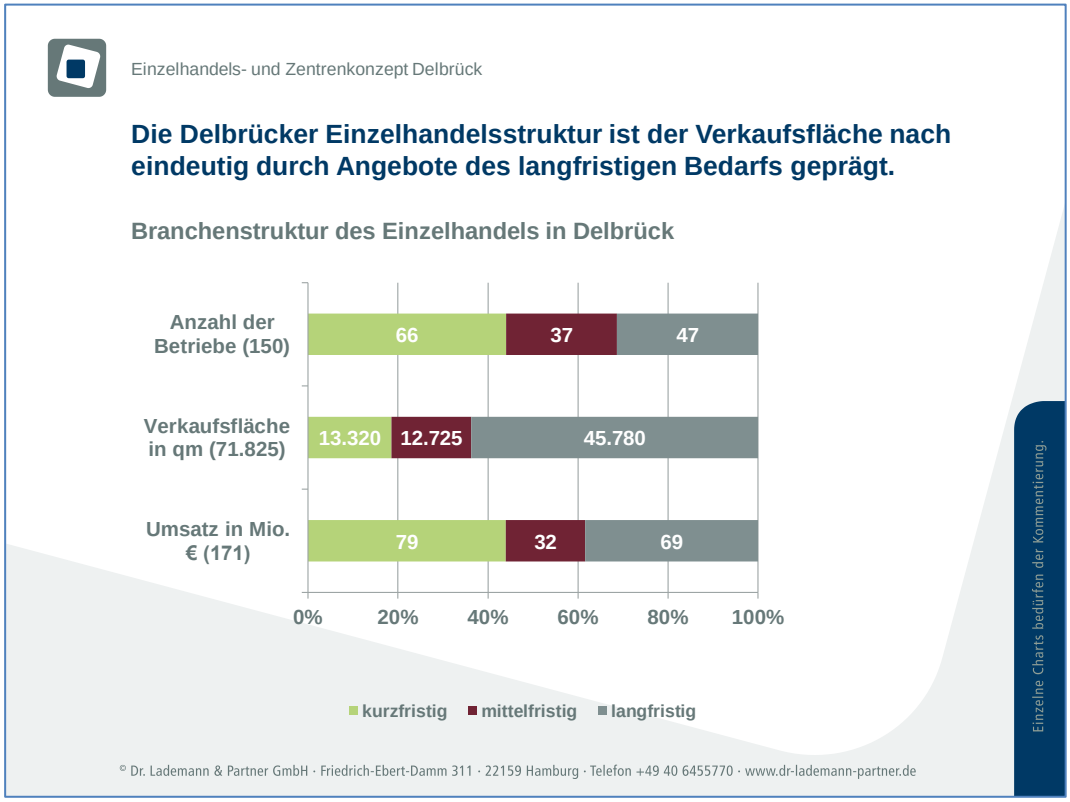

Abbildung 17: Branchenstruktur des Einzelhandels in der Stadt Delbrück

5.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Bezogen auf die räumliche Verteilung des Angebots nach Standortlagen zeigt sich folgende Struktur:

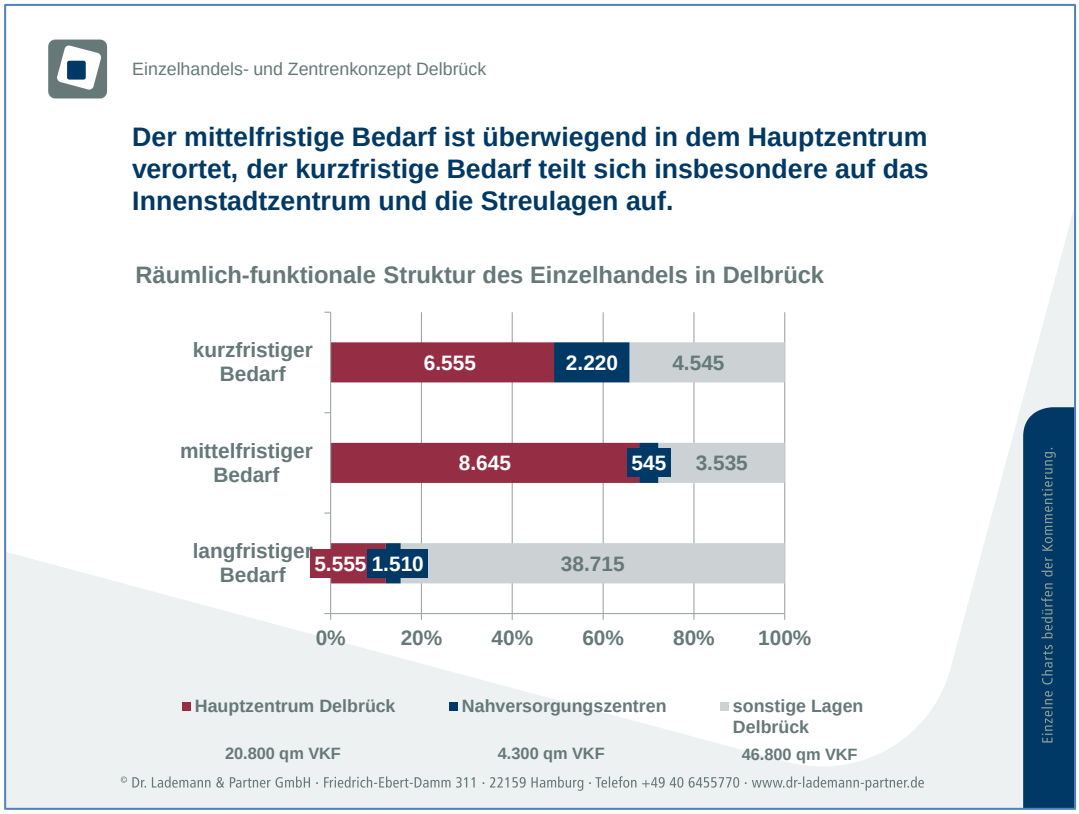

Abbildung 18: Räumlich-funktionale Struktur Einzelhandel in der Stadt Delbrück

Rd. 29 % der Verkaufsfläche und jeder zweite Betrieb befinden sich im Hauptzentrum Delbrück. In den Nahversorgungszentren sind es rd. 6 % der Verkaufsfläche und rd. 13 % der Betriebe. Der Großteil der Verkaufsfläche fällt mit einem Anteil von rd. 65 % auf die Streulagen bei einem Ladenanteil von rd. 36 %. Dies liegt vor allem in den flächenextensiven Betrieben des langfristigen Bedarfs begründet, die hier verortet sind.

Angebote des mittelfristigen Bedarfs sind vornehmlich im Hauptzentrum Delbrück verortet. Der übrige Einzelhandel findet sich größtenteils in den Streulagen von Delbrück. Die Nahversorgungszentren spielen im Gesamtgefüge eher eine untergeordnete Rolle.

5.4 Größenstruktur des Einzelhandels

Hinsichtlich der **Betriebsgrößen** zeigt sich die relative Bedeutung der großflächigen Betriebe in Delbrück, die vor allem in den Streulagen verortet sind. Damit geht eine relativ große durchschnittliche Betriebsgröße einher. Diese liegt bei rd. 480 qm VKF. Im Hauptzentrum Delbrück beträgt die durchschnittliche Größe hingegen nur rd. 270 qm, was ein Indiz für die Kleinteiligkeit der Innenstadt ist. Auch die Nahversorgungszentren sind sehr kleinteilig strukturiert (rd. 225 qm). In den übrigen Lagen beträgt die durchschnittliche Betriebsgröße hingegen rd. 870 qm, was vor allem aus den großflächigen Betrieben des langfristigen Bedarfs resultiert.

Nach Standortbereichen ergibt sich damit folgendes Bild:

Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Delbrück nach Standortbereichen

Durchschnittliche Verkaufsfläche nach Branche	Innenstadt	Nahversorgungszentren	Streulagen	Gesamt
kurzfristig	234	171	182	202
mittelfristig	270	545	884	344
langfristig	327	302	1549	974
Summe	270	225	867	479

Quelle: Dr. Lademann & Partner.

Tabelle 6: Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Delbrück nach Standortbereichen

In Delbrück entfallen insgesamt

rd. 69 % der Einzelhandelsverkaufsfläche

auf 21 großflächige Betriebe (VKF > 800 qm).

Die flächengrößten Betriebe befinden sich - der Anzahl und Fläche nach - überwiegend in Streulagen im Stadtteil Delbrück.

Die größten Betriebe für den **kurzfristigen Bedarf** sind die Verbrauchermärkte Elli (im Hauptzentrum Innenstadt) und Marktkauf (Streulage, OT Delbrück).

Bei den Sortimenten des **mittelfristigen Bedarfs** befinden sich die flächengrößten Betriebe mit Dunschen und Action im Hauptzentrum. Außerdem bietet das SB-Center ein großflächiges Angebot (Streulage, OT Delbrück).

Die flächengrößten Betriebe im **langfristigen Bedarfsbereich** befinden sich überwiegend in sonstiger Lage: Im OT Delbrück v.a. OBI und Gärtnerei Kösters Im grünen Glück, im OT Westenholz v.a. Einrichtungshaus Hansel und im OT Ostenland v.a. Gärtnerei Neiske.

Aktuell beträgt das Gesamtverkaufsflächenangebot in der Stadt Delbrück rd. 71.800 qm. Der Großteil des Angebots entfällt auf die Segmente des langfristigen Bedarfsbereichs. Etwa 29 % der Verkaufsflächen befinden sich im Hauptzentrum Delbrück.

5.5 Umsatzsituation des Einzelhandels

Die Umsätze des Einzelhandels wurden auf Basis branchenüblicher und standortgewichteter Flächenproduktivitäten der einzelnen Betriebsformen/Betreiber geschätzt. Demnach belief sich der **Bruttoumsatz** aller Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Delbrück im abgeschlossenen Geschäftsjahr 2018 auf insgesamt

rd. 179 Mio. €.

Hieraus ergibt sich eine durchschnittliche **Flächenproduktivität** von etwa 2.500 € pro qm Verkaufsfläche und Jahr und wird durch den hohen Verkaufsflächenanteil bei den flächenextensiven Sortimenten des langfristigen Bedarfs geprägt.

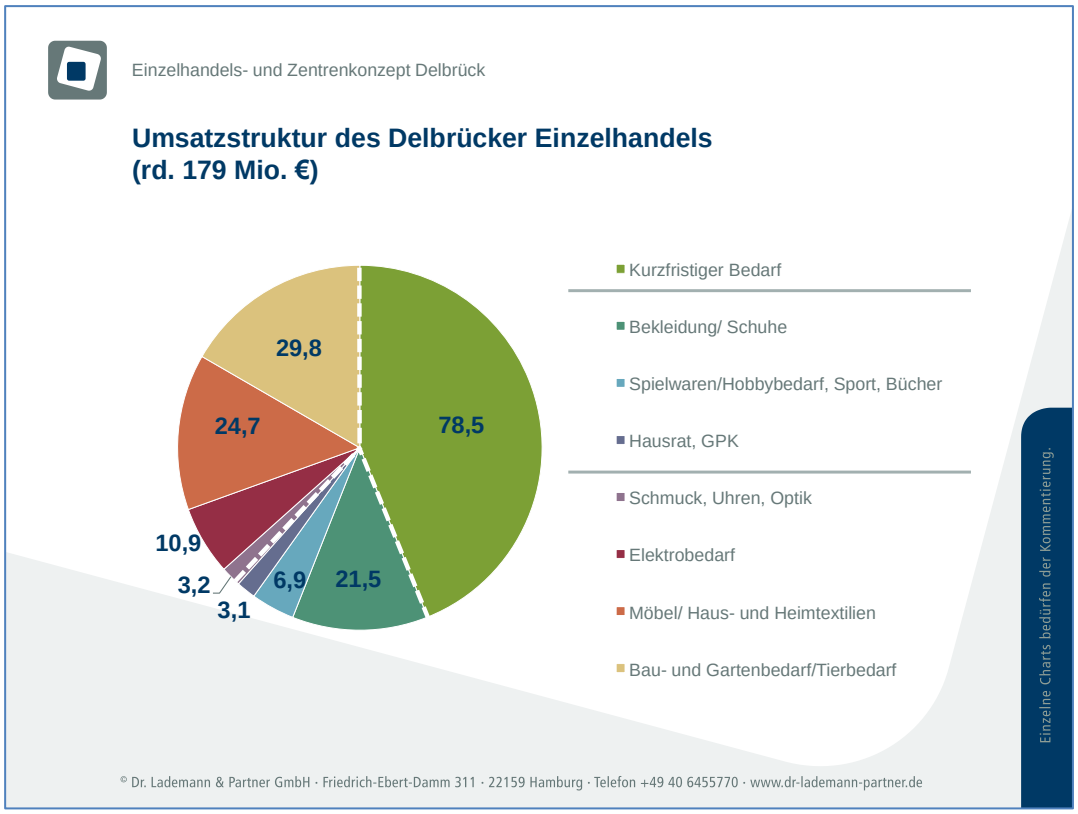

Abbildung 19: Umsatzstruktur des Einzelhandels in der Stadt Delbrück

Bei der Analyse des Einzelhandelsumsatzes nach Branchengruppen ergibt sich folgendes Bild:

- Der Umsatzanteil des **kurzfristigen Bedarfs** beträgt rd. 44 % (rd. 78,5 Mio. €). Die durchschnittliche Flächenproduktivität liegt bei etwa 5.900 € je qm VKF. Sie fällt aufgrund der moderaten Wettbewerbsintensität vergleichsweise hoch aus.
- Auf den **mittelfristigen Bedarf** entfallen etwa 18 % des Umsatzes (rd. 31,5 Mio. €). Die Flächenleistung beträgt hier durchschnittlich rd. 2.500 € je qm VKF.
- Der Umsatzanteil bei den flächenextensiven Sortimenten des **langfristigen Bedarfs** liegt bei etwa 38 % (rd. 68,6 Mio. €). Daraus resultiert eine erwartungsgemäß relativ geringe Flächenproduktivität von lediglich rd. 1.500 € je qm VKF.

Nach **Standortlagen** betrachtet werden von dem gesamten Umsatzvolumen im Hauptzentrum Delbrück rd. 44 % des Umsatzanteils erwirtschaftet (ca. 78 Mio. €). Die Anteile des Umsatzes des **Hauptzentrums Innenstadt** entfallen mit rd. 55 % auf den kurzfristigen Bedarf. Etwa 30 % werden mit Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs erzielt, auf den langfristigen Bedarf entfallen rd. 15 %.

Die **Nahversorgungszentren** generieren einen Anteil von rd. 9 % des Einzelhandelsumsatzes von Delbrück insgesamt (rd. 16 Mio. €). Hiervon entfallen rd. 79 % auf den kurzfristigen Bedarf. Auf den mittelfristigen Bedarf entfallen rd. 5 %, beim langfristigen Bedarf sind es etwa 16 %.

Die Betriebe in den **Streulagen** spielen mit einem Umsatzanteil von rd. 47 % die gewichtigste Rolle (ca. 84 Mio. €). Die Anteile des Umsatzes entfallen mit rd. 27 % auf den kurzfristigen Bedarf. Etwa 9 % werden mit Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs erzielt, auf den langfristigen Bedarf entfallen rd. 64 %.

Struktur des Delbrücker Einzelhandels nach Standortbereichen

	Kurzfristiger Bedarf		Mittelfristiger Bedarf		Langfristiger Bedarf		Gesamt	
Lage	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Innenstadt	6.555	43,2	8.645	23,3	5.555	11,8	20.755	78,3
Nahversorgungszentren	2.220	12,6	545	0,7	1.510	2,6	4.275	16,0
Streulagen	4.545	22,7	3.535	7,6	38.715	54,2	46.795	84,4
Summe	13.320	78,5	12.725	31,5	45.780	68,6	71.825	178,7

Quelle: Dr. Lademann & Partner.

Tabelle 7: Einzelhandelsstruktur nach Standortlagen in der Stadt Delbrück

Umsatzseitig wird der Delbrücker Einzelhandel vom kurzfristigen Bedarf dominiert, der einen Umsatzanteil von rd. 49 % aufweist. Aber auch der langfristige Bedarf spielt aufgrund des großen Verkaufsflächenanteils mit rd. 38 % eine vergleichsweise wichtige Rolle. Das Gesamtumsatzvolumen der Stadt beträgt rd. 179 Mio. €.

6 Versorgungslage und Zentralitäts-analyse der Stadt Delbrück

6.1 Bewertung der Stellung der Innenstadt im Einzelhandelsgefüge

Die Delbrücker Innenstadt verfügt in 77 Ladenlokalen insgesamt über ein Einzelhandelsangebot von

rd. 20.800 qm Verkaufsfläche.

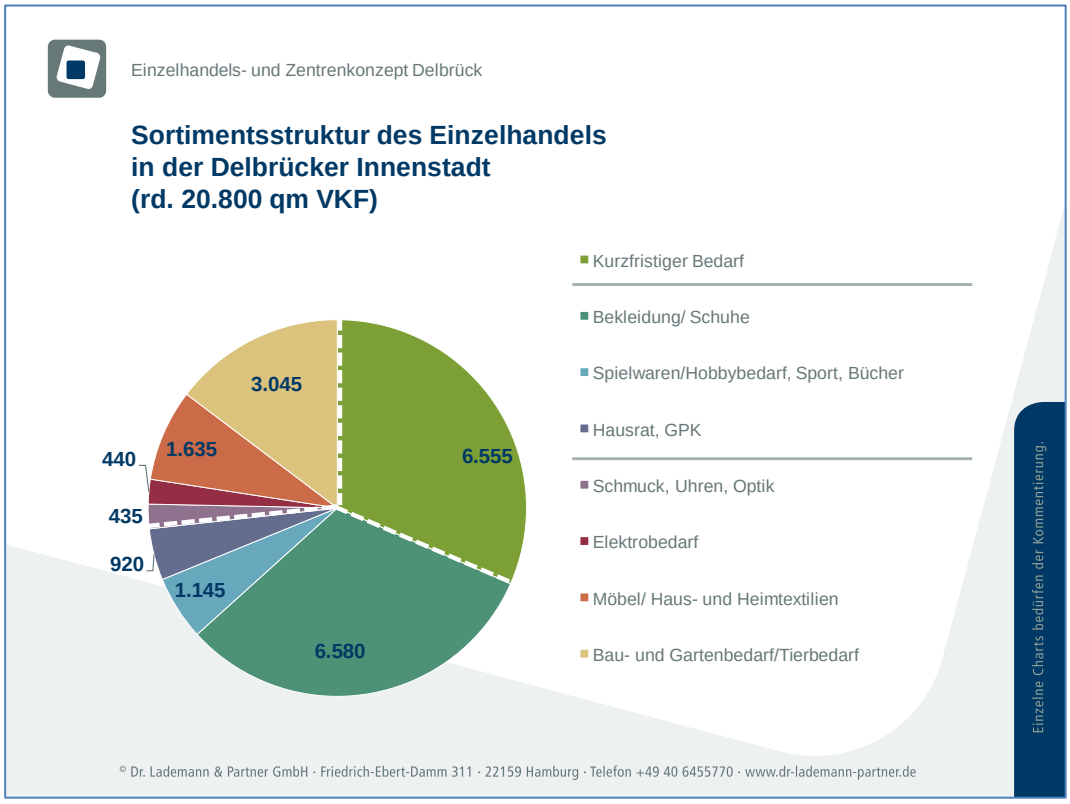

Abbildung 20: Verkaufsflächenstruktur des Einzelhandels in der Delbrücker Innenstadt

Das Angebot weist dabei einen breiten Branchenmix annähernd in jedem Sortiment auf. Der größte Verkaufsflächenumfang entfällt im Wesentlichen auf Sortimente des mittelfristigen Bedarfs (rd. 42 %). Mit rd. 4.900 qm VKF, d.h. gut einem Viertel der Gesamtverkaufsfläche, liegt der Schwerpunkt deutlich im Sortiment Bekleidung/Schuhe. Ferner sei der kurzfristige Bedarf hervorzuheben, welcher ein Drittel des Angebots ausmacht.

Bei der Betrachtung des **Verkaufsflächenanteils der Innenstadt an der Gesamtverkaufsfläche** der Stadt Delbrück erreicht diese über alle Sortimente mit einem Verkaufsflächenanteil von rd. 29 % die notwendige Dominanz einer Innenstadt (üblich sind 30 bis 35 %). Die höchste Zentrenprägung erlangen die Sortimente des mittelfristigen Bedarfs (rd. 68 %). Auch der Anteil des kurzfristigen Bedarfs innerhalb der Innenstadt ist erhöht (rd. 49 %), was vor dem Hintergrund der Frequenzgenerierung positiv zu bewerten ist. In einigen Sortimenten zeigt sich jedoch, dass die Innenstadt nicht als prägende Einkaufslage fungieren kann (u.a. Elektrobedarf, Spielwaren).

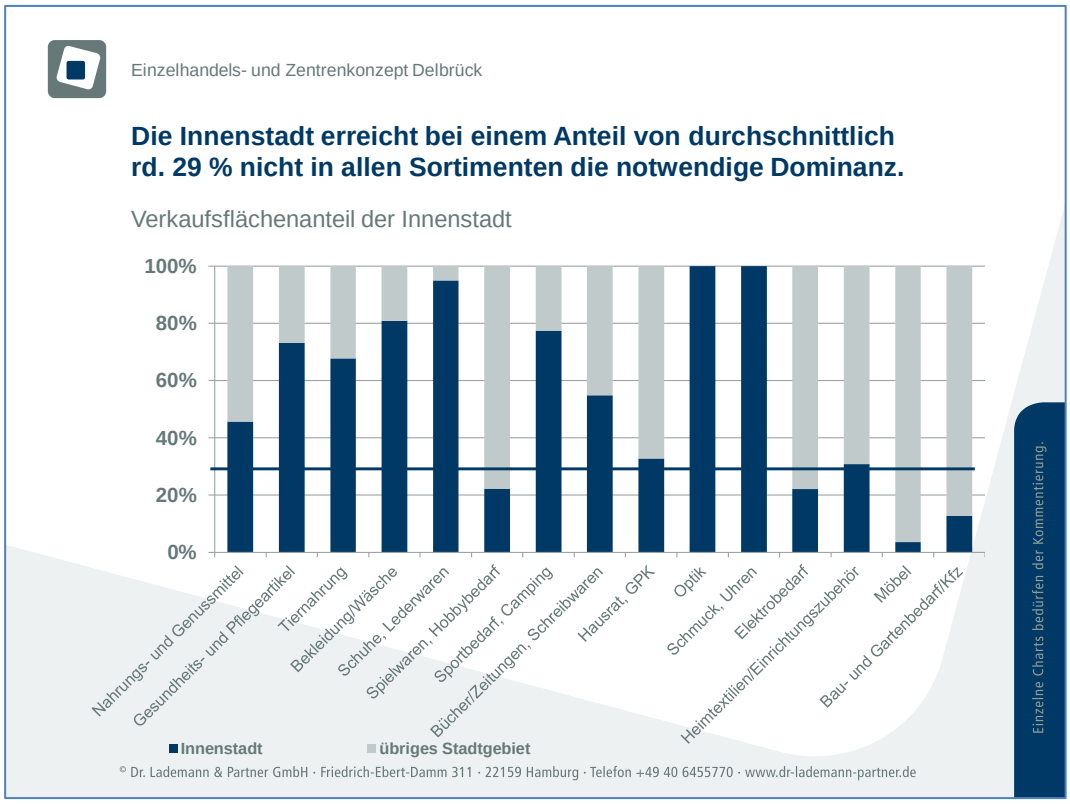

Abbildung 21: Verkaufsflächenanteile der Innenstadt an der Gesamtstadt

Im Vergleich zu weiteren Mittelzentren liegt die **Citydichte**[17] insgesamt im mittleren Bereich. Vor allem im kurzfristigen und langfristigen Bedarf rangiert die Citydichte im oberen Bereich der durchschnittlichen Spannbreite. Im mittelfristigen Bereich liegen die Werte im mittleren Bereich der durchschnittlichen Spannweite. Die Werte zeigen, dass die Innenstadt auf eine konsequente Einzelhandelssteuerung angewiesen ist, um die Stellung im Einzelhandelsgefüge auch zukünftig zu behaupten.

[17] Citydichte = Verkaufsflächenausstattung der Innenstadt je 1.000 Einwohner bezogen auf die Gesamtstadt

Citydichte der Delbrücker Innenstadt im Vergleich		
Branchen	Flächendichte*	
	Delbrück	Spannbreite Mittelzentren**
Kurzfristiger Bedarf	205	110 - 210
Mittelfristiger Bedarf	271	280 - 430
davon Bekleidung/Schuhe/Lederwaren	*206*	*180 - 300*
Langfristiger Bedarf	174	40 - 130
Summe	650	450 - 740

Quelle: Eigene Berechnungen.
* in qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner.
** Vergleichswerte aus anderen Untersuchungen von Dr. Lademann & Partner.

Tabelle 8: Citydichte der Delbrücker Innenstadt im Vergleich

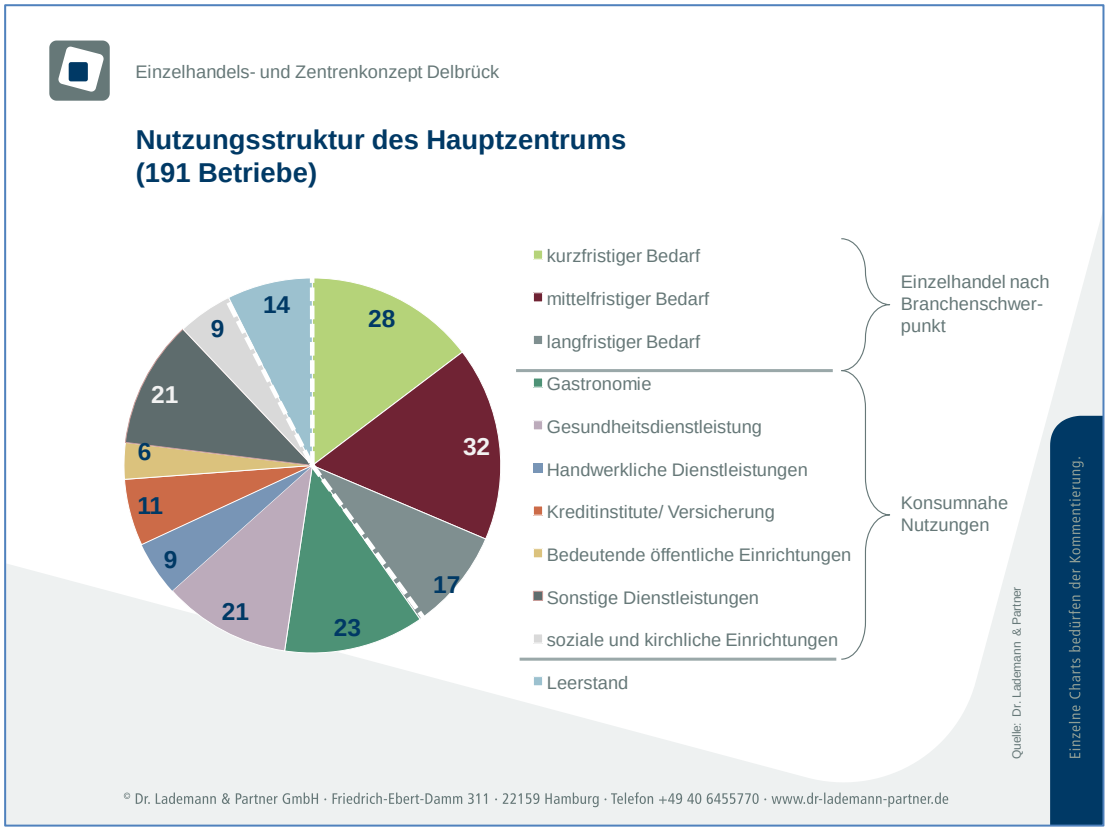

Abbildung 22: Multifunktionale Innenstadt

Die Delbrücker Innenstadt wird jedoch nicht allein durch Einzelhandelsangebote geprägt. Neben Wohn- und Büronutzungen ist vor allem auf konsumnahe Nutzungen hinzuweisen, die aufgrund der **Multifunktionalität** zu einer Frequentierung und Belebung der Innenstadt führen. In der Delbrücker Innenstadt wurden 100 Betriebe erfasst, die ihren Schwerpunkt bei den konsumnahen Nutzungen aufweisen. Dabei sind es vor allem gastronomische Einrichtungen sowie Gesundheits- und sonstige Dienstleistungen, die das breit aufgestellte Angebot prägen. Hieraus lässt sich der Bedarf der sorgfältigen Steuerung von Nutzungen ableiten (bei Herausziehen der

Nutzungen Gefahr des Frequenzverlusts). Die Leerstandsquote ist gemessen an der Gesamtzahl an Nutzungen im Hauptzentrum überschaubar (7 % aller Betriebe). Dennoch sollte aufgrund der räumlichen Bündelung im Bereich der westlichen Langen Straße hier ein Augenmerk auf den Abbau und die Aufwertung gelegt werden.

Die Innenstadt von Delbrück verfügt mit rd. 20.800 qm Verkaufsfläche über rd. 29 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Diese entfällt überwiegend auf mittelfristige Sortimente. Arrondierend werden v.a. kurzfristige Sortimente angeboten.

6.2 Verkaufsflächendichten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts.

Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** im Mittelzentrum Delbrück einen Wert von

rd. 2.250 qm VKF je 1.000 Einwohner.

Differenziert nach den unterschiedlichen Sortimentsgruppen fällt die Angebotssituation des Delbrücker Einzelhandels allerdings sehr unterschiedlich aus:

Flächendichte der Stadt Delbrück im Vergleich

Branchen	Flächendichte*	
	Delbrück	Spannbreite Mittelzentren**
periodischer Bedarf	417	550 - 810
Bekleidung/Schuhe/Lederwaren	245	230 - 490
Sonstige Hartwaren	167	230 - 310
Elektrobedarf/elektronische Medien	62	70 - 130
Möbel/Haus- und Heimtextilien	610	380 - 530
Bau- und Gartenbedarf	747	440 - 730
Summe	2.249	2190 - 2880

Quelle: Eigene Berechnungen.
* in qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner.
** Vergleichswerte aus anderen Mittelzentren von Dr. Lademann & Partner

Tabelle 9: Verkaufsflächendichten im Vergleich

Nach Angaben des Statistischen Bundesamts liegt die Verkaufsflächendichte in Deutschland über alle Städte und Gemeinden bei rd. 1.800 qm je 1.000 Einwohner. Damit bewegt sich die Ausstattung in der **Stadt Delbrück insgesamt mit 2.250 qm je**

1.000 Einwohner im leicht überdurchschnittlichen Bereich, aber im unteren Bereich vergleichbarer Mittelzentren, welchen auch eine ergänzende Versorgungsfunktion für die Einwohner im Umland zu kommt. So liegt die durchschnittliche Verkaufsflächendichte von Mittelzentren nach Berechnungen von Dr. Lademann & Partner in Deutschland gegenüber dem Gesamtschnitt um rd. 20 bis 50 %-Punkte höher, d.h. bei rd. 2.500 qm VKF je 1.000 Einwohner.

Vor allem im kurz- und mittelfristigen Bedarf liegen die Ausstattungswerte von Delbrück deutlich unter dem Durchschnitt von Mittelzentren. Dies weist auf eine hohe Wettbewerbsintensität mit den angrenzenden Mittel- und Oberzentren sowie mit dem Online-Handel hin. Wenngleich ein Abbau der Defizite wünschenswert wäre, wird dies nicht vollständig gelingen.

> Die Verkaufsflächendichte in Delbrück liegt mit rd. 2.250 qm VKF je 1.000 Einwohner zwar im Bundesvergleich leicht über dem Durchschnitt. Dies ist aber vor allem den überdurchschnittlichen Dichten im langfristigen Bedarf geschuldet. Vor allem im Vergleich zu anderen Mittelzentren sind im kurz- und mittelfristigen Bedarf unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattungen mit entsprechenden Nachfrageabflüssen zu konstatieren.

6.3 Nahversorgungssituation

Eines der zentralen städtebaulichen Ziele ist die flächendeckende und leistungsfähige Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs.

Im Stadtgebiet von Delbrück sind mit Stand April 2019 insgesamt zehn strukturprägende **Betriebe des kurzfristigen Bedarfs** (Lebensmittelmärkte ab ca. 300 qm Verkaufsfläche, d.h. ohne periodische Kleinstflächen, Drogerie- und Getränkemärkte und Spezialanbieter) angesiedelt mit einer Verkaufsfläche (ohne Randsortimente) **von rd. 7.900 qm.**

Inklusive der Drogerie- und Getränkemärkte sowie der Kleinflächen (Lebensmittelhandwerk u.a.) liegt die **Verkaufsflächendichte im kurzfristigen Bedarf** bei **ca. 417 qm Verkaufsfläche je Tausend Einwohner**. Der Bundesdurchschnitt liegt derzeit bei rd. 520-540 qm je 1.000 Einwohner.

Zur Bewertung der Nahversorgungssituation bzw. der **räumlichen Verteilung** des Angebots wurden die – aktuell betriebenen - Nahversorgungsbetriebe im Stadtgebiet ab einer Verkaufsfläche von ca. 300 qm (ohne Drogerie- und Getränkefachmärkte) kartiert. Die 800 m-Radien um die jeweiligen Standorte entsprechen dabei die maximale Ausdehnung im Sinne einer durchschnittlichen Gehzeit von 15 Minuten. Die

innerhalb dieser Radien lebenden Einwohner finden in einem fußläufigen Bereich mindestens einen Anbieter mit > 300 qm VKF vor, sodass die wohnortnahe Nahversorgung grundsätzlich gegeben ist.

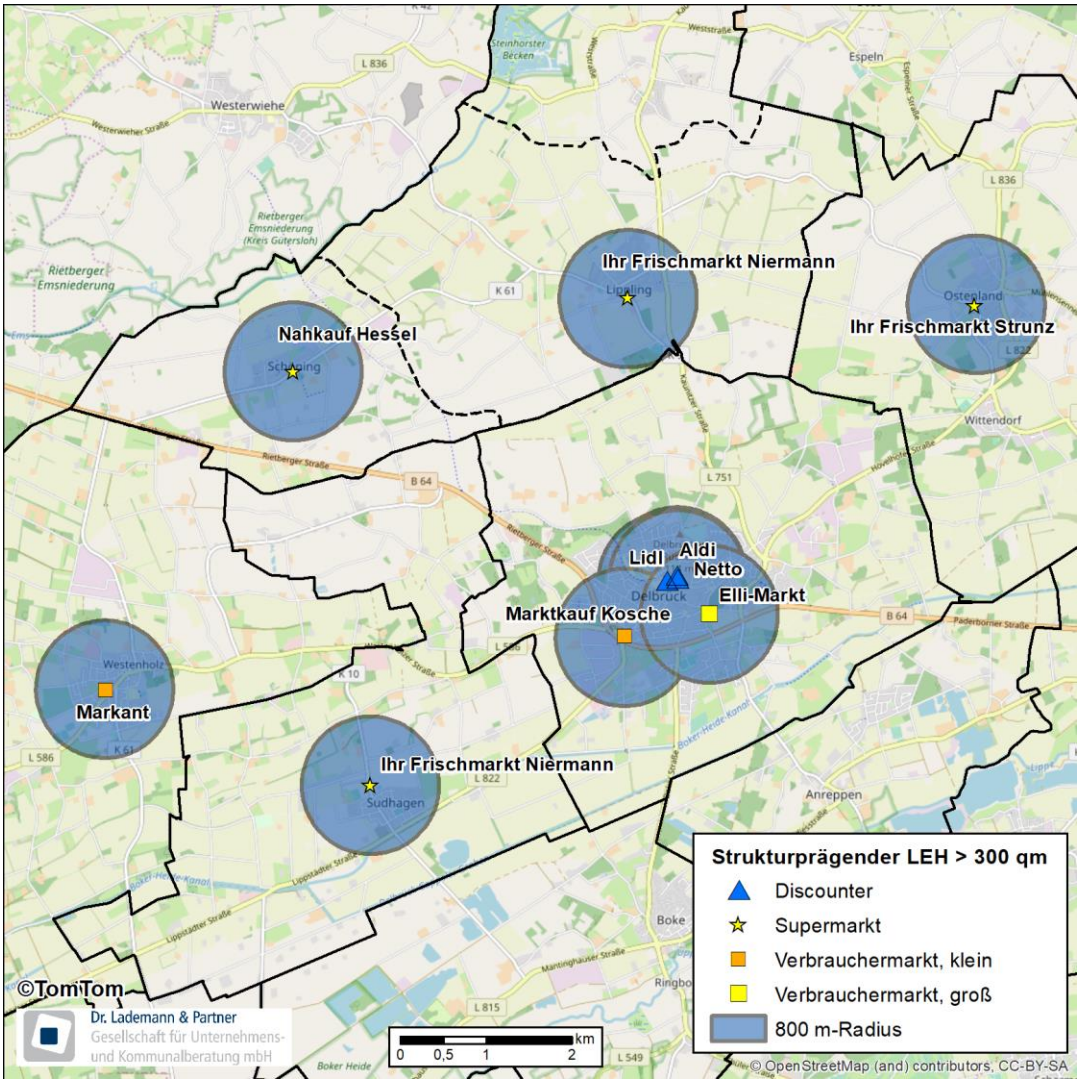

Abbildung 23: Nahversorgungssituation in der Stadt Delbrück

Wie die Karte zeigt, ist im Hauptort Delbrück eine gute räumliche Abdeckung durch strukturprägende Nahversorgungsangebote gegeben. Hier sind fünf Anbieter des täglichen Bedarfs verortet (drei Discounter, zwei Vollsortimenter). In den nördlichen und westlichen Stadtteilen ist jeweils ein Nahversorger vorhanden. Diese agieren allerdings auf teils nicht mehr gängigen Verkaufsflächen.

In den südlichen bzw. südöstlichen Stadtteilen von Delbrück (Anreppen, Boke, Bentfeld) liegen räumliche Versorgungslücken vor; die fußläufige Versorgung ist dort nicht durch einen strukturprägenden Betrieb > 300 qm VKF gesichert. Darüber hinaus finden sich ländlich geprägte Bereiche, die nicht ausreichend versorgt sind. Obgleich eine Schließung dieser Versorgungslücken aus städtebaulichen und versorgungs-

strukturellen Gründen zu befürworten wäre, sei darauf hingewiesen, dass das Einwohnerpotenzial in diesen unterversorgten Bereichen für einen modernen Lebensmittelmarkt bei weitem nicht ausreicht. Es gilt daher vorrangig zu gewährleisten, dass eine Anbindung dieser Stadtteile an die nächstgelegenen leistungsfähigen Standorte des Lebensmitteleinzelhandels mit den verschiedenen Verkehrsmitteln (auch ÖPNV) gegeben ist.

Hinsichtlich der **Betriebstypen** ist eine deutliche Schieflage innerhalb Delbrücks zu Gunsten der Vollsortimenter sowohl bei der Anzahl als auch bei der Verkaufsfläche zu erkennen. Zugleich wird ersichtlich, dass gegenüber dem Bundesschnitt jedoch die Vollsortimenter in Delbrück überdurchschnittlich klein aufgestellt sind.

Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH (gemessen an der Anzahl der Betriebe)*

	Anteil Delbrück	Anteil Deutschland	Abweichung in %-Punkte
Vollsortimenter	70%	44%	26%
Discounter	30%	56%	-26%
Summe	100%	100%	0%

Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH (gemessen an der VKF der Betriebe)*

	Anteil Delbrück	Anteil Deutschland	Abweichung in %-Punkte
Vollsortimenter	72%	63%	9%
Discounter	28%	37%	-9%
Summe	100%	100%	0%

Quelle: Dr. Lademann & Partner GmbH und Trade Dimensions 2018. *Ohne Kleinflächen unter 400 qm u. Spezialeinzelhandel.

Tabelle 10: Anteile der Betriebsformen des klassischen Lebensmitteleinzelhandels

Ein Vergleich mit üblichen **Betriebsgrößen** verdeutlicht, dass lediglich die Vollsortimenter Marktkauf[18] und Elli-Markt (beide im Stadtteil Delbrück) für den Betriebstyp eines Verbrauchermarkts über gängige Verkaufsflächengrößen verfügen, wenn auch eher im unteren Bereich der Vergleichswerte. Die fünf Nahversorger in den peripheren Stadtteilen sowie die drei Discounter Aldi, Lidl und Netto verfügen im Jahr 2019 ebenfalls nicht mehr über eine für die Betriebsform marktgängige Dimensionierung. Vor dem Hintergrund, dass Lebensmitteldiscounter mittlerweile Verkaufsflächen von 800 qm bis 1.300 qm und kleine Verbrauchermärkte von 1.200 bis 1.500 qm nachfragen (bis hin zum Trend der Umsetzung von größeren Konzepten mit bis zu 2500 - 3.000 qm VKF), ist gerade dort die Absicherung der verbrauchernahen Versorgung durch standortadäquate Anpassungsmöglichkeit (durch Erweiterung oder Nutzungswechsel) zu begrüßen.

[18] Das SB-Warenhauskonzept Marktkauf im Bundesgebiet durchwegs auf deutlich größeren Verkaufsflächen (im Schnitt auf 5.900 qm VKF!). Jedoch muss darauf hingewiesen werden, dass solche Konzepte über ein gegenüber dem Frischekonzept in Delbrück abweichendes, stark durch Randsortimente geprägtes Sortimentskonzept verfügen und sich derzeit auf dem Rückzug befinden.

Der Betriebsformenwandel wird insofern auch prospektiv zu steigenden Flächenansprüchen resp. Erweiterungsbestreben der Bestandsbetriebe führen. Die Weiterentwicklung des Lebensmitteleinzelhandels in Delbrück sollte daher mit dem Fokus der „aktiven" Sicherung der Bestandsmärkte erfolgen. Dabei ist jedoch die Maßstäblichkeit zu beachten (Mantelbevölkerung).

Betriebstypenstruktur bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Vergleich (in qm VKF)

Betriebstyp	1. Quantil - 3. Quantil Spannbreite BRD	mittlere Gesamtgröße BRD	mittlere Gesamtgröße Delbrück	Anzahl der Betriebe
SB-Warenhäuser	5.600 - 8.000	7.270	-	-
Große Verbrauchermärkte	1.660 - 2.800	2.340	1.900	1
Kleine Verbrauchermärkte	980 - 1.310	1.160	1.078	2
Supermärkte	500 - 700	600	508	4
Lebensmittel-Discounter	700 - 900	810	777	3
Getränkemärkte	300 - 800		367	5
Drogeriemärkte	480 - 680	640	525	1
Lebensmittelhandwerk	30 - 50		35	26
Sonstige Anbieter	10 - 50		85	24
Summe				66

Quelle: Einzelhandelserhebung Dr. Lademann & Partner, Flächen gerundet.
Vergleichswerte: Eigene Berechnung auf Basis Trade Dimensions 2018 sowie Erfahrungswerte.

Tabelle 11: Betriebstypenstruktur bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Vergleich

Rein quantitativ ist in Delbrück ein zufriedenstellendes Nahversorgungsangebot vorhanden, welches sich über das in zehn Ortsteile zergliederte Stadtgebiet verteilen. Allerdings verfügen die meisten Nahversorger nicht mehr über marktgängige, moderne Flächenzuschnitte; Erweiterungsabsichten sind die Folge.

6.4 Zentralitätsanalyse für den Einzelhandel

Die Einzelhandelszentralität (Z) bildet das Verhältnis des am Ort getätigten Umsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage ab:

$$Einzelhandelszentralität\ (Z) = \frac{am\ Ort\ getätigter\ Umsatz}{am\ Ort\ vorhandene\ Nachfrage} \times 100$$

Ist dieser Wert größer als 100, zeigt dies insgesamt Nachfragezuflüsse aus dem Umland an. Je größer der Z-Wert ist, desto stärker ist die Sogkraft, die vom zentralen Ort ausgeht. Ein Wert unter 100 zeigt an, dass hier höhere Nachfrageabflüsse an das Umland bestehen. U.a. kann man also an der Zentralität die **Einzelhandelsattraktivität eines zentralen Orts** im Vergleich zu anderen, konkurrierenden Kommunen ablesen.

Auf Basis der Nachfragestromanalyse sowie der Umsatzschätzung errechnet sich für die Stadt Delbrück insgesamt eine Einzelhandelszentralität von

rd. 83 %.

Der getätigte Umsatz vor Ort liegt also in der Stadt insgesamt per Saldo rd. 17 % unter der am Ort vorhandenen Nachfrage (stationär + online[19]). Dieser Zentralitätswert zeigt, dass der örtliche Einzelhandel aufgrund des interkommunalen Wettbewerbs, insbesondere mit dem Oberzentrum Paderborn, aber auch den anderen Mittelzentren und dem Erstarken des Online-Handels, nicht dazu in der Lage ist, die vor Ort vorhandene Nachfrage in deutlichem Maße zu halten. Außerdem sind die direkt angrenzenden Kommunen Rietberg und Lippstadt ebenfalls als Mittelzentrum eingestuft. Vor allem das Oberzentrum Paderborn schränkt mit dem vergleichsweise breiten und tiefen Angebot die Entwicklung Delbrücks ein.

Die einzelnen **Branchenzentralitäten** geben Aufschluss über die Angebotsstärken und -schwächen des Einzelhandels der Stadt Delbrück sowie über die branchenspezifische interkommunale Konkurrenzsituation.

[19] Es ist zu beachten, dass derzeit rd. 11 % der Kaufkraft in den Online-Handel abfließt (Tendenz weiter steigend). Rein rechnerisch ist insofern durch stationäre Angebote eine sogenannte rechnerische Vollversorgung damit bereits bei etwa 89 % gegeben.

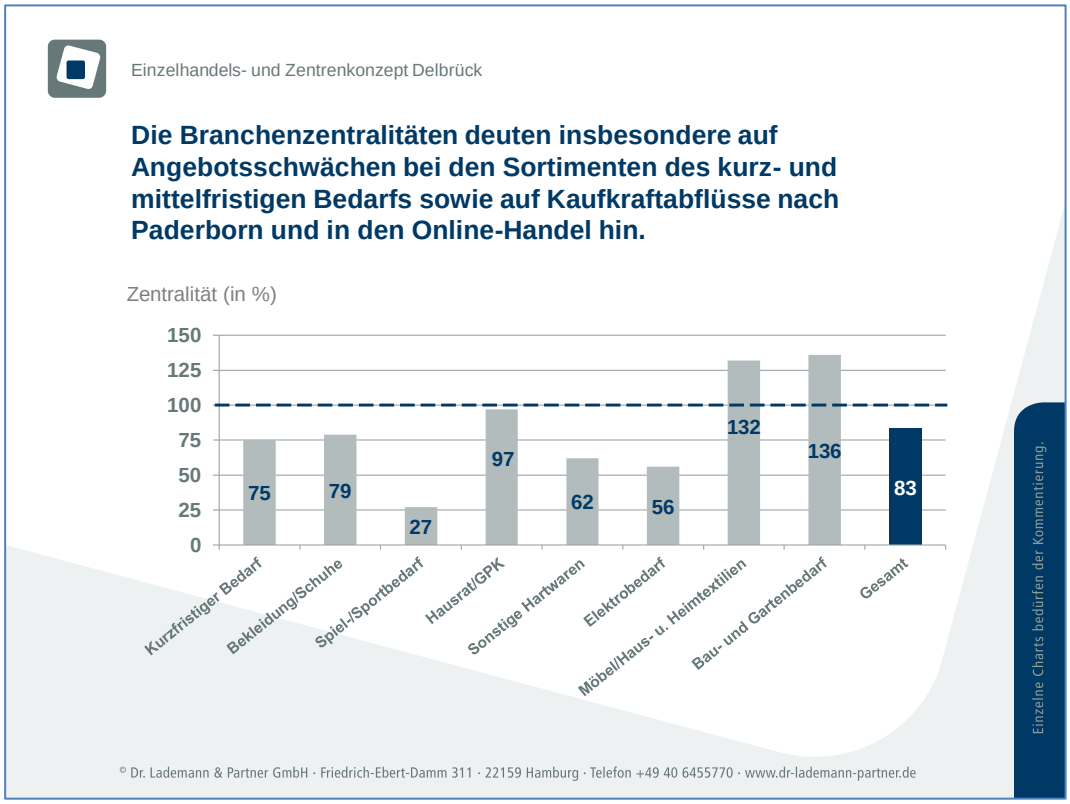

Abbildung 24: Einzelhandelsrelevante Zentralitäten in der Stadt Delbrück

- Die Branchenzentralität beträgt innerhalb des **kurzfristigen Bedarfs** rd. 75 %. Dies weist zwar auf eine erhöhte Nachfragebindung in der Stadt Delbrück und zugleich auf die Attraktivität des Angebots für die Bewohner hin. Überproportionale Nachfrageabflüsse liegen hierbei dennoch in einem relativ hohen Bereich, da sich ein Mittelzentrum im Bereich der qualifizierten Nahversorgung möglichst selbst versorgen soll. Hier kommt sicherlich zum Tragen, dass viele Versorgungseinkäufe auf dem Arbeitsweg getätigt werden. Da sehr viele Delbrücker zum Arbeiten aus der Stadt pendeln, wird also ein nicht unerheblicher Teil dieser Umsätze z.B. nach Paderborn fließen. Durch die Anpassung bestehender Verkaufsflächen und der weiteren Stärkung des Einzelhandelsstandorts ergeben sich dennoch Zentralitätsspielräume für den stationären Einzelhandel.
- Der Zentralitätswert der **mittelfristigen Sortimente** liegt mit rd. 66 % auf einem für ein Mittelzentrum mit erhöhtem Wettbewerbsdruck relativ guten Niveau. Ein Großteil resultiert allerdings aus der überdurchschnittlichen Zentralität im Bereich Hausrat/GPK, was z.B. bei Möbelhäusern und Bau- und Gartenmärkten als Randsortiment geführt wird. Bei allen anderen Sortimenten bestehen somit Ausbaupotenziale (z.B. Bekleidung und Spiel-/ Sportbedarf). Jedoch sei auf die Konkurrenzsituation mit den Großstädten und dem Online-Handel hingewiesen, die dem Zentralitätsausbau entgegenwirken.

- Bei den **langfristigen Sortimenten** liegt die einzelhandelsseitige Zentralität mit rd. 106 % auf einem überdurchschnittlichen Niveau. Hier bestehen allenfalls noch Ausbaupotenziale im Elektrobedarf, gleichwohl sich dort am Stärksten der Abfluss in den Online-Handel niederschlägt.

Per Saldo fließen dem Einzelhandel in der Stadt Delbrück rd. 17 % der örtlichen Nachfrage in das Umland und den nicht-stationären Handel ab. Dies liegt vor allem in der Nähe zum Oberzentrum Paderborn und zwei weiteren Mittelzentren sowie den hohen Auspendleranteil (Arbeitsplätze) begründet. Hinzu kommt das Erstarken des Online-Handels. In nahezu allen kurz- und mittelfristigen Sortimenten sind relative Zentralitätsdefizite zu erkennen.

6.5 Analyse der Nachfrageverflechtungen

Der Zentralitätswert ist eine Saldo-Größe aus den Nachfragezuflüssen aus dem Umland und den Nachfrageabflüssen aus der Stadt Delbrück in das Umland. Mit Hilfe einer **Nachfragestromanalyse** können diese Zu- und Abflüsse quantifiziert werden.

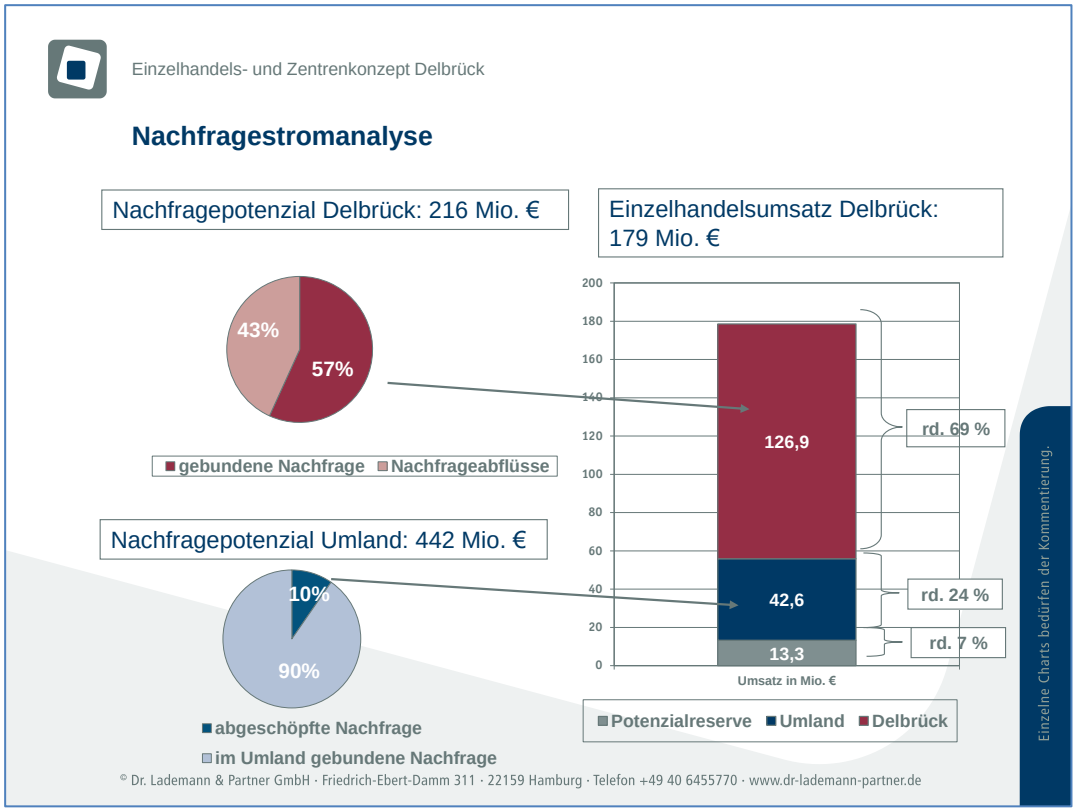

Abbildung 25: Nachfragestromanalyse des Einzelhandels in der Stadt Delbrück

Entsprechend den Ergebnissen der Nachfragestromanalyse, die im Wesentlichen auf der telefonischen Haushaltsbefragung, der Umsatzschätzung und Zentralitätsanalyse aufbaut, liegt die **Nachfragebindung** in Delbrück über alle Sortimente bei **ca. 57 %**, sodass die Abflüsse in den stationären und nicht-stationären Handel rd. 93 Mio. € p.a. betragen.

Da nahversorgungsrelevante Einkäufe in der Regel wohnortnah getätigt werden, können Lücken bei modern aufgestellten Lebensmärkten (z.B. größeren Vollsortimentern sowie bei Lebensmitteldiscountern) und Drogeriemärkten festgestellt werden. Auch im mittelfristigen Bedarf sind aufgrund von Angebotslücken erhöhte Abflüsse vorzufinden. Im langfristigen Bedarf bestehen trotz des umfangreichen Angebots ebenfalls Abflüsse. Allgemein lassen sich insofern noch Entwicklungsmöglichkeiten ableiten.

Dem steht ein **Brutto-Zufluss** von insgesamt etwa 56 Mio. € p.a. gegenüber. Dieser Nachfragezufluss resultiert aus der Abschöpfung aus dem Umland in Höhe von rd. 43 Mio. € (rd. 20 %) sowie der Potenzialreserve durch Tagesgäste, Pendler, Gelegenheitskunden u.ä. in Höhe von rd. 13 Mio. € (rd. 7,5 %). Dabei ist auch die überörtliche Kundenansprache noch ein Stück weiter steigerbar.

Der lokale Einzelhandel kann rd. 57 % der eigenen Nachfrage vor Ort halten. Darüber hinaus fließen rd. 56 Mio. € von außen zu (Umland und Potenzialreserve). Nachfrageabflüsse resultieren u.a. aus Lücken im Angebotsprofil und aus attraktiven Einkaufsalternativen (u.a. Paderborn und Online-Handel). Ein gezielter Ausbau der Nachfragebindung vor Ort in der Stadt Delbrück und eine Steigerung der überörtlichen Sogkraft sollte daher Ziel der künftigen Einzelhandelsentwicklung sein. Zur Weiterentwicklung des örtlichen Einzelhandels bedarf es jedoch einer versierten Steuerungsstrategie. Auch werden zum Ausbau der Marktstellung des Delbrücker Einzelhandels insgesamt und vor allem zugunsten der Innenstadt gelegentliche verkaufsoffene Sonntage oder Sonderöffnungszeiten als zusätzliches Besuchserlebnisse für Kunden aus Delbrück und Besuchern aus den überörtlichen Bereichen des Marktgebiets beitragen können (wie z.B. Frühlingsfest, Stadt- und Spargelfest, Katharinenmarkt und Herbstfest).

6.6 SWOT-Analyse zum Einzelhandelsstandort

Die wichtigsten **Stärken** des Einzelhandelsstandorts Stadt Delbrück lassen sich wie folgt charakterisieren:

- Unter Würdigung des Wettbewerbsgefüges wird die Stadt Delbrück „über alles" ihrer mittelzentralen Versorgungsfunktion weitgehend gerecht: Vor allem im langfristigen Bedarf ist in Delbrück ein sehr gutes Angebot vorhanden. Im kurzfristigen Bedarf wird jedoch nur ein befriedigendes Einzelhandelsangebot vorgehalten. Auch bei den sonstigen typischen Innenstadtleitsortimenten sind Angebotslücken vorzufinden.
- Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen des Einzelhandels (v.a. die Bevölkerungsentwicklung) wirken sich positiv auf das Nachfragepotenzial im Stadtgebiet aus. Auch der Tourismus sowie die niedrige Arbeitslosenquote bieten stabile Rahmenbedingungen für den Delbrücker Einzelhandel.
- Die Erreichbarkeit eines vielfältigen Einzelhandelsangebots ist durch die zentrale Lage des Hauptzentrums gegeben. Dies wurde auch bei der Haushaltsbefragung und den Vor-Ort-Terminen deutlich. Grundsätzlich ist das kostenfreie Parkplatzangebot als angemessen zu bewerten.

Die wesentlichen **Schwächen** des Einzelhandels in Delbrück lassen sich aus unserer Sicht wie folgt zusammenfassen:

- Es konnten in nahezu allen Sortimenten des mittelfristigen und auch des kurzfristigen Bedarfsbereichs Angebots- und Zentralitätsdefizite im Einzelhandel der Stadt Delbrück ausgemacht werden. Vor allem bei dem mittelfristigen Bedarf kann Delbrück derzeit seine mittelzentrale Funktion nicht vollständig erfüllen. Dies liegt sowohl in Quantität wie Qualität des Angebots. Hier fließt derzeit ein erheblicher Teil der Nachfrage ab. Dies gilt auch für die Angebote des kurzfristigen Bedarfs.
- Die disperse Siedlungsstruktur mit relativ weit auseinanderliegenden Stadtteilen macht vor allem die qualifizierte Nahversorgung in den Außenbezirken schwierig. Dies zeigt sich vor allem im unterversorgten Südosten und den sensiblen Angebotsstrukturen in den Ortsteilen.
- Die interkommunale Wettbewerbssituation aufgrund der Lage zwischen den Mittelzentren Rietberg und Lippstadt sowie dem Oberzentrum Paderborn ist angespannt und beschränkt die Entwicklungsmöglichkeiten der Stadt Delbrück. Dies wird zudem durch die Bedeutung des Online-Handels überstrahlt.
- Die meisten Lebensmittelmärkte verfügen nicht mehr über marktgerechte Betriebsgrößen. In der Innenstadt fehlt zudem ein weiterer Drogeriefachmarkt. Dadurch entfaltet der Einzelhandel nicht die nötige Sogkraft, um die Nachfrage optimal vor Ort zu binden. Hier spielt auch der für ein Mittelzentrum sehr hohe

Auspendlerüberschuss eine Rolle, da viele Einkäufe auf dem Arbeitsweg erledigt werden.

Folgende **Chancen** eröffnen sich für die Einzelhandelsentwicklung in Delbrück und sollten gezielt aktiviert und genutzt werden:

- Durch die Entwicklung von geeigneten Potenzialflächen in der Innenstadt könnte der Einzelhandel sich aus dem Bestand heraus weiterentwickeln. Durch eine gezielte Aktivierung im Hauptzentrum gelegener Flächenpotenziale (mindergenutzte Flächen und Ladenlokale) ist eine Stärkung des Delbrücker Einzelhandels möglich. Hierdurch werden einerseits strukturelle Schwächen (zu kleine Betriebsgrößen im Lebensmitteleinzelhandel) sowie andererseits Zentralitätsdefizite abgebaut. Die vorrangige Konzentration auf den prägenden zentralen Versorgungsbereich wirkt einer Zersplitterung entgegen. Dabei sollte möglichst aus dem Kern heraus eine Stärkung erfolgen.
- Die Stadt Delbrück weist ein breites Angebot an inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben auf. Es gilt noch weiter gemeinsam die Stärken des Mittelstadtcharakters mit hoher Individualität und des Servicegedankens zu betonen und das „WIR-Gefühl“ auszubauen.

Dennoch bestehen auch **Risiken**, die berücksichtigt und überwunden werden müssen:

- Wie für den gesamten stationären Einzelhandel stellt auch für die Einzelhändler in Delbrück der wachsende Online-Handel künftig eine große Herausforderung dar, sofern der bestehende Einzelhandel sich nicht darauf einstellt.
- Ohne eine deutliche Einzelhandelsentwicklung, die auch die Neuaufstellung bestehender Märkte miteinschließt, wird Delbrück im Vergleich zu den umliegenden zentralen Orten weiter an Boden verlieren. Auch der Online-Handel wird weitere Potenziale aus Delbrück abziehen. Die Fortführung gelegentlicher verkaufsoffener Sonntage oder Sonderöffnungszeiten könnten allerdings für Kunden aus Delbrück und Besuchern aus den überörtlichen Bereichen des Marktgebiets als zusätzliche Besuchserlebnisse fungieren (wie z.B. Frühlingsfest, Stadt- und Spargelfest, Katharinenmarkt und Herbstfest).
- Es besteht die Gefahr, dass Potenziale an den „falschen“ Standorten ausgeschöpft werden, wodurch ein Verdrängungswettbewerb zu Lasten des Bestandseinzelhandels eintreten könnte. Größerflächige Einzelhandelsentwicklungen sollten daher fundiert (d.h. auf Basis des vorliegenden Einzelhandelskonzepts und eines städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeitsgutachtens) hinsichtlich der Chancen und Risiken abgewogen werden. Dabei steht v.a. die Sicherung der Funktionsfähigkeit der Zentren im Fokus. Zudem bedarf es der Entgegenwirkung der Gefahr einer Lageverschiebung durch falsche Schwerpunktsetzung im erweiterten Innenstadtumfeld.

7 Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Delbrück

7.1 Antriebskräfte der Einzelhandelsentwicklung

Für die weitere Entwicklung der Stadt Delbrück als Einzelhandelsstandort ist die Frage entscheidend, welche Perspektiven der Einzelhandel in Delbrück insgesamt besitzt.

Die grundsätzlichen Hauptantriebskräfte der Einzelhandelsexpansion sind in erster Linie

- **Wachstumskräfte** (Bevölkerungs- und Demografieentwicklung, Kaufkraftentwicklung und Betriebstypendynamik);
- **Defizitfaktoren** (unzureichende Zentralitätswerte und Fernwirkung, Strukturdefizite im Angebotsmix, unterdurchschnittliche Flächenausstattung und kleinräumige Versorgungslücken).

Betrachtet man Wachstums- und Defizitfaktoren aus der lokalspezifischen Situation von Delbrück heraus, zeichnen sich folgende Entwicklungstendenzen ab:

- Die **Einwohnerzahlen** in Delbrück werden perspektivisch weiter steigend sein. Hieraus können Impulse für die Einzelhandelsentwicklung erwartet werden. Die **demografische Entwicklung** bewirkt zunehmend Veränderungen im Einkaufsverhalten. Es steigt damit auch die Bedeutung einer im modal split gut erreichbaren Nahversorgung (in der Kernstadt auch zu Fuß/mit dem Rad; in den übrigen Ortsteilen Prinzip der Sicherung der kurzen Wege).
- Von der **Kaufkraftentwicklung** bzw. der Entwicklung der im Bundesvergleich leicht unterdurchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben werden perspektivisch keine signifikanten Impulse für die Einzelhandelsentwicklung ausgehen. Zudem ist nochmals auf die steigende Bedeutung des Online-Handels hinzuweisen, der ein stärkeres Bewusstsein in der Händlerschaft erfordert (Beratung/Service).
- Die **Betriebstypendynamik** ist auch für Delbrück zu beobachten: so ist davon auszugehen, dass aus den allgemeinen Strukturverschiebungen zu Gunsten der Großflächen[20] in einzelnen Branchen Veränderungsbedarfe an die Stadt herangetragen werden, aus denen oftmals auch der Wunsch nach mehr oder „anderer" Verkaufsfläche einhergeht.

[20] Die Betriebstypendynamik wird weiter dafür sorgen, dass der Flächenanspruch der Einzelhandelsbetriebe insbesondere im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente (auch der im Bestand) steigen wird. Der Online-Handel bewirkt demgegenüber, dass vor allem bei den zentrenrelevanten Sortimenten im Mittel keine steigenden Verkaufsflächenbedarfe hergeleitet werden können - zum Teil sogar abnehmende Flächenbedarfe erwartbar sind (Unterhaltungselektronik, Bücher).

- Die **Einzelhandelszentralität** bewegt sich in Delbrück mit rd. 87 % auf einem für ein Mittelzentrum mit hoher Wettbewerbsintensität guten, aber trotzdem unterdurchschnittlichen Niveau (v.a. bei dem kurz- und mittelfristigen Bedarf). Die bestehenden Nachfrageabflüsse/Zentralitätsdefizite sollten an den passenden Standorten entsprechend der Tragfähigkeit möglichst abgebaut werden.
- Die **Verkaufsflächenausstattung** liegt in Delbrück in den meisten Branchen (v.a. des kurz- und mittelfristigen Bedarfs) unterhalb der Spannbreite vergleichbarer Mittelzentren. Eine maßvolle Intensivierung der Nachfragebindungs- und -abschöpfungsquoten (z.B. durch gezielte Ausweitung des Angebots und Attraktivitätssteigerung der Zentren) erscheint langfristig möglich und notwendig.
- Darüber hinaus sind **strukturelle Defizite** in Delbrück feststellbar (u.a. kleinteilige Ladenstruktur in den Zentren insgesamt und speziell in Bezug auf den Lebensmitteleinzelhandel; Angebots- und Sortimentslücken, v.a. bei Bekleidung und sonstigen mittelfristigen Sortimenten und speziell solcher mit Magnetfunktion).
- Zum Teil sind **räumliche Versorgungslücken** in der Nahversorgung gegeben. Diese werden jedoch aufgrund der fehlenden Tragfähigkeitspotenziale vor allem in den ländlich geprägten Bereichen nicht vollständig geschlossen werden können. In diesem Zusammenhang ist jedoch noch mal zu erwähnen, dass im Zuge des **demografischen Wandels** und einer eingeschränkten Mobilität die wohnortnahe Versorgung immer mehr an Bedeutung gewinnt.
- Darüber hinaus können die auch weiter steigenden Tourismuszahlen (ausgehend von einem niedrigen Niveau) zukünftig weitere Impulse für die Entwicklung des Einzelhandels in Delbrück geben, sofern für die touristische Nachfrage auch solche Angebote geschaffen werden, die zur Kopplung anreizen.

Der Entwicklungsrahmen wird bei Berücksichtigung einer Intensivierung der Nachfragebindung durch zusätzliche Entwicklungspotenziale geprägt. Dies impliziert, dass den gewünschten Standorten, die „richtigen“ Sortimente und Betriebstypen gezielt zugeordnet werden. Die Arrondierungen an den bestehenden Einzelhandelslagen führen zur Verbesserung und Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsangebots (stärkere Ausstrahlungskraft).

Eine „Zielerreichung“ ist gleichwohl nicht in allen Segmenten realistisch (fehlende Konzepte, fehlende geeignete Flächen, zu hoher Wettbewerb). Ferner müssen von dem Flächenrahmen noch Leerstände und die Attraktivierung von mindergenutzten Flächen abgezogen werden.

Spielräume zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebots ergeben sich damit v.a. aus folgenden Quellen:

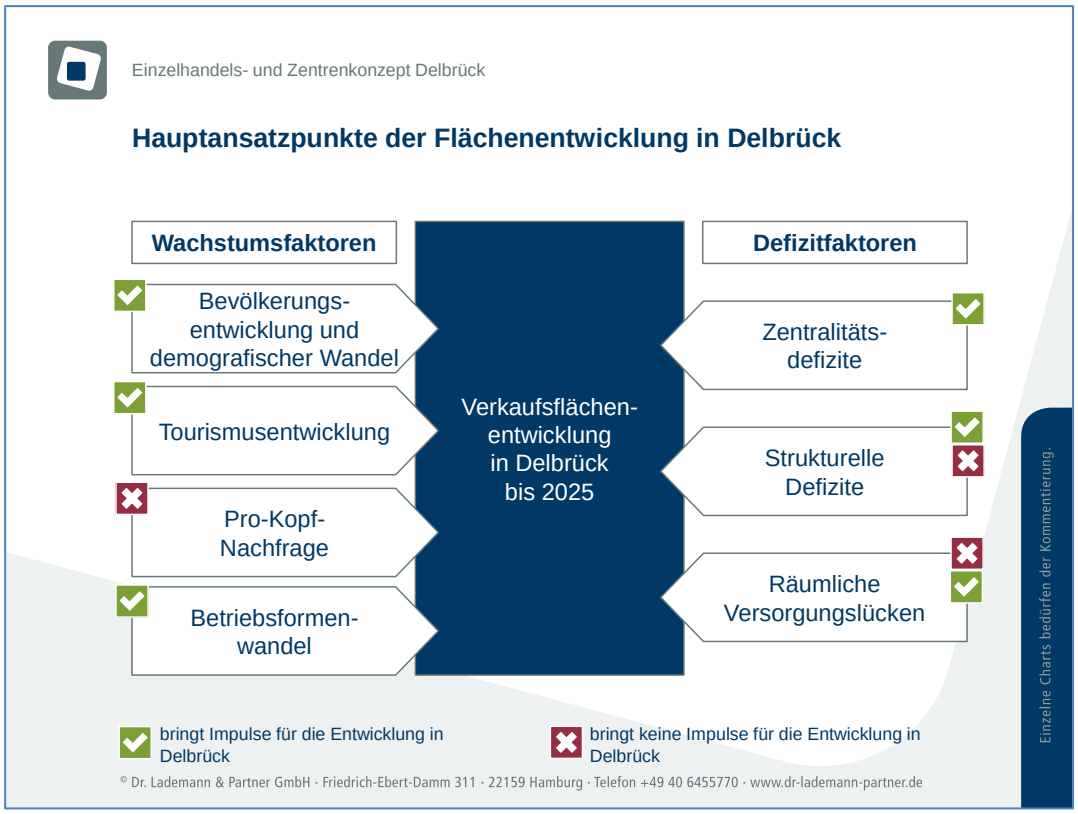

Abbildung 26: Hauptansatzpunkte der Flächenentwicklung in Delbrück

7.2 Verkaufsflächenspielräume bis 2030

Unter Berücksichtigung der o.g. Faktoren errechnet sich für Delbrück ein **Verkaufsflächenspielraum bis zum Jahr 2030** von insgesamt

rd. 4.700 qm bis rd. 16.100 qm Verkaufsfläche.[21]

Der Entwicklungsrahmen für Delbrück entfällt in der sektoralen Differenzierung auf die in der Tabelle dargestellten Branchen:

[21] Der ermittelte Flächenrahmen stellt bei Addition der Potenziale auf den „best-case" ab (Vorhandensein verfügbarer geeigneter Flächen; Vorhandensein passgenauer Konzepte am Markt, etc..). Faktisch ist gleichermaßen eine Aufwertung der bestehenden Flächen erwünscht. Das Potenzial beträgt etwa ein Drittel am gesamten VKF-Spielraum.

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Delbrück

Entwicklungsrahmen* für die Weiterentwicklung des Einzelhandels bis zum Jahr 2030

	Faktoren	Kurzfristiger Bedarf	Mittelfristiger Bedarf	Langfristiger Bedarf	Summe
	VKF-Bestand in qm	13.300	12.700	45.800	71.800
	Wachstumsinduzierter Flächenzuwachs	1.600	700	2.400	4.700
(+)	Erhöhung der Nachfragebindung	2.100	2.600	2.000	6.700
(+)	Erhöhung der Nachfrage-abschöpfung	600	1.700	2.400	4.700
=	Entwicklungsrahmen Summe 2030 in qm	14.900-17.600	13.400 -17.700	48.200-52.600	76.500- 87.900

* Werte gerundet

Einzelne Charts bedürfen der Kommentierung.

© Dr. Lademann & Partner GmbH · Friedrich-Ebert-Damm 311 · 22159 Hamburg · Telefon +49 40 6455770 · www.dr-lademann-partner.de

Abbildung 27: Entwicklungsrahmen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels in der Stadt Delbrück

Der Verkaufsflächenspielraum untergliedert sich in die einzelnen Branchengruppen wie folgt:

- **Kurzfristiger Bedarf: rd. 1.600 qm bis zu 4.300 qm Verkaufsfläche**

  Hinsichtlich der steigenden Relevanz einer flächendeckenden, fußläufigen Erreichbarkeit von Lebensmittelanbietern resp. Drogeriefachmärkten und speziell aufgrund der Magnetfunktion dieser Konzepte für die Zentren sind kurzfristige Sortimente in zentralen Versorgungsbereichen bevorzugt anzusiedeln.

  Die Flächenpotenziale sollten vorrangig dazu genutzt werden, die etablierten Nahversorgungsstrukturen im Stadtgebiet durch Flächenanpassungen zukunftsfähig abzusichern. So ist davon auszugehen, dass die Erweiterung bzw. Neuaufstellung bestehender Betriebe Flächenbedarfe generieren wird.

  Zudem könnte durch die Ansiedlung eines weiteren innerstädtischen Drogeriemarkts eine Angebotslücke geschlossen werden. Ein Restpotenzial kann für die behutsame Absicherung der Nahversorgung in den ländlich geprägten Stadtteilen veranschlagt werden.

- **Mittelfristiger Bedarf: rd. 700 qm bis zu 5.000 qm Verkaufsfläche**

  Die größten rechnerischen Potenziale entfallen dabei auf die Segmente Bekleidung/Wäsche sowie Sport-/Campingbedarf. Dabei sollte zur Abrundung des stärker durch Inhaber geführten Einzelhandels auch ein Schwerpunkt auf die An-

siedlung mittelpreisiger Filialisten und fachmarktorientierter Konzepte gelegt werden. Mehrere größere Betriebe können zur Ergänzung der bisher im Schnitt kleinteiligen Betriebstypenstruktur und zur Steigerung der Ausstrahlungskraft des Einzelhandelsstandorts Delbrück beitragen. Das Angebot ist dabei ganz überwiegend auf das Hauptzentrum Delbrück zu lenken. Das bestehende Angebot sollte durch Erweiterungen und gezielte Neuansiedlungen arrondiert werden. Im Innenstadtzentrum geht es auch um eine qualitative Aufwertung mindergenutzter Flächen und Geschäfte bzw. eine Wiederbelegung der Leerstände.

- **Langfristiger Bedarf: rd. 2.400 qm bis zu 6.800 qm Verkaufsfläche**

  Die größten rechnerischen Potenziale entfallen dabei auf die Segmente Möbel sowie Bau- und Gartenbedarf. Diese sind aufgrund ihres flächenextensiven Charakters und dem häufig damit verbundenen autokundenorientierten Einkaufsverkehr vorzugsweise an Haupterschließungsstraßen bzw. bestehenden Agglomerationen anzusiedeln, da von diesen Branchen keine zentrumsbildenden Funktionen ausgehen. Aber auch die Innenstadt und die Nahversorgungszentren sind für diese Sortimente geeignet. Entwicklungsspielräume ergeben sich dabei u.a. bei Elektro und Haus- und Heimtextilien.

In diesem Zusammenhang ist festzuhalten, dass es sich bei den oben genannten Entwicklungsoptionen nur um einen groben Orientierungsrahmen handelt, der bei städtebaulich und versorgungsstrukturell sinnvollen (Stichwort: Steigerung der Sogkraft mit Ziel der Erhöhung der Marktstellung im Umland) und stadtentwicklungspolitisch erwünschten Vorhaben unter Abwägung der Vor- und Nachteile und der raumordnerischen Verträglichkeit ausgeschöpft werden kann. Dafür ist jedoch eine detaillierte Verträglichkeitsprüfung des konkreten Vorhabens erforderlich. Umgekehrt besteht keine „Verpflichtung“ den Verkaufsflächenkorridor kurz- bis mittelfristig auszuschöpfen, wenn nicht die entsprechend geeigneten Flächen und Konzepte zur Verfügung stehen.

Der rechnerische Bruttoentwicklungsrahmen für den Einzelhandel in der Stadt Delbrück beträgt rd. 4.700 bis zu 16.100 qm Verkaufsfläche und umfasst dabei kurz-, mittel- und langfristige Sortimente. Das Potenzial könnte an den „richtigen“ Standorten angesiedelt zur Erhöhung der Nachfragebindung in Delbrück und zur Erhöhung der Nachfrageabschöpfung im angrenzenden Umland beitragen. Es bedarf hierbei jedoch einer konsequenten Steuerung des strukturprägenden Einzelhandels nach Branchen und Standortlagen, um das ermittelte Potenzial optimal auszuschöpfen.

7.3 Strategische Orientierungsprinzipien

Der stationäre Einzelhandel vermag durch einen vielfältigen Betriebstypen- und Standortmix die Urbanität und Attraktivität eines zentralen Orts, aber auch ihre Prosperität positiv zu beeinflussen. Diese primär städtebaulichen Ziele lassen sich jedoch nur erreichen, wenn durch die Bauleitplanung die investitionsseitigen Voraussetzungen geschaffen werden, sodass sich eine Nachfrage nach städtebaulich erwünschten Standorten einstellt, die der betriebswirtschaftlichen Tragfähigkeit gerecht wird. Gerade im Zuge einer anhaltenden Verkaufsflächenentwicklung wird daher generell versucht, die Bauleitplanung im Einzelhandel

am Prinzip der räumlich-funktionalen Arbeitsteilung

des Standortnetzes zu orientieren.

Eine derartige arbeitsteilige Versorgungsstruktur lässt sich jedoch im Wettbewerb nicht ohne **bauleitplanerische Rahmenbedingungen** erhalten bzw. herbeiführen. Es kommt dabei darauf an, eine innenstadtverträgliche Verkaufsflächenentwicklung am Stadtrand sowie eine gezielte Verbesserung der ökonomischen Rahmenbedingungen der Innenstadt sicherzustellen.

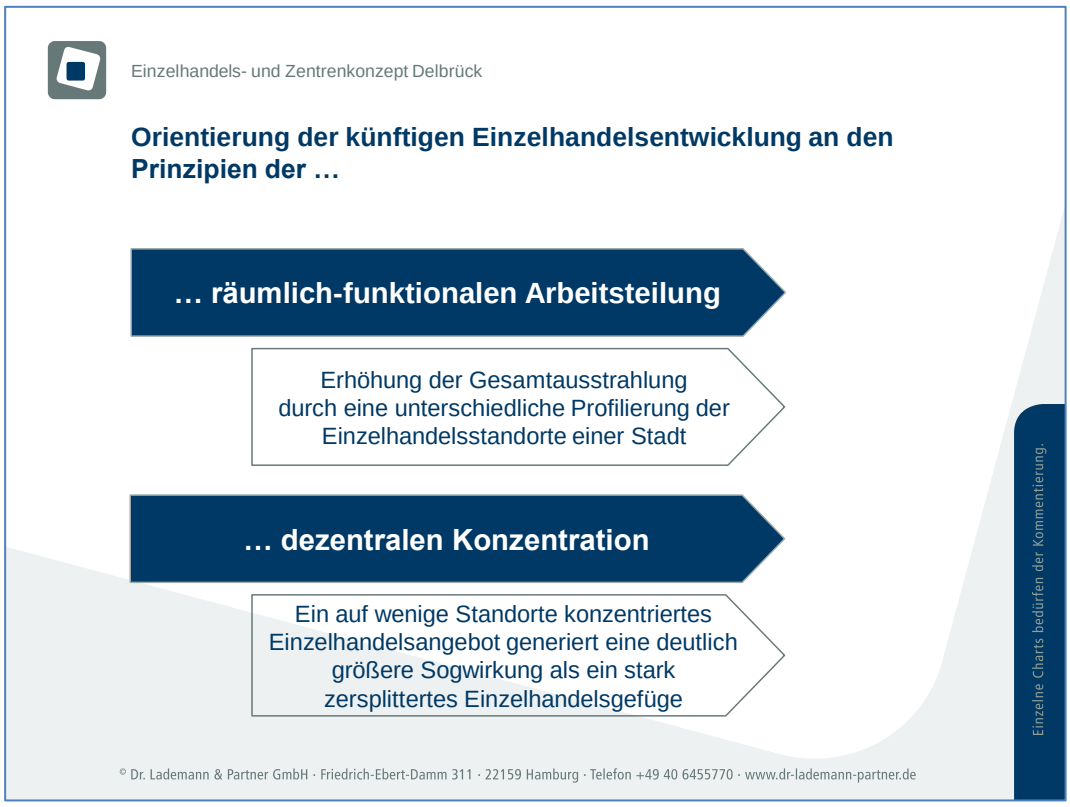

Abbildung 28: Strategische Orientierungsprinzipien

Neben der räumlich-funktionalen Arbeitsteilung als leitendes Prinzip der Stadtentwicklung kann bauleitplanerisch die Sogkraft des Einzelhandels durch den Grad der Standortkonzentration (Agglomerationsgrad) beeinflusst werden. Generell gilt, dass ein auf viele Standorte zersplittertes Einzelhandelsnetz weniger sogkräftig ist als ein stärker konzentriertes. Dies ist insbesondere für die zentrenrelevanten Sortimente der Fall. Das **Prinzip der dezentralen Konzentration** lässt je nach Stadt- und Gemeindegröße eine unterschiedliche Anzahl von Standortagglomerationen zu.

Als Herausforderung ist dabei der sich verschärfende Wettbewerb sowohl zwischen den Mittel- und Oberzentren als auch mit dem Online-Handel anzusehen. Die **zentralörtliche Position der Stadt Delbrück sollte vor dem Hintergrund der gehobenen Versorgungsfunktion für die eigene Bevölkerung und der Mitversorgungsfunktion für das Umland gesichert und gestärkt werden.**

Die Einzelhandelsentwicklung sollte dabei neben der allgemeinen quantitativen Verbesserung durch Abbau identifizierter Angebotslücken künftig in erster Linie an einer **qualitativen Verbesserung** orientiert werden, sodass u.a. Verdichtung und Modernisierung der Versorgungsstrukturen zu Attraktivitätssteigerungen führen.

Grundsätzliche Entwicklungsstrategie **„Konzentration auf die Zentren“**, hierbei

- Positionierung des **Hauptzentrums** als tragender Einzelhandelsstandort durch die Konzentration von höherwertigen, weniger transportsensiblen Angeboten. Der Schwerpunkt sollte hier auf den sog. ‚Lustkauf‘ gelegt werden. Der Anteil der Innenstadt-Leitsortimente (v.a. kurz- und mittelfristiger Bedarf) und der kopplungsaffinen Nutzungen sollte dabei gesichert und weiter ausgebaut werden. Es gilt ein Mindestmaß an größeren und sogkräftigen Magnetbetrieben vorzuhalten. Dabei spielen vor allem Lebensmittel- und Drogeriemärkte eine wichtige Rolle für den regelmäßigen Besuchsanlass der Einkaufsinnenstadt.
- Die **Nahversorgungszentren** in den Stadtteilen Lippling, Ostenland und Westenholz sind für den jeweiligen Ortsteil als wichtige Zentren für die qualifizierte Grundversorgung zu positionieren mit Schwerpunkt auf dem periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf. Es ist auch an diesen Standorten eine Ergänzung durch nicht-zentrenrelevante Sortimente (langfristiger Bedarf) möglich.
- Darüber hinaus sollte eine restriktive und kritische Bewertung von Vorhaben in **Streulagen** erfolgen, um eine weitere Zersplitterung der Einzelhandelsstrukturen zu vermeiden, sofern es sich dabei nicht um Vorhaben handeln sollte, die eindeutig der wohnortnahen Grundversorgung dienen. Auch flächenextensive Angebote mit nennenswertem Flächenbedarf die nachweislich nicht in die o.g. privilegierten

Standortlagen integrierbar sind, können im begründeten Einzelfall[22] auch an sonstigen (teil-) integrierten Siedlungsbereichen sinnvoll sein.

Konkret ist damit folgende Ausrichtung der einzelnen Standortbereiche anzusteuern:

Abbildung 29: Strategieempfehlung: „Konzentration auf die Zentren“

[22] Ein Einzelfall kann z.B. dann gegeben sein, wenn ein bereits großflächiger Anbieter in Streulage seinen Standort verlagern und optimieren will und daraus keine Verschlechterung der Einbindung in das Siedlungsgefüge einhergeht.

8 Zentrenkonzept für die Stadt Delbrück

8.1 Hierarchie und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche

Im Rahmen der Analyse wurden die Versorgungsstandorte der Stadt Delbrück unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten bewertet und im Hinblick auf ihre bisherige Einordnung in das hierarchische Zentrenmodell entsprechend den im Folgenden dargestellten Kriterien beurteilt. Das grundsätzliche Zentrenmodell umfasst neben den eigentlichen Zentren (in der Regel Innenstadt, Nebenzentren und Nahversorgungszentren) oftmals auch agglomerierte Standorte ohne Zentrenstatus sowie solitäre Nahversorgungsstandorte.

Die Begrifflichkeit der zentralen Versorgungsbereiche ist schon länger in den planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO) verankert und beschreibt diejenigen Bereiche, die aus städtebaulichen Gründen vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen bzw. vor Funktionsstörungen geschützt werden sollen. Im Jahr 2004 setzte das Europaanpassungsgesetz Bau (EAG Bau) den Begriff in den bundesrechtlichen Leitsätzen zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) und in den planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich neu fest (§ 34 Abs. 3 BauGB).

In der Novellierung des BauGB vom 01.01.2007 wurde die „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ schließlich auch zum besonders zu berücksichtigenden Belang der Bauleitplanung erhoben (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). Somit berechtigt das Sicherungs- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche die Aufstellung einfacher Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB.

Hinsichtlich der aktuell geltenden Rechtsprechung im Bau- und Bauordnungsrecht, u.a. im § 34 Abs. 3 BauGB, ist darauf hinzuweisen, dass lediglich die „echten“ Zentrentypen (Innenstadt, Ortsteil- und/oder Nahversorgungszentren) als zentrale Versorgungsbereiche fungieren und somit schützenswert sind.

Es ist daher sinnvoll bzw. notwendig, die relevanten Zentren abzugrenzen, um diese bei der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung besonders berücksichtigen zu können. Der § 34 Abs. 3 BauGB sieht eine Prüfung von Einzelhandelsgroßprojekten bezüglich ihrer Auswirkungen auf die ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche vor. Die Definition und Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen ist somit eine Möglichkeit, den bestehenden kommunalen Einzelhandelsbestand zu schützen bzw. dessen Entwicklung in geordnete/gewünschte Bahnen zu lenken. Für eine eindeutige Zuordnung der jeweiligen Grundstücke bzw. Betriebe zu einem zentralen Versor-

gungsbereich ist eine Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche notwendig (Konkretisierung über Bauleitplanung möglich), da nur diese Bereiche gemäß den Zielen der Stadtentwicklung einen schützenswerten Charakter besitzen.

Die **Rechtsprechung und die kommentierende Literatur**[23] haben dazu eine Reihe von Kriterien aufgestellt. Danach wird ein **zentraler Versorgungsbereich** als räumlich abgrenzbarer Bereich definiert, dem aufgrund vorhandener oder noch zu entwickelnder Einzelhandelsnutzungen eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt oder zukommen soll. Das Angebot wird i.d.R. durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote ergänzt.

Eine zentrale Lage setzt eine städtebauliche Integration voraus. Ein zentraler Versorgungsbereich muss dabei mehrere konkurrierende oder einander ergänzende Angebote umfassen (Maßnahmen zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche sollen nicht auf den Schutz eines Einzelbetriebs vor Konkurrenz hinauslaufen). Zugleich sind anders genutzte „Lücken" in der Nutzungsstruktur eines zentralen Versorgungsbereichs – solange ein Zusammenwirken der zentrentypischen Nutzungen im Sinne eines „Bereichs" angenommen werden kann – möglich.

Ein zentraler Versorgungsbereich hat nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion. Diese Funktion besteht darin, die Versorgung eines Stadtgebiets oder eines Teilbereiches mit einem auf den Einzugsbereich abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs sicherzustellen.

Der Begriff ‚zentral' ist nicht geografisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Ein zentraler Versorgungsbereich muss über einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht haben. Er muss damit über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wirken; er kann auch Bereiche für die Grund- und Nahversorgung umfassen.

Grundsätzlich können zentrale Versorgungsbereiche auch einer inneren Gliederung unterzogen werden, womit deutlich gemacht wird, dass einzelne Teilbereiche eines zentralen Versorgungsbereiches unterschiedliche Funktionen wahrnehmen sollen. So lassen sich bspw. innerstädtische Ergänzungsbereiche für großflächige Fachmärkte oder für Lebensmittelmärkte darstellen, die in den Hauptgeschäftslagen keine entsprechenden Flächen vorfinden, aber durch das komplementäre Zusammenwirken für die Funktionsfähigkeit des Zentrums insgesamt von Bedeutung sind. Die Zentren-Teilbereiche übernehmen im Zusammenspiel damit gemeinsam den Versorgungsauftrag für das jeweilige Einzugs- bzw. Marktgebiet.

[23] Vgl. u.a. OVG NRW, Urteil vom 22.11.2010 – 7 D 1/09.NE –, S.27 sowie Kuschnerus, Ulrich, 2007: Der standortgerechte Einzelhandel.

Kein zentraler Versorgungsbereich sind Agglomerationen einzelner Fachmärkte (wie z.B. regionalbedeutsame Einrichtungshäuser) oder auch peripher gelegener Standorte, wie man sie oftmals in ehemaligen Gewerbegebieten findet. Durch ihre hoch spezialisierte Aufstellung befriedigen sie lediglich einen geringen und eingeschränkten Bedarf an Waren. Darüber hinaus fehlen andere Nutzungen wie Dienstleistungs- oder Gastronomieangebote in vielen Fällen. Obwohl besagte Fachmarktagglomerationen allein wegen ihrer Größe ein weitläufiges Einzugsgebiet bedienen, fehlt ihnen vor allem aufgrund der fehlenden Integration die für einen zentralen Versorgungsbereich unabdingbare Zentrumsfunktion für eben dieses Einzugsgebiet.

Die im Folgenden näher erläuterten **funktionalen und städtebaulichen Kriterien** ermöglichen neben einer **hierarchischen Einordnung** auch eine Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche untereinander und bilden somit die Grundlage für einen eindeutigen räumlichen Bezugsrahmen für die Einzelhandelsentwicklung in Delbrück:

- der bestehende Einzelhandelsbesatz,
- ergänzende Nutzungen (konsumnahe Dienstleistungsbetriebe, Gastronomiebetriebe, kulturelle, öffentliche und Freizeiteinrichtungen),
- die allgemeine städtebauliche Gestalt/Qualität sowie
- eine fußläufige Erreichbarkeit und Anbindung an den MIV (Motorisierter Individualverkehr) sowie ÖPNV (Öffentlicher Personennahverkehr).

Entsprechende Standortbereiche müssend dabei jedoch noch nicht vollständig als Versorgungsbereich entwickelt sein. Auch ein Entwicklungsziel kann als Kriterium zur Abgrenzung herangezogen werden. So ist es z.B. denkbar, räumlich unmittelbar an den zentralen Versorgungsbereich angrenzende Potenzialflächen in den zentralen Versorgungsbereich mit aufzunehmen, die kurz- bis mittelfristig entsprechend entwickelt werden sollen. Entscheidend ist hierbei ein durchgehender Einzelhandelsbesatz, damit eine Integration dieser potenziellen neuen Nutzung auch gelingen kann.

Die o.g. Faktoren werden dabei sowohl auf quantitative als auch qualitative Kriterien hin untersucht. Hierbei wird in den einzelnen Hierarchiestufen unterschieden:

Hauptzentrum

- Größerer Einzugsbereich: In der Regel gesamtes Stadtgebiet und Umland (Marktgebiet)
- Breiteres Spektrum an Waren und Dienstleistungsangeboten: Zentrentypische und nahversorgungsrelevante Sortimente; Waren für den kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf; Diverse zentrenergänzende Nutzungen (Multifunktionalität); hohe Dichte an Nutzungen (räumliche Bündelung)

Nahversorgungszentren

- Kleiner Einzugsbereich: In der Regel auf bestimmte Quartiere größerer Städte oder auf einen oder mehrere räumlich vom Kernort abgesetzte Ortsteile beschränkt
- Begrenztes Spektrum an Waren- und Dienstleistungsangeboten; vornehmlich nahversorgungsrelevante Sortimente; in begrenztem Umfang ggf. auch Waren mit aperiodischen Angeboten
- Zentrum ist i.d.R. auf die Sicherung der Grund- und Nahversorgung beschränkt

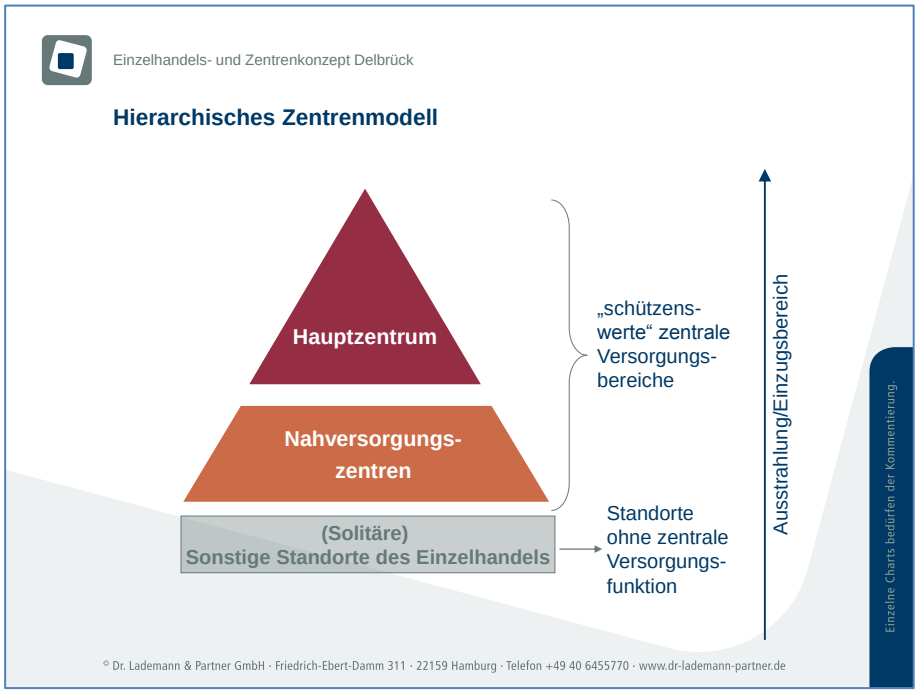

Abbildung 30: Hierarchisches Zentrenmodell

Die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts kommt damit zum Ergebnis, **dass in der Stadt Delbrück weiterhin die Struktur von Haupt- und Nahversorgungszentren beibehalten werden soll**.

8.2 Gesamtüberblick Zentrenkonzept für die Stadt Delbrück

In der Stadt Delbrück konnten neben dem zentralen Versorgungsbereich Delbrück in der Funktion eines Hauptzentrums sowie die Zentren von Lippling, Ostenland und Westenholz in der Funktion als Nahversorgungszentren im Sinne des § 34 BauGB ausgemacht werden.

8.2.1 Hauptzentrum Delbrück

Hauptzentrum Innenstadt Delbrück	
Lage und Einzugsbereich	Das Zentrum erstreckt sich größtenteils entlang der Langen Straße, Thülecke und Oststraße bis zur Ostenländer Straße im Osten sowie dem Bendixwall im Westen; im Norden gibt es zusätzlich einen Ausläufer entlang der Lipplinger Straße bis zum Brenkenkamp und im Süden bis zur Himmelreichallee; der Kirchplatz in der Mitte des Zentrums stellt den historischen Stadtkern dar. Der Einzugsbereich der Innenstadt erstreckt sich über das gesamte Stadtgebiet Delbrück und das überörtliche Marktgebiet (rd. 100.000 Personen)
Kurzbeschreibung Zentrenstruktur	Haupteinkaufslage entlang der Lange Straße, Thülecke und Ostraße; dort überwiegend kleinteilige Bebauungs- und Nutzungsstruktur mit multifunktionalem Nutzungsbesatz; strukturprägende Einzelhandelsbetriebe vor allem im östlichen Teil; beim Ausläufer Brenkenkamp und Schlaunstraße liegen Versorgungsschwerpunkte des Lebensmitteleinzelhandels
Städtebauliche Qualität/Erscheinungsbild	Mix aus modernen Neubauten sowie alten Gebäuden; am Kirchplatz ist durch eine Konzentration von Fachwerkhäusern mit ansprechenden Fassaden eine hohe städtebauliche Qualität vorhanden; in den sanierten Bereichen wurde die Qualität spürbar aufgewertet
Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld	überwiegend Wohnnutzungen sowie Dienstleistungsangebote und öffentliche Einrichtungen (Stadtverwaltung, Stadthalle, Schule, Rathaus, Gericht); im Süden befindet sich räumlich abgesetzt ein Schwerpunkt an Fachmärkten (u.a. Euronics); am westlichen Ausläufer sind v.a. das SB-Kaufhaus Delbrück und ein Marktkauf-Verbrauchermarkt zu benennen
Erreichbarkeit MIV	gute Erreichbarkeit über die Lange Straße/Thülecke, welche durch die gesamte Innenstadt führt (Ost-West-Richtung) und die Graf-Sporck-Straße bzw. Lipplinger Straße in Nord-Süd-Richtung; hinzu kommt die südlich verlaufende Bundesstraße 64, welche eine bedeutende Verkehrsader in dem Gebiet darstellt und von der Boker Straße abzweigt
Stellplatzangebot	zufriedenstellende Stellplatzanzahl in der Innenstadt (kostenfrei), sowohl straßenbegleitendes Parken entlang der Langen Straße/Thülecke als auch als Sammelparkplatz am Wiemenkamp und bei den Verbrauchermärkten bzw. Discountern
Erreichbarkeit ÖPNV	es befinden sich mehrere Bushaltestellen innerhalb der Innenstadt, welche von verschiedenen Linien angefahren werden, der Busbahnhof befindet sich im Norden des Zentrums
Fußläufige Erreichbarkeit	aufgrund der siedlungsintegrierten Lage ist eine gute Erreichbarkeit zu Fuß und per Rad von angrenzenden Wohnnutzungen des Kernorts gegeben
Aufenthaltsqualität	Aufenthaltsqualität aufgrund des MIV-Verkehrs beeinträchtigt; durch die nahezu abgeschlossenen Sanierungsmaßnahmen kann von einer zufriedenstellenden Aufenthaltsqualität gesprochen werden
Magnetbetriebe	u.a. Elli-Markt, Mode Dunschen, Rossmann, Lidl, Aldi, Netto, Action
EH-Verkaufsfläche 2019	rd. 20.800 qm, davon rd. 6.600 qm kurzfristiger Bedarf und rd. 8.600 qm mittelfristiger Bedarf
Angebotsspezialisierung/ -wertigkeit	vielfältiger Angebots- und Branchenmix von inhabergeführtem und filialisiertem Einzelhandel, deutlicher Angebotsschwerpunkt auf Bekleidung und Nahrungs- und Genussmittel; sinkende Qualitäten im westlichen Zentrumsteil
Struktur des Einzelhandels	überwiegend kleinteilige Einzelhandelsnutzungen in den Erdgeschossen entlang der Langen Straße/Thülecke/Oststraße; Haupteinkaufslage befindet sich im Abschnitt zwischen der Kreuzung Lange Straße und Bendixwall über die Thülecke bis zur Kreuzung Oststraße und Ostenländer Straße; in den Ergänzungsbereichen Ost und Nord liegt der Schwerpunkt derzeit auf Lebensmitteln
Ergänzende Nutzungen	rd. 100 konsumnahe Nutzungen, dabei Vielzahl an gastronomischen Betrieben sowie Dienstleistern und Finanzinstituten
Leerstandssituation	14 Leerstände (teilweise über 100 qm Verkaufsfläche)
Konkurrenz mit anderen Standorten	innerörtlich v.a. mit den Streulagen im Kernort (z.B. Marktkauf, SB-Kaufhaus Delbrück, Umfeld Euronics)
Potenzialflächen	v.a. in den vorhandenen Leerständen und in Bezug auf mindergenutzte Ladenlokale (Zusammenlegung, Nachverdichtung, Ladenvertiefung); Grünfläche nördlich des Busbahnhofs derzeit untergenutzt

Tabelle 12: Zentrenpass – Hauptzentrum Delbrück – Status quo

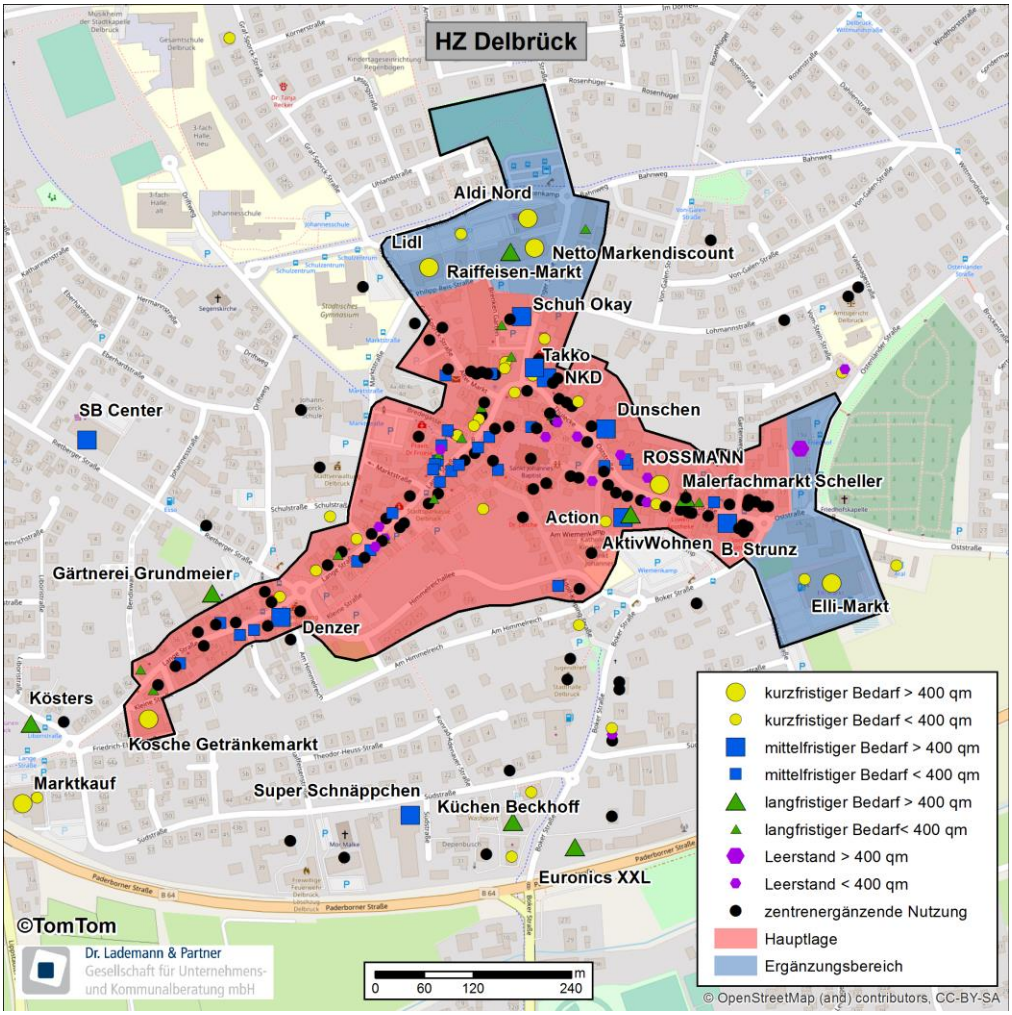

Abbildung 31: Abgrenzung des Hauptzentrums Delbrück

Bewertung des Hauptzentrums Innenstadt	
Stärken	Mischgenutzter Standort zentrentypischer Nutzungen; hoher Anteil an gastronomischen Betrieben und Dienstleistungsangeboten innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs (Synergien mit Einzelhandel); hohe Aufenthaltsqualität am Kirchplatz und durch Sanierung; Mix aus inhabergeführten und filialisierten Betrieben; an den Endpolen Lebensmittelmärkte; breites Angebot aus Sortimenten im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf; gute Anbindung im modal split, großen Stellplatzanlagen und straßenbegleitendes Parken (kostenfrei)
Schwächen	geringe Passantenfrequenz aufgrund der räumlichen Ausdehnung; erhöhter Anteil an Leerstand im zentralen Versorgungsbereich (teilweise über 100 qm Verkaufsfläche), Trading-down-Tendenzen/Minderbesatz in der westlichen Langen Straße; aktuell große Baustelle am Alten Markt; Verkehrsprägung
Handlungsziele	Sicherung und Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs; Erschließung der Potenzialflächen im zentralen Versorgungsbereich prüfen; Passantenfrequenz erhöhen durch Nutzungskonzentrationen (räumliche Prägnanz) und Ausschluss/Begrenzung von konterkarierenden Entwicklungen in Streulage; attraktive Nutzungskonzepte für Leerstände erstellen, Initiierung Flächen-/ Leerstandsmanagement prüfen; Lebensmitteleinzelhandel und Drogeriemarkt im Zentrum auf heutige Größenanforderungen anpassen; Wertigkeit bei den zentrenrelevanten Sortimenten tlw. steigerbar; Überlegungen zum Parkraummanagement/Leitsystem fortführen

Tabelle 13: Zentrenpass – Hauptzentrum Delbrück – Perspektive

Exkurs zu den geprüften Entwicklungsflächen für das Hauptzentrum

Dr. Lademann & Partner haben im Rahmen der städtebaulichen Analyse den Status quo und die Entwicklungsperspektiven zur Weiterentwicklung des Zentrums einer sorgfältigen Bewertung unterzogen. Nach Erörterung der vor Ort sondierten möglichen Potenzialflächen innerhalb und unmittelbar außerhalb des im Jahr 2011 definierten zentralen Versorgungsbereichs kamen die Gutachter zum Ergebnis, dass eine Reihe an groß zugeschnittenen Flächen nicht (mehr) zur Verfügung stehen (z.B. Gärtnerei Grundmeier: Areal für Seniorenwohnungen verplant; Bereich Himmelreichallee: Areal zu großen Teilen für den Rathausneubau verplant). Bei beiden Projekten wäre eine Integration von großflächigen Handelsnutzungen im Erdgeschoss und einer entsprechenden Stellplatzlösung städtebaulich zu befürworten gewesen, um den westlichen Zentrumsteil vom Kern heraus aufzuwerten.

Im Ergebnis wurden durch den Gutachter zwei Prüfflächen identifiziert, für die eine weitere Abschätzung hinsichtlich der Eignung vorgenommen wurde. Als zentrale Voraussetzung für eine Eignung dieser Flächen wurde die Einbindung in den zentralen Versorgungsbereich definiert. Ein fehlendes komplementäres Zusammenwirken mit der Zentrums-Gesamtheit ist i.d.R. bei Nutzungslücken (i.S.v. Wohn- oder sonstigen Gewerbenutzungen) von mehr als 100 m – 150 m gegeben. Vor diesem Hintergrund konnte die Fläche nördlich des Busbahnhofs in den zentralen Versorgungsbereich integriert werden. Hier besteht das planerische Ziel, den Bereich zur Neuordnung resp. zur Neuaufstellung der Standortlage Brenkenkamp zu verwenden.

Die Fläche zw. Südstraße / B64 ist nicht nur räumlich abgehängt vom Hauptzentrum, sondern zugleich verkehrlich sehr günstig erschlossen. Es besteht die Gefahr, dass hier eine Einzelhandelsentwicklung einsetzen würde, die sich zulasten der bestehenden Angebote im Zentrum auswirken würde. Eine Einbindung in das Hauptzentrum ist aufgrund der räumlichen Entfernung und unüberwindbarer Nutzungsbrüche (u.a. große Stellplatzanlage, fehlende Vorprägung des Zwischenbereichs an der Boker Straße) nicht möglich. Auch die Ausweisung eines weiteren zentralen Versorgungsbereichs ist v.a. aufgrund der Wettbewerbsrelevanz zu den Angeboten im Hauptzentrum nicht angebracht. Damit scheitert eine Umsetzung von großflächigen Nahversorgungsnutzungen an den Vorgaben des LEP NRW. Nach diesem können dort überschlägig lediglich 450 qm periodische Sortimente umgesetzt werden um im Einklang mit den landesplanerischen Vorgaben zu stehen[24]. Kurz- bis mittelfristig ist insofern von einer Entwicklung dieser Fläche mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Sortimenten abzusehen. Dies gilt insbesondere für das Herausziehen von Angeboten aus dem Zentrum heraus. Damit wird die Einschätzung im bisherigen Einzelhandelskonzept aus dem Jahre 2011 auch im Jahr 2019 als richtig und zutreffend angesehen.

[24] Überschlägig berechnet auf Basis der Abschöpfungsregeln des aktuellen Einzelhandelserlasses NRW.

8.2.2 Nahversorgungszentrum Lippling

Nahversorgungszentrum Lippling	
Lage und Einzugsbereich	Ortskern des Stadtteils Lippling; der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich entlang den Straßen Zur Alten Kapelle, mit zwei Ausläufern in die Straßen Zur Schmiede und Westerwieher Straße; wichtige Nahversorgungsfunktion für die Bewohner des Stadtteils Lippling (rd. 2.200 Einwohner)
Kurzbeschreibung Zentrenstruktur	kleinteilige Einzelhandelsangebote sowie ergänzende Dienstleistungen und Gastronomie entlang den Straßen Zur Alten Kapelle, Zur Schmiede und Westerwieher Straße; der Lebensmittelmarkt Frischmarkt Niermann stellt den funktionstragenden Magnetbetrieb des Zentrums dar
Städtebauliche Qualität/Erscheinungsbild	erkennbarer Ortskern an der Herz-Jesu-Kirche; sonst keine besondere städtebauliche Qualität, geprägt durch mehrgeschossige Wohn- und Geschäftshäuser
Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld	im Norden und Osten überwiegend Wohnnutzungen; im Westen öffentliche Einrichtungen sowie ein Dienstleister; im Süden landwirtschaftlich genutzte Flächen
Erreichbarkeit MIV	gute Erreichbarkeit über die Straßen Zur Schmiede/Westerwieher Straße (Ost-West-Richtung) und Zur alten Kapelle (Nord-Süd-Richtung), welche durch das Zentrum führen; Im Westen des Stadtteils führt die Kaunitzer Straße Richtung Süden bis zum Stadtteil Delbrück
Stellplatzangebot	ausreichend straßenbegleitende Parkbuchten sowie kleinflächige Sammelparkplätze vorhanden
Erreichbarkeit ÖPNV	Der Bus "D2" fährt tagsüber stündlich von Schöning nach Delbrück und stoppt dabei an mehreren Halltestellen in Lippling
Fußläufige Erreichbarkeit	Eine fußläufige Erreichbarkeit ist aus den umliegenden Wohngebieten gegeben
Aufenthaltsqualität	Keine besondere Aufenthaltsqualität aufgrund der durchschnittlichen Gestaltung des öffentlichen Raums
Magnetbetriebe	Supermarkt Frischmarkt Niermann
EH-Verkaufsfläche 2019	rd. 905 qm, davon rd. 665 qm kurzfristiger Bedarf
Angebotsspezialisierung/ -wertigkeit	Ausrichtung des Angebots auf die grundversorgungsrelevante Nachfrage sowie den langfristigen Bedarf im Bereich Einrichtungszubehör
Struktur des Einzelhandels	die Einzelhandelsstruktur wird durch einen Supermarkt und einen Getränkemarkt im Bereich des periodischen Bedarfs geprägt; hinzu kommen drei kleinteilige Handelsnutzungen für den langfristigen Bedarf (Elektrobedarf und Einrichtungszubehör)
Ergänzende Nutzungen	Finanzinstitut, Gastronomie und öffentliche Einrichtungen
Leerstandssituation	keine Leerstände vorhanden
Konkurrenz mit anderen Standorten	keine direkte Konkurrenzsituation im Naheinzugsbereich; Wechselwirkungen im Fall einer Überdimensionierung des Angebots im zentralen Ort möglich
Potenzialflächen	keine offensichtlichen Potenzialflächen vorhanden
Bewertung des Nahversorgungszentrums Lippling	
Stärken	integrierte Ortskernlage; ausreichendes Stellplatzangebot; Angebote im periodischen und langfristigen Bedarf, keine Leerstände
Schwächen	nur ein kleinflächiger Supermarkt mit einem eingeschränkten Angebot, ZVB zu schwach/begrenzte Angebotsvielfalt; begrenztes Einwohner-/Kundenpotenzial (rd. 2.200)
Handlungsziele	Einzelhandelsbestand für die Grundversorgung des Ortsteils absichern; VKF-Anpassung des Lebensmittelmarktes prüfen

Tabelle 14: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Lippling

Abbildung 32: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Lippling

8.2.3 Nahversorgungszentrum Ostenland

Nahversorgungszentrum Ostenland	
Lage und Einzugsbereich	Ortskern des Stadtteils Ostenland; der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich entlang der Kreuzung Osterloher Straße, Auf dem Haupte und Auf der Bache; in südlicher Richtung reicht er auf der östlichen Seite bis zum Hauptmannsweg; wichtige Nahversorgungsfunktion für die Bewohner des Stadtteils Ostenland (rd. 3.000 Einwohner)
Kurzbeschreibung Zentrenstruktur	Einzelhandelsangebote sowie ergänzende Dienstleistungen und Gastronomie im Kreuzungsbereich der Straßen Auf dem Haupte und Osterloher Straße
Städtebauliche Qualität/Erscheinungsbild	erkennbarer Ortskern an der St. Joseph Kirche; sonst keine besondere städtebauliche Qualität, geprägt durch Geschäfts- und Mehrfamilienhäuser in offener Bauweise
Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld	im Norden, Osten und Süden überwiegend Wohnnutzungen sowie öffentliche Einrichtungen; im Westen befinden sich landwirtschaftlich genutzte Flächen
Erreichbarkeit MIV	gute Erreichbarkeit über die Straßen Osterloher Straße und Auf dem Haupte; zusätzlich verläuft in unmittelbarer Nähe im Westen die Hövelhofer Straße bis zum Stadtteil Delbrück
Stellplatzangebot	ausreichend straßenbegleitende Parkbuchten sowie kleinflächige Sammelparkplätze vorhanden
Erreichbarkeit ÖPNV	Der Bus "D3" fährt tagsüber stündlich von Delbrück nach Hövelhof und stoppt dabei an mehreren Haltestellen in Ostenland
Fußläufige Erreichbarkeit	Eine fußläufige Erreichbarkeit ist aus den umliegenden Wohngebieten gegeben
Aufenthaltsqualität	höhere Aufenthaltsqualität im Bereich der Kirche durch eine verkehrsberuhigte Straße und starke Begrünung
Magnetbetriebe	Supermarkt Frischmarkt
EH-Verkaufsfläche 2018	rd. 2.275 qm, davon rd. 695 qm kurzfristiger Bedarf
Angebotsspezialisierung/ -wertigkeit	Ausrichtung des Angebots auf die grundversorgungsrelevante Nachfrage sowie im langfristigen Bedarf im Bereich Blumen/Pflanzen
Struktur des Einzelhandels	Die Verkaufsflächenschwerpunkte bilden ein Supermarkt und ein großflächiges Blumengeschäft
Ergänzende Nutzungen	Dienstleister, Finanzinstitute, öffentliche Einrichtungen und gastronomische Betriebe
Leerstandssituation	keine Leerstände vorhanden
Konkurrenz mit anderen Standorten	keine direkte Konkurrenzsituation im Naheinzugsbereich; Wechselwirkungen im Fall einer Überdimensionierung des Angebots im zentralen Ort möglich
Potenzialflächen	diverse Grünflächen in der direkten Umgebung
Bewertung des Nahversorgungszentrums Ostenland	
Stärken	integrierte Ortskernlage; ausreichend Stellplätze vorhanden; durch das großflächige Gartencenter werden auch Personen über den Stadtteil hinaus angesprochen; keine Leerstände
Schwächen	nur ein kleinflächiger Supermarkt, welcher ein eingeschränktes Angebot aufweist; begrenztes Einwohner-/Kundenpotenzial (rd. 3.000); außer dem Gartencenter ausschließlich Angebote im kurzfristigen Bedarf, ZVB im periodischen Bedarf zu schwach/begrenzte Angebotsvielfalt
Handlungsziele	Einzelhandelsbestand für die Grundversorgung des Ortsteils absichern; VKF-Anpassung des Lebensmittelmarktes prüfen

Tabelle 15: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Ostenland

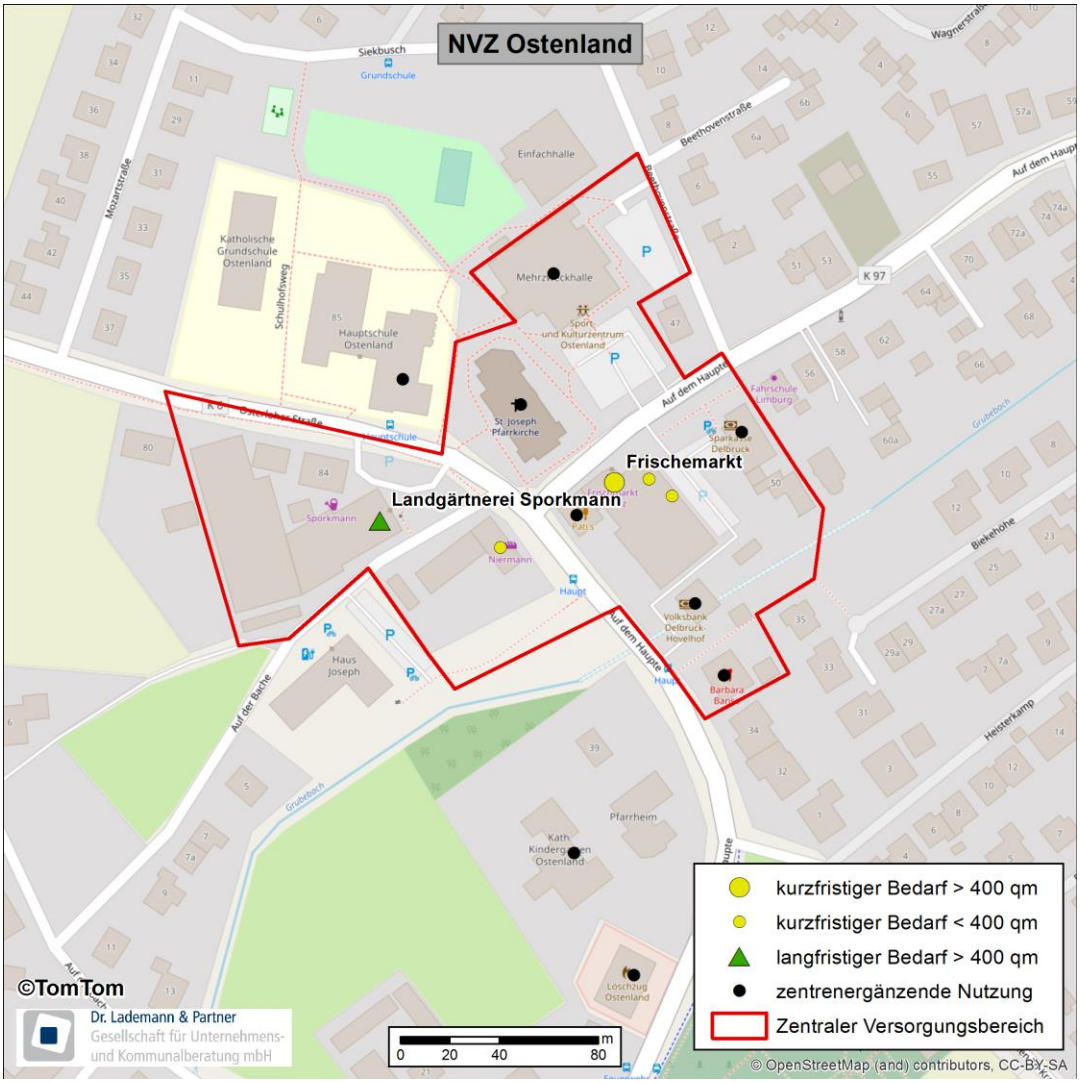

Abbildung 33: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Ostenland

8.2.4 Nahversorgungszentrum Westenholz

Nahversorgungszentrum Westenholz	
Lage und Einzugsbereich	Ortskern des Stadtteils Westenholz; der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich entlang der Westenholzer Straße bis zum Kreuzungsbereich mit der Knäppenstraße im Norden und im Süden bis zur Straße Böckmanns Feld; wichtige Nahversorgungsfunktion für die Bewohner des Stadtteils Westenholz (rd. 3.800 Einwohner)
Kurzbeschreibung Zentrenstruktur	Überwiegend kleinteilige Einzelhandelsangebote sowie ergänzende Dienstleistungen und Gastronomie entlang der Westenholzer Straße
Städtebauliche Qualität/Erscheinungsbild	erkennbarer Ortskern am Dorfplatz; sonst keine besondere städtebauliche Qualität, geprägt durch dreigeschossige Mehrfamilienhäuser mit Einzelhandel im Erdgeschoss in offener Bauweise
Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld	überwiegend Wohnnutzungen sowie öffentliche Einrichtungen; im Nordwesten befindet sich zudem das großflächige Einrichtungshaus Hansel
Erreichbarkeit MIV	gute Erreichbarkeit über die Westenholzer Straße, welche durch das Zentrum verläuft und bis zum Stadtteil Delbrück führt (Ost-West-Richtung)
Stellplatzangebot	ausreichend straßenbegleitende Parkbuchten sowie Sammelparkplätze am Dorfplatz und am Verbrauchermarkt
Erreichbarkeit ÖPNV	Der Bus "D4" fährt tagsüber einmal pro Stunde von Delbrück nach Westenholz und stoppt dort an mehreren Haltestellen
Fußläufige Erreichbarkeit	Eine fußläufige Erreichbarkeit ist aus den umliegenden Wohngebieten gegeben
Aufenthaltsqualität	keine besondere Aufenthaltsqualität aufgrund einer durchschnittlichen Gestaltung des öffentlichen Raums; lediglich am Dorfplatz kann von einer erhöhten Aufenthaltsqualität gesprochen werden
Magnetbetriebe	Verbrauchermarkt Markant
EH-Verkaufsfläche 2019	rd. 1.140 qm, davon rd. 920 qm kurzfristiger Bedarf
Angebotsspezialisierung/ -wertigkeit	Ausrichtung des Angebots auf die grundversorgungsrelevante Nachfrage
Struktur des Einzelhandels	ein kleiner Verbrauchermarkt am Ortseingang; im weiteren Verlauf der Westenholzener Straße befinden sich zwei Bäcker, eine Apotheke sowie im mittel- bis langfristigen Bedarf ein Blumengeschäft und Geschäft für Hausrat
Ergänzende Nutzungen	Dienstleister, Finanzinstitute, Autohäuser
Leerstandssituation	zwei Leerstände
Konkurrenz mit anderen Standorten	keine direkte Konkurrenzsituation im Naheinzugsbereich; Wechselwirkungen im Fall einer Überdimensionierung des Angebots im zentralen Ort möglich
Potenzialflächen	große Brachfläche bei der Kreuzung Westenholzer Straße und Anton-Pieper-Straße; vorhandene Leerstände
Bewertung des Nahversorungszentrums Westenholz	
Stärken	integrierte Ortskernlage; ausreichend Stellplätze für das vorhandene Angebot; kleiner Verbrauchermarkt bietet umfassendes Nahversorgungsangebot; solides Einwohner-/Kundenpotenzial (rd. 3.800)
Schwächen	Verbrauchermarkt Markant befindet sich am Rand der Einkaufslage; niedrige Passantenfrequenz im ZVB; begrenzte Angebotsvielfalt; ZVB tendenziell zu schwach aufgestellt
Handlungsziele	Einzelhandelsbestand für die Grundversorgung des Ortsteils absichern; VKF-Anpassung des Lebensmittelmarktes prüfen

Tabelle 16: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Westenholz

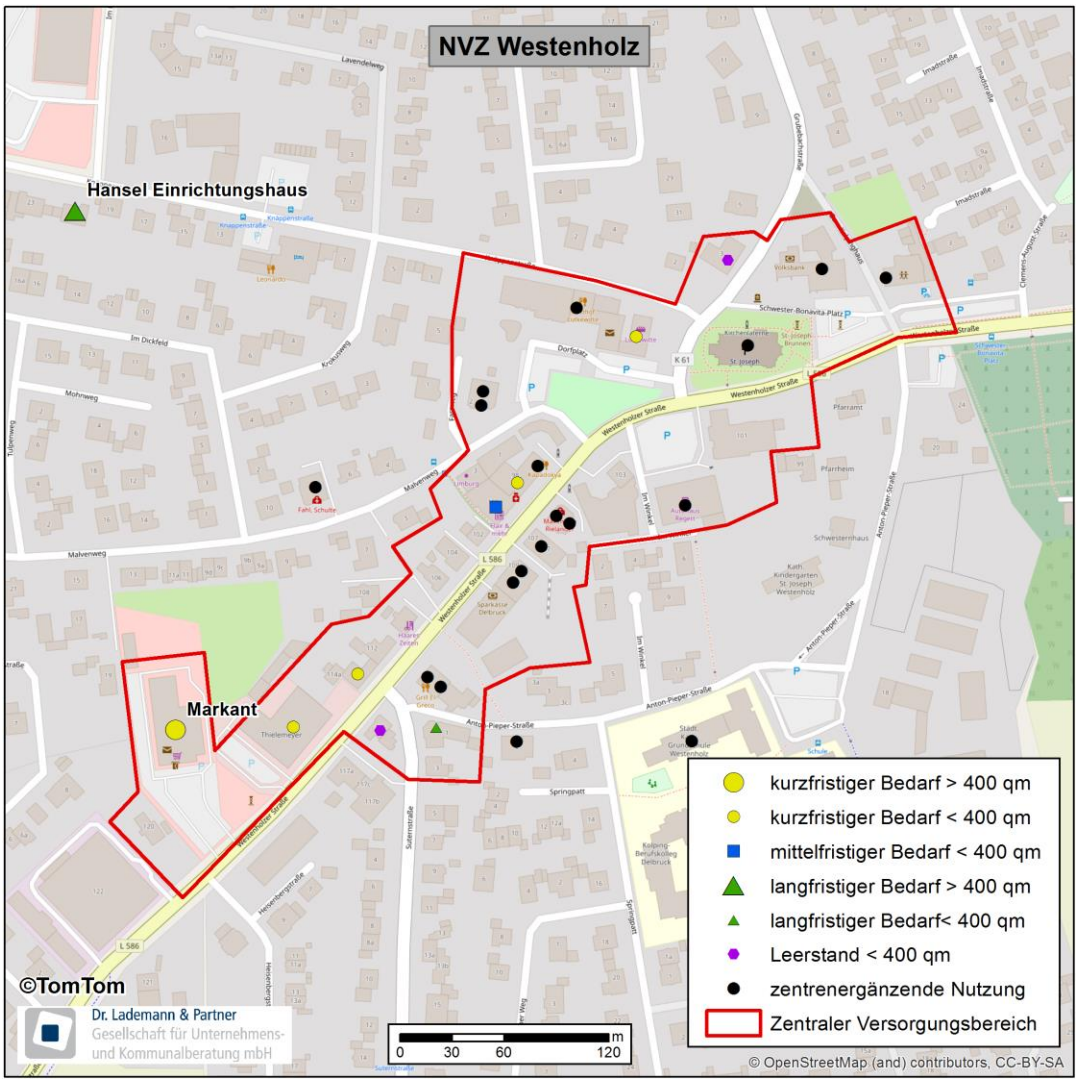

Abbildung 34: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Westenholz

8.3 Zur Zentrenrelevanz der Sortimente „Delbrücker Liste“

Eine wichtige Bedeutung in der Bewertung künftiger Einzelhandelsvorhaben kommt der Frage nach der Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz der Sortimente zu.

Sortimentslisten fungieren als wichtiges Steuerungsinstrument für die Einzelhandelsentwicklung einer Stadt oder Gemeinde. Ziel dieser ortstypischen Sortimentsliste ist es, Einzelhandelsvorhaben mit innenstadttypischen Sortimenten in die höherrangigen zentralen Versorgungsbereiche zu integrieren und somit dysfunktionale Planvorhaben abwenden zu können. Zudem dient die ortstypische Sortimentsliste als Grundlage für Ausschluss- und Beschränkungsfestsetzungen in beplanten Gebieten und im unbeplanten Innenbereich.

Insgesamt empfehlen Dr. Lademann & Partner folgende Einstufung der Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz für die Einzelhandelsentwicklung:

Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten ("Delbrücker Sortimentsliste")		
nahversorgungsrelevant*	zentrenrelevant	nicht-zentrenrelevant
Drogeriewaren	Augenoptik	Angel-, Jagd- und Reitartikel, Waffen
Getränke	Bekleidung	Bauelemente, Baustoffe
Nahrungs- und Genussmittel	Bücher	Baumarktspezifisches Sortiment
Schnittblumen	Elektrokleingeräte	Bettwaren / Matratzen
Zeitungen / Zeitschriften	Fahrräder und Zubehör	Büromaschinen
	Geschenkartikel	Campingartikel /-möbel
	Glas / Porzellan / Keramik	Elektrogroßgeräte
	Handarbeitsbedarf / Kurz- u. Meterware / Stoffe / Wolle	Erotikartikel
	Haushaltswaren / Hausrat	Gartenartikel / -geräte
	Hobbyartikel	Haus- und Heimtextilien
	Hörgeräte	Kamine / Kachelöfen
	Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme	Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör
	Medizinische und orthopädische Artikel	Kinderwagen
	Musikinstrumente und Zubehör	Lampen und Leuchten, Leuchtmittel
	Papier, Bürobedarf, Schreibwaren	Möbel, Küchen
	Parfümerie- und Kosmetikartikel	Pflanzen / Samen
	Pharmazeutischer Bedarf	Rollläden / Markisen
	Schuhe	Sportgroßgeräte
	Spielwaren	Tapeten
	Sportartikel / -kleingeräte	Teppiche, Bodenbeläge
	Sportbekleidung /-schuhe	Zoologische Artikel, lebende Tiere
	Telekommunikation und Zubehör	
	Tischwäsche	
	Uhren / Schmuck, Silberwaren	
	Unterhaltungselektronik, Computer	
	Wohneinrichtung: Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen	

Quelle: Dr. Lademann & Partner. * zugleich i.d. R. auch zentrenrelevant. Nicht aufgeführte Sortimente sind dem nicht-zentrenrelevanten Bedarf zuzuordnen.

Tabelle 17: Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten („Delbrücker Liste“)

Die Einstufung der Sortimente erfolgte durch Dr. Lademann & Partner v.a. anhand der faktischen Zentrenrelevanz der einzelnen Sortimente innerhalb des Stadtgebiets. Auch die Eigenschaften der einzelnen Sortimente (z.B. Transportsensibilität) wurden bei der Einstufung berücksichtigt. Darüber hinaus spielte aber auch eine Rolle, welche strategischen Ziele mit der Ansiedlung bestimmter Sortimente in den stadträumlichen Lagen verbunden sind. Zudem wurde die bisherige Einstufung im Einzelhandelskonzept aus 2011 und die Diskussion aus den Arbeitskreissitzungen mit den Delbrücker Akteuren berücksichtigt.

8.4 Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Delbrück

Dr. Lademann & Partner haben die bisherigen Grundsätze zur Entwicklung des Einzelhandels in Delbrück einer Prüfung auf Anwendbarkeit und Aktualität unterzogen. Die folgenden Steuerungsempfehlungen zeigen auf, an welchen Standorten nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante bzw. nicht-zentrenrelevante Sortimente durch Ansiedlungs- bzw. Erweiterungsvorhaben ausgeschöpft werden sollten.

Grundsatz 1: Nahversorgungsrelevante Kernsortimente (gem. Delbrücker Sortimentsliste)

Ziel der Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten ist die Sicherung und Stärkung einer attraktiven, möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung im Stadtgebiet insbesondere durch Sicherung und Entwicklung von funktionsfähigen Zentren.

- Grundsatz 1a: Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment *sollen* in den zentralen Versorgungsbereichen (Hauptzentrum Innenstadt, Nahversorgungszentren Lippling, Ostenland, Westenholz) liegen. Prioritär sollte der Kernbereich des Hauptzentrums eine Stärkung erfahren; sekundär kommen die übrigen Lagen in Frage (Hauptzentrum-Nebenlage, Nahversorgungszentren).
- Grundsatz 1b: Groß- und kleinflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten *sollen nicht* in Gewerbe- und Industriegebieten angesiedelt werden. (Mögliche Ausnahme: Tankstellenshop, Kiosk).
- Ausnahme 1: Bei einer städtebaulich *atypischen Fallgestaltung* können im begründeten Einzelfall großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig sein (Nachweis im Einzelfall unter Berücksichtigung der landesplanerischen Ziele, bauplanungsrechtliche Steuerung).

  Von einer Nahversorgungsfunktion ist regelmäßig dann auszugehen, wenn die sortimentsspezifische Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens in einem fußläufigen Radius an einem städtebaulich integrierten Standort die sortimentsspezifischen Kaufkraft (Nahrungs- und Genussmittel) der Bevölkerung nicht überschreitet (35 – 50 %) und gemessen an den Einwohnern keine mehr als unwesentliche (>10 %) Überschneidung des 600 m-Radius mit dem 600 m-Radius des nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereiches besteht.
- Ausnahme 2: Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe können außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche in städtebaulich integrierten Lagen (z.B. in Mischgebieten und Allgemeinen Wohngebieten), nur wenn sie der Nahversorgung dienen, angesiedelt werden. Negative städtebauliche Auswirkungen auf den zent-

ralen Versorgungsbereich und wohnortnahe Versorgungsstrukturen sind ebenso wie Agglomerationen (auch kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe) auszuschließen (Nachweis im Einzelfall, bauplanungsrechtliche Steuerung).

Grundsatz 2: Zentrenrelevante Kernsortimente (gem. Delbrücker Sortimentsliste)

Ziel der Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (ohne nahversorgungsrelevante Sortimente) ist die Sicherung und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion und der regionalen Ausstrahlung der Delbrücker Innenstadt als bedeutendster Einzelhandelsstandort im Stadtgebiet durch Sicherung und Entwicklung der Einzelhandelszentralität und der Funktionsvielfalt.

- Grundsatz 2a: Standorte für (groß- und kleinflächige) Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment *sollen* im Hauptzentrum Innenstadt liegen. Prioritär sollte der Kernbereich des Hauptzentrums eine Stärkung erfahren.
- Grundsatz 2b: Standorte für kleinflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment *können* auch in den Nahversorgungszentren Lippling, Ostenland und Westenholz liegen.
- Grundsatz 2c: Groß- und kleinflächige Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment *sollen nicht* außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere auch nicht in Gewerbe- und Industriegebieten angesiedelt werden.
- Ausnahme 1: Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (z.B. in MI-Gebieten oder in den Dörfern) sollen kleinflächige Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur nach entsprechender Einzelfallprüfung zugelassen werden, wenn sie der Versorgung der im Nahbereich wohnenden Bevölkerung dienen und keine negativen städtebaulichen Auswirkung auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind.

Durch die Anwendung des Grundsatzes 2, der die ganz überwiegende Stärkung des Hauptzentrums anstrebt, heißt dies an anderer Stelle einen weitgehend konsequenten Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs. Die restriktive Handhabung gilt auch in Bezug auf die Randsortimente. Es wird eine Überprüfung der Bauleitpläne (z.B. in Bezug auf Mischgebiet und unbeplanten Innenbereich) empfohlen.

Grundsatz 3: Nicht-zentrenrelevante Kernsortimente (gem. Delbrücker Sortimentsliste)

Ziel der Steuerung von Einzelhandelsbetrieben nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten ist die Gewährleistung einer Arbeitsteilung zwischen den unterschiedlich profilierten Standortlagen und damit die Sicherung und der Ausbau einer quantitativen und qualitativen guten Versorgung der Bevölkerung. Hintergrund ist die optimale Ausnutzung von Synergieeffekten.

- Grundsatz 3a: Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment *können* in den zentralen Versorgungsbereichen liegen.[25]
- Grundsatz 3b: Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche *sollen* Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment vorrangig auf vorhandene, ggf. auf zu planende Sonderstandorte, konzentriert werden.
- Grundsatz 3c: Standorte für nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment *können* vorrangig in den zentralen Versorgungsbereichen oder an den vorhandenen Sonderstandorten liegen.

Bei der Anwendung des Grundsatzes 3, ist hinsichtlich der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Randsortimente zusätzlich zu beachten, dass diese einen Umfang aufweisen, der betriebsformentypisch und städtebaulich vertretbar in Bezug auf die Innenstadtentwicklung ist. Als Maßstab kann für Standorte außerhalb der Innenstadt ein Verkaufsflächenanteil von 10 % Randsortimenten als kompatibel angesehen werden.

Grundsatz 4: „Handwerkerprivileg"

Darüber hinaus bestehen Ansiedlungsperspektiven für Verkaufsstätten (mit nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten) in Verbindung mit Gewerbebetrieben in GE- und GI-Gebieten („Handwerkerprivileg"), wenn

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet und in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- die angebotenen Waren aus eigener Herstellung auf dem Betriebsgrundstück stammen oder im Zusammenhang mit den hier hergestellten Waren oder mit den angebotenen Handwerksleistungen stehen,
- die Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO nicht überschritten wird.

Änderungen im Bestand/Bestandsschutz

Vorrangiges Entwicklungsziel ist die Sicherung bestehender Angebote. Der Bestandsschutz für marktaktive Betriebe kann am heutigen Standort bis zu einer geringfügigen Erweiterung um 10 % als konform mit den Steuerungsregeln bewertet werden (vgl.

[25] Hierbei wurde gewürdigt, dass im Kernbereich der Innenstadt nur wenige Potenzialflächen (Leerstände) vorliegen. Das überschaubare Flächenpotenzial sollte vorzugsweise durch nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente belegt werden. Gleichwohl wären auch nicht-zentrenrelevante Sortimente vorstellbar.

LEP NRW Ziel 7). Bei großflächigen Vorhaben ist ein Verträglichkeitsnachweis hinsichtlich der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen zu erbringen.

Ausnahme: Für einen begründeten Einzelfall ist es möglich den Schwellenwert der Geringfügigkeit zu überschreiten. Dies gilt für den seltenen Fall, wenn die Stadt Delbrück zum Ergebnis käme, dass aufgrund des nachweislichen, langfristigen Fehlens von Standortalternativen in der Innenstadt und des Überwiegens von Chancen eine abweichende Größenordnung als noch angemessen erscheint. Dabei sollte es sich möglichst um einen Anbieter handeln, der ohnehin heute schon nicht im zentralen Versorgungsbereich verortet ist.

Zusammenfassend empfehlen Dr. Lademann & Partner, Einzelhandelsvorhaben nach Branchen und Verkaufsflächendimensionierung wie folgt einzuordnen:

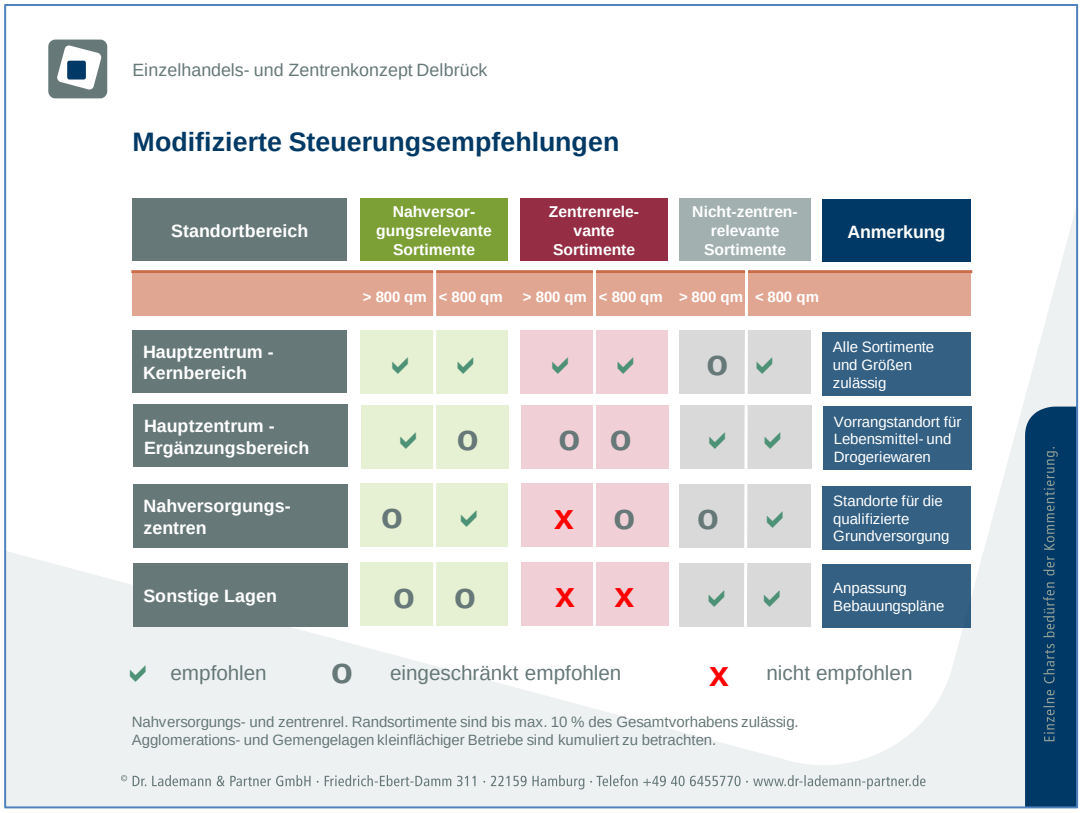

Abbildung 35: Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Delbrück

Hinweis: Die Steuerungsregeln des Einzelhandelskonzepts sind in Bezug auf den großflächigen Einzelhandels stets additiv mit den Vorgaben der Landes- und Regionalplanung zu betrachten.

Sollte sich in den nächsten Jahren zeigen, dass zum Erstellungszeitpunkt nicht bekannte Entwicklungen zur Absicherung des Lebensmitteleinzelhandels erforderlich sind (z.B. nicht mögliche Erschließung der im Zentrum befindlichen Potenzialflächen;

Absicherung des Lebensmittelmarkts außerhalb des Zentrums [Marktkauf]) besteht die Möglichkeit, das Konzept in diesem Punkt teil zu aktualisieren. Eine Aktualisierung im Sinne der Überprüfung der Anwendungstauglichkeit (im Sinne einer Erfolgskontrolle) wird allgemein nach 5 bis 8 Jahren empfohlen.

9 Maßnahmenempfehlungen für die Sicherung des Einzelhandels in der Stadt Delbrück

Verbindliche Verabschiedung des Einzelhandelskonzepts

Der erste und wichtigste Schritt ist die verbindliche Verabschiedung des fortgeschriebenen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts durch einen entsprechenden Ratsbeschluss. Damit werden die angestrebten Entwicklungsziele und Leitlinien kommuniziert und als gemeindlicher Planungswille festgeschrieben. Nur so kann das Konzept als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der Bauleitplanung verbindlich Berücksichtigung finden.

Gleichzeitig dient eine verbindliche Verabschiedung des Konzepts der Planungssicherheit der Gewerbetreibenden und Immobilieneigentümer sowie potenzieller Investoren.

Darüber hinaus entfaltet eine verbindliche Verabschiedung des Konzepts auch eine Schutzwirkung. So können Einzelhandelsvorhaben im Umland, die negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in Delbrück erwarten lassen, mit dem Verweis auf das Einzelhandelskonzept und den darin festgeschriebenen Entwicklungszielen sowie den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen erfolgversprechender entgegengetreten werden.

Demnach gilt es zunächst auf einen entsprechenden Ratsbeschluss von Seiten der Stadtverwaltung hinzuarbeiten. Dabei sollte möglichst das Gesamtkonzept beschlossen werden, um den Empfehlungen für die Einzelhandelssicherung und strategische Einzelhandelsentwicklung in den nächsten Jahren Außenwirkung zu verleihen.

Baurechtliche Absicherung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts

Die Steuerung des Einzelhandels lässt sich über die Aufstellung und Änderung von Bebauungsplänen regeln. Im Zusammenhang mit den Steuerungsregeln werden daher im Folgenden Empfehlungen für bauplanungsrechtliche Steuerungsgrundsätze zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels dargestellt. Diese gelten sowohl für die Neuaufstellung als auch für die Änderung von Bebauungsplänen. Grundsätzlich gilt es, im Sinne des Einzelhandelskonzepts städtebaulich „gewünschte“ Standorte für Einzelhandelsvorhaben entsprechend abzusichern und „unerwünschte“ Standorte und Sortimente bauplanungsrechtlich auszuschließen.

- Gewünschte – städtebaulich und raumordnerisch verträgliche – Vorhaben sollten gemäß den im Einzelhandelskonzept empfohlenen Sortimentsgruppen, Größenordnungen und Lagen planungsrechtlich vorbereitet werden.
- An Standorten, die auf Grundlage des Einzelhandelskonzepts für die Ansiedlung von Einzelhandelsvorhaben in Frage kommen, ist eine kontinuierliche Überarbeitung der vorliegenden und/oder Neuaufstellung der Bebauungspläne anzuraten.
- An Standorten, die für künftige Einzelhandelsvorhaben (vor allem zentrenrelevante und nahversorgungsrelevante Vorhaben) dauerhaft nicht mehr in Frage kommen, gilt es die Bebauungspläne entsprechend zu überarbeiten.
- In einzelhandelsseitig nicht vorgeprägten Gewerbegebieten empfiehlt sich ein planungsrechtlicher Ausschluss von Einzelhandel, um diese Gebiete für den Entwicklungsbedarf des höherwertigen und produzierenden und verarbeitenden Gewerbes vorzuhalten und bestehende Standorte nicht zu schwächen.

Die genannten strategischen Empfehlungen beinhalten eine Vielzahl möglicher planungsrechtlicher Anwendungsfragestellungen, die je Vorhaben und Standort differieren. Zur Ausgestaltung rechtssicherer Bauleitpläne ist generell zu empfehlen, dass sich die Begründung zum jeweiligen Bebauungsplan deutlich auf das vorliegende Einzelhandelskonzept in Verbindung mit dem entsprechenden politischen Beschluss bezieht. Ebenso gilt es, die Strategieempfehlungen als Abwägungsgrundsätze sowie die Sortimentsliste in die textlichen Festsetzungen der entsprechenden Bebauungspläne zu übernehmen.

Wesentliches Instrument der Feinsteuerung innerhalb der Bebauungspläne ist der Nutzungsausschluss gemäß § 1 Abs. 5 in Verbindung mit Abs. 9 BauNVO, wodurch einzelne in den §§ 2 und 4 bis 9 BauNVO genannten Nutzungsarten und Unterarten aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden können.

Sofern Bebauungspläne Standorte im zentralen Versorgungsbereich überplanen oder zur Sicherung des zentralen Versorgungsbereichs aufgestellt werden, sollte in der Begründung zum Bebauungsplan der zentrale Versorgungsbereich namentlich genannt und ergänzend parzellenscharf zeichnerisch dargestellt werden.

Allgemeine Handlungsempfehlungen

Darüber hinaus sind Empfehlungen zur allgemeinen Entwicklung der Stadt abzugeben, die als handelsexogene Rahmenbedingungen die Entwicklungsmöglichkeiten des Einzelhandels in Delbrück positiv beeinflussen können.

- Profilierung der Stadt als interessanter und gut erreichbarer **Wohnstandort** der Region, um die Einwohnerzahlen in Delbrück – und hierbei insbesondere in dem Kernort – weiter auszubauen. Darüber hinaus gilt es weiterhin durch höherwertigen Wohnungsbau kaufkraftstärkere und jüngere Einwohner anzuziehen.

- Sicherung und Ausbau der Stadt als bedeutender **Arbeitsplatzstandort**; zielgerichtete Ansiedlung von Gewerbe- und Dienstleistungsbetrieben zur Erhöhung der Arbeitsplatzzentralität; aktive Ansprache und Vermarktung von Delbrück als Wirtschaftsstandort. Vor dem Hintergrund der häufigen Kopplungsbeziehung zwischen Arbeitsweg und Versorgungseinkauf können so Nachfrageabflüsse reduziert werden.
- Schaffung/Sicherung eines **investitions- und wirtschaftsfreundlichen Klimas**, sodass im bestehenden Einzelhandel auch die Bereitschaft erhöht wird, notwendige Anpassungsmaßnahmen (z.B. Ladengestaltung, Warenpräsentation) regelmäßig vorzunehmen, aber auch Planungssicherheit für mögliche Neuansiedlungen besteht.
- Auf Grundlage dieses Einzelhandelskonzepts aktive **Ansprache von möglichen Investoren und Handelsunternehmen**.
- Weiterhin **Durchführung von überörtlich bedeutsamen Veranstaltungen** und gelegentlichen verkaufsoffenen Sonntagen zur Belebung der Einkaufsstadt.

10 Einordung von Entwicklungsbegehren in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept

In der Stadt Delbrück ist derzeit folgende **Planvorhaben in Umsetzung**:

- Das Unternehmen Rossmann erwägt seinen Standort in der Innenstadt (Oststraße) aufgrund des nicht mehr optimalen Flächenzuschnitts und der beengten Stellplatzsituation an den Standort des ehemaligen Elli-Markts zu verlagern (Ostenländer Str., ebenfalls im Hauptzentrum gelegen). Eine Nachnutzung des Altstandorts ist derzeit noch nicht bekannt. Im Sinne des Einzelhandelskonzepts wäre eine Magnetnutzung aus den zentrenrelevanten Sortimenten am ehesten zu begrüßen.

In der Stadt Delbrück werden derzeit folgende **Planvorhaben in unterschiedlicher Konkretisierungstiefe diskutiert**:

- Erweiterung des Aldi-Markts: Aufgrund der fehlenden Flächenkapazitäten am Bestandsstandort wird durch den Betreiber eine Neuaufstellung an anderer Stelle erwogen.

  Grundsätzlich wird gutachterlich eine Erweiterung des Anbieters für erforderlich gehalten, damit dieser sich moderner präsentieren kann (i.d.R. VKF > 1.000 qm). Die Kompatibilität einer Neuaufstellung kann mit dem Konzept hergestellt werden, sofern sich der Planstandort innerhalb der Abgrenzung des Hauptzentrums befindet. Bei Verlagerungen bietet sich der Altstandort z.B. für einen Drogeriemarkt oder für sonstige flächenextensive Konzepte mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten an. Alternativ könnte die Fläche zur Neuordnung des gesamten Umfeldes dienen.

- Erweiterung des Lidl-Markts: Aufgrund der fehlenden Flächenkapazitäten am Bestandsstandort wird durch den Betreiber eine Neuaufstellung an anderer Stelle erwogen.

  Grundsätzlich wird gutachterlich eine Erweiterung des Anbieters für erforderlich gehalten, damit dieser sich moderner präsentieren kann (i.d.R. VKF > 1.000 qm). Die Kompatibilität einer Neuaufstellung kann mit dem Konzept hergestellt werden, sofern sich der Planstandort innerhalb der Abgrenzung des Hauptzentrums befindet. Bei Verlagerungen bietet sich der Altstandort z.B. für einen Drogeriemarkt oder für sonstige flächenextensive Konzepte mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten an. Alternativ könnte die Fläche zur Neuordnung des gesamten Umfeldes dienen.

- Für das Areal zwischen Südstraße und B64 besteht in autokundenorientierter Lage das Interesse einen Verbundstandort eines Lebensmitteldiscounters und eines Drogeriemarkts anzusiedeln. Der Standort ist nicht Bestandteil eines zentralen Versorgungsbereichs. Eine Entwicklung von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten steht weder im Einklang mit dem Einzelhandelskonzept, noch kann eine Vereinbarkeit mit den Vorgaben des LEP NRW hergestellt werden. Lediglich eine nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsnutzung stünde mit den Vorstellungen des Einzelhandelskonzepts im Einklang.
- Der Verbrauchermarkt Marktkauf weist über einen für das Format zu kleine Flächendimensionierung auf. Für den Markt waren zuletzt eine Erweiterung am Bestandsstandort (z.B. durch Neuordnung der Stellplätze) oder aber eine Neuaufstellung an anderer, verkehrsgünstiger Stelle im Gespräch. Eine Erweiterung des Nahversorgers wäre am heutigen Standort mit den Vorgaben des LEP NRW unter der Voraussetzung der Überplanung in Einklang zu bringen (geringfügige Erweiterung um etwa +10 % gem. Ziel 7). Dies würde dem auf Frischeangebote ausgerichteten Markt eine gewisse Möglichkeit zur Optimierung des Betriebsablaufs bieten. Welche Dimensionierung der Abwägung noch zugänglich wäre, ist im Kontext der Konkretisierung des Projekts durch eine bilaterale Abstimmung insb. mit der Stadt Delbrück, der Bezirksregierung, der IHK und dem Gutachter auf Basis der Erkenntnisse eines Einzelfallgutachtens noch zu klären.

11 Zusammenfassung

Zusammenfassend lässt sich für die Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Delbrück Folgendes festhalten:

Die **sozioökonomischen Rahmenbedingungen** für den Einzelhandel in der Stadt Delbrück sind geprägt durch eine weiter leicht wachsende Bevölkerungsplattform in der Stadt selbst und eine tendenziell durchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft bei gleichzeitig deutlich negativem Pendlersaldo.

Mit dem namensgebenden Stadtteil Delbrück übernimmt dieser die Aufgabe eines Mittelzentrums. Damit soll die Stadt die Versorgung mit Gütern des gehobenen Bedarfs sicherstellen, was eine qualifizierte Versorgungsaufgabe mit periodischen und aperiodischen Sortimenten umfasst. Im **Marktgebiet** der Stadt Delbrück leben derzeit rd. 97.000 Personen. Perspektivisch ist vor dem Hintergrund der leichten Einwohnerzuwächse mit einem damit verbundenen steigenden Nachfragepotenzial zu rechnen.

Aktuell beträgt das **Gesamtverkaufsflächenangebot** in der Stadt Delbrück rd. 71.800 qm. Der Großteil des Angebots entfällt auf die Segmente des langfristigen Bedarfs. Rd. 29 % des Angebots werden in der Innenstadt von Delbrück vorgehalten, weitere rd. 6 % in den Nahversorgungszentren in den Ortsteilen. Umsatzseitig wird der Delbrücker Einzelhandel zugleich vom kurzfristigen Bedarf geprägt, der einen Umsatzanteil von rd. 44 % aufweist. Das Gesamtumsatzvolumen der Stadt liegt bei rd. 178 Mio. €. Die Zentralität von rd. 83 % weist auf überproportionale Kaufkraftabflüsse (v.a. in den Online-Handel, aber auch u.a. nach Paderborn).

Rein quantitativ sind in Delbrück Lücken im **Nahversorgungsangebot** zu identifizieren. Das Angebot ist räumlich-funktional günstig verteilt. Nahezu alle Betriebe agieren allerdings auf überwiegend nicht mehr gängigen Verkaufsflächengrößen.

Die Fortschreibung des städtebaulichen Entwicklungskonzepts im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB kommt zu folgenden Entwicklungsempfehlungen:

Der rechnerische **Entwicklungsrahmen** für den Einzelhandel in Delbrück beträgt rd. 4.700 bis rd. 16.100 qm Verkaufsfläche. Dieser entfällt auf alle Bedarfsstufen. In diesem Zusammenhang ist festzuhalten, dass es sich bei diesem Flächenrahmen nur um einen groben Orientierungsrahmen handelt, der unter Abwägung der Vor- und Nachteile ausgeschöpft werden kann. Für großflächigen Einzelhandel ist eine detaillierte Verträglichkeitsprüfung des konkreten Vorhabens erforderlich. Ferner sind die definierten Ziele der Delbrücker Einzelhandelsentwicklung zu beachten.

Insgesamt birgt aus Sicht der Gutachter die **Strategieoption „Konzentration auf die Zentren“** im Sinne einer räumlich-funktionalen Arbeitsteilung und einer Konzentration des Angebots primär auf die Delbrücker Einkaufsinnenstadt die geringsten Risiken und induziert die höchsten Attraktivitätspotenziale für die Stadt Delbrück insgesamt.

Das Zentrenkonzept der Stadt Delbrück legt die **Einkaufsinnenstadt von Delbrück (Hauptzentrum)** als zentralen Versorgungsbereich im Sinne des Baurechts fest. Hier sollte die Sicherung und die Attraktivierung des Angebots angestrebt werden. Hierfür wurden auch Potenzialflächen identifiziert. Zugleich bieten sich Maßnahmen im Bestand (Aufwertung, Erweiterung, Baulückenschluss, etc.).

Darüber hinaus wurden die **Ortskerne der Ortsteile** Lippling, Ostenland und Westenholz als weitere zentrale Versorgungsbereiche (**Nahversorgungszentren**) identifiziert. Ferner fungieren in Streulage bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten als auch solitäre Nahversorger als ergänzende Standorte des Einzelhandelsgefüges, die in ihrer Funktionsfähigkeit gesichert werden sollen.

Grundsätzlich gilt es im Sinne des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts städtebaulich „gewünschte“ Standorte für Planvorhaben entsprechend abzusichern und „unerwünschte“ Standorte und Sortimente bauplanungsrechtlich auszuschließen. Hierfür dienen auch die weiterentwickelten **Steuerungsregeln nach Zentrenrelevanz der Sortimente** in Verbindung mit der teilaktualisierten Sortimentsliste der Stadt Delbrück.

Hamburg, 17. Oktober 2019 / 29. Oktober 2021

gez. Sandra Emmerling gez. Corinna Staude

Dr. Lademann & Partner GmbH

I Glossar[26]

Betriebstypen im Einzelhandel:

Food-Einzelhandel

- Lebensmitteldiscounter

  Lebensmittelmarkt mit Verkaufsflächen bis etwa 1.200 qm (im Einzelfall auch höhere Verkaufsfläche), der ein auf Waren mit hoher Umschlagshäufigkeit beschränktes Sortiment sowie ein wöchentlich wechselndes Aktionssortiment (im Mittel 2.100 Artikel) mittels aggressiver Niedrigpreispolitik verkauft.

- Supermarkt

  Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 qm bis 800 qm Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren und Drogeriewaren, Wasch-, Putz und Reinigungsmittel anbietet.

- Verbrauchermarkt, klein

  Einzelhandelsbetrieb mit Sortimentsschwerpunkt „täglicher Bedarf", der überwiegend auf einer Verkaufsfläche zwischen 800 und 1.500 qm geführt wird.

- Verbrauchermarkt, groß

  Einzelhandelsbetrieb mit Angebotsschwerpunkt „täglicher Bedarf", der aufgrund der Flächenbedarfe meist an Pkw-orientierten Standorten auf einer Verkaufsfläche zwischen 1.500 und unter 5.000 qm geführt wird.

- SB-Warenhaus

  Einzelhandelsbetrieb ab 5.000 qm Verkaufsfläche mit Umsatzschwerpunkt bei Waren des täglichen Bedarfs und zahlreichen Nonfood-Warengruppen (bis zu 50 % der Artikel), die überwiegend an Pkw-orientierten Standorten angeboten werden.

- Vollsortimenter

  Einzelhandelsbetrieb, welcher ein breites und tiefes Sortiment mit einem flächenbezogenen Frischeanteil von ca. 30 % anbietet und durch größere Bedienungstheken gekennzeichnet ist. Das Angebot konzentriert sind im Wesentlichen auf den periodischen Bedarf (Lebensmittel) mit einem Umfang von mind. 12.000 Artikeln, ergänzt um ein Non-Food Sortiment von etwa 10 bis 15 %. SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte sind regelmäßig als Vollsortimenter zu be-

[26] Die Definitionen sind in Anlehnung an folgende Quellen formuliert:

Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln, Ausschuss für Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft, 1995: Katalog E Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft

Metro-Handelslexikon 2009/2010

Definitionen zur Einzelhandelsanalyse der Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. 2014

zeichnen. Supermärkte erreichen dagegen oftmals nicht die nötige Sortimentstiefe und -breite.

Nonfood-Einzelhandel

- Fachgeschäft

  Einzelhandelsbetrieb mit i.d.R. deutlich weniger als 800 qm Verkaufsfläche, der ein auf einen Warenbereich beschränktes Nonfood-Sortiment in tiefer Gliederung mit unterschiedlichen Bedienungskonzepten (Fremd- und Selbstbedienung, Vorwahl) und oft weiteren Service- und Beratungsleistungen verkauft.

- Fachmarkt

  Einzelhandelsbetrieb mit meist über 800 qm Verkaufsfläche, der ein auf eine Warengruppe beschränktes, preisorientiertes Nonfood-Sortiment mit eingeschränkten Service- und Beratungsleistungen an Pkw-orientierten Standorten anbietet.

- Warenhaus

  Einzelhandelsgroßbetrieb mit umfassendem Sortiment aus unterschiedlichen Warengruppen, der mit unterschiedlichen Bedienungskonzepten (oft in Fremdbedienung mit Vorwahl) geführt wird und sich in der Regel an integrierten Standorten oder in Einkaufszentren befindet.

- Kaufhaus

  Großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der Waren aus mehreren Nonfood-Branchen, davon mindestens eine in tieferer Gliederung, und unterschiedlichen Bedienungs- und Servicekonzepten verkauft. Verortet sind Kaufhäuser in der Regel an integrierten Standorten oder in Einkaufszentren (umfasst z.B. auch Textilkaufhäuser) befindet.

- Sonderpostenmarkt

  Discountorientierter Fachmarkt bzw. Discounter mit Waren aller Art, der nicht an spezielle Warengruppen oder Bedarfsbereiche ausgerichtet ist, sondern Waren aller Art für den discountorientierten Impulskauf anbietet. Die Waren werden zu niedrigen Preisen als Rest- und Sonderposten verkauft. Das Sortiment wechselt demnach häufig.

Agglomerationen, Einkaufszentren und Spezialformen

- Fachmarktagglomeration

  Ansammlung von branchengleichen/branchenverschiedenen Fachmärkten an einem Standortbereich, denen (trotz ab und zu praktizierter gemeinsamer Stellplatznutzung) ein einheitliches Management fehlt.

- Fachmarktzentrum

  Funktionales Einkaufszentrum, das an Pkw-orientierten Standorten (oft peripher) Betriebe unterschiedlicher Branchen, Betriebsgrößen und Betriebsformen mit Dominanz von preisaktiven Fachmärkten in der Regel unter einheitlichem Standortmanagement in einer meist überdachten Mall integriert.

- Einkaufszentrum/Shopping-Center

  Einzelhandelsimmobilie mit i.d.R. mehr als 10.000 qm VKF, die - einheitlich geplant und gemanagt - Einzelhandelsbetriebe aus unterschiedlichen Branchen, Betriebsgrößen und Betriebsformen mit überwiegend Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs in einer meist überdachten Mall zusammenfasst.

- Distanzhandel

  Bestimmte Form des institutionellen Einzelhandels, bei dem der Käufer den Anbieter nicht in dessen Geschäft aufsucht, um einen Kauf auszulösen, sondern andere Formate gewählt werden, um die Ware zu präsentieren, die Bestellung vorzunehmen und die Ware zu übergeben. Unter Distanzhandel werden vor allem der Online-Handel, der Kataloghandel sowie Teleshopping zusammengefasst.

- Filialbetrieb (Filialist)

  Ein Filialbetrieb verfügt über mindestens fünf unter einheitlicher Leitung stehende Verkaufsfilialen an unterschiedlichen Standorten. Die einzelnen Filialen treten unter einheitlichem Namen auf und weisen in ihrem Erscheinungsbild starke Gemeinsamkeiten auf, ohne dass sie vollständig im Marketing-Mix übereinstimmen müssen. Es gibt sowohl internationale und nationale Filialisten als auch regionale und lokale Filialisten.

Begriffe aus dem Bauplanungsrecht[27]

- Großflächigkeit

  Das Merkmal der Großflächigkeit kennzeichnet die Schwelle, ab der Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe des § 11 (3) BauNVO nur noch in einem Kern-gebiet i.S.v. § 7 BauNVO oder in einem Sondergebiet für Einzelhandel i.S.v. § 11 BauNVO zulässig sind, sofern die Vermutungsregel des § 11 (3) BauNVO nicht wiederlegt werden kann, die von negativen Auswirkungen (u.a. auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche und die Versorgung der Bevölkerung) ausgeht. Die Rechtsprechung geht davon aus, dass die Grenze der Großflächigkeit ab einer Verkaufsfläche von 800 qm beginnt.

- Zentraler Versorgungsbereich

  Unter einem zentralen Versorgungsbereich ist nach der Rechtsprechung ein räumlich abgrenzbarer Bereich einer Stadt, dem aufgrund vorhandener Einzel-

[27] Quelle: In Anlehnung an Metro-Handelslexikon 2009/2010.

handelsnutzungen, häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote, eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Ein zentraler Versorgungsbereich kann sich sowohl aus planerischen Festsetzungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben. Voraussetzung ist, dass dieser sich in einer städtebaulich integrierten Lage befindet. Isolierte Standorte bilden keinen zentralen Versorgungsbereich.

Sonstige Definitionen

- Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer

  Gibt Auskunft über die regionale Verteilung der einkommensbedingten, potenziellen Endverbrauchernachfrage in Konsumgütermärkten. In Verbindung mit den Zahlen zur ortsansässigen Bevölkerung erlaubt die Kaufkraftkennziffer quantitative Angaben zur Einschätzung der lokalen Nachfrage. Kaufkraftkennziffern werden jährlich von Marktforschungsinstituten ermittelt und zeigen, ob ein bestimmtes Gebiet tendenziell über oder unter dem Bundesdurchschnitt von 100 liegt. Die Kaufkraftkennziffer gibt insofern die relative Verteilung der Kaufkraft an.

- Ausgabesatz

  Ausgabesätze geben die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel innerhalb eines Jahres an. Sie werden sortimentsspezifisch ermittelt und geben somit Auskunft über die Höhe der Ausgaben der Bevölkerung, bezogen auf die jeweiligen Sortimente des Einzelhandels. Kombiniert mit der örtlichen Kaufkraftkennziffer und der örtlichen Einwohnerzahl lässt sich darüber das Nachfragepotenzial in einem abgegrenzten Raum ermitteln.

- Einzelhandelsrelevantes Kaufkraft-/Nachfragepotenzial

  Als einzelhandelsrelevante Kaufkraft wird diejenige Geldmenge bezeichnet, die den privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraums für Ausgaben im Einzelhandel potenziell netto zur Verfügung steht. Man unterscheidet dabei „Nachfragepotenzial im engeren Sinne“ (stationärer Einzelhandel inkl. Ladenhandwerk) und „Nachfragepotenzial im weiteren Sinne“ (inkl. Ausgaben im nichtstationären Handel).

- Flächenproduktivität

  Die Flächenproduktivität misst das Verhältnis zwischen dem erzielten Brutto-Umsatz zur eingesetzten Verkaufsfläche und kann als Durchschnittswert für ein Verkaufslokal insgesamt, aber auch für einzelne Sortimente ermittelt werden.

- Periodischer Bedarf / Nahversorgungsrelevanter Bedarf

  Unter dem periodischen Bedarf werden die Branchen Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren sowie Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel zusammengefasst. Der periodische Bedarf entspricht somit weitgehend dem Lebensmitteleinzelhandel und ist in erster Linie auf die tägliche Versorgung ausgerichtet.

- Aperiodischer Bedarf

  Unter dem aperiodischen Bedarf werden alle übrigen Branchen zusammengefasst, die auf die mittel- bis langfristige Versorgung der Bevölkerung ausgerichtet sind.

  Zusammenfassend wurden die Sortimente folgenden Obergruppen zugeordnet:

Branchen		
Kurzfristiger Bedarf	**Mittelfristiger Bedarf**	**Langfristiger Bedarf**
Nahrungs- und Genussmittel	Bekleidung/Wäsche	Optik
Gesundheits- und Pflegeartikel *Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel pharmazeutischer und medizinischer Bedarf*	Schuhe, Lederwaren	Schmuck, Uhren
Tiernahrung	Spielwaren, Hobbybedarf	Elektrobedarf
	Sportbedarf, Camping	Haus- und Heimtextilien und Einrichtungszubehör
	Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	Möbel
	Hausrat, GPK	Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör/Tierbedarf

Tabelle 18: Erhebungssystematik – Sortimentsgruppen nach Bedarfsstufen

- Nahversorgung

  Unter Nahversorgung ist die wohnortnahe Versorgung mit Gütern des Periodischen Bedarfs zu verstehen. Damit sind Einkaufsmöglichkeiten in fußläufiger Entfernung zum Wohnstandort gemeint, häufig ergänzt um einzelhandelsnahe Dienstleistungen wie Post, Bank, Frisör, Ärzte etc. Was unter einer fußläufigen Entfernung zu verstehen ist, ist nicht einheitlich und verbindlich definiert. Häufig wird eine Entfernung von etwa 10 bis 15 Gehminuten für angemessen erachtet, was ca. 500 bis 800 m-Laufweg entspricht.