

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Drensteinfurt - Endbericht - (Dortmund, Mai 2010)



Auftragnehmer

Stadt + Handel

Stadt + Handel

Dipl.-Inge. Beckmann und Föhler GbR
Huckarder Str. 12
44147 Dortmund

Tel. 0231.8626890
Fax. 0231.8626891
info@stadt-handel.de
www.stadt-handel.de

Verfasser:

Dipl.-Ing. Marc Föhler
Dipl.-Ing. Tim Stein

Dortmund, Mai 2010

Inhalt

| | |
|--|-----------|
| Inhalt | i |
| Abkürzungsverzeichnis | iii |
| 1 Kurzfassung | 1 |
| 2 Aufgabenstellung und Methodik | 3 |
| 2.1 Ausgangslage und Problemstellung | 3 |
| 2.2 Zielsetzung | 6 |
| 2.3 Methodik | 7 |
| 3 Räumliche und sozioökonomische Rahmenbedingungen | 12 |
| 4 Markt- und Standortanalyse | 15 |
| 4.1 Angebotsanalyse | 15 |
| 4.2 Nachfrageanalyse | 22 |
| 4.3 Umsatzermittlung und Zentralität | 32 |
| 4.4 Städtebauliche Analyse und Untersuchung der Standortstruktur | 34 |
| 4.4.1 Zentrale Versorgungsbereiche: Planungsrechtliche Einordnung und Abgrenzungskriterien | 34 |
| 4.4.2 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadtzentrum im Bestand | 37 |
| 4.4.3 Weitere gesamtstädtisch relevante Standortbereiche | 41 |
| 4.5 Analyse der Nahversorgungsstruktur in Drensteinfurt | 46 |
| 5 Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung in Drensteinfurt | 52 |
| 5.1 Landes- und regionalplanerische Vorgaben zur künftigen Entwicklung des Einzelhandels | 52 |
| 5.2 Absatzwirtschaftliche Entwicklungspotenziale | 53 |
| 5.2.1 Vorbemerkungen zu den ermittelten Entwicklungspotenzialen | 54 |
| 5.2.2 Methodik der Potenzialermittlung | 55 |
| 5.2.3 Entwicklung absatzwirtschaftlicher Rahmenbedingungen | 56 |
| 5.2.4 Versorgungsauftrag Zielbindungsquoten | 62 |
| 5.2.5 Absatzwirtschaftlich tragfähige Verkaufsflächenpotenziale für Drensteinfurt | 63 |
| 5.3 Räumliche Entwicklungsszenarien | 66 |
| 5.4 Zentren-, Standort- und Nahversorgungskonzept | 71 |
| 5.4.1 Künftige zentrale Versorgungsbereiche | 71 |
| 5.4.2 Künftiger Sonderstandort für großflächige Einzelhandelsbetriebe als Ergänzung zur Innenstadt | 77 |
| 5.4.3 Nahversorgungskonzept | 79 |
| 5.4.4 Zwischenfazit: das gesamtstädtische Zentren- und Standortkonzept | 85 |

| | | |
|----------|---|------------|
| 6 | Instrumentelles Umsetzungs- und Steuerungskonzept | 86 |
| 6.1 | Die „Drensteinfurter Liste“ | 86 |
| 6.2 | Ansiedlungsleitsätze | 91 |
| 6.3 | Planungsrechtliche Steuerungs- und Festsetzungsempfehlungen | 96 |
| 7 | Schlusswort | 100 |
| | Abbildungsverzeichnis | 101 |
| | Tabellenverzeichnis | 104 |
| | Literaturverzeichnis | 105 |
| | Anhang | I |

Abkürzungsverzeichnis

| | |
|-----------------|--|
| BauGB..... | Baugesetzbuch |
| BauNVO..... | Baunutzungsverordnung |
| BBE | Betriebsberatung Einzelhandel |
| EW | Einwohner |
| GZ..... | Grundzentrum (gemäß landesplanerisch zugewiesener Funktion) |
| IZ..... | Innenstadtzentrum |
| LEPro NRW | Landesentwicklungsprogramm Nordrhein-Westfalen |
| MZ..... | Mittelzentrum (gemäß landesplanerisch zugewiesener Funktion) |
| niL..... | städtebaulich nicht integrierte Lage |
| NuG | Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel |
| NV..... | Nahversorgung |
| NVZ..... | Nahversorgungszentrum |
| NZ..... | Nebenzentrum |
| OZ..... | Oberzentrum (gemäß landesplanerisch zugewiesener Funktion) |
| siL..... | sonstige städtebaulich integrierte Lage |
| U | Jahresumsatz |
| VKF | Verkaufsfläche |

1 Kurzfassung

Der Einzelhandel trägt entscheidend zur Vitalität einer Gesamtstadt bei Einzelhandelsbetriebe verschiedener Art und Größe gewährleisten nicht nur die regional nachfragewirksame Attraktivität des Innenstadtzentrums, sondern auch die wohnortnahe Grundversorgung mit den Gütern des täglichen Bedarfs. Eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur ist daher für die Lebensqualität in der Kommune, für die Ausstrahlung der Kommune in die Region und für die gesamtstädtischen künftigen Entwicklungsperspektiven unerlässlich.

Um eine solche ausgewogene Einzelhandelsstruktur zu sichern und dauerhaft strategisch zu stärken, stellt das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept umfangreiche Empfehlungen und Umsetzungsinstrumente primär für die kommunale Baugenehmigungspraxis und die örtliche Bauleitplanung zur Verfügung. Zudem enthält dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzept Leistungsbausteine, die für weitere Adressaten von Interesse sein dürften: die Wirtschaftsförderung, die örtlichen Händlergemeinschaften und das Stadtmarketing, die Einzelhändler und Einzelhandelsunternehmen, Kunden bzw. Kundenvertreter, Immobilieneigentümer und Ansiedlungsinteressierte.

Im Einzelnen wird im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der aktuelle Zustand der Drensteinfurter Einzelhandelsstruktur für alle relevanten Standorte und für alle angebotenen Sortimentsgruppen beschrieben und bewertet. Ausgehend von dieser empirisch-analytisch abgeleiteten Bewertung werden zukünftige absatzwirtschaftliche Entwicklungsspielräume für alle Sortimentsgruppen aufgezeigt. In Verbindung mit empfohlenen strategischen räumlichen Entwicklungsleitlinien (Szenarien) sowie einem Zentren- und Standortkonzept werden darauf aufbauend Ansiedlungsleitsätze entwickelt, die vorhabenspezifische Zulässigkeitsentscheidungen und bauleitplanerische Festsetzungsmöglichkeiten vorbereiten. Hierzu wird zudem die Drensteinfurter Liste zentrenrelevanter Sortimente definiert und zur Verfügung gestellt wie auch empfohlene Musterfestsetzungen.

Zusammengefasst stellen sich Angebots- und Nachfrageseite in Drensteinfurt wie folgt dar:

- Der schwache Einzelhandelsbestand im Innenstadtzentrum ist überwiegend durch eine geringe Wettbewerbssituation, kleinteilige Ladenlokale und durch eine niedrige Leerstandquote gekennzeichnet ist. Unter quantitativen Gesichtspunkten ist die Verkaufsflächenausstattung im Innenstadtzentrum als deutlich unterdurchschnittlich zu bewerten. Gleichzeitig existiert, auf Grund der zukünftigen Bevölkerungsentwicklung ein deutliches Ansiedlungspotenzial in bestimmten Sortimentsgruppen für Drensteinfurt.
- Bedeutende (Einzelhandels-)Standortbereiche befinden sich in unmittelbarer räumlicher Nähe zum Innenstadtzentrum. Städtebauliche Verknüpfungspunkte mit dem Innenstadtzentrum gibt es nicht.
- Im kurzfristigen Bedarfsbereich verfügt Drensteinfurt über eine hohe Kaufkraftbindung. Dem stehen aber auch hohe Kaufkraftabflüsse in den Sortimentsgruppen des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs gegenüber.

- Bei der Nachfrageanalyse würde eine überwiegend ausgewogene Zufriedenheit mit der Angebotsstruktur, der Stellplatzsituation und der Aufenthaltsqualität im Innenstadtzentrum festgestellt.

Darüber hinaus gewinnt die Standortfrage bei Neuansiedlungen auf Grund der schützenswerten Struktur des zentralen Versorgungsbereichs, der identifizierten Nahversorgungsstrukturen, eine zunehmend gewichtige Bedeutung.

Hergeleitet aus der Analyse zusätzlicher absatzwirtschaftlicher Ansiedlungsspielräume und verbunden mit räumlich-funktional erarbeiteten Entwicklungsszenarien werden in Drensteinfurt die folgenden Ziele für eine Fortentwicklung der Einzelhandelsstruktur zugrunde gelegt:

- Sicherung und Ausbau der grundzentralen Versorgungsfunktion unter Berücksichtigung der absatzwirtschaftlichen Verkaufsflächenspielräume
- Sicherung und Ausbau der Bedeutung des Innenstadtzentrums unter Berücksichtigung des Abbaus von strukturellen Schwächen des Zentrums
- Etablierung von Nahversorgungszentren im Ortsteil Drensteinfurt
- Sicherung und räumlich-strukturelle Verbesserung der wohnortbezogenen Nahversorgung
- Räumliche Konzentration des Einzelhandels auf leistungsfähige und zukunftsfähige Standorte
- Sinnvolle Arbeitsteilung zwischen den Versorgungsstandorten

Aufbauend auf diesen Zielen beinhaltet der Konzeptteil im Wesentlichen folgende Punkte:

- Empfehlungen für ein zukünftiges Zentren- und Standortkonzept inkl. der konkreten Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche
- die Liste der aus den örtlichen Verhältnissen abgeleiteten zentren- bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten
- Ansiedlungsleitsätze zur Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben bzw. für die Verwendung in Bauleitplanverfahren, die einerseits zur schlüssigen Umsetzung der o. g. Ziele führen und andererseits gleichzeitig die notwendige Flexibilität hinsichtlich künftig ggf. erforderlicher Einzelfallentscheidungen gewährleisten
- weitere Empfehlungen zu planungsrechtlichen Steuerungsmöglichkeiten

Alle Konzeptbausteine zielen auf eine einheitliche wie konsequente Anwendung, was sowohl eine abgewogene Zentren- und Standortentwicklung für die Stadt Drensteinfurt als auch ein transparentes und zugleich effizientes Verwaltungshandeln erlaubt.

Auf Grund der Tragweite der strategischen Konzeptbausteine für die künftige Stadtentwicklung wurden die Zwischenschritte und die erarbeiteten Empfehlungen nicht allein zwischen dem erstellenden Gutachterbüro und der Verwaltung abgestimmt, sondern in einem breit besetzten, begleitenden Arbeitskreis diskutiert. Auf diese Weise wurde sichergestellt, dass alle relevanten Aspekte in die Bearbeitung einfließen und die besonderen Belange der Händlerschaft Berücksichtigung finden.

2 Aufgabenstellung und Methodik

2.1 Ausgangslage und Problemstellung

Der Einzelhandel unterliegt seit Jahren einer deutlichen Dynamik. Dieser bundesweit zu verzeichnende Trend ist auch für den Einzelhandelsbestand der Stadt Drensteinfurt zu erkennen. Ursachen dieser Dynamik bei Einzelhandelsansiedlungen, -verlagerungen und Betriebsaufgaben sind einerseits lokale Strukturmerkmale der Angebots- wie auch der Nachfrageseite, andererseits der bundesweit wirksame Strukturwandel im Einzelhandel mit den unvermindert zu beobachtenden Konzentrationsprozessen auf Unternehmensebene, der Entwicklung neuer Betriebstypen und vor allem mit den stetig veränderten Standortanforderungen.

Neben diesen betriebswirtschaftlichen Entwicklungen gilt es auch landesplanerische und städtebauliche Zielvorstellungen, die sich in gesetzlichen Grundlagen auf verschiedenen Ebenen manifestieren, zu beachten. Diese Anforderungen müssen mit den Zielvorstellungen der Einzelhändler und Investoren abgestimmt und gefestigt werden. Auch die Stadt Drensteinfurt möchte in Zukunft die vorhandenen Einzelhandelsstandorte und insbesondere die Innenstadt vor unerwünschten städtebaulich-funktionalen Entwicklungen bewahren, sie weiterhin bedarfsgerecht fortentwickeln und Einzelhandelsvorhaben hierzu gezielt und in transparenter Art sortimentspezifisch, einheitlich und rechtssicher steuern. Ein kommunales Einzelhandels- und Zentrenkonzept bietet als Fachbeitrag zur städtischen Bauleit- und Stadtentwicklungsplanung hierzu gezielte Lösungsempfehlungen an.

Mit diesem Bericht liegt der Stadt Drensteinfurt nunmehr ein solches Einzelhandels- und Zentrenkonzept vor, das eine umfassende analytische Ebene – bezogen auf absatzwirtschaftliche Daten der Angebots- und Nachfrageseite wie auch städtebauliche und bauplanungsrechtliche Rahmenbedingungen – mit einer Herleitung der notwendigen räumlich-funktionalen Steuerungsinstrumente für einzelhandelsrelevante Nutzungen verknüpft. Es bezieht darüber hinaus auch die perspektivische Entwicklung sozioökonomischer Parameter in Analyse und Konzeption ein.

Dieser Bericht fasst den intensiven Diskussionsprozess zwischen Politik und Verwaltung, Vertretern der IG Werbung, der IHK Nord Westfalen und des Einzelhandelsverbands Münsterland sowie dem Gutachterbüro Stadt + Handel zusammen, der während der Erarbeitungsphase zwischen Juni und Dezember 2007 erfolgreich gemeinsam durchgeführt wurde, und konkretisiert und vertieft dessen Ergebnisse.

Das kommunale Einzelhandels- und Zentrenkonzept soll als politisch gestütztes Instrument eine grundlegende und strategische Arbeitsbasis für den Stadtentwicklungsprozess der nächsten Jahre bilden¹.

¹ Wesentliche Voraussetzung für die gewinnbringende Nutzung des kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts ist die politisch gestützte Bekräftigung des Konzepts – verbunden mit einer konsequenten künftigen Anwendung. Auf diese Weise entfaltet das Konzept seine Potenziale als Instrument zur Sicherung und strategischen Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche in Drensteinfurt, insbesondere des Innenstadtzentrums.

Städtebauliche Einordnung

Kein Stadtzentrum gleicht dem anderen. Jedes verfügt über eine eigene Geschichte, über spezifische städtebauliche Erkennungsmerkmale, über besondere kulturelle Angebote und auch über einen speziellen Mix an Einzelhandelsangeboten. Diese Individualität lässt die Menschen den Besuch eines Innenstadtzentrums als Erlebnis wahrnehmen.

Darüber hinaus haben das Innenstadtzentrum und die Neben- bzw. Nahversorgungszentren eine ganz besondere Funktion: die Zentren bieten Versorgungsmöglichkeiten, Bildungsangebote und Dienstleistungen in einer Dichte und in einem atmosphärischen Umfeld an, die in anderen Stadtbereichen in der Regel nicht zu finden sind. Diese Kopplungsattraktivität der Zentren gibt ihnen unter den Besuchsmotiven den Vorzug vor peripheren und weniger dicht genutzten Bereichen. Viele private und öffentliche Investitionen haben über Jahre dazu beigetragen, diese städtische Attraktivität der Zentren – funktional wie städtebaulich – zu erhalten und zu steigern.

Es besteht insgesamt also ein großes öffentliches wie auch privates Interesse daran, die Funktionsfähigkeit und die lebendige Nutzungsdichte der Innenstädte und der untergeordneten Zentren zu erhalten. Umgekehrt formuliert bedeutet dies, so genannte trading-down-Effekte, Leerstände und einen Attraktivitätsverlust der Zentren zu vermeiden. Zugleich sollen auch weitere bedeutende Einzelhandelsstandorte im Stadtgefüge, etwa Sonderstandorte für großflächige nicht zentrenschädigende Sortimente, einerseits anbieter- und kundengerecht sowie andererseits unter Berücksichtigung der allgemeinen stadtentwicklungspolitischen Ziele weiterentwickelt werden, sofern sie eine Ergänzung zu den zentralen Einzelhandelsstandorten darstellen.

Ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept beinhaltet die hierzu erforderlichen Abwägungsgrundlagen und Steuerungsempfehlungen, die durch die kommunale Bauleitplanung und im Rahmen der örtlichen Baugenehmigungsverfahren aufgegriffen werden.

Rechtliche Einordnung

Für die Aufgabe, die zentralen und die ergänzenden Einzelhandelsstandorte zu sichern und fortzuentwickeln, tragen viele Schultern die Verantwortung: Immobilienbesitzer, Händler, Gastronomen, Kulturschaffende, Bürger. Insbesondere aber die Steuerung des Einzelhandels obliegt der Hoheit der Kommune: durch das Bau- und Planungsrecht ist sie mit Befugnissen ausgestattet, die Standortwahl von Einzelhandelsbetrieben im Sinne gesamtstädtisch gewinnbringender Grundsätze zu steuern, ohne jedoch Konkurrenzschutz oder Marktprotektionismus zu betreiben. Durch die kommunale Genehmigungspraxis und Bauleitplanung kann die öffentliche Hand aktiv Einfluss darauf nehmen, den für die Bürger und Besucher interessanten Nutzungsmix der Innenstadt, in den Nebenzentren und an den Ergänzungsstandorten dauerhaft zu stabilisieren und auszubauen.

Jede Steuerung von Bauvorhaben mittels Genehmigungsverfahren bzw. der Bauleitplanung bedarf einer aus dem Bauplanungsrecht abgeleiteten, sorgfältig erarbeiteten Begründung. Da das Steuern im Einzelfall auch die Untersagung oder die Einschränkung eines Vorhabens bedeuten kann, werden an die Begründung dieses hoheitlichen Handelns bestimmte rechtsstaatliche Anforderungen gestellt. So ist zum Beispiel zur sortimentspezifischen Handhabung von Vorhaben ein bloßer Rückgriff auf landesweite Sortimentslisten nicht ausreichend. Vielmehr hat die planende Gemeinde sortimentspezifisch darzulegen, welche aktuellen und insbesondere örtlichen Gründe jeweils für oder gegen ein Einzelhandelsvorhaben sprechen². Im Zentrum der kommunalen Steuerungsmaßnahmen müssen stets städtebauliche – also bodenrechtliche – Aspekte stehen, zu denen insbesondere der Schutz zentraler Versorgungsbereiche (etwa die Drensteinfurter Innenstadt) gehört.

Die empfohlenen Steuerungsinstrumente des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts, die als Grundlage der Bauleitplanung dienen, müssen hinreichend bestimmt bzw. bestimmbar und daher abschließend sein. Sortimentslisten, welche die Begriffe „insbesondere“, „zum Beispiel“ bzw. „beispielsweise“ enthalten, sind auch im Sinne der gängigen Rechtsprechung nicht hinreichend präzise und können zur bauleitplanerischen Steuerung nicht verwendet werden. Rechtliche Grundlagen für das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept sind schließlich die Anforderungen des Baugesetzbuchs (BauGB), der Baunutzungsverordnung (BauNVO), des Landesentwicklungsprogramms Nordrhein-Westfalen (LEPro NRW) sowie die Anforderungen der aktuellen Rechtsprechung.

Der Bundesgesetzgeber hat mit der diesjährigen Novelle des BauGB den Stellenwert kommunaler Einzelhandels- und Zentrenkonzepte im Rahmen der Bauleitplanung weiter gestärkt. Nachdem sie bereits als besonderer Abwägungsbelang in § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB verankert waren, stellen sie neuerdings auch in § 9 Abs. 2a BauGB (einfache Innenbereichs-Bebauungspläne zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche) eine wesentliche Abwägungsgrundlage dar.

Auch das in diesem Jahr novellierte LEPro NRW fordert explizit die Aufstellung von Einzelhandels- und Zentrenkonzepten und formuliert Anforderungen an deren inhaltliche Ausgestaltung³. Die Konzepte sollen den Kommunen als weitere Entscheidungsgrundlage zur Einzelhandelsentwicklung und raumordnerischen Beurteilung dienen.

Wirtschaftliche Einordnung

Die wirtschaftliche Bedeutung eines kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts sollte nicht überschätzt werden, da ein solches Konzept im Kern ein stadtplanerisches Instrument darstellt. Dennoch können Einzelaspekte eine besondere Grundlage für die kommunale Wirtschafts- und Standortförderung bilden. Hierzu

² Zu dieser Anforderung liegt eine gefestigte landesgerichtliche Rechtsprechung vor, so z.B. OVG Münster, Urteil 7A D 92/99.NE vom 03.06.2002, gleichlautend auch VGH Baden-Württemberg, Urteil 8 S 1848/04 vom 02.05.2005.

³ vgl. Begründung zur Novelle des LEPro NRW 2007.

enthält ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept beispielsweise Aussagen und Bewertungen zu einzelhandelsbezogenen Ansiedlungspotenzialen oder zur Optimierung der Standortqualität und -vermarktung. Nicht zuletzt bieten die erarbeiteten Inhalte und ihre konsequente Anwendung eine Erhöhung der Investitionssicherheit – sowohl für bereits langjährig ansässige Einzelhändler als auch für ansiedlungsinteressierte Investoren.

Auf Grund der beschriebenen Bedeutung für die Standortentwicklung ist es ein Hauptanliegen eines jeden qualitativen umsetzungsbezogenen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts, auch die relevanten Wirtschaftsakteure in den Erarbeitungsprozess frühzeitig einzubeziehen. Lokale Interessenvertreter (IG Werbung) sind daher, wie angedeutet, in den ergänzend zur Analyse und Konzeption stattfindenden Diskussionsprozess zwischen Politik, Verwaltung und Fachgutachtern eingebunden worden.

2.2 Zielsetzung

Das Ziel des kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts besteht darin, der Stadt Drensteinfurt eine aktuelle, fachlich fundierte und empirisch abgesicherte Entscheidungsbasis sowie Empfehlungen

- zur Sicherung und Weiterentwicklung des Einzelhandels in der Innenstadt von Drensteinfurt,
- zur Sicherung und Ergänzung der wohnortnahen Grundversorgung (Nahversorgung) und
- zur rechtssicheren planungsrechtlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung auch an anderen Standorten durch ein räumlich-funktional abgestuftes Zentren- und Standortkonzept

zur Verfügung zu stellen. Damit einhergehend bzw. damit eng verbunden sind folgende Aspekte:

- Steuerung und Begrenzung innenstadtrelevanter Randsortimente
- Planungsrechtliche Beurteilung neuer Einzelhandelsvorhaben
- Umgang mit bestehenden Bebauungsplanfestsetzungen
- Interkommunale Abstimmung und die kommunale Abwägung

Zur Erreichung dieser Ziele ist es unter anderem notwendig, Leitlinien und Grundsätze der künftigen Einzelhandelsentwicklung zu erarbeiten, mit relevanten Vertretern zu erörtern und abzustimmen. Ebenso ist eine Drensteinfurter Sortimentsliste zu erstellen. Alle Entscheidungsgrundlagen und Empfehlungen sind unter Berücksichtigung des BauGB, der BauNVO, des LEPro NRW sowie der aktuellen Rechtsprechung zu entwickeln.

Im Einzelnen werden folgende Untersuchungsfragen verfolgt:

- Wie stellt sich die aktuelle Angebots- und Nachfragesituation in der Stadt Drensteinfurt sortiments- und standortspezifisch dar?
- Wie stellen sich die städtebaulich-funktionalen Rahmenbedingungen für den Einzelhandel im Innenstadtzentrum sowie in den sonstigen integrierten sowie städtebaulich nicht integrierten Lagen dar? Welche städtebaulichen und absatz-

wirtschaftlichen Potenziale und Defizite gibt es, und welche Stärken und Schwächen weist Drensteinfurt als Einkaufsstandort gesamtstädtisch sowie standortbezogen auf?

- Welche räumlich konkreten Abgrenzungen (gebietsscharf) sind für die zentralen Versorgungsbereiche in Drensteinfurt unter Berücksichtigung der aktuellen Gesetzes- und Rechtslage – insbesondere mit Blick auf die novellierten Ziele der Landesplanung in NRW (§24a LEPro NRW) – zu empfehlen?
- Welche Nahversorgungsbereiche und Sonderstandorte sind darüber hinaus im Rahmen der Erarbeitung eines gesamtstädtischen räumlich-funktionalen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts einzubeziehen? Welche lokalen und ggf. überörtlichen Funktionen übernehmen diese Standorte?
- Welche Bereiche des Siedlungsgebietes sind aktuell nicht ausreichend mit Nahversorgungsangeboten versorgt und in welchen Bereichen droht die Nahversorgungsfunktion kurz- bis mittelfristig wegzubrechen? Welche Strategien und Einzelmaßnahmen sind zur flächendeckenden dauerhaften Nahversorgung der Wohnbevölkerung sowohl am Hauptort als auch in den Ortslagen vorzunehmen?
- Welche Sortimente sind im Rahmen der Erarbeitung einer ortsspezifisch hergeleiteten Drensteinfurter Sortimentsliste mit Blick auf die Bestandssituation und die Entwicklungsziele in Drensteinfurt als zentren-, nahversorgungs- oder nicht-zentrenrelevant einzustufen?
- Wie ist die Kommune hinsichtlich der bauleitplanerischen Instrumente aufgestellt? Welche bau- und planungsrechtlichen Aspekte und Regelungsvorschläge sollten künftig Berücksichtigung finden?

2.3 Methodik

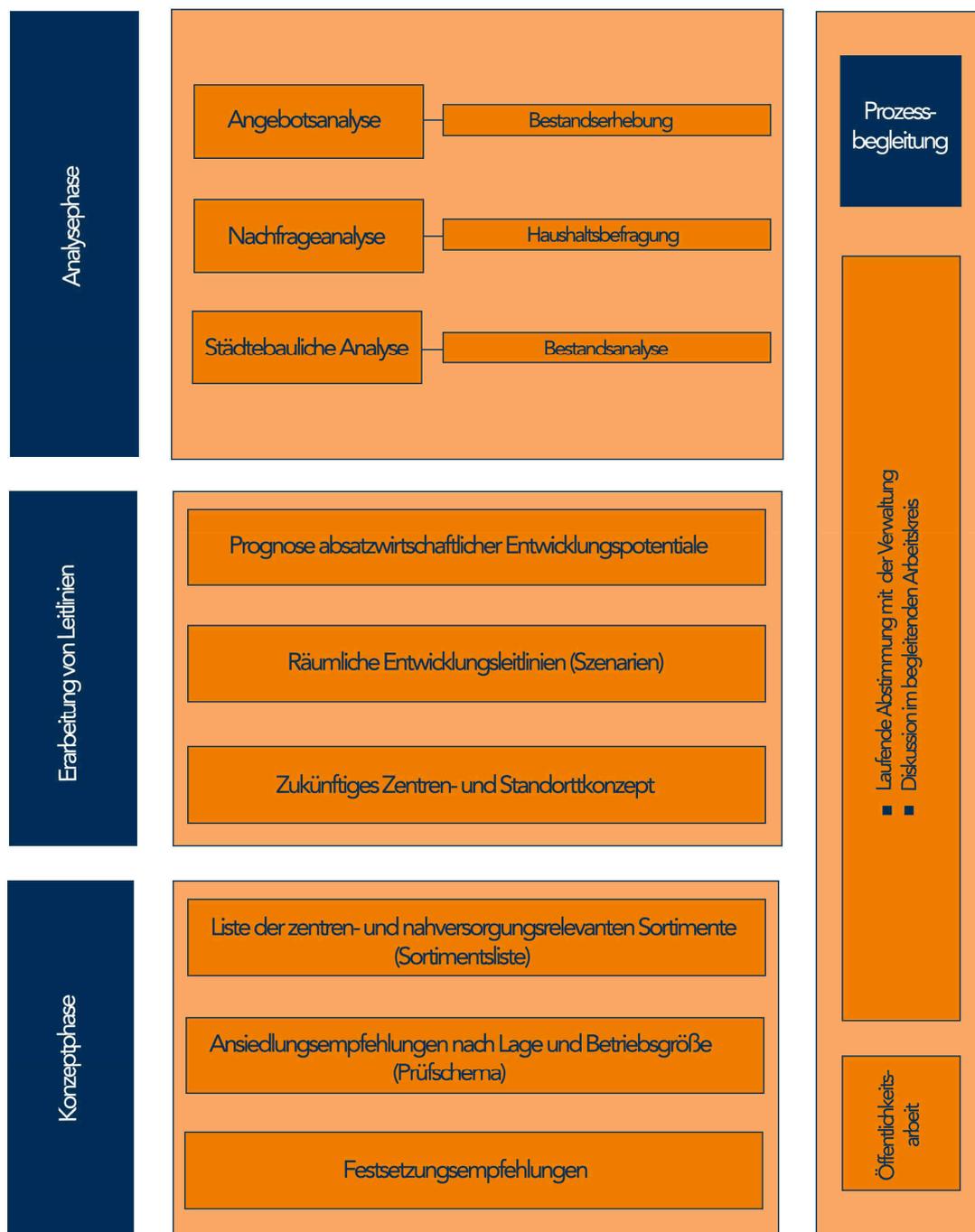
Um die beschriebene Zielsetzung zu erreichen, sind verschiedene aufeinander folgende Erarbeitungsschritte erforderlich. In diese Erarbeitungsschritte sind analytische und bewertende Leistungsbausteine eingebunden, die wiederum auf mehrere primär-statistische empirische Erhebungen zurückgreifen.

Die Herleitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts gliedert sich in die drei Abschnitte „Analysephase“, „Erarbeitung von Leitlinien“ und „Konzeptphase“. Ein vierter Abschnitt („Prozessbegleitung“) findet kontinuierlich parallel statt. Die einzelnen Leistungsbausteine werden in der folgenden Abbildung grafisch veranschaulicht, die Grafik gibt gleichzeitig die Gliederung des vorliegenden Berichts wieder.

Zur Erfassung und Bewertung der Angebots- und Nachfragesituation sowie der städtebaulichen Standortmerkmale wurden im Rahmen dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzepts die folgenden empirischen Bausteine zugrunde gelegt und aufeinander abgestimmt:

- Bestandserhebung Einzelhandel (sowie in Zentren: ergänzende Zentrenfunktionen)
- Bestandsanalyse Städtebau
- Telefonische Haushaltsbefragung

Abbildung 1: Erarbeitungsschritte des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts



Quelle: eigene Darstellung

Die relevanten Daten wurden anhand von Betriebsbegehungen und telefonischen Umfragen ermittelt. Alle Erhebungen wurden vom 02.07.2007 bis einschließlich zum 14.07.2007 durchgeführt. Durch die unterschiedlichen empirischen Herangehensweisen kann ein breites Spektrum an relevanten Daten für das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Drensteinfurt gewonnen werden. Die tatsächlichen Angebots- und Nachfrageverhältnisse der Einzelhandelsbetriebe sind auf diese Weise umfassend und detailliert abgebildet und ermöglichen eine genaue, sortimentspezifische Steuerung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Drensteinfurt. Weiterhin wird durch die Aufnahme der städtebaulichen Struktur und Zuordnung der

Betriebe zu städtebaulichen Lagen ein räumlicher Bezug hergestellt, der eine Lenkung der räumlichen Entwicklung von Einzelhandelsstandorten in Drensteinfurt zulässt.

Tabelle 1: Übersicht über die verwendeten empirischen Bausteine

| | Bestandserhebung | Haushaltsbefragung |
|---------------------|--|---|
| Daten- grundlage | Erhebung durch Stadt + Handel | Erhebung durch ein spezialisiertes Meinungsforschungsinstitut (162 Bürger befragt) |
| Zeitraum | 27. + 28. KW 2007 | 27. + 28. KW 2007 |
| Methode | Erhebungsbogen | telefonische Befragung |
| Inhalt | Standortdaten Verkaufsfläche Sortiment Öffnungszeiten | Einkaufsort nach Sortiment Angebotslücken Veränderung bei der Wahl der Einkaufsorte |

Quelle: eigene Darstellung

Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe

Die Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe ist für die Stadt Drensteinfurt flächendeckend durchgeführt worden; es liegt somit eine Vollerhebung des Ladeneinzelhandels vor. Wegen der grundsätzlichen Bedeutung für die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Untersuchungen sind neben dem Ladeneinzelhandel auch Betriebe des Lebensmittelhandwerks (z.B. Metzger, Bäcker), Tankstellenshops sowie Kioske erfasst bzw. überprüft worden. Darüber hinaus sind Ladenleerstände – soweit eine vorherige Einzelhandels- oder Dienstleistungsnutzung erkennbar war – als wichtiger Indikator der Einzelhandelsstruktur und städtebaulicher Implikationen in zentralen Bereichen aufgenommen worden.

Die vom Büro Stadt + Handel durchgeführte Bestandserhebung erfasst die Verkaufsflächen (VKF) bestehender Anbieter sowohl insgesamt als auch detailliert nach den jeweils angebotenen Sortimenten, um die tatsächlichen Angebotsverhältnisse sowohl der Kern- als auch der Randsortimente realitätsnah abbilden zu können.

Zur Ermittlung der Verkaufsflächen sind Betriebsbegehungen durchgeführt worden; die Gesamtverkaufsfläche wurde differenziert nach innen und außen liegender VKF ermittelt. Dabei ist je nach Situation entweder die persönliche Befragung des Personals bzw. des Inhabers/ Geschäftsführers oder die eigenständige Vermessung der VKF in Betracht gezogen worden. Die aktuelle Rechtsprechung zur Verkaufsflächendefini-

tion des Bundesverwaltungsgerichts vom November 2005 findet dabei Anwendung⁴. Persönlich erfragte Verkaufsflächen wurden grundsätzlich auch auf ihre Plausibilität hin überprüft und ggf. modifiziert. Eine Schätzung von Verkaufsflächen ist nur im Ausnahmefall vorgenommen worden und entsprechend kenntlich gemacht, wenn etwa trotz mehrmaliger Zugangsversuche zu einem Ladengeschäft eine Messung oder Befragung nicht möglich war (z.B. bei Ladenleerständen wegen Betriebsaufgaben).

Ergänzend zu den Sortimenten und der Verkaufsfläche wurden außerdem die städtebauliche Lage jedes Betriebs sowie die Öffnungszeiten notiert. Diese Daten sind zur Bewertung und Optimierung der Einzelhandelsstruktur im Rahmen des Empiriebausteins der Bestandserhebung unerlässlich.

Bestandsanalyse Städtebau

Für die Innenstadt und die bedeutsamen sonstigen Standorte erfolgt eine an den untersuchungsrelevanten Fragestellungen orientierte städtebauliche Analyse. Stärken und Schwächen sämtlicher relevanter Einkaufsstandorte werden dabei herausgestellt. Ein wesentlicher Aspekt ist angesichts der hohen Bedeutung für die bauleitplanerische Steuerung die räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs der Innenstadt. Eine solche städtebaulich-funktional hergeleitete Abgrenzung ist die Basis der zu überprüfenden und zu aktualisierenden Drensteinfurter Sortimentsliste und der zukünftigen räumlichen Steuerung von Einzelhandelsansiedlungen und muss daher im Zusammenhang mit sämtlichen Einzelhandelsstandorten von Drensteinfurt erarbeitet werden.

Die Erfassung der Einzelhandelsbetriebe im Zusammenhang mit einer städtebaulich-funktional begründeten Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche bildet das Kernstück einer zukünftigen sortimentspezifischen räumlichen Steuerung von Einzelhandelsvorhaben in der Bauleitplanung.

Haushaltsbefragung

Im Rahmen der Haushaltsbefragung wurden telefonische Interviews mit 162 Bürgern geführt und somit rd. ein Prozent der Einwohner der Stadt Drensteinfurt erfasst. Die Bevölkerungsverteilung innerhalb von Drensteinfurt ist dabei für die Befragungsstreuung äquivalent berücksichtigt worden. Die Befragung wurde von einem darauf spezialisierten Marktforschungsunternehmen mittels eines standardisierten Fragebogens durchgeführt.

Anhand der Haushaltsbefragung werden auf repräsentative Weise Daten des räumlichen Versorgungsverhaltens der Wohnbevölkerung nach Sortimentsgruppen differenziert gewonnen. So können Rückschlüsse hinsichtlich sortimentspezifischer örtlicher und überörtlicher Kaufkraftströme und ggf. deren Veränderungen in den letzten Jahren gezogen werden. Durch die Haushaltsbefragung werden insbesondere Aussagen zu potenziell aktivierbaren Kaufkraftpotenzialen aus Drensteinfurt selbst getroffen und mit Blick auf die Nahversorgungsstruktur Kaufkraftflüsse zwischen den

⁴ vgl. BVerwG, Urteil 4C 10.04 vom 24.11.2005, Stadt + Handel Newsletter #04 vom Oktober 2007.

Drensteinfurter Ortsteilen ermittelt. Die proportional zu den Einwohnerzahlen der Ortsteile durchgeführte Befragung dient zudem der Prüfung und Benennung von Versorgungslücken der Nahversorgung in den Ortsteilen. In Verbindung mit der Angebotsanalyse bildet die Haushaltsbefragung somit die wesentliche Grundlage zur Bewertung zukünftiger absatzwirtschaftlicher Entwicklungen zur Standortsicherung und Standortstrukturentwicklung der Nahversorgungsanbieter.

Darüber hinaus werden die Daten bezüglich der Kaufkrafteigenbindung und Kaufkraftabflüsse aus Drensteinfurt für die weiteren Berechnungen angewendet. Sie geben Aufschluss über die Validität der gesamten Datenbasis einerseits und die Analyse der perspektivischen Entwicklungsmöglichkeiten sowie der darauf basierenden konzeptionellen Aussagen andererseits, sowohl was die Nahversorgung angeht als auch die sonstigen (innenstadtrelevanten bzw. nicht-innenstadtrelevanten) Einzelhandelsangebote.

Prozessbegleitung durch einen Arbeitskreis

Neben den laufenden Abstimmungsgesprächen zwischen dem erstellenden Gutachterbüro und der Verwaltung wurde ein prozessbegleitender Arbeitskreis während der Erstellungsphase des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts eingerichtet. Diese enge Einbindung relevanter Akteure gewährleistet, dass alle notwendigen Informationen in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept einfließen und sämtliche Zwischenschritte mit einem breit besetzten Gremium diskutiert wurden. Insgesamt hat der begleitende Arbeitskreis dreimal getagt. Vertreter folgender Institutionen wurden zur Teilnahme durch die Stadt Drensteinfurt eingeladen:

Für die Politik:

- Vertreter der Ratsfraktionen in Drensteinfurt

Für den Einzelhandel:

- Vertreter des Gewerbevereins Drensteinfurt e. V.
- Vertreter des Einzelhandelsverbands Münsterland e. V.
- Vertreter der Industrie- und Handelskammer Nord Westfalen

Darüber hinaus haben an jeder Sitzung der Bürgermeister der Stadt Drensteinfurt sowie die zuständigen Vertreter der Verwaltung und des Gutachterbüros teilgenommen.

3 Räumliche und sozioökonomische Rahmenbedingungen

Relevante Standortfaktoren für die Analyse und Bewertung der Einzelhandels- und Standortstruktur werden nachfolgend vorgestellt. Weitere angebots- und nachfrage-seitige Rahmenbedingungen und Entwicklungstrends, wie etwa die Entwicklung der Bevölkerung, werden in Kapitel 5.2 näher erläutert.

Lage im Raum

Die Stadt Drensteinfurt liegt im westlichen Teil des Kreises Warendorf und ist demnach Teil des Regierungsbezirks Münster. Die Stadt liegt rd. 20 km südöstlich der Innenstadt Münsters und grenzt an die Städte Münster, Sendenhorst, Ahlen, Hamm und Ascheberg.

Drensteinfurt liegt im landwirtschaftlich geprägten Münsterland, jedoch ist das Ruhrgebiet in kurzer Zeit zu erreichen.

Abbildung 2: Lage der Stadt Drensteinfurt im Raum



Quelle: eigene Darstellung

Landesplanerisch ist die Stadt Drensteinfurt als Grundzentrum ausgewiesen. Das nächstgelegene Oberzentrum stellt die Stadt Münster dar. Die beiden angrenzenden Städte Hamm und Ahlen sind als Mittelzentren ausgewiesen.

Aus Sicht des motorisierten Individualverkehrs ist die Erreichbarkeit der Stadt Drensteinfurt – im Umkehrschluss aber auch die nahegelegenen Konkurrenzstandorte – als gut zu bezeichnen. Die Bundesstraße B 58 durchquert die Stadt Drensteinfurt in Ost-West-Richtung und bindet die Stadt an die westlich verlaufende Bundesautobahn 1 an. Des Weiteren durchquert die Bundesstraße B 63 Drensteinfurt in Nord-Süd-Richtung.

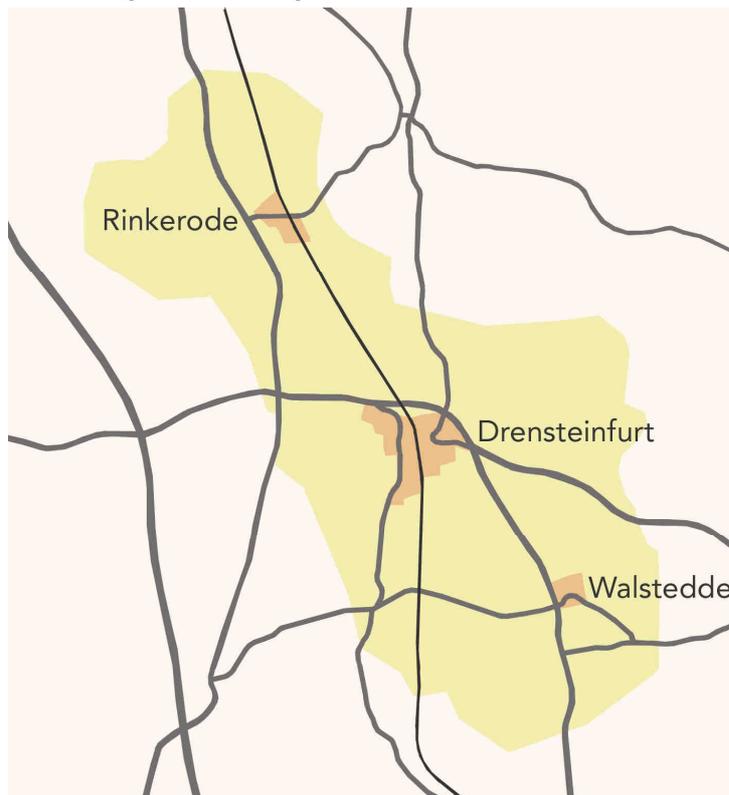
An den öffentlichen Personennahverkehr ist die Stadt Drensteinfurt – insbesondere die Ortsteile Drensteinfurt und Rinkerode – durch die Bahnverbindung Münster - Hamm außerordentlich gut angebunden.

Siedlungsstruktur und Einwohnerverteilung

Das Stadtgebiet Drensteinfurts erstreckt sich in Nord-Süd-Richtung auf einer Länge von rd. 20 km und in Ost-West-Richtung auf einer Länge von bis zu 8 km.

Wie in der nachstehenden Abbildung zu erkennen ist, gliedert sich die Siedlungsstruktur Drensteinfurts in drei eigenständige Ortsteile.

Abbildung 3: Siedlungsstruktur



Quelle: eigene Darstellung

Der Ortsteil Drensteinfurt stellt sich – auch auf Grund des größten Bevölkerungsanteils – als Kernort der Stadt Drensteinfurt dar. Hier leben mit rd. 8.950 Personen rd. 58 % der Bevölkerung Drensteinfurts. Der Ortsteil Drensteinfurt stellt sich als vielfältiger Siedlungsbereich mit einem historischen Kern und darum angeordneten Wohn- und Gewerbegebieten dar.

Tabelle 2: Einwohnerverteilung auf die Ortsteile

| Ortsteil | Einwohner | Anteil (%) |
|---------------|-----------|------------|
| Drensteinfurt | 8.951 | 58,0 |
| Rinkerode | 3.511 | 22,8 |
| Walstedde | 2.967 | 19,2 |
| GESAMT | 15.429 | 100,0 |

Quelle: Stadt Drensteinfurt; Stand: 11.06.2007, nur Hauptwohnsitze

Die beiden Ortsteile Rinkerode und Walstedde liegen deutlich abgesetzt vom Kernort im Nordwesten (Rinkerode) bzw. im Südosten (Walstedde) des Stadtgebiets. Beide Ortsteile verfügen mit jeweils rd. 3.500 (Rinkerode) bzw. rd. 3.000 (Walstedde) Einwohnern allenfalls über ein geringes einzelhandelsrelevantes Bevölkerungspotenzial. Gleichwohl muss auf Grund der abgesetzten Lage zum Ortsteil Drensteinfurt in den beiden Ortsteilen ein besonderes Augenmerk auf die Nahversorgungssituation gelegt werden.

4 Markt- und Standortanalyse

Die Markt- und Standortanalyse umfasst einerseits die Untersuchung und Bewertung der im Rahmen dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzepts wichtigen Angebots- und Nachfragedaten, andererseits eine flankierende Analyse städtebaulicher Merkmale der bedeutenden Einzelhandelsstandorte in Drensteinfurt. Schließlich erfolgt im Rahmen der Markt- und Standortanalyse auch die nähere Untersuchung der Nahversorgungsstruktur in Drensteinfurt.

4.1 Angebotsanalyse

In Drensteinfurt gibt es zum Erhebungszeitpunkt 86 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 20.080 m² (vgl. folgende Tabelle).

Tabelle 3: Einzelhandelsbestand in Drensteinfurt

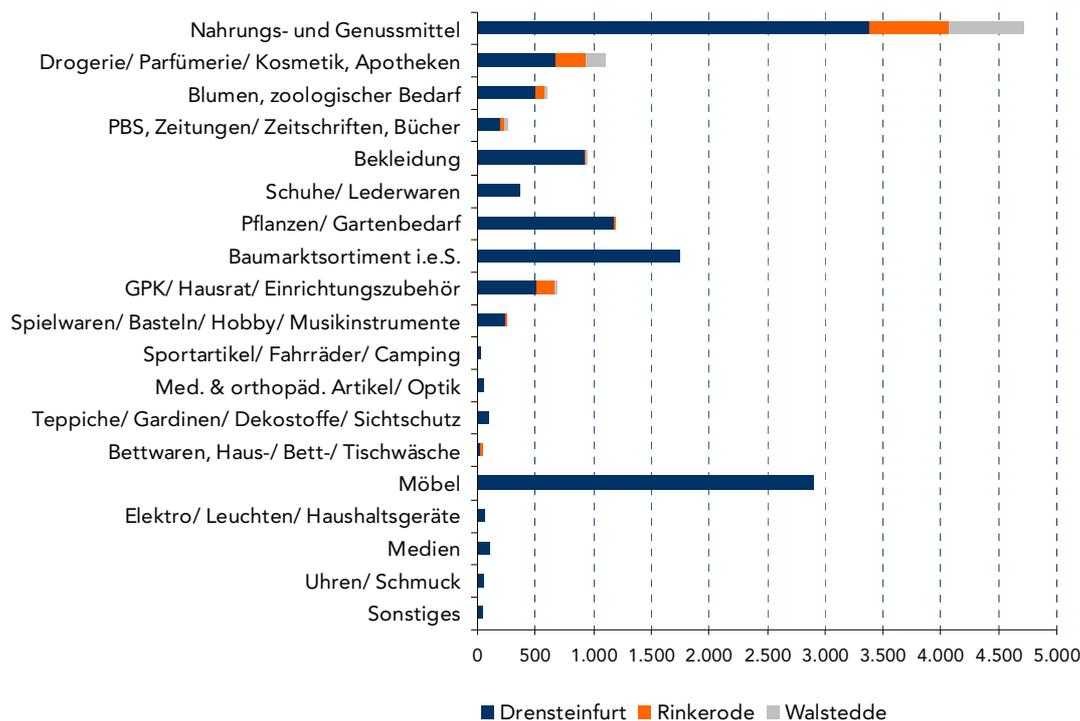
| | Stadt + Handel (2007) | ish 2001 | BRD (2006) |
|--|--------------------------|-------------|---------------|
| Anzahl der Betriebe * | 86 | 90 | - |
| Gesamtverkaufsfläche (in m ²) | 20.080 | 18.080 | - |
| Gesamtverkaufsfläche je EW | 1,3 | 1,2 | 1,43 |

* ohne Leerstände

Quelle: Einzelhandelsbestandsenerhebung Stadt + Handel 07/2007; Einzelhandels- und Zentrenkonzept ish 2001; Website Destatis 2007

Die durchschnittliche Verkaufsflächenausstattung in Drensteinfurt liegt leicht unter dem Bundesdurchschnitt. Zur vorherigen Untersuchung aus dem Jahr 2001 ist eine leichte Verkaufsflächenzunahme zu verzeichnen. Bei der gleichzeitigen Abnahme der Betriebsanzahl spiegelt die Entwicklung in Drensteinfurt den Bundestrend mit Konzentrationsprozessen bei gleichzeitiger Verkaufsflächenexpansion wieder. Allerdings ist auch auf erhebungsmethodische Unterschiede zu verweisen. Durch die jüngste bundesverwaltungsgerichtliche Rechtsprechung wird die Verkaufsfläche eindeutig definiert. Insbesondere bei der Erhebung von Außenverkaufsflächen kann es zu Abweichungen zu älteren Bestandserhebungen kommen.

Betrachtet man im Folgenden die sortimentspezifischen Verkaufsflächen wird ersichtlich, dass ein deutlicher Schwerpunkt der vorhandenen Verkaufsflächen in der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel erzielt wird, gefolgt von Verkaufsflächen in der Sortimentsgruppe Baumarktsortiment i.e.S. sowie Möbel (vgl. folgende Abbildung).

Abbildung 4: Verkaufsflächenbestand in m² nach Sortimentsgruppen und Ortsteilen

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2007

Die Abbildung verdeutlicht neben dem Gesamtangebot je Sortimentsgruppe auch die Verteilung der Verkaufsflächenangebote nach den Drensteinfurter Ortsteilen. So wird z.B. ersichtlich, dass im Ortsteil Drensteinfurt der überwiegende Anteil des Verkaufsflächenangebots bereitgehalten wird. Rinkerode und Walstedde stellen jeweils weniger als rd. 13 % des Gesamtangebotes bereit. Der überwiegende Teil des Verkaufsflächenangebots in den Ortsteilen Rinkerode und Walstedde fällt mit jeweils mehr als 80 % (im Ortsteil Walstedde sogar mehr als 95 %) auf den kurzfristigen Bedarfsbereich⁵.

⁵ Der kurzfristige Bedarfsbereich umfasst die Sortimentsgruppen Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie/ Kosmetik/ Parfümerie und Apotheken, Blumen und zoologischer Bedarf sowie PBS, Zeitungen/ Zeitschriften und Bücher.

Nach städtebaulichen Lagen differenziert zeigt sich, dass der Hauptanteil der Einzelhandelsbetriebe nicht im Innenstadtzentrum, sondern außerhalb verortet werden kann⁶.

Tabelle 4: Einzelhandelsbestand nach städtebaulichen Lagen⁷

| | Innenstadtzentrum (IZ) | Sonstige städtebaulich integrierte Lagen | Sonstige nicht integrierte Lagen | gesamt |
|-------------------------------------|------------------------|--|----------------------------------|--------|
| Anzahl der Betriebe* | 29 | 50 | 10 | 86 |
| Anteil in % | 34 | 58 | 12 | 100 |
| | | | | |
| Verkaufsfläche (in m ²) | 2.500 | 12.500 | 5.210 | 20.080 |
| Anteil in % | 13 | 62 | 27 | 100 |

* ohne Leerstand

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2007; Verkaufsflächen auf 10 m² gerundet

Rund ein Drittel der Betriebe sind im Innenstadtzentrum angesiedelt, auf die Verkaufsfläche bezogen beanspruchen innerstädtische Betriebe sogar nur rd. 13 % (vgl. vorstehende Tabelle). Dies ist im Vergleich zu anderen Städten und Gemeinden ein deutlich unterdurchschnittlicher Wert. Rund zwölf Prozent der Einzelhandelsbetriebe befinden sich in städtebaulich nicht integrierten Lagen. Dies ist ein erfreulich geringer Wert, der verdeutlicht, dass der Stadt Drensteinfurt eine nachhaltig integrative Ansiedlungspolitik gelungen ist. Rund 58 % der Einzelhandelsbetriebe liegen in städtebaulich integrierter Lage. Dieser Wert verdeutlicht, dass das Innenstadtzentrum von Drensteinfurt eine eher untergeordnete Rolle im Bereich der Einzelhandelsbedeutung spielt.

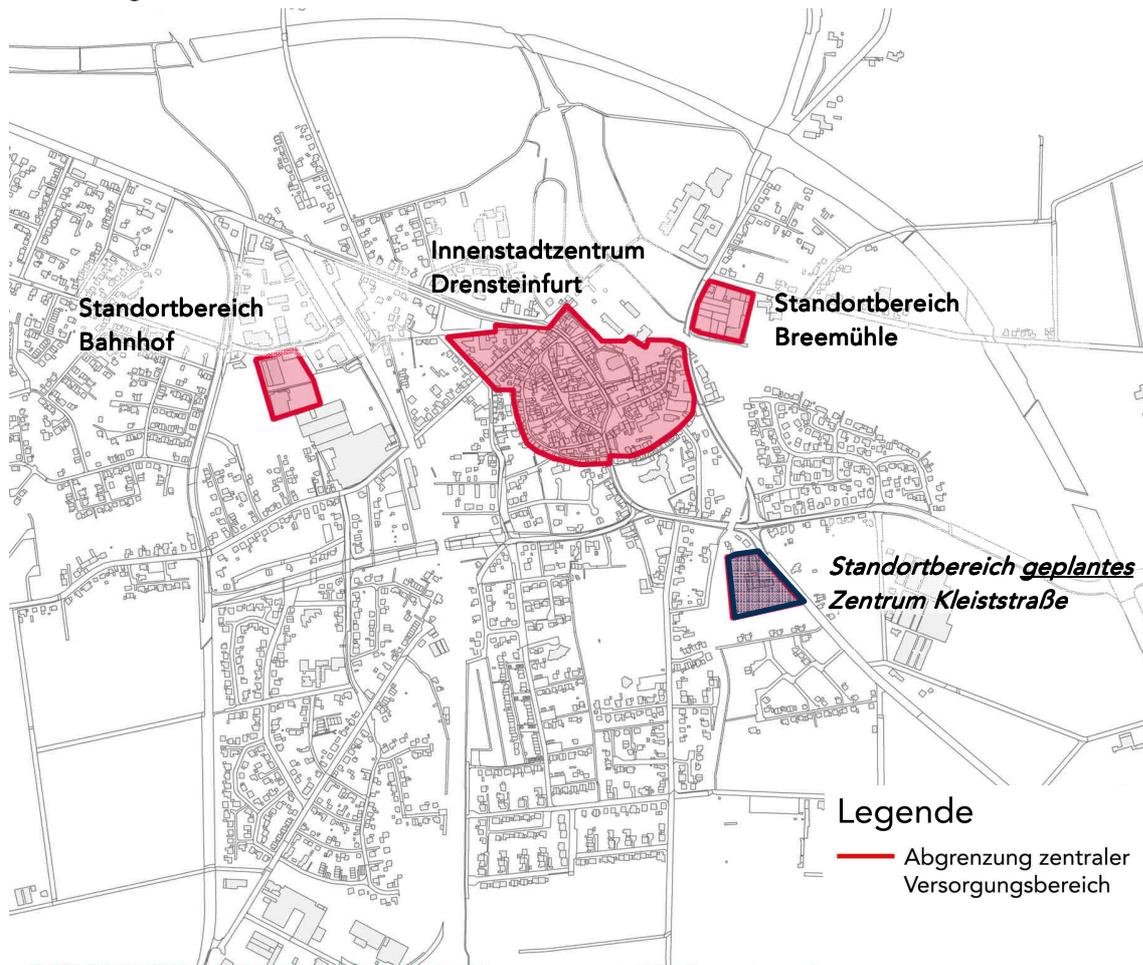
Diese kurze einführende Betrachtung des Einzelhandelsangebots verdeutlicht die schwierige Ausgangslage, in der sich das Drensteinfurter Innenstadtzentrum befindet.

Betrachtet man des Weiteren die außerhalb des Innenstadtzentrums gelegenen Standorte detaillierter, wird ersichtlich, dass ein überwiegender Teil der dort verorteten Verkaufsfläche auf zwei, in städtebaulich integrierter Lage befindliche, Standortbereiche entfällt. Wie die nachstehende Karte offenbart, befinden sich diese Standortbereiche in räumlicher Nähe zum Innenstadtzentrum.

⁶ Zur räumlichen Abgrenzung des Innenstadtzentrums siehe Kapitel 4.4.

⁷ Für eine nähere Definition der städtebaulichen Lagen siehe das Glossar im Anhang.

Abbildung 5: Bedeutende Standortbereiche in Drensteinfurt



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Stadt Drensteinfurt

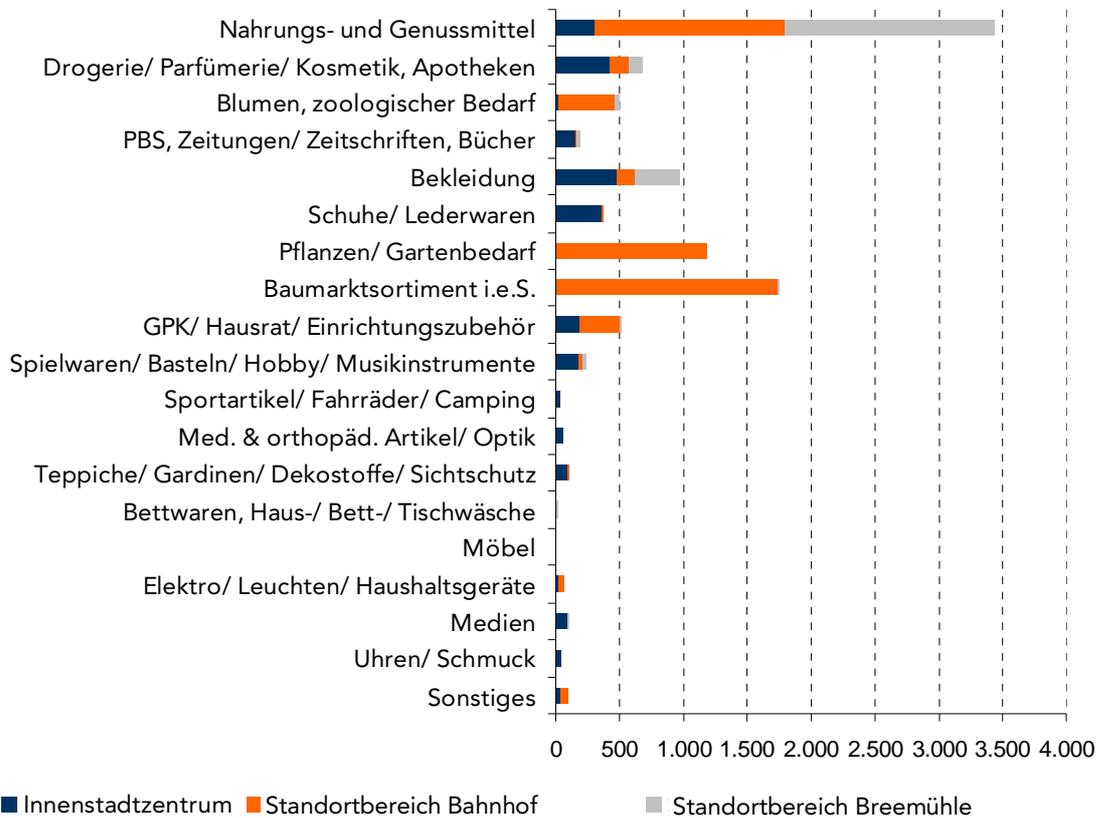
Die oben stehende Karte zeigt einen dritten Standortbereich südlich des Innenstadtzentrums, welcher ein perspektivisches Zentrum darstellt.

Diese drei Standortbereiche weisen folgende Charakteristika auf:

- Der Standortbereich Bahnhof stellt sich als autokundenorientierter Standort in städtebaulich integrierter Lage dar. Mit einem Lebensmitteldiscounter (Aldi) und einem Lebensmittelvollsortimenter (K+K) ist einerseits ein starker Besatz im Bereich der kurzfristig nachgefragten Güter vorhanden, zum anderen steht mit einem Raiffeisen- und einem Werkmarkt ein starkes Einzelhandelsangebot im mittelfristigen Bedarfsbereich bereit.
- Der Standortbereich Breemühle ist ebenso als autokundenorientierter Standort in städtebaulich integrierter Lage konzipiert. In diesem Standortbereich überwiegen mit einem Lebensmitteldiscounter (Lidl) und einem Lebensmittelvollsortimenter (Rewe) Betriebe mit einem nahversorgungsrelevanten Angebot. Ergänzt wird der Einzelhandelsbesatz in diesem Standortbereich um einen Textilanbieter (Kik).
- Der Standortbereich Kleiststraße liegt südlich des Innenstadtzentrums in städtebaulich integrierter Lage. Derzeit befindet sich auf der Fläche das Autohaus Volkmar. Stadtentwicklungspolitische Zielvorstellung der Stadt Drensteinfurt ist es an dieser Stelle ein Nahversorgungszentrum zu etablieren.

Differenziert nach dem sortimentspezifischen Verkaufsflächenbestand und nach bedeutenden Standortbereichen wird der schwach ausgeprägte Einzelhandelsbesatz des Drensteinfurter Innenstadtzentrums im Vergleich zu den beiden anderen Standortbereichen verdeutlicht.

Abbildung 6: Verkaufsflächenbestand in m² nach Sortimentsgruppen und bedeutenden Standortbereichen



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2007

In kaum einer der untersuchten Sortimentsgruppen kann das Drensteinfurter Innenstadtzentrum den größten Anteil der Verkaufsfläche auf sich vereinigen, Ausnahmen hierbei bilden die beiden Sortimentsgruppen Bekleidung und Schuhe/ Lederwaren. Allerdings fällt hierbei – absolut betrachtet – das Angebot in Drensteinfurt mit einer Verkaufsfläche von rd. 800 m² in beiden Sortimentsgruppen zu anderen Vergleichsstandorten stark ab⁸.

⁸ Im Vergleich zum Drensteinfurter Innenstadtzentrum umfasst das Innenstadtzentrum der Gemeinde Neuenkirchen (ca. 14.000 Einwohner) in den beiden Sortimentsgruppen Bekleidung und Schuhe/ Lederwaren ein Verkaufsflächenangebot von rd. 1.400 m² Verkaufsfläche (vgl. Stadt + Handel 2007a).

Die nachstehende Tabelle verdeutlicht das besondere Gewicht der beiden Standortbereiche Bahnhof und Breemühle für Drensteinfurt.

Tabelle 5: Einzelhandelsbestand nach bedeutenden Standortbereichen

| | Innenstadt | Bereich Bahnhof | Bereich Breemühle |
|--|------------|-----------------|-------------------|
| Anzahl der Betriebe | 29 | 7 | 5 |
| Anteil in % | 34 | 8 | 6 |
| Verkaufsfläche in m² | | | |
| Verkaufsfläche in m² | 2.500 | 5.620 | 2.160 |
| Anteil in % | 13 | 28 | 11 |

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2007; Verkaufsflächen auf 10 m² gerundet

Beide stellen mit rd. 11 % (Standortbereich Breemühle) bzw. rd. 28 % einen bedeutenden Anteil am Verkaufsflächenbestand von Drensteinfurt dar und weisen im Vergleich zum Innenstadtzentrum – gemessen am Verkaufsflächenanteil – mindestens einen gleichwertigen (Standortbereich Breemühle) wenn nicht sogar deutlich stärkeren Verkaufsflächenbestand auf. Eine vertiefte Betrachtung der Einzelhandelsituation des Drensteinfurter Innenstadtzentrums erlaubt die Untersuchung der Betriebsstruktur im Innenstadtzentrum.

Tabelle 6: Betriebsstruktur nach Sortimentsgruppen im Innenstadtzentrum Drensteinfurt

| | Anzahl der Betriebe im Innenstadtzentrum |
|---|--|
| Nahrungs- und Genussmittel | 6 |
| Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken | 5 |
| Blumen, zoologischer Bedarf | 0 |
| PBS, Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher | 3 |
| Summe überwiegend kurzfristiger Bedarf | 13 |
| Bekleidung | 3 |
| Schuhe/ Lederwaren | 2 |
| Pflanzen/ Gartenbedarf | 0 |
| Baummarktsortiment i.e.S. | 0 |
| GPK/ Hausrat/ Einrichtungszubehör | 1 |
| Spielwaren/ Basteln/ Hobby/ Musikinstrumente | 2 |
| Sportartikel/ Fahrräder/ Camping | 0 |
| Summe überwiegend mittelfristiger Bedarf | 7 |
| Med. & orthopäd. Artikel/ Optik | 2 |
| Teppiche/ Gardinen/ Dekostoffe/ Sichtschutz | 2 |
| Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche | 0 |
| Möbel | 0 |
| Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte | 0 |
| Medien | 1 |
| Uhren/ Schmuck | 1 |
| Sonstiges | 1 |
| Summe überwiegend langfristiger Bedarf | 6 |
| Gesamt | 29 |

Quelle: Einzelhandelbestandserhebung Stadt + Handel 07/2007

Die vorstehende Tabelle belegt den absolut betrachtet geringen Einzelhandelsbesatz im Innenstadtzentrum von Drensteinfurt, insgesamt sind dort 29 Betriebe verortet. Der Großteil der Betriebe ist dabei dem kurzfristigen Bedarfsbereich zuzuordnen⁹. Des Weiteren belegt die Tabelle für den mittel- und langfristigen Bedarfsbereich eine schwach ausgeprägte Wettbewerbssituation innerhalb des Innenstadtzentrums. Keiner Sortimentsgruppe – bis auf die Sortimentsgruppe Bekleidung – sind mehr als zwei Betriebe zuzuordnen. Betrachtet man darüber hinaus die durchschnittlichen Ladenlokalgrößen im Drensteinfurter Innenstadtzentrum wird die kleinteilige Einzelhandelsstruktur offensichtlich. Über alle Sortimentsgruppen hinweg ergibt sich eine durchschnittliche Ladenlokalgröße von rd. 90 m². Die nachstehende Tabelle stellt die durchschnittlichen Ladenlokalgrößen für sämtliche Sortimentsgruppen im Innenstadtzentrum von Drensteinfurt detailliert dar.

Tabelle 7: Strukturanalyse der Ladenlokale im Innenstadtzentrum von Drensteinfurt

| Hauptbranche Betrieb | Anzahl Betriebe | Ladenlokalgröße | | | | | | | | | | VKF Ø |
|--|-----------------|--|----|----|---|---|--|-----|-----|-----|-----|-------|
| | | 5 kleinste Betriebe (VKF in m ²) | | | | | 5 größte Betriebe (VKF in m ²) | | | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Nahrungs- und Genussmittel | 6 | 10 | 10 | 30 | | | | | 40 | 40 | 40 | 30 |
| Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken | 5 | 30 | 50 | | | | | 150 | 190 | 250 | 130 | |
| Blumen, zoologischer Bedarf | | | | | | | | | | | 0 | |
| PBS, Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher | 3 | 20 | 60 | | | | | | | 100 | 60 | |
| Bekleidung, | 3 | 30 | 40 | | | | | | | 400 | 220 | |
| Schuhe/ Lederwaren | 2 | 110 | | | | | | | | 250 | 180 | |
| Pflanzen/ Gartenbedarf | | | | | | | | | | | | |
| Baumarktsortiment i.e.S. | | | | | | | | | | | | |
| GPK/ Hausrat/ Einrichtungszubehör | 1 | | | | | | | | | 170 | 170 | |
| Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente | 2 | 30 | | | | | | | | 150 | 90 | |
| Sportartikel/ Fahrräder/ Camping | | | | | | | | | | | 0 | |
| Medizinische u. orthopädische Artikel/ Optik | 2 | 20 | | | | | | | | 40 | 30 | |
| Teppiche/ Gardinen/ Dekostoffe/ Sichtschutz | 2 | 20 | | | | | | | | 90 | 60 | |
| Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche | | | | | | | | | | | 0 | |
| Möbel | | | | | | | | | | | | |
| Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte | | | | | | | | | | | 0 | |
| Medien | 1 | | | | | | | | | 60 | 60 | |
| Uhren/Schmuck | 1 | | | | | | | | | 50 | 50 | |
| Sonstiges | 1 | | | | | | | | | 50 | 50 | |

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2007

⁹ Eine Zuordnung der Betriebe zu den Sortimentsgruppen erfolgt über die Hauptbranche je Betrieb. Diese ergibt sich aus dem nach der Verkaufsfläche größten Sortiment unter ggf. weiteren Sortimenten.

Die Leerstandsquote im Innenstadtzentrum von Drensteinfurt fällt mit einem Anteil von rd. drei Prozent gering aus und unterstreicht die geringen endogenen Erweiterungspotenziale.

Zwischenfazit: Bewertung der Angebotsstruktur

Zusammenfassend betrachtet stellt sich die Angebotsstruktur in Drensteinfurt derzeit wie folgt dar:

- Drensteinfurt verfügt über **86 Einzelhandelsbetriebe**, die eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 20.080 m² aufweisen. Dies ergibt im Vergleich mit anderen Städten und Gemeinden vergleichbarer Größenordnung eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung.
- Den anderen bedeutenden Standortbereichen Bahnhof und Breemühle kommt neben dem Innenstadtzentrum von Drensteinfurt ebenfalls ein gesamtstädtisches Gewicht zu.
- Der **Angebotsschwerpunkt** im Innenstadtzentrum liegt auf dem **kurzfristigen Bedarfsbereich – insb. auf die Sortimentsgruppe Drogeriewaren**. Des Weiteren ist das Innenstadtzentrum geprägt durch:
 - eine **Geringe Wettbewerbssituation**,
 - **kleinteilige Ladenlokale** sowie
 - eine **niedrige Leerstandsquote**.

4.2 Nachfrageanalyse

Sowohl zur Ermittlung absatzwirtschaftlicher Spielräume als auch für die Bewertung der räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten ist neben der Kenntnis der angebotsseitigen Rahmenbedingungen auch die Nachfrageseite – hierbei insbesondere die monetären Gegebenheiten – von Bedeutung. Zur Abbildung der Nachfragesituation wird in der vorliegenden Untersuchung u.a. auf sekundärstatistische Rahmendaten der BBE¹⁰ Unternehmensberatung (Köln) zurückgegriffen. Anhand der ansässigen Bevölkerung und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Gebiet vorhandene einzelhandelsrelevante, sortimentsgruppenbezogene Kaufkraftpotenzial ermitteln.

Anhand eigener primärstatistisch erhobener Werte können zudem einzelhandelsrelevante Kaufkraftflüsse von und nach Drensteinfurt dargestellt werden, so dass u.a. die Eigenbindung angegeben werden kann. Die Nachfrageanalyse wird ergänzt um qualitative Bewertungen des Einzelhandelsstandortes Drensteinfurt durch die Befragten.

¹⁰ Betriebsberatung Einzelhandel.

Kaufkraft, Kaufkraftbindung und Kaufkraftabfluss

Drensteinfurt verfügt gemäß BBE über eine Kaufkraftkennziffer von 99,7¹¹, das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau der Drensteinfurter Bevölkerung liegt damit geringfügig unter dem bundesdeutschen Referenzwert von 100. In den umliegenden Nachbargemeinden liegt die Kaufkraftkennziffer ebenfalls im Bereich des bundesdeutschen Referenzwertes. Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen liegt für Drensteinfurt bei insgesamt 75,9 Mio. Euro pro Jahr¹².

Die Kaufkraftbindungsquote beschreibt den Anteil an lokal vorhandener Kaufkraft, der in Drensteinfurt durch den örtlichen Einzelhandel abgeschöpft wird. Der Kaufkraftabfluss stellt den Kaufkraftanteil der Drensteinfurter Bevölkerung dar, der von anderen Einzelhandelsstandorten gebunden wird. Beide Größen lassen – zunächst unabhängig von konkreten Standortstrukturen – Aussagen zur Attraktivität des Einzelhandelsstandortes zu (vgl. Abbildung 7).

In den Sortimentsgruppen Backwaren, Fleischwaren, Getränke und sonstige Nahrungs- und Genussmittel des kurzfristigen Bedarfsbereichs besteht eine gute Eigenbindung von in der Regel über 80 % der Kaufkraft. Die Eigenbindung im Bereich Drogeriewaren/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken sowie Blumen/ zoologischer Bedarf und PBS, Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher liegt jedoch nur noch bei 55 % bis 72 %.

Bei den Gütern des überwiegend mittelfristigen Bedarfs (Bekleidung/ Wäsche bis einschließlich Sportartikel/ Fahrräder/ Camping) weisen die Bindungsquoten geringere Werte auf. Hier wirkt sich – erwartungsgemäß – insbesondere Münster als attraktives Oberzentrum aus. Daneben treten auch Hamm und Ahlen als Einkaufsziele für den mittel- und langfristigen Bedarfsbereich in Erscheinung. Die Bindungsquoten für Drensteinfurt liegen für diese Sortimente meist deutlich unter 50 %. Der Verkauf via Internet oder Katalog fällt erfahrungsgemäß und so auch hier bei einzelnen Sortimenten wie etwa Büchern oder Haus-/ Bett-/ Tischwäsche ins Gewicht, ist aber insgesamt zu vernachlässigen.

Während im periodischen Bedarfsbereich somit der überwiegende Anteil lokaler Kaufkraft gebunden werden kann, ist beim mittel- und langfristig nachgefragten Bedarfsbereich ein deutlicher Kaufkraftabfluss zu verzeichnen.

¹¹ vgl. BBE 2006.

¹² vgl. BBE 2006 und eigene Berechnungen.

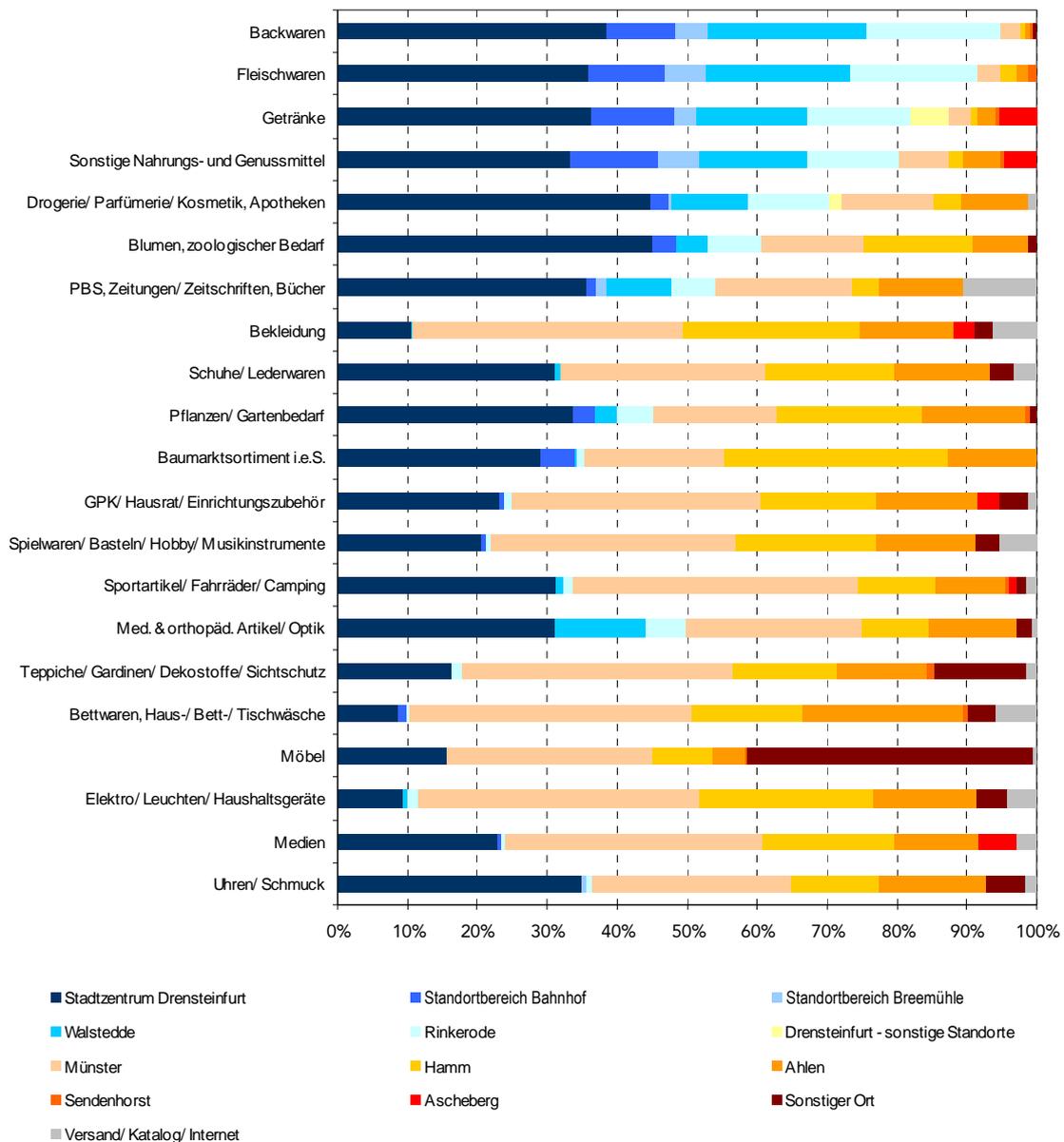


Abbildung 7: Kaufkraft eigenbindung bzw. -abflüsse

Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung Stadt + Handel 07/2007

Die obige Abbildung gibt neben den überörtlichen Einkaufszielen auch an, an welchen innerstädtischen Standorten die einzelhandelsrelevante Kaufkraft überwiegend gebunden wird. Gerade bei den Sortimenten des kurzfristigen Bedarfsbereichs ist eine solche Betrachtung von Interesse. Bei diesen Sortimentsgruppen weisen neben den drei bedeutenden Standortbereichen im Ortsteil Drensteinfurt (Innenstadtzentrum, Standortbereiche Bahnhof und Breemühle) auch in bedeutendem Maße die Nahversorgungsstandorte in den Ortsteilen Wälstedde und Rinkerode einen hohen Kaufkraftbindung auf.

Die beiden nachstehenden Abbildungen vertiefen die Betrachtung der Kaufkraftabflüsse in Drensteinfurt. Beispielhaft sind hierbei die Sortimentsgruppen Bekleidung

und Medien herangezogen, die bei einer angestrebten Weiterentwicklung des Einzelhandels in der Drensteinfurter Innenstadt von Bedeutung sein können.

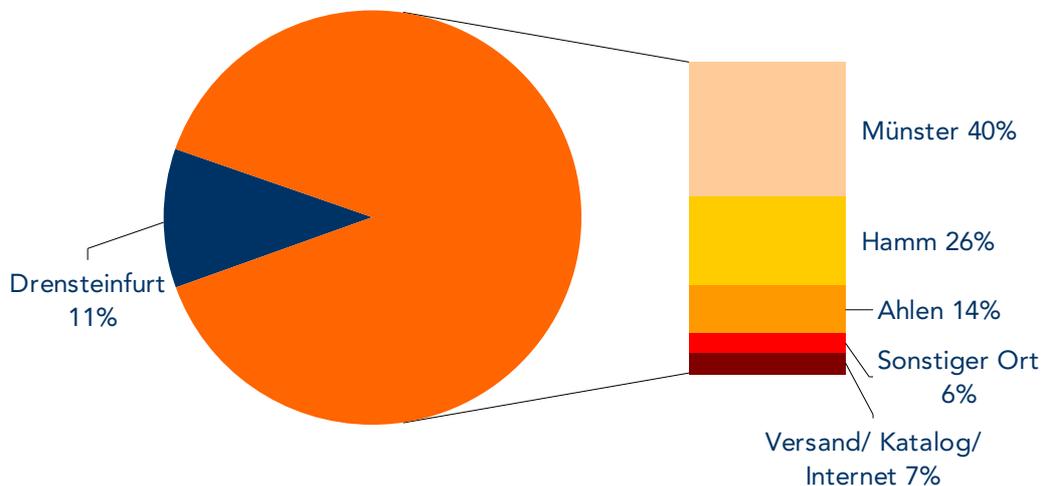
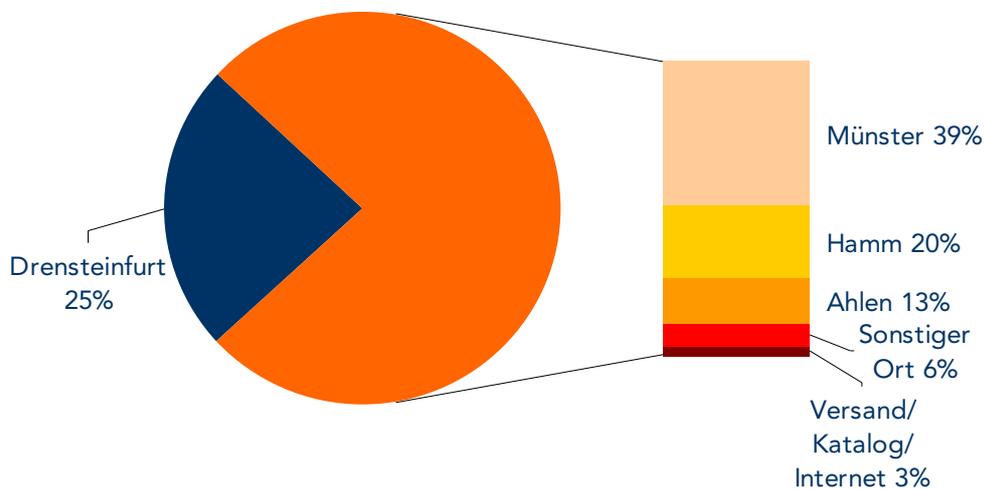


Abbildung 8: Kaufkraftabfluss in ausgewählten Branchen – Bekleidung

Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung Stadt + Handel 07/2007

Abbildung 9: Kaufkraftabfluss in ausgewählten Branchen – Medien



Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung Stadt + Handel 07/2007

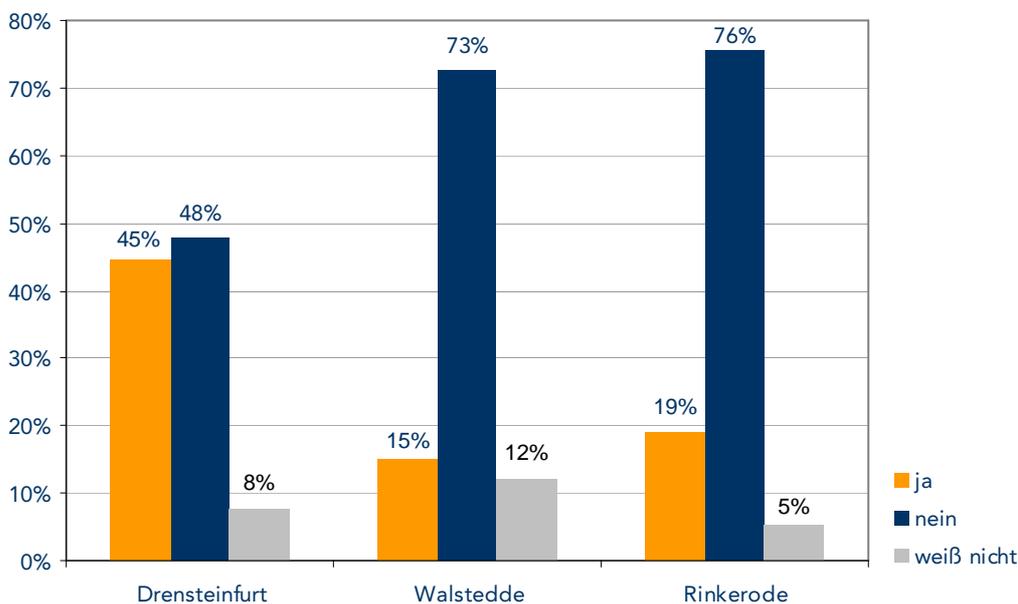
Die oben angeführten Abbildungen verdeutlichen, dass für die Sortimentsgruppe Bekleidung deutliche Kaufkraftabflüsse für Drensteinfurt zu verzeichnen sind, nur rund 11 % der Befragten kaufen Bekleidung in Drensteinfurt selbst. Zum größten Teil – rd. 40 % – fließt die Kaufkraft nach Münster ab, gefolgt von Hamm mit 26 % und Ahlen mit 14 %. Im Bereich Medien kann ein Viertel der Kaufkraft gebunden werden, die anderen 75 % fließen auch im Bereich Medien in ähnlicher Verteilung zum größten Teil nach Münster, Hamm und Ahlen ab.

Standortbewertungen aus Sicht der Kunden

Um das Gesamtbild abzurunden und die quantitativen Aussagen um qualitative Wertungen zu ergänzen, wurden in der telefonischen Haushaltsbefragung Abfragen zur Standortzufriedenheit durchgeführt. Diese beziehen sich u.a., wie in den nachfolgenden Übersichten deutlich wird, sowohl auf subjektiv wahrgenommene Angebotslücken als auch auf die Zufriedenheit mit weiteren Ausstattungsmerkmalen.

Gibt es Angebote oder Artikel, die Sie beim Einkauf in Drensteinfurt vermissen?

Abbildung 10: Vermissene Angebote in Drensteinfurt (Untergliederung nach Wohnort der Befragten)



Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung Stadt + Handel 07/2007; Abweichungen in den Summen ergeben sich rundungsbedingt

Rund 48 % der Bewohner des Ortsteils Drensteinfurt sind mit dem Angebot in Drensteinfurt zufrieden, jedoch vermissen 45 % bestimmte Artikel. Die Ergebnisse für die abgesetzt gelegenen Ortsteile Walstedde und Rinkerode spiegeln die Einkaufsausrichtung der Bewohner nach Münster und Hamm wider. Die positiven Ergebnisse dürften eher Resultat der geringen Erwartungshaltung sein. Da bei den Bewohnern im Ortsteil Drensteinfurt von einer tradiert stärkeren Einkaufsausrichtung auf Drensteinfurt auszugehen ist, vermissen sie demnach auch im größeren Umfang Angebote an dem Standort, an dem sie üblicherweise einkaufen.

Gibt es Angebote oder Artikel, die Sie beim Einkauf in Drensteinfurt vermissen? Wenn ja, welche?

Tabelle 8: Vermisste Angebote in Drensteinfurt – Detailauswertung (Untergliederung nach Wohnort der Befragten)

| Sortiment | Befragte aus Drensteinfurt | Befragte aus Walstedde | Befragte aus Rinkerode | gesamt |
|---|----------------------------|------------------------|------------------------|--------|
| Bekleidung | 37 % | 80 % | 57 % | 43 % |
| Medien | 29 % | 20 % | k. A. | 25 % |
| Drogeriewaren/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheke | 15 % | k. A. | k. A. | 11 % |
| Spielwaren/ Basteln/ Musikinstrumente | 12 % | k. A. | k. A. | 9 % |

Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung Stadt + Handel 07/2007; Abweichungen in den Summen ergeben sich rundungsbedingt

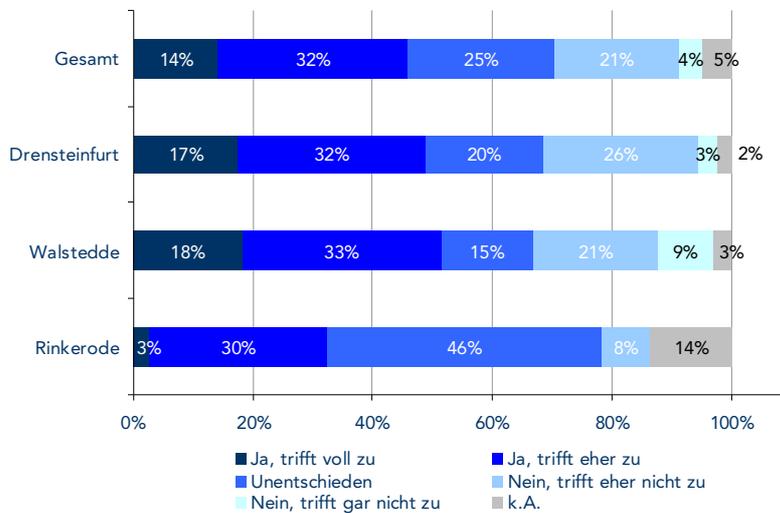
Die Sortimentsgruppe Bekleidung stellt die größte Gruppe vermisster Sortimente bei den Kunden dar. In Drensteinfurt folgt an zweiter Stelle die Sortimentsgruppe Medien; es folgen die Gruppen Drogeriewaren/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheke mit rd. 11 % und Spielwaren/ Basteln/ Musikinstrumente mit rd. 9 %.

Diese Abfrage gibt nur bedingt einen Hinweis auf mögliche gesamtstädtische Ausstattungsdefizite in Drensteinfurt, da sie auch dahingehend relativiert werden muss, als dass die befragten Kunden mit den angegebenen vermissten Sortimentsgruppen meist zugleich bestimmte Angebotsqualitäten verbinden (etwa: Bekleidungsangebote für einzelne Zielgruppen) oder bestimmte Angebotsformen vor Auge haben (etwa: Betriebstypen wie Kaufhäuser oder Discounter). Diese zugrunde liegenden Angebotswünsche können in der gewöhnlichen Form der standardisierten Befragung nicht ermittelt werden und müssten gesondert erhoben werden. Zudem decken sich die Wünsche nicht automatisch mit einem tatsächlichen rechnerischen Ansiedlungspotenzial und möglichen marktgängigen Betriebsformen, so dass nicht für jede vermisste Sortimentsgruppe auch äquivalent neue Ansiedlungen empfohlen werden können. Nichts desto trotz unterstreichen die Aussagen ein weiteres Mal die unzureichende Ausstattung der Drensteinfurter Einzelhandelsstandorte – insbesondere im mittelfristigen Bedarfsbereich.

Ergänzend wurde in den Telefoninterviews nach der persönlichen Einschätzung weiterer Ausstattungsmerkmale des Drensteinfurter Innenstadtzentrums gefragt. Die Ergebnisse werden im Folgenden dargelegt:

Wie stark treffen folgende Aussagen auf das Stadtzentrum von Drensteinfurt zu? - Das Warenangebot im Stadtzentrum ist vielfältig.

Abbildung 11: Bewertung der Vielfältigkeit des Warenangebots



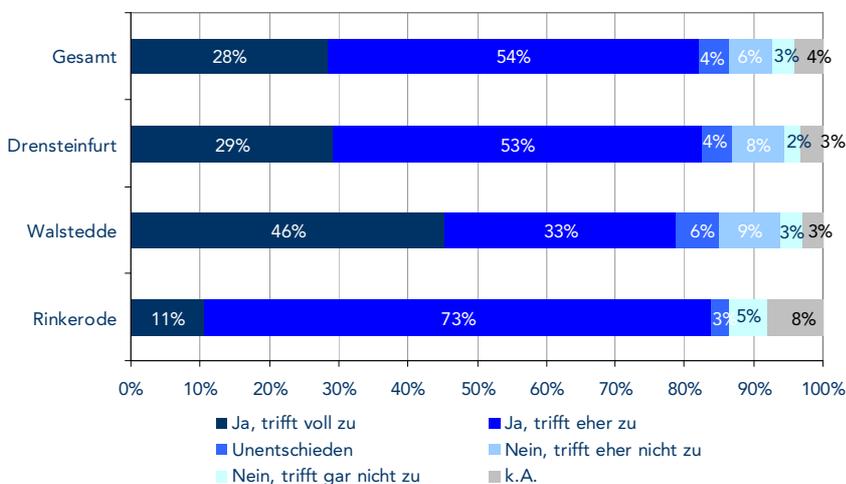
Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung Stadt + Handel 07/2007; Abweichungen in den Summen ergeben sich rundungsbedingt

Insgesamt wird eine eher ausgewogene Tendenz bei der Bewertung der Angebotsvielfalt deutlich. Einzig die Befragten aus Rinkerode geben nur zu 3 % eine volle Zufriedenheit mit der Warenvielfalt an. Insgesamt betrachtet kann das Warenangebot in Bezug auf seine Vielfältigkeit nur insgesamt 4 % der Befragten nicht zufrieden stellen.

Wie das Warenangebot in Bezug auf die Qualität bewertet wird gibt die nachstehende Abbildung wieder.

Wie stark treffen folgende Aussagen auf das Stadtzentrum von Drensteinfurt zu? - Die Qualität der angebotenen Waren im Drensteinfurter Stadtzentrum ist ausreichend.

Abbildung 12: Bewertung der Qualität der angebotenen Waren



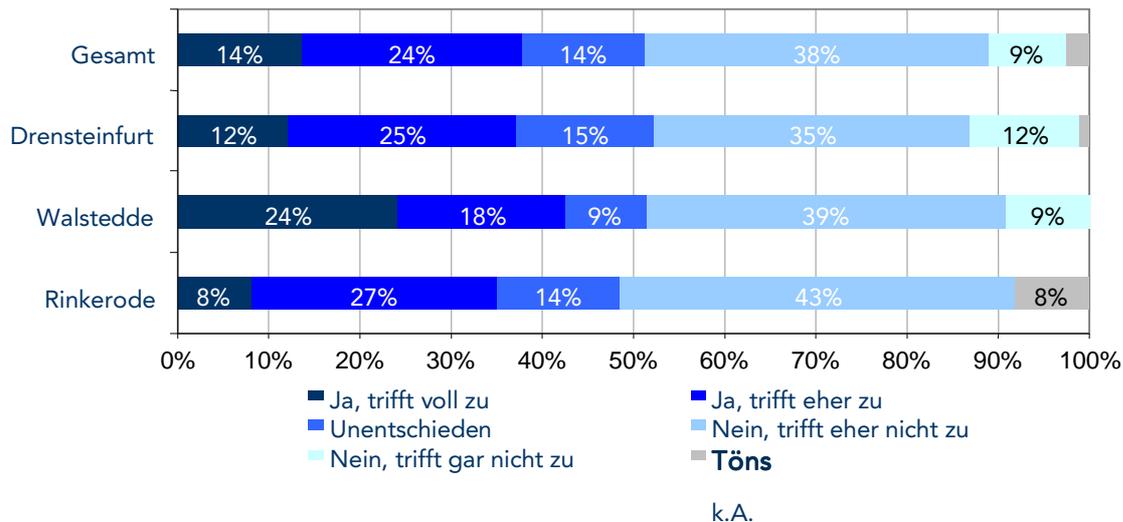
Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung Stadt + Handel 07/2007; Abweichungen in den Summen ergeben sich rundungsbedingt

Die Bewertung der Warenqualität fällt insgesamt positiver aus als die Bewertung der Warenvielfalt. Insgesamt bewerten 82 % der Befragten die Warenqualität als ausreichend.

Des Weiteren werden die Befragten um eine Einschätzung des Drensteinfurter Innenstadtzentrums hinsichtlich dessen Aufenthaltsqualität gebeten.

Wie stark treffen folgende Aussagen auf das Stadtzentrum von Drensteinfurt zu? - Das Stadtzentrum lädt zum Bummeln ein

Abbildung 13: Aufenthaltsqualität und „Bummelfaktor“ der Innenstadt



Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung Stadt + Handel 07/2007; Abweichungen in den Summen ergeben sich rundungsbedingt

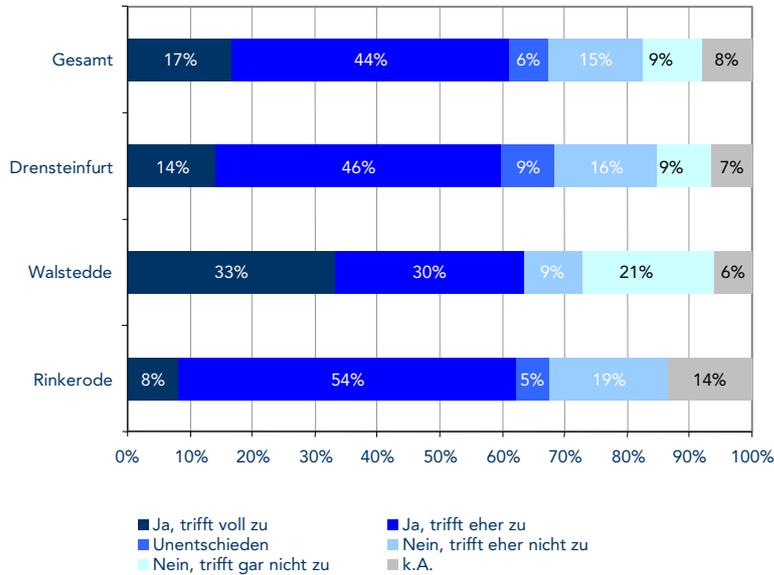
Aus der städtebaulichen Analyse ergibt sich für die Aufenthaltsqualität ein positives Bild (vgl. Kapitel 4.4). Die Aufenthaltsqualität in Drensteinfurt ergibt sich zum einen durch die bauliche Attraktivität der teils historischen Bausubstanz und des angrenzenden Wasserschlosses. Zum anderen wird das Innenstadtzentrum kaum durch Leerstände geprägt und die kleinteiligen Ladengeschäfte können stabile Besuchshäufigkeiten verzeichnen.

Dennoch kann die Aufenthaltsqualität und der „Bummelfaktor“ die Kunden nicht voll zufrieden stellen. Rund 47 % der Befragten insgesamt geben an, mit der Aufenthalts- und Bummelqualität in Drensteinfurt nicht zufrieden zu sein. Dabei sind die Befragten aus Walstedde im Vergleich zu den restlichen Befragten weniger kritisch.

Des Weiteren wirkt sich auch das vorhandene Parkplatzangebot eines Innenstadtzentrums auf dessen Attraktivität aus. Für das Drensteinfurter Innenstadtzentrum geben die Befragten folgende Einschätzung ab:

Wie stark treffen folgende Aussagen auf das Stadtzentrum von Drensteinfurt zu? - Das Parkplatzangebot im Stadtzentrum ist ausreichend.

Abbildung 14: Bewertung des Parkplatzangebots in der Innenstadt



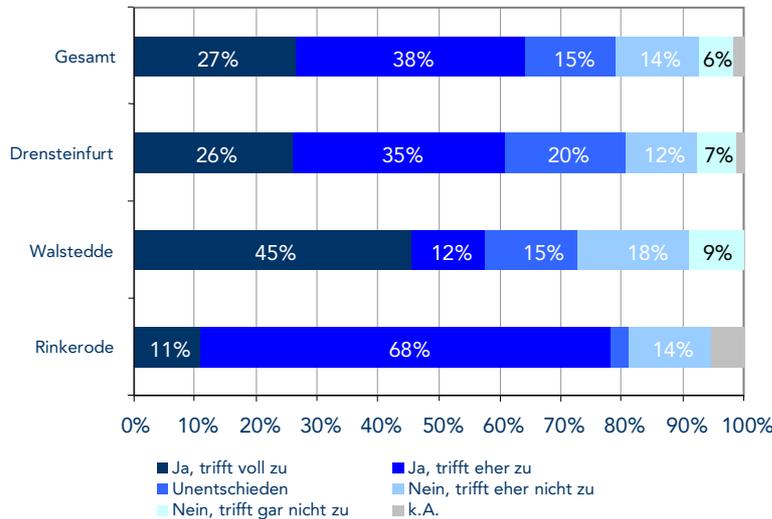
Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung Stadt + Handel 07/2007; Abweichungen in den Summen ergeben sich rundungsbedingt

Über die Hälfte der Befragten werden durch das Parkplatzangebot der Drensteinfurter Innenstadt zufrieden gestellt. Die Befragten aus Walstedde vergeben auch an dieser Stelle die besten Bewertungen. 33 % der Befragten sind mit dem Parkplatzangebot voll zufrieden, im Ortsteil Drensteinfurt sind es 12 %, in Rinkerode nur 8 %.

In der abschließenden Gesamtbewertung des Drensteinfurter Innenstadtzentrums ist die durchweg positive Bewertung durch die Bewohner des Ortsteils Walstedde erneut zu erkennen.

Wie stark treffen folgende Aussagen auf das Stadtzentrum von Drensteinfurt zu? - Alles in allem gefällt mir das Stadtzentrum sehr gut.

Abbildung 15: Gesamtzufriedenheit mit der Innenstadt



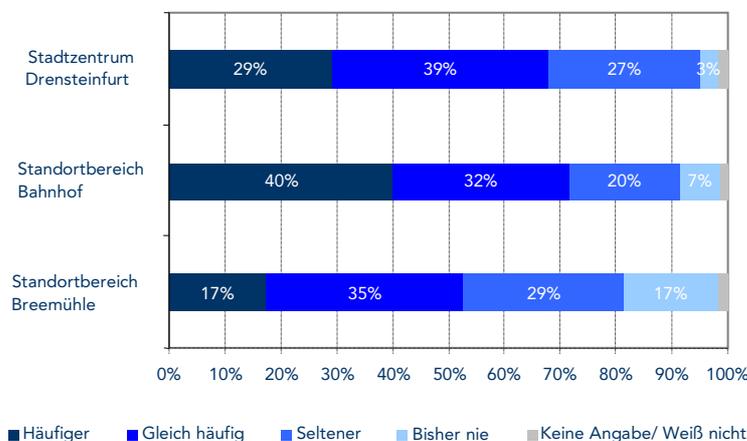
Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung Stadt + Handel 07/2007; Abweichungen in den Summen ergeben sich rundungsbedingt

Wichtigste Aussage der vorstehenden Abbildung ist, dass die Zufriedenheit mit der Innenstadt insgesamt deutlich die unzufriedenen Stimmen übertrifft. Addiert man die Nennungen „Trifft voll zu“ und „Trifft eher zu“, so sind 65 % der Befragten mit dem Stadtzentrum von Drensteinfurt zufrieden.

Diese Zufriedenheit drückt sich auch in der Besuchshäufigkeit aus.

Kaufen Sie im Vergleich zu den letzten drei Jahren, häufiger, gleich häufig, seltener ein in ...?

Abbildung 16: Besuchshäufigkeit



Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung Stadt + Handel 07/2007; Abweichungen in den Summen ergeben sich rundungsbedingt

Rund 68 % der Befragten geben an, dass sie die Drensteinfurter Innenstadt mindestens ebenso häufig wie vor drei Jahren besuchen. Als attraktiver Konkurrenzstandort kristallisiert sich auch in dieser Fragestellung der Standortbereich Bahnhof heraus (72 % der Befragten).

Zwischenfazit - Nachfrageseite

Die Nachfrageseite zeichnet sich zusammengefasst durch folgende Aspekte aus:

- Drensteinfurt weist eine hohe **Eigenbindung der Kaufkraft im kurzfristigen Bedarfsbereich** auf.
- In Drensteinfurt sind **hohe Kaufkraftabflüsse im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich zu verzeichnen**. Trotz der grundzentralen Versorgungsfunktion sind diese ausbaufähig.
- Das Innenstadtzentrum weist **stabile Besucherzahlen** auf.
- Eine überwiegend ausgewogene **Zufriedenheit der Befragten mit der Qualität des Angebots, mit der Stellplatzsituation und der Aufenthaltsqualität** im Innenstadtzentrum ist zu konstatieren.
- Negative Einschätzungen werden bezüglich der **Angebotsvielfalt und der Aufenthaltsqualität** geäußert.
- **Vermisste Angebote** betreffen zum Großteil **einzelne Sortimentsgruppen des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs**.
- **Münster, Hamm und Ahlen** sind in der Region **bedeutende Konkurrenzstandorte**.

4.3 Umsatzermittlung und Zentralität

Die Kaufkraftdaten der Einzelhandelsfachliteratur verdeutlichen einen eindeutigen Schwerpunkt der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft im kurzfristigen Bedarfsbereich, während nennenswerte einzelhandelsrelevante Kaufkraft zusätzlich auch für Bekleidung/ Wäsche, das Baumarkt-Sortiment sowie für Medien vorhanden ist.

Die Ermittlung der aktuellen Umsätze im Drensteinfurter Einzelhandel fußt auf allgemeinen und räumlich für Drensteinfurt spezifizierten angebots- wie nachfrageseitigen Eingangsparametern:

- Als Ausgangsbasis der Umsatzschätzung werden durchschnittliche Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen sowie spezifische Kennwerte einzelner Anbieter zu Grunde gelegt¹³. Hochgerechnet auf den Verkaufsflächenbestand ergibt sich – unter Berücksichtigung nachfrageseitiger Rahmenbedingungen (insb. des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveaus in Drensteinfurt) – eine erste Datenübersicht des Umsatzes im Drensteinfurter Einzelhandel.
- Durch die Vor-Ort-Begehungen im Rahmen der Bestandserhebung konnte neben der Erfassung der Verkaufsflächen je Sortimentsgruppe die konkrete Situation vor

¹³ Ein Datenportfolio des Büros Stadt + Handel, entsprechend der Werte aus der aktuellen Einzelhandelsfachliteratur (Fachbücher, Zeitschriften, Zeitungen), wird laufend aktualisiert.

Ort berücksichtigt werden. So fließt die Qualität der jeweiligen mikroräumlichen Standortrahmenbedingungen in die Umsatzberechnung ebenso mit ein wie die mit Blick auf das mögliche Umsatzpotenzial relevante Qualität der jeweiligen siedlungsstrukturellen Lage eines Betriebes (Innenstadtzentrum [Haupt-, Neben-, Ergänzungslage], Gewerbegebiet, Streulage etc.)

Insgesamt ergibt sich für die Stadt Drensteinfurt für das Jahr 2007 demnach ein jährlicher Umsatz im Einzelhandel von rd. 50,5 Mio. €. Die sortimentsgruppengenaue Betrachtung ergibt folgendes Bild:

Tabelle 9: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft und geschätzter Umsatz im Einzelhandel für das Jahr 2007/ Zentralität in Drensteinfurt nach Sortimentsgruppen¹⁴

| Warengruppen | Kaufkraft | Umsatz | Flächenprod. | Zentralität |
|--|-------------|-------------|--------------|-------------|
| Nahrungs- und Genussmittel | 27,8 | 25,9 | 4.170 | 93% |
| Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken | 4,6 | 4,1 | 3.550 | 88% |
| Blumen, zoologischer Bedarf | 1,2 | 0,9 | 1.100 | 71% |
| PBS, Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher | 3,1 | 2,1 | 6.840 | 67% |
| kurzfristiger Bedarfsbereich | 36,8 | 32,9 | 3.890 | 89% |
| Bekleidung | 7,4 | 3,0 | 2.990 | 40% |
| Schuhe/ Lederwaren | 1,7 | 1,0 | 2.700 | 60% |
| Pflanzen/ Gartenbedarf | 1,3 | 2,2 | 700 | 176% |
| Baumarktsortiment i.e.S. | 7,6 | 1,9 | 1.040 | 25% |
| GPK/ Hausrat/ Einrichtungszubehör | 1,2 | 1,4 | 1.610 | 113% |
| Spielwaren/ Basteln/ Hobby/ Musikinstrumente | 1,5 | 0,6 | 2.000 | 39% |
| Sportartikel/ Fahrräder/ Camping | 1,3 | 0,7 | 1.660 | 52% |
| mittelfristiger Bedarfsbereich | 22,0 | 10,8 | 1.360 | 49% |
| Med. & orthopäd. Artikel/ Optik | 1,1 | 0,5 | 8.560 | 45% |
| Teppiche/ Gardinen/ Dekostoffe/ Sichtschutz | 1,0 | 0,2 | 1.290 | 24% |
| Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche | 0,9 | 0,1 | 1.730 | 11% |
| Möbel | 4,6 | 3,1 | 1.100 | 68% |
| Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte | 2,0 | 0,4 | 2.940 | 20% |
| Medien | 5,8 | 1,4 | 9.040 | 25% |
| Uhren/ Schmuck | 0,8 | 0,4 | 6.160 | 47% |
| Sonstiges | 0,8 | 0,5 | 1.330 | 62% |
| langfristiger Bedarfsbereich | 17,1 | 6,7 | 1.730 | 39% |
| Gesamt | 75,9 | 50,5 | 2.510 | 66% |

Quelle: BBE 2006 sowie eigene Berechnungen, Werte für einzelhandelsrelevante Kaufkraft und Umsatz in Mio. €, Flächenproduktivität in €/m² VKF

Gemessen an den getätigten Umsätzen liegt – ebenso wie bei der Analyse der Verkaufsfläche – die Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel mit einem Umsatz von rd. 25,9 Mio. € vorne. An nächster Stelle sind die Sortimentsgruppen Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheke mit einem Umsatz in Drensteinfurt von rd. 4,1 Mio. € und die Sortimentsgruppen Möbel (3,1 Mio. €) und Bekleidung (3,0 Mio. €) anzuführen.

Durch die unterschiedlichen branchenspezifisch hinterlegten Flächenproduktivitäten können sich im Detail Unterschiede hinsichtlich der Gewichtung von Branchen für das Innenstadtzentrum ergeben. Allerdings liegen die zu vergleichenden Stellenwerte in allen Branchen nahe beieinander, so dass in weiteren Erarbeitungsschritten des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts keine flächenspezifische Betrachtung einerseits und keine umsatzspezifische Betrachtung andererseits zugrunde gelegt werden muss.

Die Ausstrahlung des Drensteinfurter Einzelhandels wird durch die Zentralitätskennziffer abgebildet. Die Zentralität ist der Quotient aus Einzelhandelsumsatz und des in

¹⁴ Für eine nähere Definition der Begrifflichkeiten siehe das Glossar im Anhang.

der Kommune vorhandenen Kaufkraftvolumens. Abweichungen von dem Wert eins (Umsatz = Kaufkraft) sind ein Indiz für die Attraktivität des Einzelhandelsstandorts.

Insgesamt lässt sich für Drensteinfurt eine gesamtstädtische einzelhandelsbezogene Zentralität von 66 % ermitteln.

4.4 Städtebauliche Analyse und Untersuchung der Standortstruktur

In der städtebaulichen Analyse werden die relevanten Einzelhandelsstandorte hinsichtlich städtebaulich-funktionaler Kriterien bewertet und in die Gesamtbewertung des Einzelhandels in Drensteinfurt einbezogen. Wichtiger Bestandteil der städtebaulichen Analyse ist die nähere Definition der zentralen Versorgungsbereiche in Drensteinfurt - also insbesondere des Innenstadtzentrums - zunächst nur bezogen auf den vorhandenen Bestand. Zuvor werden die aktuellen planungsrechtlichen Rahmenvorgaben und die erforderlichen Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche dargestellt. Im Zielkonzept wird neben der bestandsbasierten Bewertung der zentralen Versorgungsbereiche zusätzlich die Zielperspektive für besondere Standorte berücksichtigt (vgl. Kapitel 5.4).

4.4.1 Zentrale Versorgungsbereiche: Planungsrechtliche Einordnung und Abgrenzungskriterien

Die Innenstädte und deren Nebenzentren sind, sofern sie die Merkmale von sog. zentralen Versorgungsbereichen aufweisen, städtebaurechtlich ein Schutzgut im Sinne der BauNVO und des BauGB¹⁵. An ihre Bestimmung bzw. Abgrenzung werden rechtliche Anforderungen gestellt, die sich aus den neuerlich geänderten bundesrechtlichen Normen, der Novelle des LEPro NRW und der aktuellen Rechtsprechung ergeben.

Neue Entwicklungen in Planungsrecht und Rechtsprechung

Der Begriff der zentralen Versorgungsbereiche ist schon länger Bestandteil der planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO) und beschreibt diejenigen Bereiche, die aus städtebaulichen Gründen vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben geschützt werden sollen. Durch das Europarechtsanpassungsgesetz Bau (EAG Bau) wurde der Begriff im Jahr 2004 auch in den bundesrechtlichen Leitsätzen zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) sowie den planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich verankert (§ 34 Abs. 3 BauGB). Durch die letzte Novellierung des BauGB zum 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).

Einerseits zeichnet sich hierdurch ein erheblicher Bedeutungszuwachs des Schutzes zentraler Versorgungsbereiche im Bundesrecht ab. Andererseits waren viele mit diesen Rechtsnormen verbundene – insbesondere unbestimmte – Rechtsbegriffe noch

¹⁵ vgl. § 2 Abs. 2, § 9 Abs. 2a und § 34 Abs. 3 BauGB sowie § 11 Abs. 3 BauNVO.

durch Auslegungsunsicherheiten in der Praxis und der täglichen Anwendung geprägt¹⁶, die erst im Laufe der letzten Monate durch die ersten relevanten Urteile thematisiert und damit in Teilen deutlich konkretisiert wurden¹⁷.

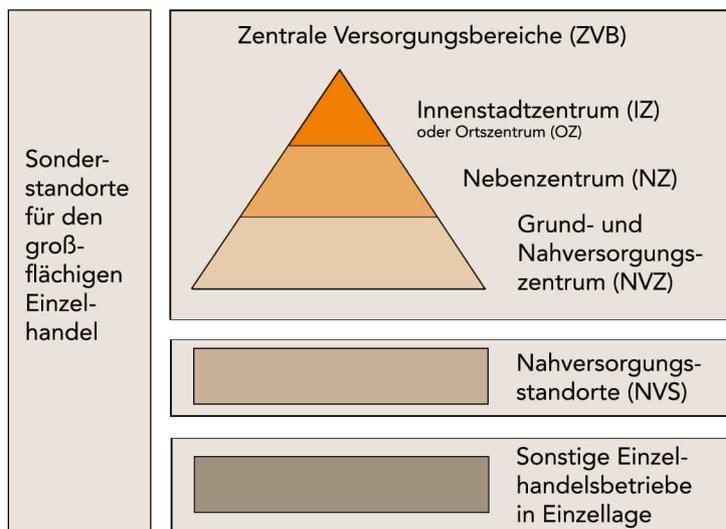
Des Weiteren hat die Landesregierung des Landes NRW den Begriff der zentralen Versorgungsbereiche bei der Novellierung der landesplanerischen Zielvorgaben aufgegriffen¹⁸. Demnach sollen großflächige Einzelhandelsbetriebe in NRW künftig nur noch in zentralen Versorgungsbereichen zulässig sein, sofern es sich um ein Vorhaben mit zentrenrelevantem (Kern-)Sortiment handelt. Zu den zentralen Versorgungsbereichen sollen neben den Innenstadtzentren auch die Neben- und Nahversorgungszentren zählen. Diese sind durch die Kommune selbst festzulegen.

Kurzübersicht über die Festlegungskriterien

Aus den zuvor dargelegten neuen Entwicklungen in Planungsrecht und Rechtsprechung kann für die planerische Praxis Folgendes festgehalten werden:

Ein hierarchisch abgestuftes System der zentralen Versorgungsbereiche einer Stadt kann – angereichert um bedeutende Standorte, die den Ansprüchen eines zentralen Versorgungsbereichs nicht entsprechen – wie in der nachstehenden Abbildung dargestellt, folgende Hierarchiestufen umfassen:

Abbildung 17: Das hierarchisch abgestufte System der zentralen Versorgungsbereiche



Quelle: eigene Darstellung

Zur Bestimmung zentraler Versorgungsbereiche können folgende Festlegungskriterien herangezogen werden:

Der Bundesgesetzgeber erläutert zu den zentralen Versorgungsbereichen, dass sich ihre Festlegung

¹⁶ vgl. Stadt + Handel 2005/2006 Newsletter #1 und #2.

¹⁷ z.B. OVG Lüneburg, Urteil 1 ME 172/05 vom 30.11.2005; OVG Münster, Urteil 7 A 964/05 vom 11.12.2006; VG Gelsenkirchen, Urteil 10 K 6950/04 vom 03.05.2006.

¹⁸ vgl. § 24a Abs. 1 LEPro NRW.

- aus planerischen Festsetzungen in Bauleitplänen und Festlegungen in Raumordnungsplänen,
- aus sonstigen planungsrechtlich nicht bindenden städtebaulichen oder raumordnerischen Konzepten
- oder aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben können¹⁹

In der städtebaulich-funktionalen Analyse werden folgende Aspekte berücksichtigt:

- Dichte, Funktion und Anordnung des Einzelhandelsbesatzes
- Dichte ergänzender öffentlicher wie privater Zentren- und Versorgungsfunktionen wie etwa Dienstleistungen und Verwaltung, Gastronomie, Bildung und Kultur
- städtebauliche Dichte sowie stadthistorische Aspekte
- Lage innerhalb des Siedlungsgebietes
- die verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz, die verkehrliche Erreichbarkeit für sonstige Verkehrsträger, bedeutende Verkehrsanlagen für das Zentrum wie etwa Busbahnhöfe und Stellplatzanlagen sowie
- Gestaltung und Aufenthaltsqualität der öffentlichen Bereiche²⁰

Darüber hinaus reichende fachgutachterliche Kriterien umfassen u.a. die Stärken und Schwächen der Einkaufsstandorte. Zur Darstellung der Gesamtattraktivität der untersuchten zentralen Versorgungsbereiche werden Leerstände von Ladenlokalen ebenfalls erfasst – sie verdichten qualitativ wie auch quantitativ die städtebaulich-funktionale Bewertungsgrundlage.

Des Weiteren fließt zur Erstellung der künftigen Zentrenstruktur eine Ziel- und Entwicklungsperspektive mit ein, die sich aus den absatzwirtschaftlichen und räumlichen Entwicklungsleitlinien ergibt. Eine sinnvolle und notwendige Begrenzung der sich aus der Zielperspektive ergebenden Ausdehnung erfahren zentrale Versorgungsbereiche allerdings stets dadurch, dass Flächen, die nicht mehr im unmittelbaren städtebaulich-funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Bereichen stehen und deren Entwicklungsoptionen nicht mehr zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches als Ganzem beitragen würden, nicht in die zentralen Versorgungsbereiche einbezogen werden können.

Die größeren zentralen Versorgungsbereiche (hier: das Innenstadtzentrum) können in nähere innere Lagekategorien unterteilt werden, um die Zielgenauigkeit der Empfehlungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts zu erhöhen (vgl. folgende Abbildung und Kapitel 5.4).

¹⁹ vgl. Deutscher Bundestag 2004: Begründung zum EAG Bau S. 54

²⁰ vgl. Deutscher Bundestag 2004: Begründung zum EAG Bau S. 54 und § 24 a Abs. 1 LEPro NRW.

Abbildung 18: Schema einer inneren Differenzierung von Lagen innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs



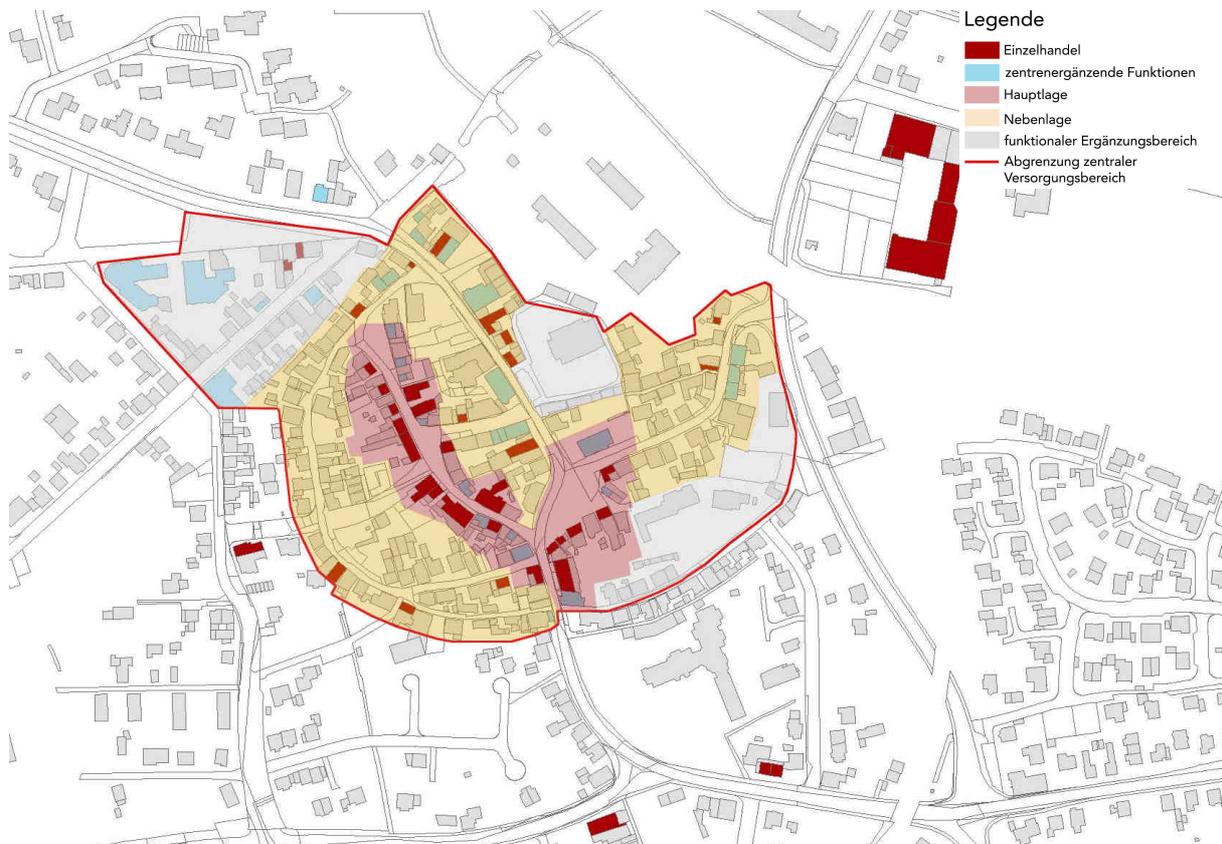
Quelle: eigene Darstellung

Wie bereits zuvor angedeutet kommt dem Schutz der zentralen Innenstadtbereiche städtebaurechtlich und auch aus Gründen der Stadtentwicklungsziele eine hohe Bedeutung zu. Die im Weiteren räumlich abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Drensteinfurt bilden die notwendige Grundlage zur Bestimmung zentrenrelevanter Sortimente der Drensteinfurter Sortimentsliste.

4.4.2 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadtzentrum im Bestand

Mittels der aktuellen Bestandsanalyse durch Stadt + Handel und den zuvor beschriebenen näheren und ergänzenden Definitionskriterien kann zunächst für die Drensteinfurter Innenstadt eine Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum aus dem Bestand vorgenommen werden. Die folgende Abbildung veranschaulicht diese Abgrenzung. Neben der dargestellten äußeren Abgrenzung enthält die Abbildung eine innere Differenzierung des Innenstadtzentrums aus Einzelhandelsicht. Entwicklungsempfehlungen werden im Kapitel 5.4 konkretisiert und thematisiert.

**Abbildung 19: Räumliche Konkretisierung des zentralen Versorgungsbereichs
Innenstadtzentrum im Bestand**



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2007; Kartengrundlage: Stadt Drensteinfurt; ohne Maßstab

Das Innenstadtzentrum als wichtigster zentraler Versorgungsbereich in Drensteinfurt wird im Wesentlichen aus dem historischen Stadtkern gebildet; er schließt die wesentlichen Einkaufsbereiche entlang der Wagenfeldstraße, Mühlenstraße und am Markt ein. Darüber hinaus umfasst der zentrale Versorgungsbereich die Straßen Landsbergplatz, Honekamp, West- und Südwall sowie Martin-, Münster-, und Marienstraße.

Im Innenstadtzentrum befinden sich 29 der insgesamt 86 Einzelhandelsbetriebe in Drensteinfurt. Das Innenstadtzentrum weist eine Verkaufsfläche von rd. 2.360 m² auf. Die durchschnittliche Ladenlokalgröße beträgt rd. 90 m² (vgl. Kapitel 4.1).

Eine detaillierte Beschreibung des Innenstadtzentrums erfolgt im Weiteren anhand der einzelnen inneren Lagedifferenzierungen.

Hauptlage

Innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum bilden die Einzelhandelsbetriebe und die ergänzenden Dienstleistungsfunktionen eine deutliche Hauptlage aus, die aus der Wagenfeldstraße, der Straße Markt, dem westlichen Ende der Münsterstraße und dem nördlichen Ende der Hammer Straße gebildet wird. In der Hauptlage ist die überwiegende Zahl der Einzelhandelsbetriebe vorzufinden. Auch sind mit den Bekleidungs- und Schuhanbietern an der Wagenfeldstraße sowie

dem Drogeriemarkt Schlecker die wichtigsten Ankerbetriebe des Zentrums in dieser Hauptlage situiert.

Abbildung 20: Hauptlage im Innenstadtzentrum



Quelle: eigene Aufnahmen

Die Hauptlage ist zwar nicht als Fußgängerzone konzipiert, jedoch verkehrsberuhigt angelegt. Der öffentliche Raum innerhalb der Hauptlage ist ansprechend gestaltet.

Nebenlage

Die Hauptlage wird ergänzt durch weitere Einzelhandelsangebote in der Nebenlage, wobei die Nebenlage eine geringere Einzelhandelsdichte aufweist als die Hauptlage. Zu der Nebenlage zählen zum einen die östliche Münsterstraße, die Straßen Honekamp und Westwall sowie die Mühlen- und Martinstraße. Wie die Abbildung 19 veranschaulicht sind auch hier wesentliche Einzelhandelsbetriebe vorhanden, insbesondere entlang der Mühlenstraße.

Neben der geringeren Einzelhandelsdichte, fehlt es in der Nebenlage außerdem an größeren Ankerbetrieben, einzig ein zweiter Drogeriemarkt der Firma Schlecker soll hierbei Erwähnung finden. Die Nebenlagen werden mehr als die Hauptlage durch weitere Funktionen geprägt, wie etwa Dienstleistungsfunktionen und Gastronomie oder etwa die Wohnfunktion.

Abbildung 21: Nebenlage im Innenstadtzentrum



Quelle: eigene Aufnahmen

Funktionaler Ergänzungsbereich

Die aus Einzelhandelssicht identifizierten Haupt- und Nebenlagen werden des Weiteren durch einen dritten Bereich ergänzt, der weniger durch Einzelhandelsnutzungen auffällt, jedoch wesentlich zum Funktionieren des Zentrums als Ganzem beiträgt. Im funktionalen Ergänzungsbereich sind etwa nicht-einzelhandelsrelatierte Frequenz-

bringer verankert (Volksbank am Landsbergplatz), historische Gebäude und wichtige städtische Nutzungen (Rathaus am Landsbergplatz), relevante Stellplatzanlagen (z.B. am Südwall), die die Erreichbarkeit des Zentrums gewährleisten.

Auf Grund dieser hohen funktionalen Bedeutung wird auch der funktionale Ergänzungsbereich, zusammen mit der Hauptlage und den Nebenlagen, als zentraler Versorgungsbereich Innenstadtzentrum definiert, zumal sich dessen räumliche Ausdehnung stark auf die Hauptlage und die Nebenlagen bezieht.

Abbildung 22: Funktionaler Ergänzungsbereich im Innenstadtzentrum



Quelle: eigene Aufnahmen

Eine Grenze findet die Definition des zentralen Versorgungsbereichs darin, dass Standortlagen mit einer zu großen fußläufigen Entfernung zur Hauptlage (z.B. Standortbereich Bahnhof) – meist in Verbindung mit städtebaulichen Barrieren oder vergleichsweise wenig attraktiven Aufenthaltsräumen (z.B. Standortbereich Breemühle) – nicht mehr zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum gezählt werden können.

Stärken des Innenstadtzentrums

Eine besondere Stärke des Drensteinfurter Innenstadtzentrums ist dessen wertvolle historische Gebäudesubstanz, die das Ambiente prägt und interessante Straßenräume und Rundläufe schafft. Die Gestaltung des öffentlichen Raumes ist demnach überwiegend als sehr positiv zu bewerten.

Darüber hinaus ist das vielfältige Angebot ergänzender Zentrenfunktionen, nicht zuletzt auch die gastronomischen Angebote, zu erwähnen, die zur Steigerung der Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum beitragen.

Die niedrige Leerstandsquote, die im zentralen Versorgungsbereich erreicht wird, ist als positiv zu bewerten.

Des Weiteren ist positiv hervorzuheben, dass das Drensteinfurter Innenstadtzentrum, trotz des starken Wettbewerbsumfeldes, über eine stabile Besuchshäufigkeit verfügt (vgl. Kapitel 4.2).

Schwächen des Innenstadtzentrums

Der Einzelhandelbesatz im Drensteinfurter Innenstadtzentrum ist mit einer Betriebsanzahl von 29 schwach ausgeprägt. Das Einzelhandelsangebot deckt nicht sämtliche Sortimentsgruppen ab und ist demnach lückenhaft. So fehlen in Sorti-

mentsgruppen, die in einem Innenstadtzentrum wesentlich zur Attraktivitätsausprägung beitragen (z.B. Medien) entsprechende Angebote in einer Kernsortimentsausprägung. Daraus abgeleitet ist die Wettbewerbssituation innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs ebenfalls als negativ zu bewerten.

Großflächige Ankerbetriebe – insbesondere in der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel – die für Innenstadtzentren eine Frequenzerzeugungsfunktion innehaben, fehlen in der Drensteinfurter Innenstadt. Insgesamt betrachtet stellen sich sämtliche Ladenlokale im zentralen Versorgungsbereich als kleinteilig dar. Die durchschnittliche Ladenlokalgröße beträgt rd. 90 m² und steht somit den immer weiter steigenden Flächenbedarfen des Einzelhandels konträr gegenüber.

Insgesamt betrachtet stellt sich demnach das Einzelhandelsangebot im Drensteinfurter Innenstadtzentrum als schwach dar.

4.4.3 Weitere gesamtstädtisch relevante Standortbereiche

Neben dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum sind im Rahmen dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzepts weitere Einzelhandelsstandorte zu berücksichtigen, sofern diese in der gesamtstädtischen Perspektive ein gewisses Gewicht bzw. eine Bedeutung für das aktuelle und das potenzielle Nahversorgungsgerüst oder als Ergänzungsstandort zu den Zentren aufweisen. Die folgende Tabelle bietet eine Übersicht über solche relevanten Standortbereiche.

Tabelle 10: Relevante Standortbereiche in Drensteinfurt

| Standort | Kurzbeschreibung | Angebote für die Nahversorgung | Sonstige zentrenrelevante Angebote | nicht zentrenrelevante Angebote |
|------------------|---|--------------------------------|------------------------------------|---------------------------------|
| Bahnhof | Mehrere großflächige Einzelhandelsbetriebe im Bahnhofsbereich von Drensteinfurt; mit einem stark differierendem Angebot | X | | X |
| Breemühle | Agglomeration mehrerer Nahversorgungsbetriebe ergänzt um eine Anbieter mit zentrenrelevantem Angebot | X | X | |
| Rinkerode | Solitärer Nahversorgungsbetrieb mit Versorgungsfunktion für den gesamten Ortsteil | X | | |
| Walstedde | Solitärer Nahversorgungsbetrieb mit Versorgungsfunktion für den gesamten Ortsteil | X | | |

Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2007

Die Standorte unterscheiden sich nicht nur in der Anzahl und Größe vorhandener Einzelhandelsbetriebe, sondern insbesondere auch auf Grund der angebotenen Sortimentsstruktur. Alle Standorte weisen zwar einen deutlichen Nahversorgungsbezug auf, die Standortbereiche Bahnhof und Breemühle zeichnen sich jedoch auch

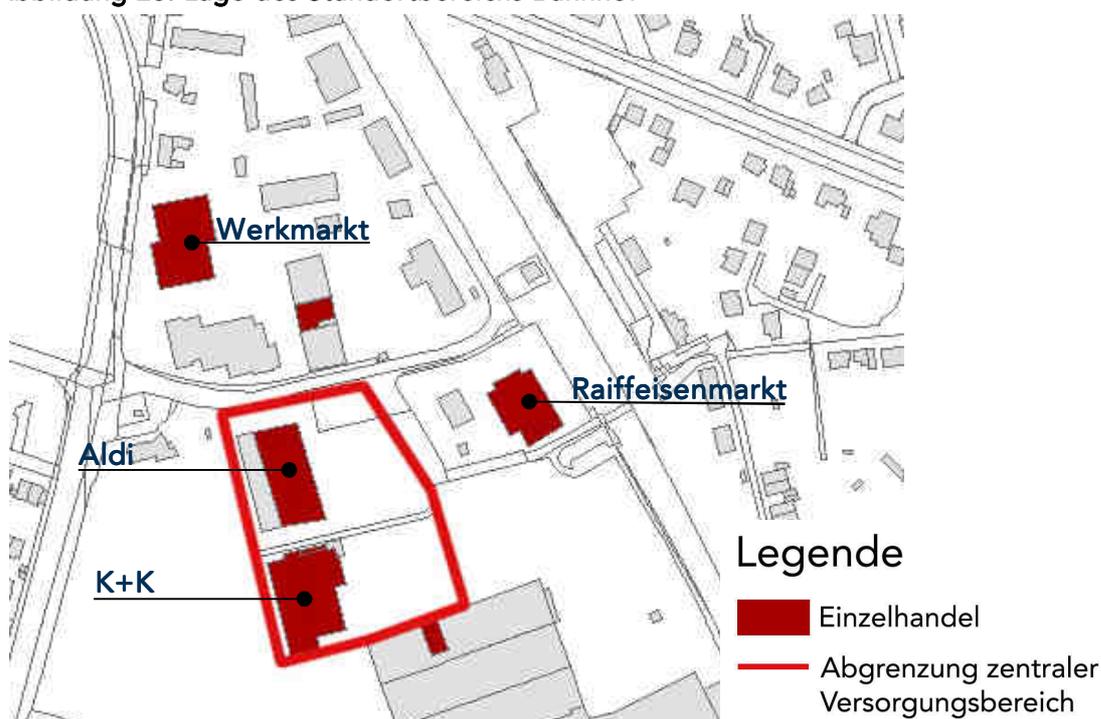
durch andere großflächige sowohl zentren- (Standort Breemühle) als auch nicht zentrenrelevante (Standort Bahnhof) Angebote aus.

Im Rahmen der Nahversorgungsanalyse (vgl. Kapitel 4.5) sowie des Zentren- und Standortkonzepts (vgl. Kapitel 5.4) werden diese Standorte erneut aufgegriffen. Daher erfolgt an dieser Stelle nur eine kurze beschreibende Ausführung:

Standortbereich Bahnhof

Der Standortbereich Bahnhof liegt in unmittelbarer Nähe zum Bahnhof Drensteinfurt in zentraler Lage im Ortsteil Drensteinfurt.

Abbildung 23: Lage des Standortbereichs Bahnhof



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 07/2007; Kartengrundlage: Stadt Drensteinfurt

Das Einzelhandelsangebot im Standortbereich Bahnhof umfasst 7 Betriebe, die insgesamt eine Verkaufsfläche von rd. 5.620 m² aufweisen. Diese verteilt sich auf die einzelnen Bedarfsbereiche wie folgt:

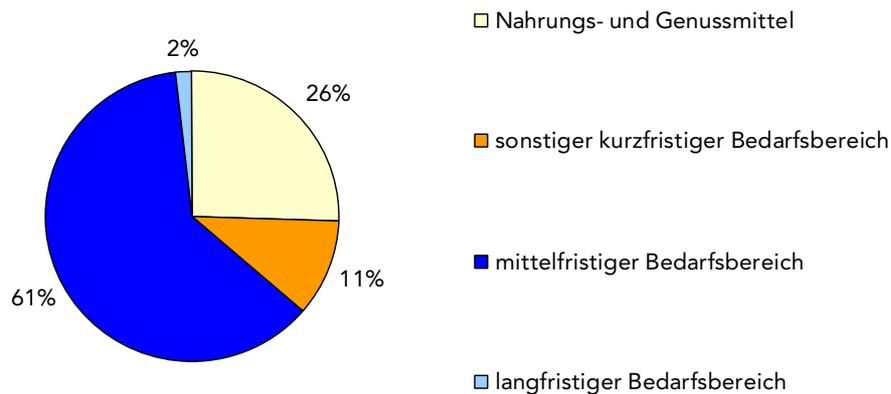


Abbildung 24: Verkaufsflächenstruktur im Standortbereich Bahnhof

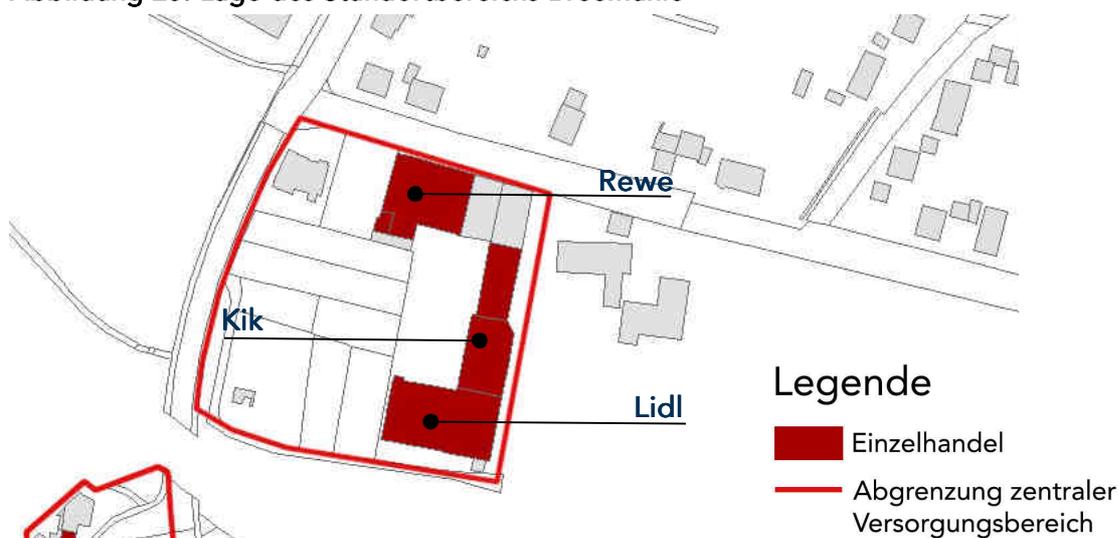
Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 07/2007

Im Detail betrachtet kann der Standortbereich Bahnhof in zwei unterschiedliche Standortbereichstypen untergliedert werden; zum einen in ein Nahversorgungszentrum, das die beiden Betriebe K+K sowie den Lebensmitteldiscounter Aldi umfasst, zum anderen in einen Sonderstandort für großflächigen, nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel, der u.a. den Raiffeisenmarkt und den Werkmarkt umfasst.

Standortbereich Breemühle

Östlich an das Innenstadtzentrum angrenzend befindet sich der Standortbereich Breemühle. Trotz der räumlichen Nähe muss dieser Standortbereich gesondert betrachtet werden, da eine städtebaulich-funktionale Anbindung an das Innenstadtzentrum nicht möglich ist.

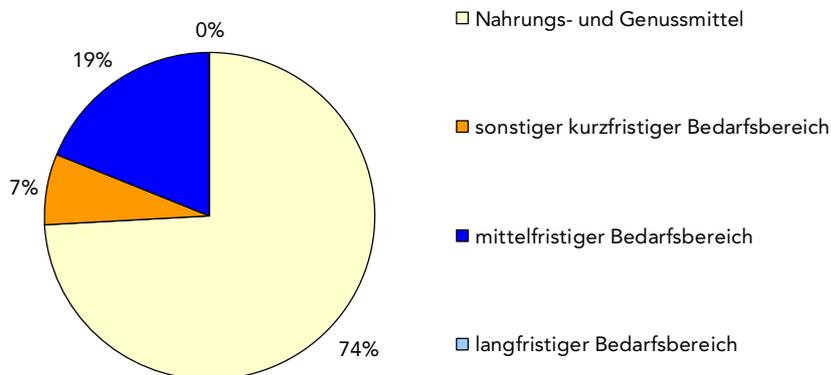
Abbildung 25: Lage des Standortbereichs Breemühle



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 07/2007; Kartengrundlage: Stadt Drensteinfurt

Der Standortbereich Breemühle umfasst 5 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 2.160 m². Diese verteilt sich auf die einzelnen Bedarfsbereiche wie folgt:

Abbildung 26: Verkaufsflächenstruktur im Standortbereich Breemühle



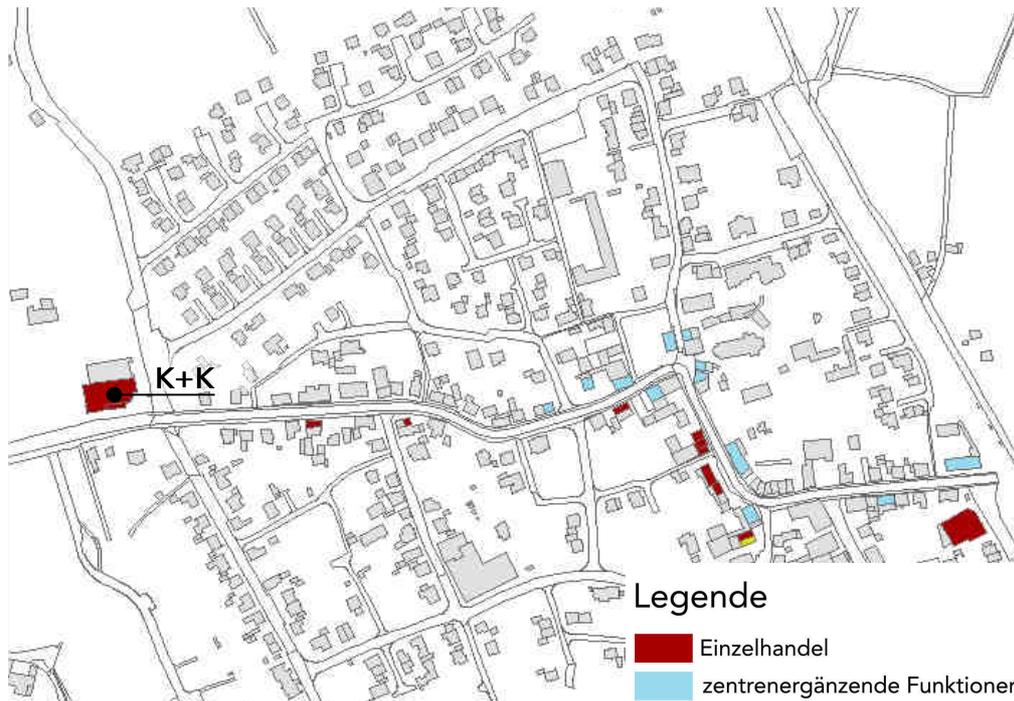
Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2007

Weitere zentrale Versorgungsbereiche existieren in Drensteinfurt nicht. Kein weiterer Standortbereich erfüllt die an einen zentralen Versorgungsbereich gestellten Anforderungen (s.o.).

Standortbereich Rinkerode

Im westlichen Bereich des Ortsteils Rinkerode befindet sich an der Straße Alte Dorfstraße ein solitärer Nahversorgungsbetrieb (K+K), der mit einer Verkaufsfläche von rd. 800 m² die wohnungsnah Grundversorgung für den gesamten Ortsteil Rinkerode darstellt und demnach auch bei einer gesamtstädtischen Betrachtungsweise ein bedeutendes Gewicht aufweist.

Abbildung 27: Lage des Standortbereichs Rinkerode

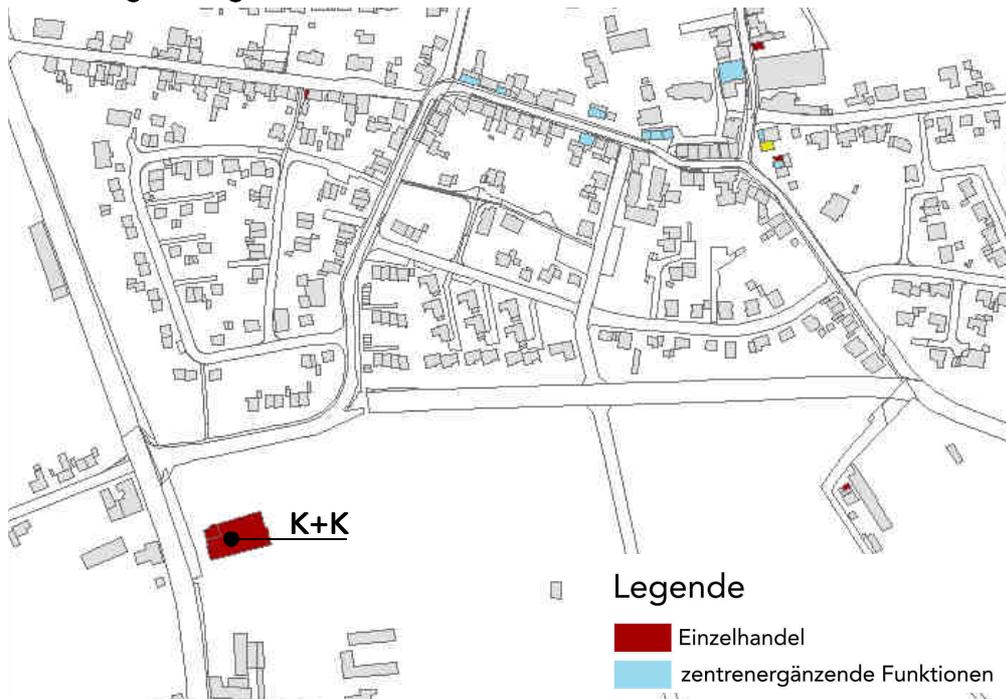


Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2007; Kartengrundlage: Stadt Drensteinfurt

Standortbereich Walstedde

Im südwestlichen Bereich des Ortsteils Walstedde befindet sich an der Straße Am Prillbach ein solitärer Nahversorgungsbetrieb der Firma K+K, der mit einer Verkaufsfläche von rd. 800 m² die wohnungsnah Grundversorgung für den gesamten Ortsteil gewährleistet und demnach auch bei einer gesamtstädtischen Betrachtungsweise ein bedeutendes Gewicht aufweist.

Abbildung 28: Lage des Standortbereichs Walstedde



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 07/2007; Kartengrundlage: Stadt Drensteinfurt

4.5 Analyse der Nahversorgungsstruktur in Drensteinfurt

Auf Grund der hohen Bedeutung der Nahversorgungsangebote für das tägliche Versorgungsverhalten der Bürger wird die Nahversorgungsstruktur in Drensteinfurt vertieft analysiert. Im Blickpunkt steht hierbei, ob und inwieweit die Nahversorgung insbesondere flächendeckend in den Ortsteilen gewährleistet wird. Die Nahversorgungsangebote unterliegen bundesweit einem rasanten Strukturwandel, der verbunden ist mit Standortaufgaben bzw. -verlagerungen, Betriebserweiterungen und Veränderungen der Betriebstypen. Als Folge des Strukturwandels wächst zwar in der Regel die Verkaufsflächensumme, insbesondere bei Nahrungs- und Genussmitteln, durch die Konzentrationsprozesse reduziert sich allerdings das Angebot auf wenige Standorte. Dadurch entstehende strukturell unterversorgte Wohngebiete sind nicht selten eine stadtentwicklungspolitisch ungewünschte Auswirkung. Diese Entwicklung betrifft nicht nur ländlich strukturierte Räume, sondern tritt auch in Ballungsräumen und Großstädten verstärkt auf.

In diesem Leistungsbaustein wird also insbesondere die Untersuchungsfrage geklärt, welche Siedlungsbereiche aktuell bereits nicht ausreichend mit Nahversorgungsangeboten versorgt werden bzw. in welchen Bereichen diese kurz- bis mittelfristig

wegbrechen werden. In Kapitel 5.4.3 werden anschließend – nachdem als Zwischenschritt die Entwicklungsleitlinien für den gesamtstädtischen Einzelhandel erörtert werden – spezielle Empfehlungen in Form eines Nahversorgungskonzepts vorgestellt.

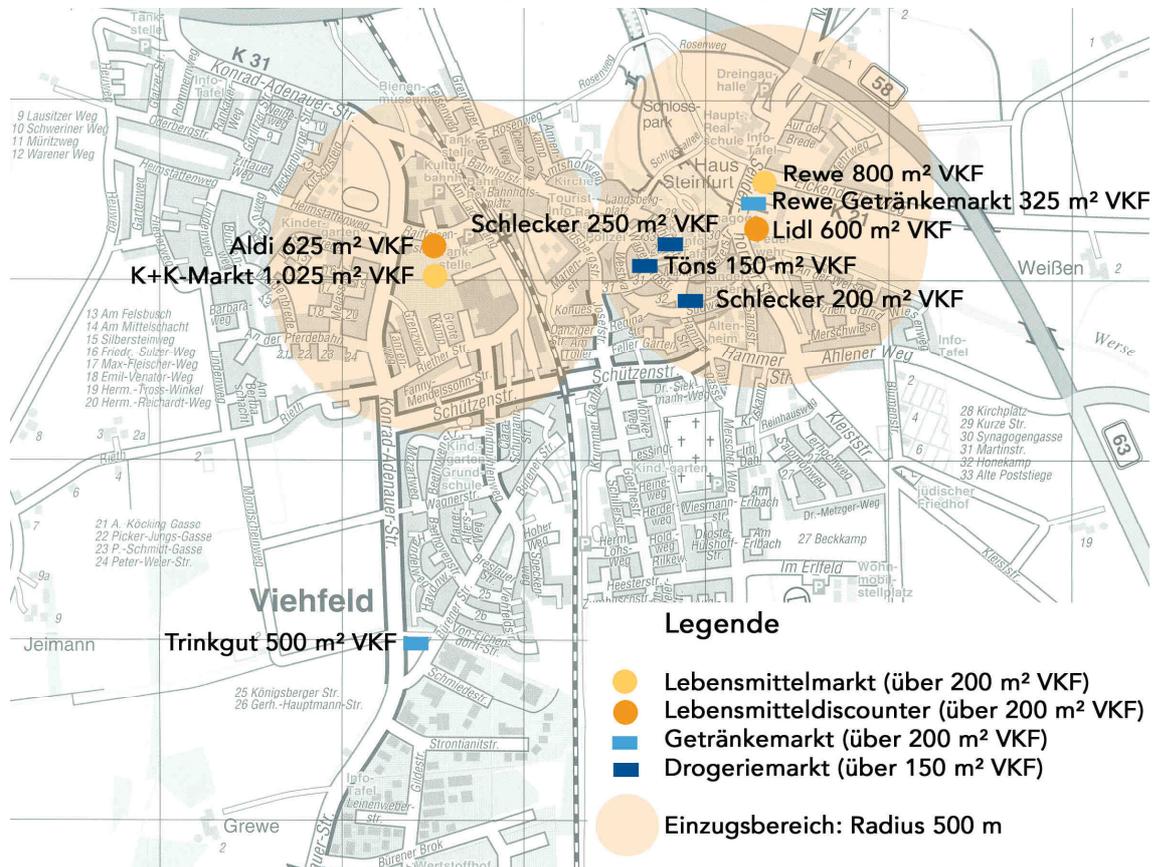
In die Analyse der Nahversorgungsangebote werden alle Lebensmittelmärkte mit über 200 m² und alle Drogeriemärkte mit über 150 m² Verkaufsfläche eingestellt, da anzunehmen ist, dass ab dieser Angebotsgröße ein ausreichend umfassendes Angebot in ihrem jeweiligen Segment handelsseitig bereitgestellt werden kann. Die nachfolgenden Abbildungen veranschaulichen das derzeitige Grundgerüst der Nahversorgung. Darüber hinaus werden, um weitergehende qualitative Einschätzungen zur Nahversorgungssituationen liefern zu können, die (Lebensmittel-)Betriebe hinsichtlich ihrer Betriebstypik unterschieden.

Um die Versorgungsqualität und die räumliche Erreichbarkeit der Angebote zu verdeutlichen, sind die Nahbereiche der relevanten Lebensmittelmärkte mit einem Radius von 500 m Luftlinie um die Angebotsstandorte herum gekennzeichnet. Derartige Radien entsprechen in der Realität zumeist einer realen Fußwegedistanz von etwa 700 m und somit einer fußläufigen Erreichbarkeit nach dem Einzelhandelserlass des Landes NRW. Sofern Siedlungsbereiche in einem solchen Nahbereich liegen, kann von einer ausreichenden fußläufigen Nahversorgung ausgegangen werden. In Gebieten außerhalb dieser Nahbereiche ist die Nahversorgungssituation hinsichtlich der räumlichen Erreichbarkeit bereits nicht mehr optimal.

Bewertung des Ortsteils Drensteinfurt

Im Ortsteil Drensteinfurt – mit seinen rd. 8.950 Einwohnern²¹ – stellt sich die Nahversorgungssituation wie folgt dar:

Abbildung 29: Räumliche Ausgestaltung der Nahversorgung im Ortsteil Drensteinfurt



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestanderhebung Stadt + Handel 07/2007; Kartengrundlage: Stadt Drensteinfurt

Augenscheinlich ist eine räumliche Versorgungslücke im Süden des Ortsteils. Die Barrierewirkung der Bahntrasse, die den Ortsteil in Nord-Süd-Richtung durchquert, erschwert diese Problematik, da hierdurch das dort vorhandene Bevölkerungspotenzial nicht als Einheit gesehen werden kann.

Eine darüber hinaus gehende qualitative Einschätzung der Nahversorgungssituation stellt auf das Kriterium des Betriebstypenmixes im Lebensmitteleinzelhandel ab. Hierbei stellt sich die Situation in Drensteinfurt durchweg positiv dar. Im Ortsteil Drensteinfurt sind jeweils zwei Lebensmitteldiscounter und zwei Lebensmittelvollsortimenter verortet.

Als weitere quantitative Kriterien können die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner sowie eine ortsteilbezogene Zentralität herangezogen werden. Für den Ortsteil Drensteinfurt stellen sich diese beiden Parameter wie folgt dar:

²¹ Quelle: Stadt Drensteinfurt; Stand: 11.06.2007 (nur Hauptwohnsitze).

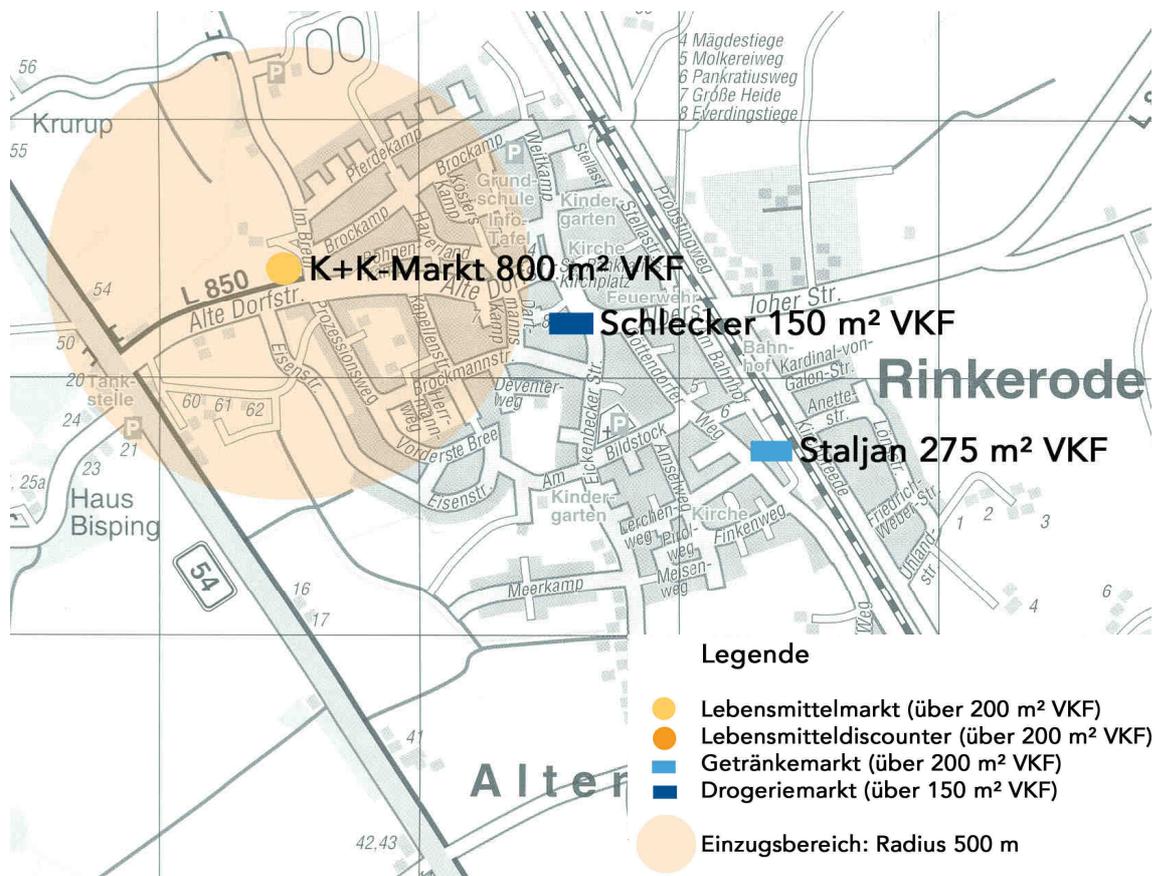
Die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner in der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel liegt mit einem Wert von rd. 0,45 m²/ EW deutlich über dem bundesdurchschnittlichen Referenzwert²².

Die ortsteilspezifische Zentralität weist mit einem Wert von 112 % einen Bedeutungsüberschuss über den Ortsteil Drensteinfurt hinaus auf.

Bewertung des Ortsteils Rinkerode

Der Ortsteil Rinkerode umfasst rd. 3.510 Einwohner. Die Nahversorgungssituation im Ortsteil stellt sich wie folgt dar:

Abbildung 30: Räumliche Ausgestaltung der Nahversorgung im Ortsteil Rinkerode



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2007; Kartengrundlage: Stadt Drensteinfurt

Das Angebot in der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel wird zum überwiegenden Teil in einem Lebensmittelvollsortimenter bereitgestellt, der im westlichen Bereich des Ortsteils verortet ist. Hieraus ergibt sich für den östlichen Bereich eine Versorgungslücke gleichwohl dort weitere nahversorgungsrelevante Betriebe verortet sind, die jedoch auf Grund ihrer Angebotsstruktur als Drogerie- bzw. Getränkemarkt keine umfassende Nahversorgung gewährleisten können.

²² Der bundesdeutsche Durchschnitt in der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel beträgt rd. 0,33 bis 0,35 m²/ EW.

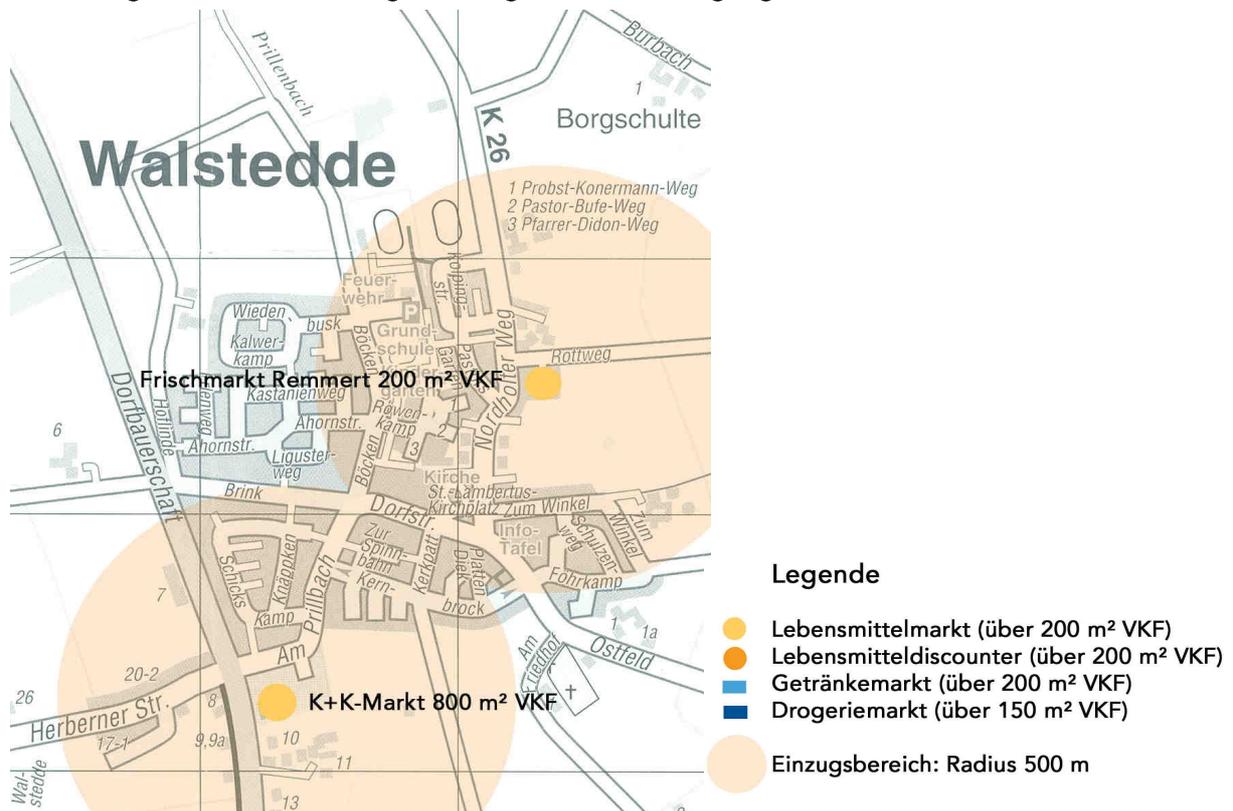
Die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner in der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel liegt mit einem Wert von rd. 0,32 m²/ EW im Bereich des bundesdurchschnittlichen Referenzwertes. Die ortsteilspezifische Zentralität, als weiteren quantitativen Bewertungsmaßstab für die Nahversorgungssituation im Ortsteil Rinkerode weist einen Wert von 76 % auf.

Auf Grund des geringen Einwohnerpotenzials in Rinkerode, welches jenseits der unteren Grenze heutiger Standortanforderungen von Lebensmittelmärkten liegt, muss, trotz der analysierten räumlichen Versorgungslücke und des quantitativen Potenzials, eine Verbesserung der Nahversorgungssituation durch weitere Ansiedlungen als unrealistisch betrachtet werden.

Bewertung des Ortsteils Walstedde

Im Ortsteil Walstedde – mit seinen rd. 2.970 Einwohnern – stellt sich die Nahversorgungssituation wie folgt dar:

Abbildung 31: Räumliche Ausgestaltung der Nahversorgung im Ortsteil Walstedde



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2007; Kartengrundlage: Stadt Drensteinfurt

Die beiden dargestellten Lebensmittelmärkte im Ortsteil stellen eine flächendeckende Nahversorgung im Ortsteil sicher. Einzig im Nordwesten des Ortsteils ist ein Bereich nicht optimal versorgt.

Die quantitativen nahversorgungsrelevanten Ausstattungsmerkmale in Walstede entsprechen weitestgehend denen aus dem Ortsteil Rinkerode. Die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner in der Sortimentsgruppe Nahrungs- und

Genussmittel beträgt rd. 0,32 m²/ EW. Die ortsteilspezifische Zentralität weist einen Wert von 76 % auf.

Auch im Ortsteil Walstedde lässt die niedrige Einwohnerzahl eine Verbesserung der Nahversorgungssituation durch weitere Ansiedlungen im Lebensmittelbereich unrealistisch erscheinen.

5 Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung in Drensteinfurt

Bevor aufbauend auf der Bestandsanalyse und -bewertung konkrete Instrumente entwickelt und vorgestellt werden können, sind generelle Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung in Drensteinfurt zu erarbeiten. Begleitet von einer Einführung zu den landes- und regionalplanerischen Vorgaben werden sowohl absatzwirtschaftlich tragfähige Entwicklungspotenziale für Drensteinfurt identifiziert als auch räumliche Entwicklungsleitlinien in Form von Szenarien erörtert. Hieraus leiten sich Empfehlungen für das künftige Zentren- und Standortkonzept sowie für die Nahversorgung ab.

5.1 Landes- und regionalplanerische Vorgaben zur künftigen Entwicklung des Einzelhandels

Die Grundlage der kommunalen Einzelhandelsentwicklung bilden die landes- und regionalplanerischen Vorgaben. Die kommunale Bauleitplanung hat deren Ziele und Grundsätze entsprechend den lokalen Gegebenheiten zu beachten bzw. zu berücksichtigen. Im Folgenden sind die für die Entwicklung des Einzelhandels in Drensteinfurt wesentlichen Ziele und Grundsätze der Landes- und Regionalplanung beschrieben.

Landesentwicklungsprogramm Nordrhein-Westfalen 2007

Der Landtag des Landes Nordrhein-Westfalen hat in seiner Sitzung vom 13.06.2007 eine Änderung des LEPro NRW verabschiedet, wodurch die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben künftig gezielt gesteuert werden soll. Zielsetzung hierbei ist die Sicherung der Zentren und der wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung.

Der Zielcharakter des § 24a LEPro NRW wurde jüngst durch ein höchstrichterlich bekräftigtes Urteil des OVG NRW²³ aberkannt. Gleichwohl wurde die Gültigkeit des § 24a nicht als ganzes in Frage gestellt. Insofern sollten die landesplanerischen Vorgaben als Grundsätze in die kommunale Abstimmungspraxis weiterhin einfließen.

Zur Erreichung dieser Ziele greift die Novellierung des LEPro NRW den 2004 neu ins BauGB aufgenommenen und zuvor schon in § 11 Abs. 3 BauNVO verankerten Begriff der zentralen Versorgungsbereiche auf. Zukünftig sollen großflächige Einzelhandelsbetriebe, sofern sie ein zentrenrelevantes (Kern-)Sortiment aufweisen, nur noch in einem derartigen zentralen Versorgungsbereich zulässig sein.

Derartige zentrale Versorgungsbereiche werden durch die Kommunen festgelegt und können als Haupt-, Neben- oder Nahversorgungszentren gegliedert werden. Darüber hinaus gilt es zu berücksichtigen, dass die in dem zentralen Versorgungsbereich zuläs-

²³ Vgl. Urteil OVG NRW vom 30.09.2009; 10 A 1676/08.

sige Nutzung in Art und Umfang der Funktion des jeweiligen zentralen Versorgungsbereichs entspricht²⁴.

Zur Bestimmung zentraler Versorgungsbereiche konkretisiert das LEPro NRW Kriterien. Diese wurden zuvor im Kapitel 4.4 en detail vorgestellt, so dass im Weiteren auf eine detaillierte Darstellung an dieser Stelle verzichtet wird.

Des Weiteren beinhaltet das novellierte LEPro NRW folgende Aussagen, die bei der weitergehenden Bearbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts Drensteinfurt berücksichtigt werden müssen:

- Bei der Festlegung der zentrenrelevanten Sortimente durch eine Gemeinde sind die zentrenrelevanten Leitsortimente nach der Anlage des novellierten LEPro NRW zu beachten.
- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem (Kern-)Sortiment dürfen außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen ausgewiesen werden, wenn der Standort innerhalb eines im Regionalplan dargestellten Allgemeinen Siedlungsbereichs liegt und der Umfang der zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente 10 % der Verkaufsfläche, maximal jedoch nicht mehr als 2.500 m² Verkaufsfläche, aufweist.
- Das LEPro NRW beinhaltet Mindestanforderungen an ein (regionales) Einzelhandelskonzept. Diese Angaben umfassen u.a. städtebauliche Leitlinien und räumlich abgegrenzte Standorte für eine zentrenverträgliche Entwicklung.
- Weitergehende Bestimmungen des novellierten LEPro NRW befassen sich mit Hersteller-Direktverkaufszentren (FOC) bzw. Einzelhandel in raumbedeutsamen Großeinrichtungen.

Regionalplanerische Vorgaben

Derzeit befindet sich der für die Stadt Drensteinfurt relevante Regionalplan in Fortschreibung, um u.a. die geänderten landesplanerischen Zielvorgaben aufzugreifen. Der derzeit noch aktuelle Regionalplan für den Regierungsbezirk Münster, Teilabschnitt „Münsterland“ aus dem Jahr 1999 beinhaltet folgendes regionalplanerisches Ziel, welches bei der weiteren Erarbeitung dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzepts zu berücksichtigen ist:

„Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe im Sinne von § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) sind grundsätzlich Siedlungsschwerpunkten räumlich und funktional zuzuordnen. Durch die Ansiedlung von Vorhaben der genannten Art darf die zentralörtliche Versorgungsfunktion anderer Zentren nicht beeinträchtigt werden.“²⁵

5.2 Absatzwirtschaftliche Entwicklungspotenziale

Die Ermittlung von Verkaufsflächenpotenzialen dient – als absatzwirtschaftliche Kenngröße – der Einordnung und Bewertung zukünftiger Einzelhandelsentwicklungen. In

²⁴ vgl. § 24 a Abs. 1 und 2 LEPro NRW und siehe Tabelle 12 im Anhang

²⁵ vgl. Bezirksregierung Münster 1999: Gebietsentwicklungsplan Teilabschnitt Münsterland.

ihr werden angebots- und nachfrageseitige Rahmenbedingungen zusammengeführt und auf ihre zukünftige perspektivische Entwicklung hin untersucht. Mit Blick auf die der Kommune zur Verfügung stehenden Steuerungsinstrumentarien werden absatzwirtschaftliche Spielräume in Form von sortimentspezifischen Verkaufsflächenpotenzialen aufbereitet.

5.2.1 Vorbemerkungen zu den ermittelten Entwicklungspotenzialen

Die ermittelten Entwicklungsspielräume sind im kommunalen Abwägungsprozess unter Berücksichtigung folgender Gesichtspunkte zu interpretieren:

Grundsätzlich sind die ermittelten absatzwirtschaftlich tragfähigen Verkaufsflächenpotenziale nicht als Legitimation zum Eingriff in den Wettbewerb zu verstehen: Der Kommune obliegt vielmehr die Sicherung der städtebaulichen Ordnung und stadtentwicklungspolitischer Ziele. Dies impliziert die räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung im Rahmen eines städtebaulich begründeten Abwägungsprozesses, der sich unter anderem der ermittelten absatzwirtschaftlichen Spielräume bedient. Des Weiteren ist zu beachten, dass die absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume schon auf Grund ihres – immer mit Unsicherheiten behafteten – Prognosecharakters grundsätzlich keine exakten „Grenzen der Entwicklung“ etwa als oberer oder als unterer Grenzwert darstellen können.

Der der Ermittlung von Verkaufsflächenpotenzialen zu Grunde liegende Kerngedanke lässt sich dahingehend konkretisieren, dass neue oder erweiterte Angebote durch Umverteilungseffekte städtebaulich gewünschte Versorgungsstrukturen insbesondere dann gefährden können, wenn sie sich in ihrer Dimensionierung und absatzwirtschaftlichen Bedeutung nicht in den Rahmen der ermittelten absatzwirtschaftlichen (Verkaufsflächen-)Potenziale einfügen. Dies ist insbesondere dann problematisch, wenn Entwicklungen an städtebaulich ungeeigneten bzw. auf Grund des Zielkonzepts abgelehnten Standorten durch Umverteilungseffekte städtebaulich gewünschte Versorgungsstrukturen gefährden können. Dies impliziert, dass die hier beschriebene absatzwirtschaftliche Betrachtung in engen Kontext mit den räumlichen Entwicklungsvorstellungen einer Kommune zu stellen ist. Erst im Kontext eines räumlich gefassten Entwicklungsleitbildes können die absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume zur Verfolgung stadtentwicklungspolitischer Ziele eingesetzt werden. Das räumliche Entwicklungsleitbild korrespondiert wiederum mit den absatzwirtschaftlichen Potenzialen.

In diesem Zusammenhang wird deutlich, dass zukünftige Entwicklungen auch bei Überschreiten der absatzwirtschaftlich tragfähigen Verkaufsflächenspielräume an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten zur Verbesserung und Attraktivierung des Einzelhandelsangebotes beitragen, wenn sie mit dem räumlichen Entwicklungsleitbild und den Zielen und Leitsätzen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Drensteinfurt (vgl. Kapitel 5.3, 5.4 und 6.2) korrespondieren.

Betriebsverlagerungen innerhalb Drensteinfurts bedürfen einer Beurteilung im Einzelfall. Die Ziele der Einzelhandelsentwicklung sind in diesen Fällen den betrieblichen Interessen gegenüberzustellen sowie mit- und gegeneinander abzuwägen. Für spezia-

lisierte oder neuartige Anbieter sind Entwicklungsspielräume auch oberhalb der Verkaufsflächenangaben in den jeweiligen Sortimentsgruppen grundsätzlich denkbar.

5.2.2 Methodik der Potenzialermittlung

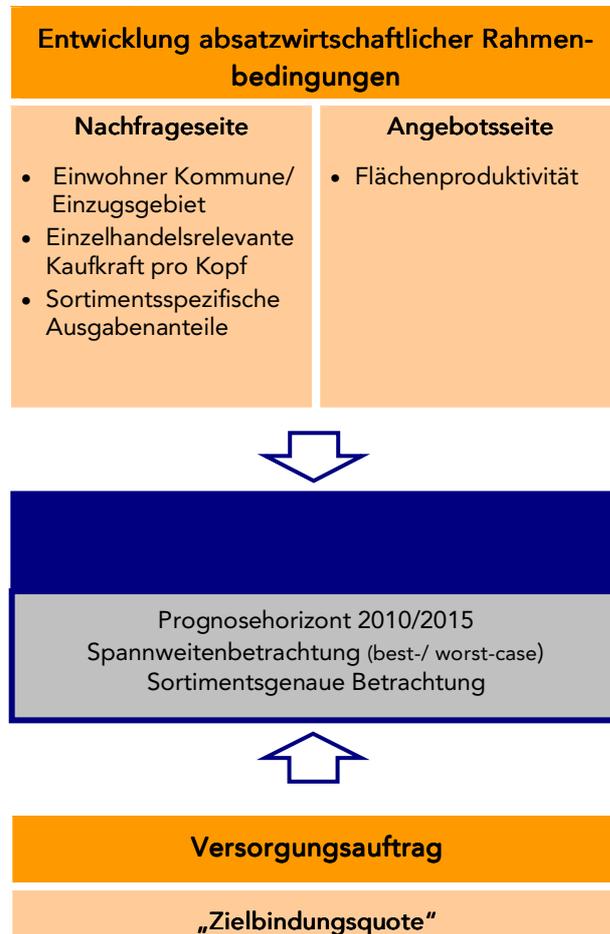
Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial und die Höhe des Umsatzes im Einzelhandel korrelieren weitgehend und entwickeln sich damit parallel. Dies bedeutet nicht, dass die Prognose der Verkaufsflächenspielräume sich ausschließlich in der Nachfrageentwicklung begründen lässt, denn auch durch spezifische angebotsseitige Entwicklungen kann zusätzlicher Verkaufsflächenbedarf begründet werden. Ohne die angebotsseitigen Anpassungsprozesse, die sich in diesem Zusammenhang in einer Reduzierung der zum wirtschaftlichen Betrieb notwendigen flächenbezogenen Umsätze widerspiegeln, wäre die seit Jahrzehnten zu beobachtende Verkaufsflächenausweitung im Einzelhandel nicht möglich gewesen. Zur Prognose des zukünftigen Verkaufsflächenbedarfs in Drensteinfurt wird demnach auf nachfrage- und angebotsseitige Einflussgrößen zurückzugreifen sein.

Grundsätzlich ist dazu anzumerken, dass für eine zuverlässige Prognose des Verkaufsflächenbedarfs sowohl die gegenwärtigen (nunc), die vergangenen Entwicklungen (ex post) als auch die angebots- und nachfrageseitige Zielgrößen (ex ante) einbezogen werden. Aufbauend auf der gegenwärtigen Situation von Angebot und Nachfrage werden der Berechnung die nachfolgenden Parameter zugrunde gelegt:

- Bevölkerungsentwicklung in Drensteinfurt
- Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Kopf (Entwicklung der Verbrauchsausgaben sowie Entwicklung des Anteils einzelhandelsrelevanter Ausgaben an den Verbrauchsausgaben)
- Entwicklung bzw. Verschiebung sortimentspezifischer Ausgabenanteile
- Entwicklung der Flächenproduktivitäten

Neben der Entwicklung angebots- und nachfrageseitiger Rahmenbedingungen ist der Versorgungsauftrag einer Kommune bei der Quantifizierung absatzwirtschaftlicher Entwicklungsspielräume ebenfalls von Bedeutung. Der anzustrebende Versorgungs-

Abbildung 32: Methodik der Potenzialermittlung



Quelle: eigene Darstellung

grad einer Kommune korrespondiert mit ihrer seitens der Regional- und Landesplanung angestrebten zentralörtlichen Aufgabenzuweisung. Dies ist in Rechtsprechung und Literatur grundsätzlich anerkannt. So sollen Ober- und Mittelzentren beispielsweise zentrale Einzelhandelsfunktionen mit breit gefächerten Einzelhandelsangeboten auch für ihr zugeordnetes Einzugsgebiet wahrnehmen. Grundzentren kommt die bevölkerungs- und wohnstandortnahe Grundversorgung der örtlichen Bevölkerung zu. Dieser planerisch und rechtlich zugebilligte Versorgungsauftrag ist im Rahmen der Potenzialdarstellung aufzugreifen, wobei sich die fundierte und realistische Ableitung zu erreichender Zielbindungsquoten als wesentliche Kernaufgabe dieses methodischen Schrittes darstellt.

Durch die Darstellung von sowohl zeitlichen (Prognosejahre 2010, 2015 und 2020) als auch inhaltlichen angebots- und nachfrageseitigen Spannweiten (worst- und best-case) wird ein Korridor eröffnet, der es der Stadt Drensteinfurt ermöglicht, auf eine Daten- und Berechnungsbasis zurückgreifen zu können, die ein breites Spektrum an möglichen Entwicklungen aufzeigt. Somit können Politik und Verwaltung sowohl fachlich abgesichert als auch mit der notwendigen Flexibilität – unter Berücksichtigung der sich im Zeitverlauf verändernden, teilweise auch konkretisierender angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen – auf zukünftige Einzelhandelsentwicklungen reagieren.

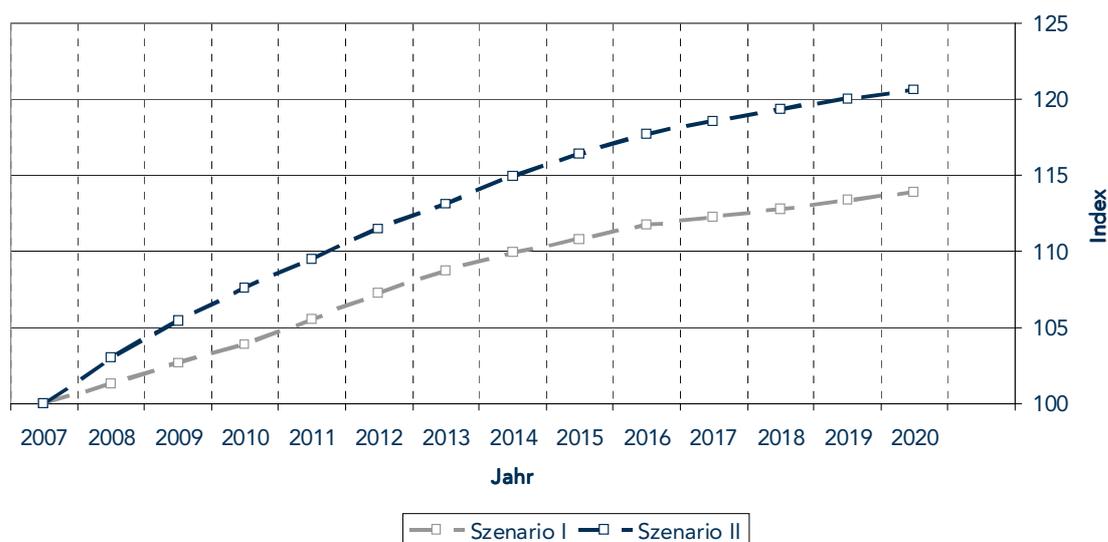
5.2.3 Entwicklung absatzwirtschaftlicher Rahmenbedingungen

Die Entwicklung der zuvor genannten Eingangsgrößen wird sich für Drensteinfurt wie folgt darstellen.

Zukünftige Bevölkerungsentwicklung

Als Grundlage für die zukünftige Bevölkerungsentwicklung sind Prognosen der Bezirksregierung Münster zugrunde gelegt worden. Ausgehend von einer Bevölkerungszahl von rd. 15.430 im Jahr 2007²⁶ wurden zwei Szenarien entwickelt. Szenario I geht davon aus, dass die Bevölkerung in Drensteinfurt bis 2010 um rd. 4 %, bis 2015 um weitere rd. 7 % und bis 2020 um weitere rd. 3 % zunehmen wird (Gesamtzunahme bis 2020: rd. 14 %). In Szenario II wird ein Bevölkerungswachstum von rd. 8 % bis 2010 und weiteren rd. 9 % bis 2015 sowie insgesamt von rd. 21 % bis 2020 erwartet. Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass unabhängig vom zugrunde gelegten Szenario mit einem Bevölkerungszuwachs gerechnet wird und nachfrageseitig positive Impulse aus der demographischen Entwicklung zu erwarten sind.

²⁶ Quelle: Stadt Drensteinfurt; Stand: 11.06.2007; nur Hauptwohnsitze.

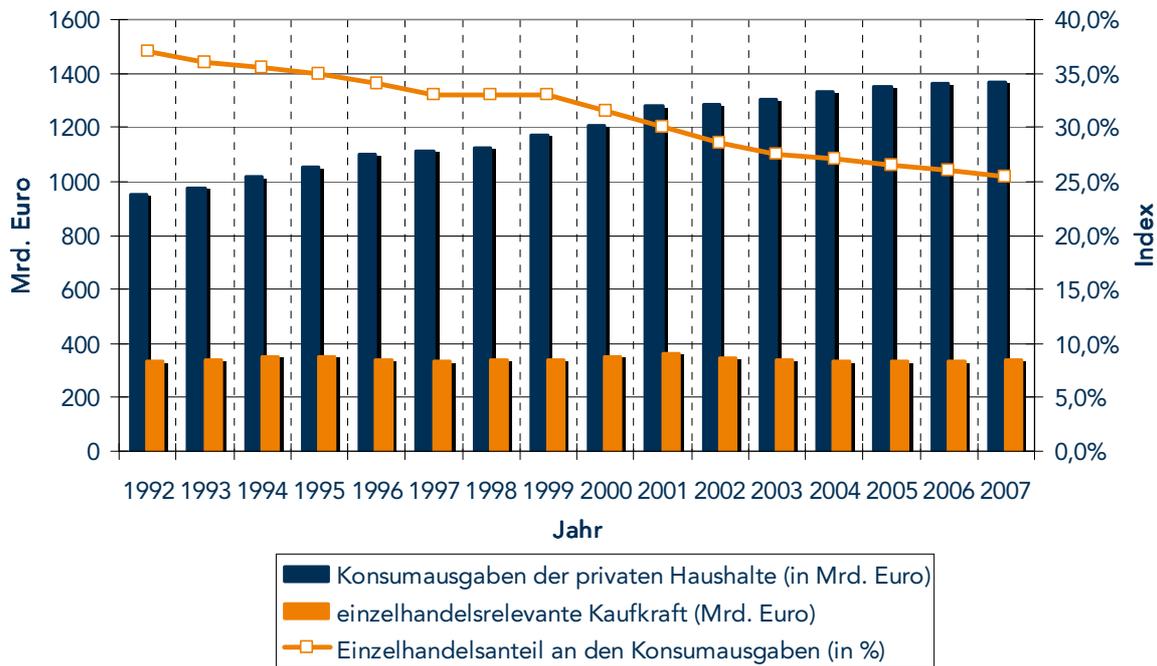
Abbildung 33: Zukünftige Bevölkerungsentwicklung in Drensteinfurt

Quelle: Stadt Drensteinfurt; Bezirksregierung Münster; eigene Annahmen

Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Kopf der Bevölkerung

Die Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland sind in den letzten 15 Jahren um insgesamt rd. 45 % (425 Mrd. Euro) auf rd. 1.375 Mrd. Euro gestiegen. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft dagegen stagniert im gleichen Zeitraum bei etwa 350 bis 380 Mrd. Euro. So lag der Einzelhandelsanteil an den Gesamtkonsumausgaben 1992 noch bei 37 %, während er 2007 nach stetigem Rückgang in den vergangenen Jahren nur noch 25 % ausmacht.

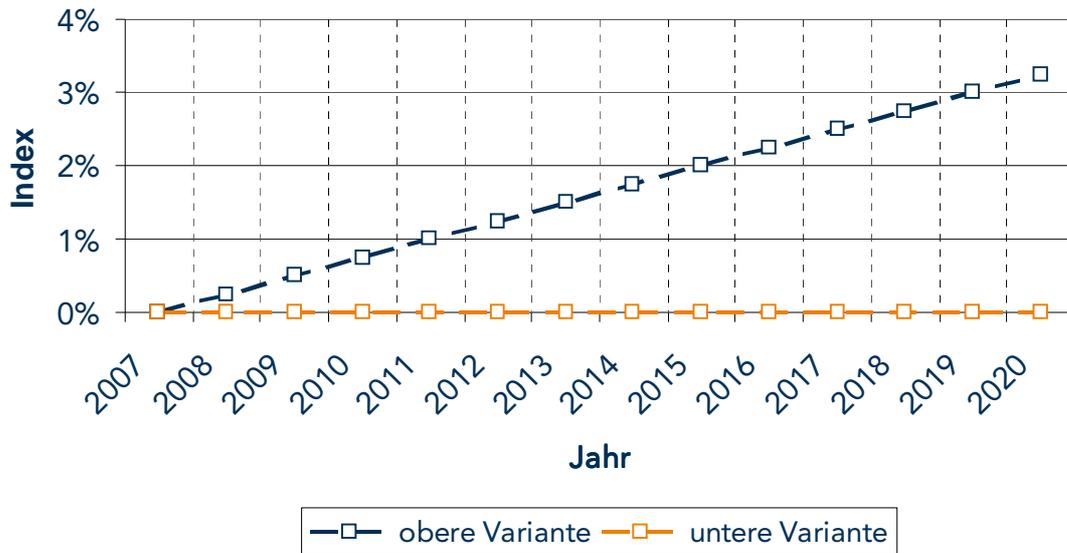
Abbildung 34: Entwicklung von Konsumausgaben, Einzelhandelsanteil und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft



Quelle: eigene Darstellung auf der Basis von Hahn-Immobilien: Real Estate Report 2006; EHI; Handel Aktuell 2006/07

In der Summe stagnieren somit die realen²⁷ einzelhandelsrelevanten Ausgaben seit Jahren. Dieser Trend kann allerdings für die nächsten Jahre nicht fortgeschrieben werden. So verdeutlicht z.B. die positive einzelhandelsrelevante Kaufkraftentwicklung Ende der 1990er Jahre bis 2001, dass in Phasen des Wirtschaftswachstums auch die realen Einzelhandelsausgaben ansteigen. Mit der wirtschaftlichen Erholung in 2006 und 2007, die sich in den nächsten Jahren fortsetzen soll, ist in den nächsten Jahren mit einem moderaten Anstieg der einzelhandelsrelevanten Ausgaben zu rechnen (vgl. folgende Abbildung).

²⁷ Grundsätzlich ist zwischen der nominalen und der realen Steigerung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft zu differenzieren. Da die nominale Entwicklung die inflationären Entwicklungen unberücksichtigt lässt, lassen sich aus der nominalen Entwicklung keine Rückschlüsse auf zusätzlich absatzwirtschaftlich tragfähige Verkaufsflächenpotenziale ziehen. Daher wird auf inflationsbereinigte Werte zurückgegriffen, die die reale Entwicklung beschreiben.

Abbildung 35: Einzelhandelsrelevante Konsumausgaben pro Kopf (in %)

Quelle: eigene Darstellung auf Basis eigener Berechnungen

Entwicklung sortimentspezifischer Ausgabenanteile

Die Entwicklung der sortimentsbezogenen Ausgabenanteile ist insbesondere abhängig von der Entwicklung des Nachfrageverhaltens, welches mit demographischen, sozioökonomischen und gesamtwirtschaftlichen Entwicklungstrends korreliert. Als Beispiel können die Sortimentsgruppen Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheke und Sportartikel/ Fahrräder/ Camping sowie Medien herausgegriffen werden. Diese oftmals mit dem Oberbegriff „Lifestyle“ umschriebenen Angebotsbereiche dürften von einer anhaltend steigenden Nachfrage profitieren. Auch medizinische und orthopädische Artikel werden vom mit dem demografischen Wandel einhergehenden wachsenden Bevölkerungsanteil älterer Menschen vergleichsweise stärker nachgefragt werden.

Gleichzeitig ist in einigen Sortimentsgruppen mit abnehmenden Ausgabenanteilen zu rechnen: Dies dürfte insbesondere den Bereich Nahrungs- und Genussmittel betreffen. Der Ausgabenanteil ist zwar in den letzten Jahren geringfügig angestiegen, letztendlich ist der Grund dafür allerdings in den schlechten konjunkturellen Rahmenbedingungen in den Jahren 2001 bis 2005 zu suchen, die z.T. deutlich geringere Ausgabenanteile in langfristig nachgefragten Angebotsbereichen bedingten (z.B. Uhren/ Schmuck, Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte). Mit der wirtschaftlichen Erholung seit 2006 ist mit einem leicht rückläufigen Ausgabenanteil für Nahrungs- und Genussmittel zu rechnen.

Abbildung 36: Ausgabenanteile für verschiedene Sortimentsgruppen im Einzelhandel - Tendenzaussagen

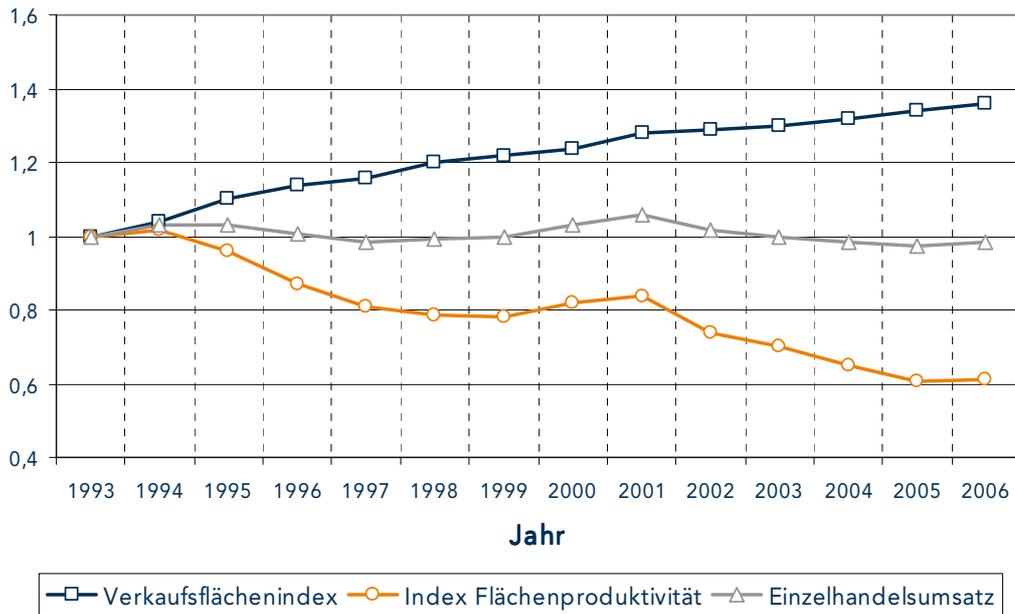
| Sortimentsgruppen | Tendenz |
|---|---------|
| Nahrungs- und Genussmittel | - |
| Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken | + |
| Blumen, zoologischer Bedarf | + |
| PBS, Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher | ○ |
| Bekleidung/ Wäsche | - |
| Schuhe, Lederwaren | - |
| Pflanzen/ Gartenbedarf | + |
| Baummarktsortiment i.e.S. | ○ |
| GPK/ Hausrat/ Einrichtungszubehör | ○ |
| Spielwaren/ Basteln/ Hobby/ Musikinstrumente | ○ |
| Sportartikel/ Fahrräder/ Camping | + |
| Medizinische und orthopädische Artikel | + |
| Teppiche/ Gardinen/ Deko/ Sicht- und Sonnenschutz | ○ |
| Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche | ○ |
| Möbel | ○ |
| Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte | ○ |
| Medien | + |
| Uhren/ Schmuck | ○ |
| Sonstiges | ○ |

Quelle: eigene Darstellung auf Basis von EuroHandelsinstitut (EHI): Einzelhandel Aktuell 2007/08, KPMG-Studie 2005

Entwicklung der Flächenproduktivitäten

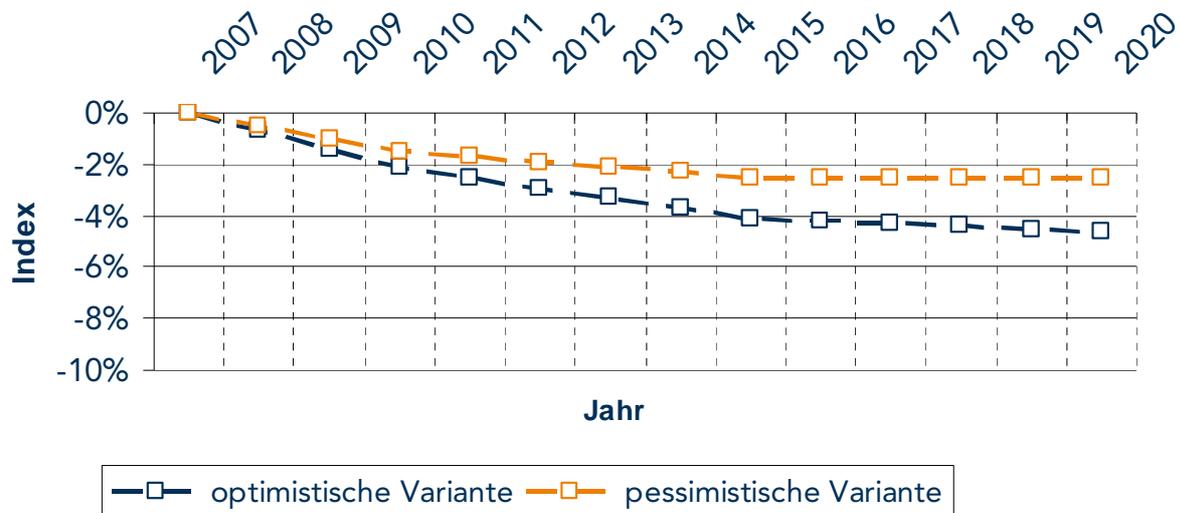
In der Zeit von 1993 bis 2006 erfolgte bundesweit ein stetiges Wachstum der Verkaufsflächen durch Erweiterungen und Neuanlagen von Einzelhandelsbetrieben. Gleichzeitig stagnierte die Umsatzentwicklung nahezu, sodass folglich die Flächenproduktivität stetig abnahm.

Abbildung 37: Entwicklungsindex der Flächenproduktivitäten von 1993 bis 2006



Quelle: eigene Darstellung auf der Basis von Hahn-Immobilien: Real Estate Report 06;
WABE-Institut: Einzelhandel Branchendaten 07

Die lineare Fortsetzung dieses Trends ist unwahrscheinlich. Die Flächenproduktivität ist in der Vergangenheit durch einen ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die dynamische und betriebstypologisch unterschiedliche Entwicklung deutlich ausdifferenziert und zum Teil abgeschwächt. Das Erreichen von Grenzrentabilitäten wird durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben unterstrichen. Dies geht mit Marktsättigungstendenzen einher, die in einem weiteren Fortschreiten von Konzentrationsprozessen münden werden. Konsequenterweise kann zukünftig mit einem abgeschwächten Trend bei der Abnahme der Raumleistungen oder sogar – zumindest teilweise – mit stagnierenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden. Für die Entwicklung der Flächenproduktivitäten in Drensteinfurt werden auf der erläuterten Ausgangsbasis mit einer Perspektive bis 2010/2015/2020 zwei Varianten entwickelt, die die genannten Trends widerspiegeln (vgl. folgende Abbildung).

Abbildung 38: Indizierte künftige Entwicklung der Flächenproduktivität

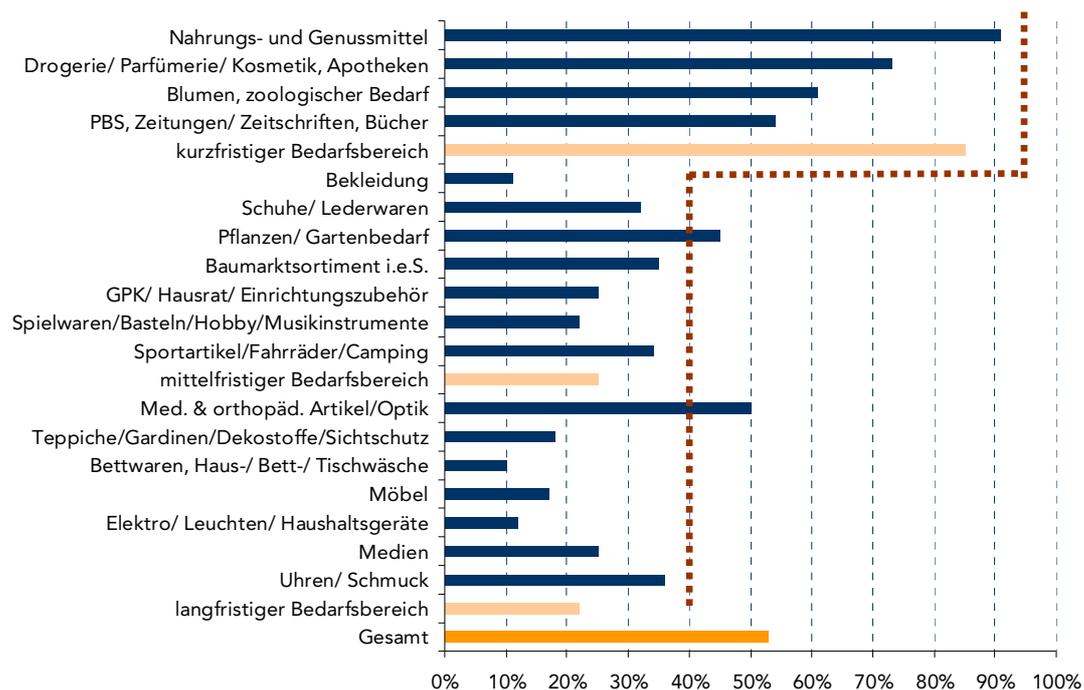
Quelle: eigene Darstellung auf der Basis eigener Berechnungen

Jede dieser Varianten geht von einem zunächst – in unterschiedlich deutlicher Ausprägung – anhaltenden Rückgang der Flächenproduktivitäten aus, wobei der pessimistischen Annahme bis 2015 ein Rückgang von 2,5 % gegenüber dem Stand von 2007 und eine Stagnation ab 2015 zu Grunde gelegt ist. Die optimistische Variante geht von einer stetigen – allerdings im Zeitverlauf im Vergleich zu den vergangenen Jahren – moderaten Abnahme der Flächenproduktivitäten bis 2020 aus. Ein Sinken der Flächenproduktivität um rd. fünf Prozent bis zum Jahr 2020 ergibt sich bei einer im Sinne der Verkaufsflächenpotenzialberechnung positiven linearen Fortschreibung des bis heute anhaltenden Trends von jährlich rd. 0,7 % bis 2010, gefolgt von einem abgeschwächten Rückgang um rd. 0,4 %/ Jahr bis 2015 bzw. um rd. 0,2 %/ Jahr bis 2020.

5.2.4 Versorgungsauftrag Zielbindungsquoten

Für die Sortimentsgruppen des kurzfristigen Bedarfs ist, da diese gemäß landes- und regionalplanerischer Vorgaben auch in Grundzentren zur Verfügung gestellt werden sollen, eine hohe Zielbindungsquote zu erzielen. Allerdings kann unter realistischen Annahmen nicht davon ausgegangen werden, dass eine Kaufkraftbindungsquote von 100 % erreicht wird. Daher wird für Drensteinfurt eine Zielbindungsquote im kurzfristigen Bedarfsbereich von 95 % avisiert. Für den mittelfristigen bis langfristigen Bedarfsbereich erscheint für ein Grundzentrum wie Drensteinfurt angesichts der starken Konkurrenz unter den Einkaufsstandorten und unter Berücksichtigung der hohen Kaufkraftabflüsse in Richtung Münster, Hamm und Ahlen eine Zielbindungsquote von 40 % realistisch und fachlich vertretbar.

Abbildung 39: Zielbindungsquoten nach Sortimentsgruppen



Quelle: eigene Darstellung auf der Basis eigener Berechnungen

Die gesamtstädtische Zielbindungsquote liegt heute bei rd. 52 %, was auf erhebliche Kaufkraftabflüsse in das Umland hindeutet. Die Versorgungsbedeutung Drensteinfurts erscheint vor dem Hintergrund des grundzentralen Versorgungsauftrags grundsätzlich ausbaubar. Insbesondere in den Sortimentsgruppen des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs, außer bei den Sortimentsgruppen Pflanzen/ Gartenbedarf und medizinische und orthopädische Artikel/ Optik, sind quantitative Ausstattungsdefizite zu attestieren, so dass sich hier zusätzliche Potenziale für Drensteinfurt ergeben.

5.2.5 Absatzwirtschaftlich tragfähige Verkaufsflächenpotenziale für Drensteinfurt

Die nachstehende Abbildung zeigt die zusätzlichen absatzwirtschaftlich tragfähigen Verkaufsflächenpotenziale unter Berücksichtigung des oben beschriebenen Drensteinfurter Versorgungsauftrags differenziert nach Sortimentsgruppen. Die Prognosen ergeben sich aus den Annahmen der vorstehend dargestellten angebots- und nachfrageseitigen Prognosespannweiten und den versorgungsstrukturellen Aspekten (Versorgungsauftrag).

Nachfrageseitig ergeben sich vor allem auf Grund der steigenden Bevölkerungszahl insgesamt erhebliche Impulse für zusätzliche Entwicklungen. Angebotsseitig eröffnen sich in begrenztem Maße zusätzliche absatzwirtschaftlich tragfähige Verkaufsflächen-spielräume durch weiter rückläufige Flächenproduktivitäten. Mit Blick auf den Versorgungsauftrag Drensteinfurts, ausgedrückt durch die Zielbindungsquoten, ergeben sich weiterhin z. T. deutliche Potenziale z.B. in den Sortimentsgruppen Elektro/ Leuchten und Haushaltsgeräte sowie Medien, insbesondere also im mittel- und im langfristigen Bedarfsbereich.

Abbildung 40: Absatzwirtschaftlich tragfähige Verkaufsflächenpotenziale für Drensteinfurt (in m² VKF)

| Warengruppe | 2010 | | 2015 | | 2020 | |
|--|--------------|--------------|--------------|---------------|--------------|---------------|
| | v | Δ | v | Δ | v | Δ |
| Nahrungs- und Genussmittel (NuG) | 360 | 630 | 760 | 1.480 | 980 | 2.110 |
| Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken | 310 | 350 | 390 | 530 | 440 | 660 |
| Blumen, zoologischer Bedarf | 390 | 440 | 460 | 570 | 500 | 690 |
| PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher | 190 | 210 | 220 | 270 | 240 | 310 |
| kurzfristiger Bedarfsbereich | 1.250 | 1.630 | 1.830 | 2.850 | 2.160 | 3.770 |
| Bekleidung | 840 | 950 | 980 | 1.240 | 1.060 | 1.470 |
| Schuhe/Lederwaren | 90 | 110 | 120 | 180 | 140 | 240 |
| Pflanzen/Gartenbedarf | 130 | 210 | 250 | 470 | 320 | 660 |
| Baumarktsortiment i.e.S. | 710 | 960 | 1.090 | 1.810 | 1.350 | 2.480 |
| GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör | 150 | 190 | 210 | 290 | 240 | 370 |
| Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente | 170 | 210 | 220 | 290 | 250 | 360 |
| Sportartikel/Fahrräder/Camping | 90 | 120 | 140 | 220 | 170 | 290 |
| mittelfristiger Bedarfsbereich | 2.180 | 2.750 | 3.010 | 4.500 | 3.530 | 5.870 |
| Medizinische und orthopädische Artikel/Optik | 10 | 10 | 10 | 30 | 20 | 40 |
| Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sichtschutz | 200 | 230 | 250 | 330 | 280 | 400 |
| Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche | 190 | 210 | 220 | 270 | 240 | 320 |
| Möbel | 1.180 | 1.360 | 1.440 | 1.890 | 1.580 | 2.280 |
| Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte | 230 | 250 | 260 | 340 | 290 | 400 |
| Medien | 130 | 150 | 170 | 240 | 200 | 300 |
| Uhren/Schmuck | 20 | 20 | 20 | 30 | 30 | 50 |
| Sonstiges | 290 | 310 | 320 | 390 | 340 | 450 |
| langfristiger Bedarfsbereich | 2.250 | 2.540 | 2.690 | 3.520 | 2.980 | 4.240 |
| Gesamt | 5.680 | 6.920 | 7.530 | 10.870 | 8.670 | 13.880 |

v pessimistische Δ optimistische Variante

Quelle: eigene Darstellung auf der Basis eigener Berechnungen

In der Zusammenschau ergibt die Ermittlung absatzwirtschaftlicher Entwicklungsspielräume in Drensteinfurt folgendes Potenzial für die Perspektive 2010/2015/2020:

Es bestehen rechnerische Verkaufsflächenpotenziale in einer Größenordnung von rund 5.680 m² bis 6.920 m² bis 2010, rd. 7.530 m² bis 10.870 m² bis 2015 sowie rd. 8.670 m² bis 13.880 m² bis 2020. In den einzelnen Sortimentsgruppen ergibt sich ein differenziertes Bild. Trotz der mitunter deutlichen Verkaufsflächenpotenziale reichen diese in einigen Sortimentsgruppen auf Grund der aktuellen Marktanforderungen der Betreiber nur als Arrondierungsspielraum für bestehende Betriebe²⁸. In anderen Sortimentsgruppen stellen die prognostizierten Verkaufsflächenpotenziale nennenswerte Spielräume dar, die zur Entwicklung der Einzelhandelsstruktur in Drensteinfurt – insbesondere der Drensteinfurter Innenstadt – genutzt werden können²⁹.

Letztendlich bedeuten diese Werte für Drensteinfurt, dass...

- die zugewiesene Versorgungsfunktion durch neue Angebote und Verkaufsflächen verbessert werden kann,
- in den Sortimentsgruppen ohne nennenswerte Verkaufsflächenpotenziale neue Angebote und Verkaufsflächen überwiegend nur durch Umsatzumverteilungen im Bestand zu realisieren sind (dies trifft bei neuartigen oder speziellen Anbietern nur bedingt zu),

²⁸ Hier insbesondere die Sortimentsgruppen Baumarktsortiment und Möbel.

²⁹ Hier insbesondere die Sortimentsgruppen Bekleidung und Medien.

- aus einer deutlichen Überschreitung der ermittelten Verkaufsflächenpotenziale ein ruinöser Wettbewerb mit ggf. städtebaulich negativen Folgen und eingeschränkten Entwicklungsmöglichkeiten für die Drensteinfurter Zentrenstruktur resultiert.

Beispielhaft werden im Folgenden die rechnerischen Verkaufsflächenpotenziale für einige Sortimentsgruppen mit den zu erwartenden Entwicklungen aufgezeigt und die daraus resultierenden Konsequenzen erläutert.

Nahrungs- und Genussmittel

In Drensteinfurt ist in der Perspektive ein zusätzlicher Verkaufsflächenbedarf zu erwarten, der bereits bis 2015 ein absatzwirtschaftlich tragfähiges Potenzial für einen neuen Lebensmittelmarkt bieten kann. Hierbei kommt der Standortfrage eine besondere Bedeutung zu: Die Neuansiedlung eines Lebensmittelmarktes sollte im Sinne des räumlichen Entwicklungsleitbildes für Drensteinfurt (vgl. Kapitel 5.3) mit einer Verbesserung der wohnstandortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten oder der Stärkung des Innenstadtzentrums einhergehen (vgl. auch Kapitel 4.5 und 5.4).

Bau- und Gartenmarktsortimente, Möbel

In den Sortimentsgruppen Bau- und Gartenmarkt sowie Möbel ergeben sich bis 2015 Verkaufsflächenpotenziale von jeweils max. rd. 1.900 m² (Möbel) bzw. 1.800 m² (Bau- marktsortiment) Verkaufsfläche.

Unter Berücksichtigung aktueller Marktanforderungen in diesen Angebotssegmenten ergibt sich im Bereich Möbel, in dem aktuell für Möbelvollsortimenter Verkaufsflächenanforderungen von mindestens 20.000 bis 30.000 m² bestehen, vielmehr Arrondierungsspielraum für bestehende Anbieter. Die ermittelten Potenziale dienen in Bezug auf Möbel daher primär als inhaltlich abgesicherter quantitativer Beurteilungsrahmen bei zukünftigen Betriebserweiterungen oder -verlagerungen.

Baumärkte benötigen marktüblich aktuell je nach Wettbewerbslage mindestens 10.000 m² Verkaufsfläche. Das für Drensteinfurt ermittelte absatzwirtschaftlich tragfähige Verkaufsflächenpotenzial von rd. 1.800 m² stellt sich daher einzig als Arrondierungsspielraum für bestehende Anbieter dar.

Zwischenfazit: Absatzwirtschaftliche Entwicklungsspielräume in Drensteinfurt

Die ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume verdeutlichen, dass neben dem **quantitativen Ausbau** die **räumlich-strukturelle Verbesserung der Angebotssituation** im Fokus der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Drensteinfurt stehen sollte.

Konsequenterweise kommt daher der räumlichen und funktionalen Steuerung von zukünftigen Betriebsansiedlungen und -erweiterungen eine besondere Bedeutung zu: Neue oder sich vergrößernde **Angebote sollten strategisch gezielt und korrespondierend mit den Zielen des räumlichen Leitbildes (vgl. Kapitel 5.3) entwickelt werden**. Als wichtige Aufgabe von Verwaltung und Politik stellt sich demnach die eingehende Prüfung des Angebotsschwerpunktes als auch der Verkaufsfläche zusätzlicher Anbieter dar.

Über die ermittelten Verkaufsflächenpotenziale hinausgehende Entwicklungen sind im Detail zu prüfen und nur dann sinnvoll, wenn sie die angestrebte räumlich-strukturelle Entwicklung des Einzelhandels in Drensteinfurt forcieren können – z.B. durch eine Stärkung des Innenstadtzentrums.

5.3 Räumliche Entwicklungsszenarien

Die Erarbeitung von Szenarien für die künftige Entwicklung des Einzelhandels stellt einen zentralen Baustein des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts bei der Erarbeitung der Zielebene dar. Die Szenarien basieren auf unterschiedlichen politischen und planerischen Annahmen und werden hinsichtlich ihrer planerischen, ökonomischen und städtebaulichen Folgewirkungen beschrieben. Durch die Szenarien werden Zusammenhänge der Drensteinfurter Zentrenentwicklung, der Standort- und der Nahversorgungsstruktur aufgezeigt, die zwischen der Ansiedlung, dem Aus- oder Rückbau von Einzelhandelsstandorten einerseits und der Entwicklung des gesamten Versorgungsnetzes andererseits bestehen.

Im Einzelnen werden unterschiedliche Einzelhandelsstandorte grafisch vereinfacht berücksichtigt. Es werden drei Entwicklungsszenarien dargelegt, die idealtypisch zu verstehen und zur Verdeutlichung der Handlungsfolgen bewusst überzeichnet sind. Die Entwicklungsannahmen beinhalten die politisch denkbaren Zielebenen ebenso wie die grundsätzlich realistischerweise annehmbaren absatzwirtschaftlichen und raumwirtschaftlichen Trends sowie potenziell absehbare Ereignisse der örtlichen Standortentwicklung.

Zu Beginn der Darstellung jedes Szenarios werden die zentralen Annahmen des zugrunde liegenden „extremen“ Planungskonzepts dargelegt und mit den zu erwartenden Auswirkungen auf die räumliche Entwicklung der Einzelhandelsstandorte in Drensteinfurt verknüpft. Sowohl die Veränderungen der Angebots- als auch der Nachfragestrukturen nehmen dabei Einfluss auf die räumliche Entwicklung und stehen daher im Fokus der Betrachtungen. Abschließend erfolgt eine Kurzbewertung des jeweiligen Szenarios.

Im Rahmen des begleitenden Arbeitskreises wurden die Szenarien und ihre Folgewirkungen diskutiert und den Verhältnissen in Drensteinfurt angepasst. Am Ende dieses Teilbausteins steht daher ein Entwicklungsszenario, welches mit Blick auf die Einzelhandels-, Zentren- und Nahversorgungsentwicklung unter Berücksichtigung der Sicherung und Weiterentwicklung der städtebaulich-funktionalen zentralen Bereiche sowie der Nahversorgungsstruktur das zukünftige Entwicklungsleitbild für die Stadt Drensteinfurt sein soll.

1. Szenario: „Freie Entfaltung der Kräfte des Marktes“

Dieses Szenario basiert auf der Annahme, dass Kommunen ihr gesetzlich verankertes Recht, städtebauliche Planungen innerhalb ihres Gemeindegebiets eigenverantwortlich und im Rahmen der Gesetze durchzuführen, nicht wahrnehmen. Anstelle der Kommune steuern Investoren und Unternehmer die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben und deren Entwicklungen im Raum.

Es ist davon auszugehen, dass Einzelhandelsbetriebe an autokundenorientierten Standorten und auf preisgünstigen Gewerbegrundstücken in Drensteinfurt, insbesondere in städtebaulich nicht integrierten Lagen oder an bestehenden bereits Standortbereichen außerhalb des Innenstadtzentrums, weiter entwickelt werden und wachsen (vgl. folgende Abbildung). Eine derartige Stärkung der Standorte außerhalb des Innenstadtzentrums wirkt sich zu Lasten von Betrieben in diesem aus. Folgen sind eine Reduktion der Versorgungsangebote sowie ggf. Betriebsschließungen und die damit einhergehenden Probleme der Folgenutzung oder des Leerstands.

Abbildung 41: Szenario 1 – Freie Entfaltung der Kräfte des Marktes



Kurzbewertung dieses Szenarios

Für Drensteinfurt bedeutet die konsequente Umsetzung dieses Konzepts der freien Entfaltung der Kräfte des Marktes, dass eine deutliche Schieflage zwischen dem Innenstadtzentrum einerseits und den Ergänzungsstandorten andererseits, die von großflächigen Betrieben geprägt sind, entsteht. Ohne eine kommunale Steuerung der geplanten Einzelhandelsstandorte ist eine Weiterentwicklung des Innenstadtzentrums durch Neuansiedlungen nicht mehr wahrscheinlich. Die vorhersehbare Realisierung von Vorhaben in verkehrsgünstig gelegenen und städtebaulich nicht integrierten Lagen würde zu einem deutlichen Bedeutungs- und Attraktivitätsverlust der Innenstadt führen. Die zentralörtlichen Prinzipien der Raumordnung sowie der baurechtlich verankerte Schutz zentraler Versorgungsbereiche werden auf diese Weise untergraben.

2. Szenario: Restriktion

Dieses Szenario ist durch einen besonders restriktiven Eingriff der Politik und der Verwaltung in die Entwicklung des Einzelhandels gekennzeichnet. Das bestehende Angebot im Einzelhandel wird weitgehend auf dem Status quo festgeschrieben und die Ansiedlung neuer Einzelhandelsbetriebe innerhalb von Drensteinfurt konsequent verhindert. Eine weitere Verschärfung der Konkurrenzsituation soll durch dieses Szenario vermieden werden. Jedoch sind bei konsequenter Verfolgung dieses Szenarios räumlich oder funktional sinnvolle Ergänzungen des Einzelhandelsangebots in Drensteinfurt nicht durchsetzbar. Daher würde Drensteinfurt für potenzielle Investoren als Wirtschaftsstandort uninteressant; sinnvolle Investitionen blieben aus, so dass notwendige Anpassungsmaßnahmen zur Stärkung der Zukunftsfähigkeit nicht realisiert werden könnten.

Darüber hinaus erfolgt eine Schwächung im Verhältnis zu anderen Einzelhandelsstandorten außerhalb von Drensteinfurt, da bei diesen Standorten eine Stagnation nicht zu erwarten ist. Letztendlich würden die Einzelhandelsstrukturen in Drensteinfurt – insbesondere im Innenstadtzentrum – an Wettbewerbsfähigkeit verlieren und dadurch deutlich gefährdet.

Abbildung 42: Szenario 2 – Restriktion



Quelle: eigene Darstellung

Kurzbewertung dieses Szenarios

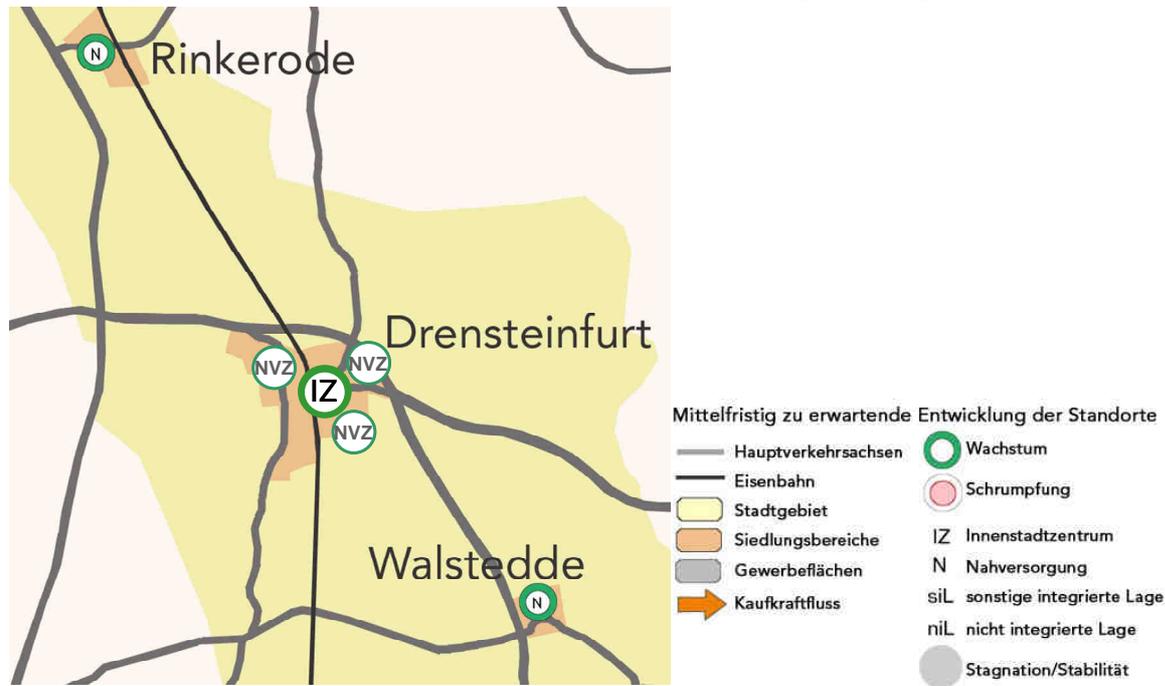
Die Anwendung dieses Szenarios würde für die Einzelhandelsstruktur in Drensteinfurt zwar eine hohe Planungssicherheit bedeuten, allerdings würde diese auf Kosten der zukünftigen Entwicklungschancen, welche erhebliche absatzwirtschaftliche Entwicklungsspielräume beinhaltet (vgl. Kapitel 5.2), erreicht. Trotz einer konsequenten Ausgestaltung dieses Szenarios ergeben sich daher keine positiven Effekte für den Einzelhandelsstandort Drensteinfurt, da Innovation und Investitionen unterdrückt würden und Drensteinfurt an zukünftigen Entwicklung nicht partizipieren und somit an Gewicht in der Region verlieren würde.

3. Szenario: Städtebaulich-funktionale Zentrengliederung

Im Mittelpunkt dieses Szenarios steht die gegliederte Entwicklung des Drensteinfurter Einzelhandels. Es erfolgt hierbei eine Konzentration der Entwicklung auf das Drensteinfurter Innenstadtzentrum und weitere ausgewählte Standortbereiche. Die Stärkung des Einzelhandelsstandorts Innenstadtzentrum wird im Gegensatz zu den Entwicklungen an den übrigen Standorten deutlich forciert. Eine Entwicklung an anderen Standorten wird nicht kategorisch ausgeschlossen, muss aber in Abstimmung mit den Entwicklungen im Innenstadtzentrum erfolgen. Dieses Szenario schafft demnach einen klaren räumlichen und funktionalen Rahmen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung. Der Einzelhandel wird in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen und in funktionaler Gliederung auf ausgewählte Standortbereiche im Stadtgebiet von Drensteinfurt gelenkt, jedoch mit eindeutiger Priorität auf dem Innenstadtzentrum. Darüber hinaus sind insbesondere Aspekte der wohnungsnahen Grundversorgung in den Nahversorgungszentren in räumlicher Nähe zum Innenstadtzentrum sowie in den Ortsteilen Rinkerode und Walstedde zu beachten. Diese

stringente Steuerung bei Nutzung der erheblichen absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume ermöglicht der Stadt die Möglichkeit eine sinnvolle und zukunftsfähige räumlich-funktionale Entwicklung des Einzelhandels zu gewährleisten. Hintergrund dieses Planungskonzepts ist demnach der Schutz und die Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche, die als Schutzgut im Städtebaurecht verankert sind.

Abbildung 43: Szenario 3 – Städtebaulich-funktionale Zentrengliederung



Quelle: eigene Darstellung

Kurzbewertung dieses Szenarios

Durch die städtebaulich-funktionale Zentrengliederung wird in Drensteinfurt die Stärkung des Innenstadtzentrums ermöglicht. Denn durch konzentrierte Einzelhandelsansiedlungen dort ist eine Erhöhung der Attraktivität und – damit einhergehend – der Kaufkraftbindung wahrscheinlich. Kaufkraftströme, die aktuell überwiegend auf die Standorte in den städtebaulich integrierten und städtebaulich nicht integrierten Lagen außerhalb des Innenstadtzentrums zielten, werden in das Innenstadtzentrum umgelenkt.

Es erfolgen demnach klare räumliche Begrenzungen der einzelhandelsrelevanten Standortbereiche und Zuweisungen von jeweiligen Einzelhandelsfunktionen. Ein besonderes Gewicht wird auf die Stärkung der wohnortnahen Grundversorgung im Ortsteil Drensteinfurt sowie in den Ortsteilen Rinkerode und Walstede gelegt. Dadurch wird eine stringente und konsequente Absprache von Investoren ermöglicht, ohne wesentliche städtebaurechtliche Steuerungsmechanismen preiszugeben.

Zwischenfazit

Im Zuge der Diskussion der Szenarien im begleitenden Arbeitskreis stellte sich heraus, dass das dringlichste Ziel des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts die Sicherung und

Stärkung des Innenstadtzentrums ist. Dabei sind jedoch weitergehende Aspekte, so die einhellige Meinung aller Vertreter im Arbeitskreis, zu berücksichtigen. Demnach soll als Ziel verfolgt werden, dass ein ausgewogenes Verhältnis zwischen der Stärkung des Zentrums einerseits sowie einer maßvollen Sicherung von Nahversorgungsangeboten in den Ortsteilen und einer gezielten, nicht zentrenschädigenden, Fortentwicklung von weiteren Standortbereichen, vor allem der Nahversorgungszentren in der Nähe zum Innenstadtzentrum, andererseits besteht.

Zusammenfassend betrachtet ergeben sich aus den vorherigen Arbeitsschritten folgende übergeordnete Leitlinien der Drensteinfurter Einzelhandelsentwicklung:

Abbildung 44: Übergeordnete Leitlinien der Einzelhandelsentwicklung in Drensteinfurt

- Gewährleistung und Ausbau der grundzentralen Versorgungsfunktion unter Berücksichtigung der absatzwirtschaftlichen Spielräume
- Sicherung und Ausbau der Bedeutung des Innenstadtzentrums
- Abbau von strukturellen Schwächen des Zentrums
- Sicherung und räumlich-strukturelle Verbesserung der Nahversorgungssituation
- Etablierung von Nahversorgungszentren im Ortsteil Drensteinfurt
- Räumliche Konzentration des Einzelhandels insgesamt auf leistungsfähige und zukunftsfähige Standorte
- Zukunftsfähige Arbeitsteilung zwischen den Versorgungsbereichen

Quelle: eigene Darstellung

5.4 Zentren-, Standort- und Nahversorgungskonzept

Das Zentren- und Standortkonzept definiert für die zukünftige Entwicklung des Drensteinfurter Einzelhandels die empfohlene Standort-Gesamtstruktur unter Berücksichtigung der städtebaulichen Zielperspektive und der absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale (vgl. Kapitel 5.2) und der räumlichen Entwicklungsszenarien (vgl. Kapitel 5.3). Es baut zugleich auf der städtebaulichen Bestandsbewertung der relevanten Einzelhandelsstandorte auf (vgl. Kapitel 4.4).

5.4.1 Künftige zentrale Versorgungsbereiche

Für Drensteinfurt wird die Abgrenzung von vier zentralen Versorgungsbereichen empfohlen. Neben dem Innenstadtzentrum weisen die Standortbereiche Bahnhof und Breemühle gewisse Funktionsbündelungen und insbesondere eine aus Einzelhandels-sicht zu bewertende Agglomeration auf, so dass sie im Folgenden als Nahversorgungszentren klassifiziert werden. Jedoch ist bei ihnen der Grad der Nutzungsmischung, die städtebauliche Dichte und die damit verbundene Vitalität auch in den Bereichen Gastronomie, Dienstleistungen und ggf. Kultur/ Bildung weniger stark

ausgeprägt. Es gilt vor allem die Nahversorgungsfunktion oder die Funktion als Sonderstandort für bestimmte großflächige Einzelhandelsvorhaben (vgl. nachstehendes Kapitel) gezielt weiterzuentwickeln. Am Standortbereich Kleiststraße ist die Etablierung eines Nahversorgungszentrums geplant, welches eine Nahversorgungsfunktion für derzeit nicht ausreichend nahversorgte Siedlungsbereiche übernehmen soll.

Die folgende Abbildung stellt die vier zentralen Versorgungsbereiche im Ortsteil Drensteinfurt dar, welche unter Berücksichtigung der übergeordneten Leitlinien für die Einzelhandelsentwicklung in Drensteinfurt zu empfehlen sind.

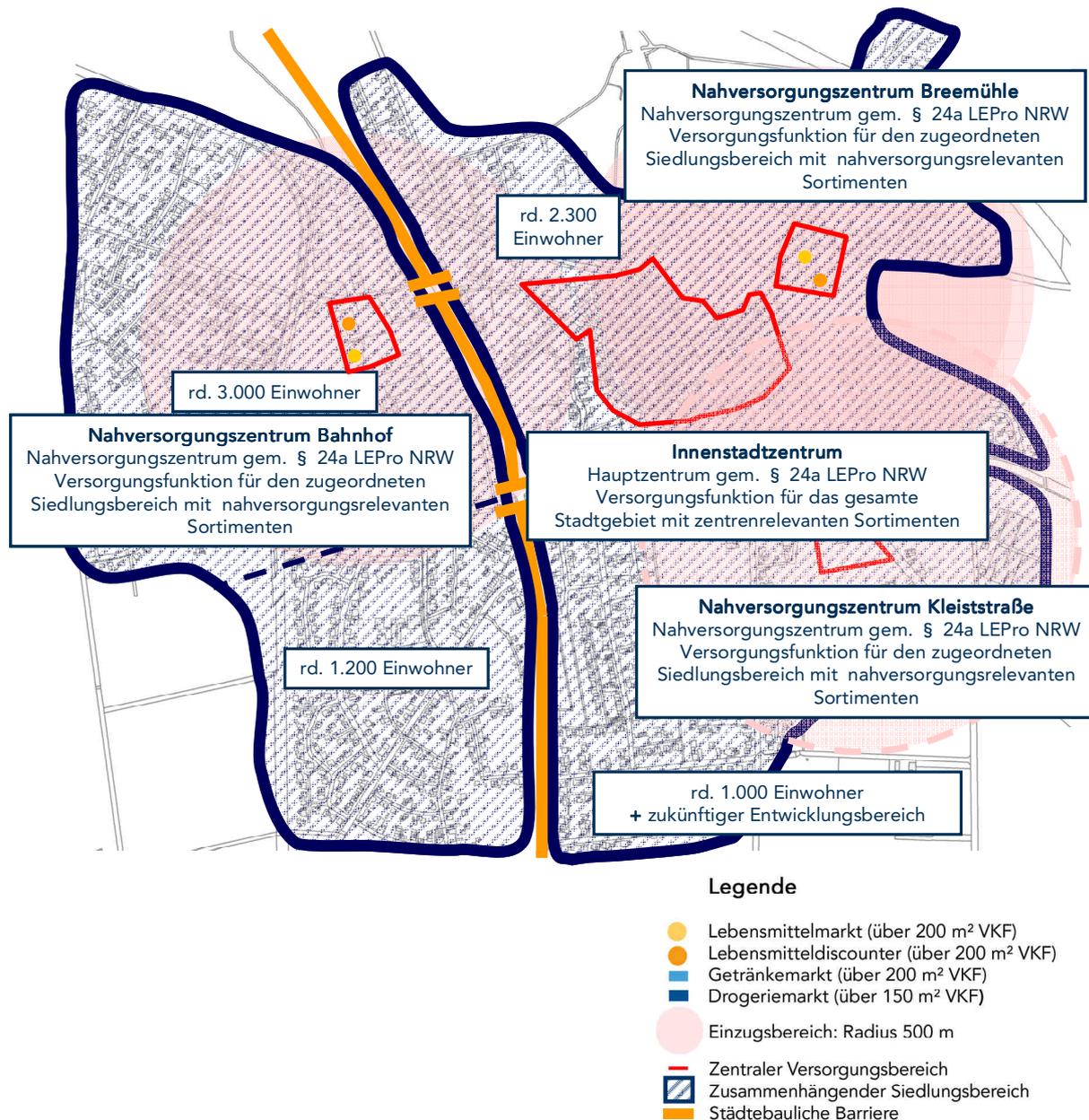


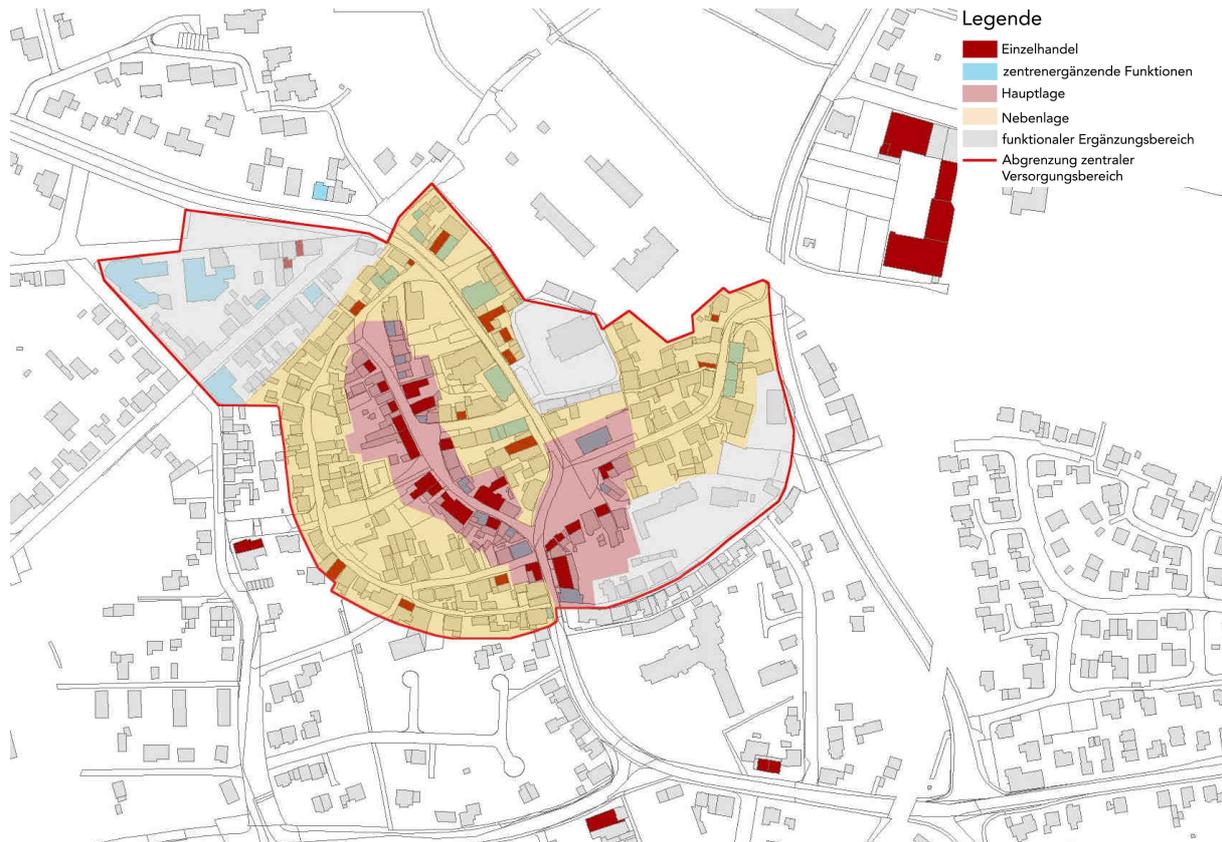
Abbildung 45: Zentrenstruktur

Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 07/2007; Kartengrundlage: Stadt Drensteinfurt

Zentraler Versorgungsbereich Innenstadtzentrum

Zur Festlegung des Innenstadtzentrums als zentraler Versorgungsbereich ist eine räumliche Abgrenzung erforderlich³⁰. Diese Abgrenzung wird wie in der folgenden Abbildung dargestellt empfohlen und umfasst die in der Bestandsanalyse bereits als Innenstadtzentrum beschriebenen Bereiche.

Abbildung 46: Räumliche Konkretisierung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 07/2007; Kartengrundlage: Stadt Drensteinfurt

Die Haupt- und Nebenlage sowie der funktionale Ergänzungsbereich ergeben sich aus der städtebaulichen Analyse als Teil des zentralen Versorgungsbereichs. Eine Begrenzung erfährt diese räumliche Konkretisierung einerseits durch städtebauliche Barrieren, durch Bereiche ohne eine hohe Nutzungsvielfalt, oder durch Bereiche, die einen eindeutigen funktionalen und fußläufig angemessen erreichbaren Zusammenhang zum Kern des Innenstadtzentrums, also der Hauptlage, vermissen lassen (vgl. Kapitel 4.4).

³⁰ Die dargestellte Abgrenzung ist als gebietsscharfe, nicht als parzellenscharfe Abgrenzung zu verstehen. Eine parzellenscharfe Konkretisierung kann nachfolgend im Bauleitplanverfahren vorgenommen werden.

Das Innenstadtzentrum als bedeutendster zentraler Versorgungsbereich der Stadt Drensteinfurt weist demnach eine Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt aus³¹. Als städtebauliches Zentrum einer regionalplanerisch als Grundzentrum ausgewiesenen Kommune soll es künftig Angebotsschwerpunkte für kurzfristig nachgefragte Bedarfsgüter verschiedener Qualität wie auch eine Grundversorgung für mittel- und langfristig nachgefragte Bedarfsgüter bereithalten. Um dieser Funktion gerecht zu werden, muss der analysierte Einzelhandelsbestand im Innenstadtzentrum nicht nur gesichert, sondern auch weiterentwickelt werden. Hierzu werden, untergliedert nach den einzelnen innerzentralen Lagedifferenzierungen, folgende Empfehlungen ausgesprochen:

Haupt- und Nebenlage

Für die Haupt- und Nebenlage im Innenstadtzentrum können folgende nachstehende Empfehlungen ausgesprochen werden:

- Das in der Angebotsanalyse diagnostizierte schwache Einzelhandelsangebot gilt es vor allem durch Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten zu verdichten (vgl. Kapitel 6.1).
- Es gilt in der Haupt- und Nebenlage eine Konzentration des Einzelhandelsangebots zu erzielen.
- Zur besseren Außendarstellung des Innenstadtzentrums empfiehlt sich das derzeitige Profil der Haupt- und Nebenlage unter Berücksichtigung der aktuellen Gegebenheiten – insbesondere der kleinteiligen Strukturen – zu schärfen.
- Für das Innenstadtzentrum und insbesondere für die Haupt- und Nebenlagen empfiehlt sich die Installation eines Ladenflächenmanagements, welches zur Optimierung des Geschäftsbestands beitragen kann.
- Des Weiteren sollte die Standortvermarktung im Innenstadtzentrum von Drensteinfurt vorangetrieben werden. Hierfür müssen aktiv potenzielle Akteure geworben werden.

Diese erfolgt in einem ergänzenden Gutachten zur Innenstadtentwicklung (siehe Stadt + Handel 2008: Empfehlungen zur Innenstadtentwicklung und Entwicklung eines innerstädtischen Ergänzungsstandorts).

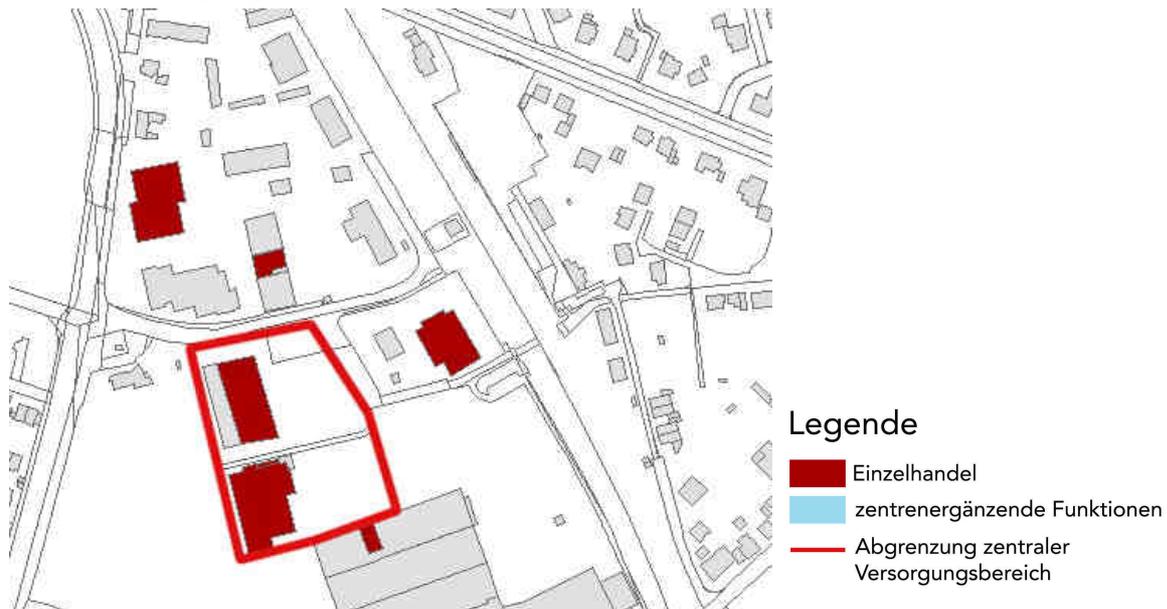
³¹ Gemäß der nach § 24 a Abs. 2 LEPro NRW geforderten funktionalen Zuordnung des Gemeindegebiets zu dem jeweiligen zentralen Versorgungsbereich.

Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Bahnhof

Ergänzend zum Innenstadtzentrum werden drei weitere zentrale Versorgungsbereiche als Nahversorgungszentren (gem. § 24a LEPro NRW) in räumlicher Nähe des Innenstadtzentrums abgegrenzt.

Das Nahversorgungszentrum Bahnhof befindet sich westlich des Innenstadtzentrums in direkter Nähe zum Bahnhof der Stadt Drensteinfurt.

Abbildung 47: Räumliche Konkretisierung des zentralen Versorgungsbereichs Nahversorgungszentrum Bahnhof



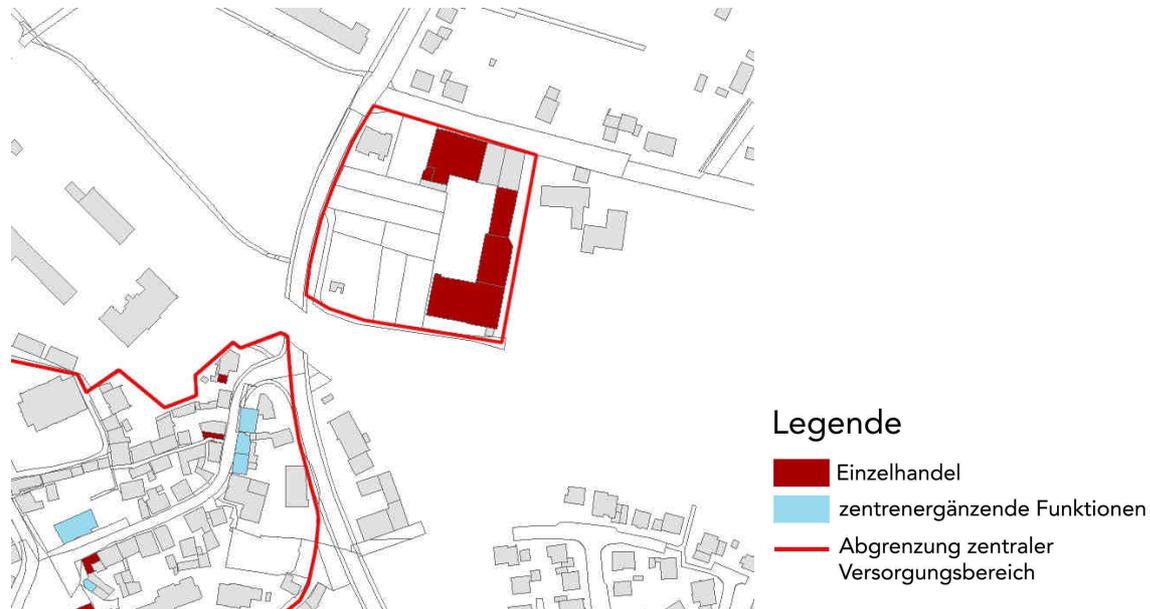
Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2007; Kartengrundlage: Stadt Drensteinfurt

Weitere detaillierte Entwicklungsempfehlungen für das Nahversorgungszentrum Bahnhof, welches eine Versorgungsfunktion für den zugeordneten Siedlungsbereich (rd. 3.000 Einwohner) mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten übernimmt, sind dem Nahversorgungskonzept in Kapitel 5.4.3 zu entnehmen.

Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Breemühle

Das Nahversorgungszentrum Breemühle liegt östlich des Innenstadtzentrums von Drensteinfurt an der Sendenhorster Straße.

Abbildung 48: Räumliche Konkretisierung des zentralen Versorgungsbereichs Nahversorgungszentrum Breemühle



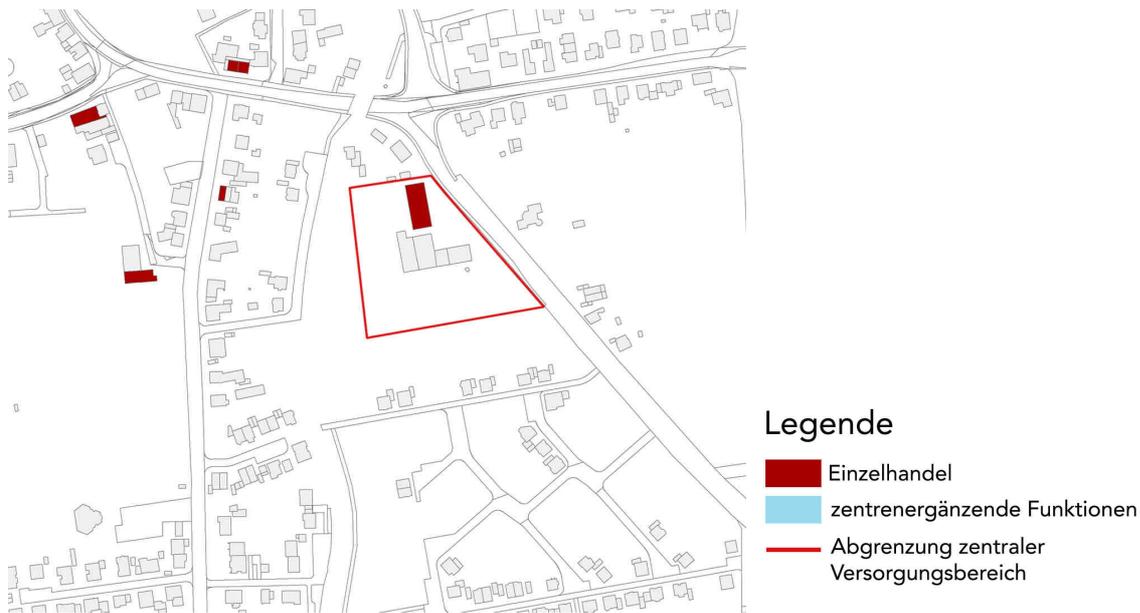
Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 07/2007; Kartengrundlage: Stadt Drensteinfurt

Weitere detaillierte Entwicklungsempfehlungen für das Nahversorgungszentrum Breemühle, welches eine Versorgungsfunktion für den zugeordneten Siedlungsbereich (rd. 2.300 Einwohner) mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten übernimmt, sind dem Nahversorgungskonzept in Kapitel 5.4.3 zu entnehmen.

Zentraler Versorgungsbereich geplantes Nahversorgungszentrum Kleiststraße

Stadtentwicklungspolitische Zielvorstellung der Stadt Drensteinfurt ist es südlich des Drensteinfurter Innenstadtzentrums, auf der Fläche des Autohauses Volkmar, ein Nahversorgungszentrum zu etablieren.

Abbildung 49: Räumliche Konkretisierung des zentralen Versorgungsbereichs geplantes Nahversorgungszentrum Kleiststraße



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2007; Kartengrundlage: Stadt Drensteinfurt

Weitere detaillierte Entwicklungsempfehlungen für das geplante Nahversorgungszentrum Kleiststraße, welches eine Versorgungsfunktion für den zugeordneten Siedlungsbereich (rd. 1.000 Einwohner + zukünftigen Entwicklungsbereich) mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten übernimmt, sind dem Nahversorgungskonzept in Kapitel 5.4.3 zu entnehmen.

5.4.2 Künftiger Sonderstandort für großflächige Einzelhandelsbetriebe als Ergänzung zur Innenstadt

Sonderstandorte ergänzen, soweit notwendig, die Innenstadtfunktion. Einzelhandelsentwicklungen an den Sonderstandorten sollten weder das Innenstadtzentrum noch die Nahversorgungsstruktur gefährden. Daher werden die potenziellen Entwicklungsmöglichkeiten im gesamtstädtischen Interesse in Verbindung mit den Ansiedlungsleitsätzen zu begrenzen sein (vgl. Kapitel 6.2). Diese Begrenzung ist auch deswegen zu empfehlen, weil eine Standortbündelung aus Kundensicht attraktivere und interessantere Standorte schafft.

Andererseits benötigt Drensteinfurt auf Grund seiner erheblichen Verkaufsflächenpotenziale auch Flächenreserven für großflächige Einzelhandelsbetriebe, die im Zentrum ggf. nicht angesiedelt werden können und deren Warenangebot eine Attraktivierung des Innenstadtzentrums nicht unmittelbar gewährleistet. Diese Flächenreserven sollten zugleich den üblichen Standortanforderungen von Einzelhandelsunternehmen – etwa die gute verkehrliche Erreichbarkeit – entsprechen.

Es ergeben sich folgende Zielsetzungen des Sonderstandortkonzeptes:

- Angebotsergänzung gegenüber dem Innenstadtzentrum für (großflächige) Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment,
- Beitrag zur funktional gesamtstädtisch gewinnbringenden Aufgabenteilung der Einzelhandelsstandorte,

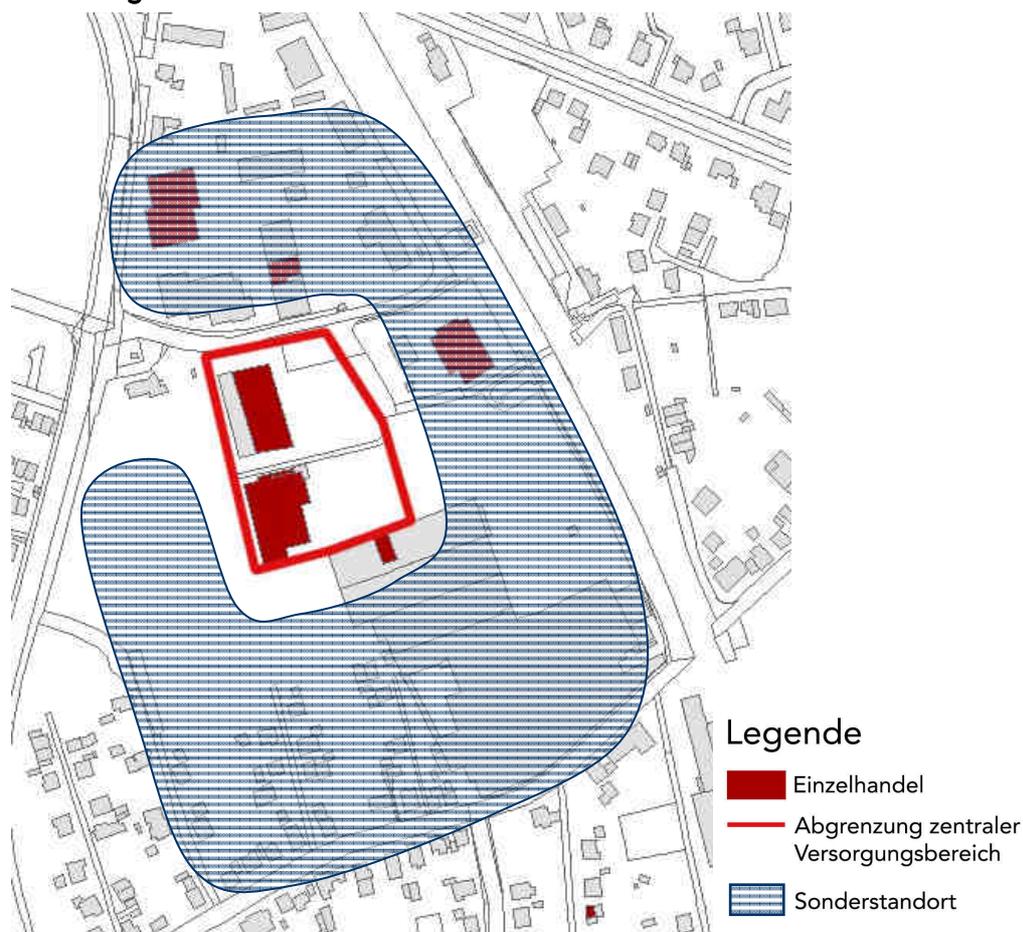
- Bereithaltung von leitungsfähigen Angebotsflächen, die aktuellen Ansiedlungsvoraussetzungen entsprechen, die eine attraktive örtliche/ überörtliche Magnetwirkung aufweisen sowie regional und landesplanerisch konsensfähig sind,
- Wahrung der Entwicklungschancen für sonstige gewerbliche Nutzungen.

Als Sonderstandort für großflächige Einzelhandelsbetriebe für Drensteinfurt wird der Standortbereich Raiffeisenstraße empfohlen. Dieser Standortbereich bietet sich auf Grund der bereits bestehenden Einzelhandelsprägung und seines vorhandenen Flächenpotenzials als Sonderstandort an.

Der empfohlene Sonderstandort erfüllt die zuvor genannten Anforderungen und kann im Rahmen der empfohlenen Ansiedlungsleitsätze (vgl. Kapitel 6.2) und der genannten tragfähigen Verkaufsflächenpotenziale zur Erweiterung oder Neuansiedlung von insbesondere großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten genutzt werden, sofern nicht die Ziele dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzepts entgegenstehen.

Im Rahmen dieser gesamtstädtischen Funktion gilt es, die absatzwirtschaftlichen Verkaufsflächenspielräume in den nicht zentrenrelevanten Sortimentsgruppen auf diese Standort zu lenken. Sie dienen demnach als Leitplanke für die Dimensionierung dort geplanter Ansiedlungen. Demgegenüber sollte jedoch eine anderweitige Entwicklung – insbesondere in den zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimentsgruppen – ausgeschlossen werden.

Die nachstehende Abbildung verortet den Sonderstandort für Drensteinfurt. Die Abgrenzung visualisiert den Sonderstandort im Bestand. Die Abgrenzung ist nicht als gebietsscharfe Entwicklungsempfehlungen zu verstehen. Vielmehr können und sollten bei geeigneten Vorhaben Flächen außerhalb des bisher durch den Einzelhandel vorgeprägten Bereichs in die Entwicklung einbezogen werden (siehe folgende Abbildung).

Abbildung 50: Sonderstandort Raiffeisenstraße

Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 07/2007; Kartengrundlage: Stadt Drensteinfurt

5.4.3 Nahversorgungskonzept

Die derzeit bestehende Nahversorgungsstruktur wird in Kapitel 4.5 beschrieben und analysiert. Vor diesem Hintergrund werden im folgenden Kapitel Empfehlungen zur Stabilisierung und Verbesserung der flächendeckenden Nahversorgung in Drensteinfurt ausgesprochen. Diese Empfehlungen stehen im engen Zusammenhang mit

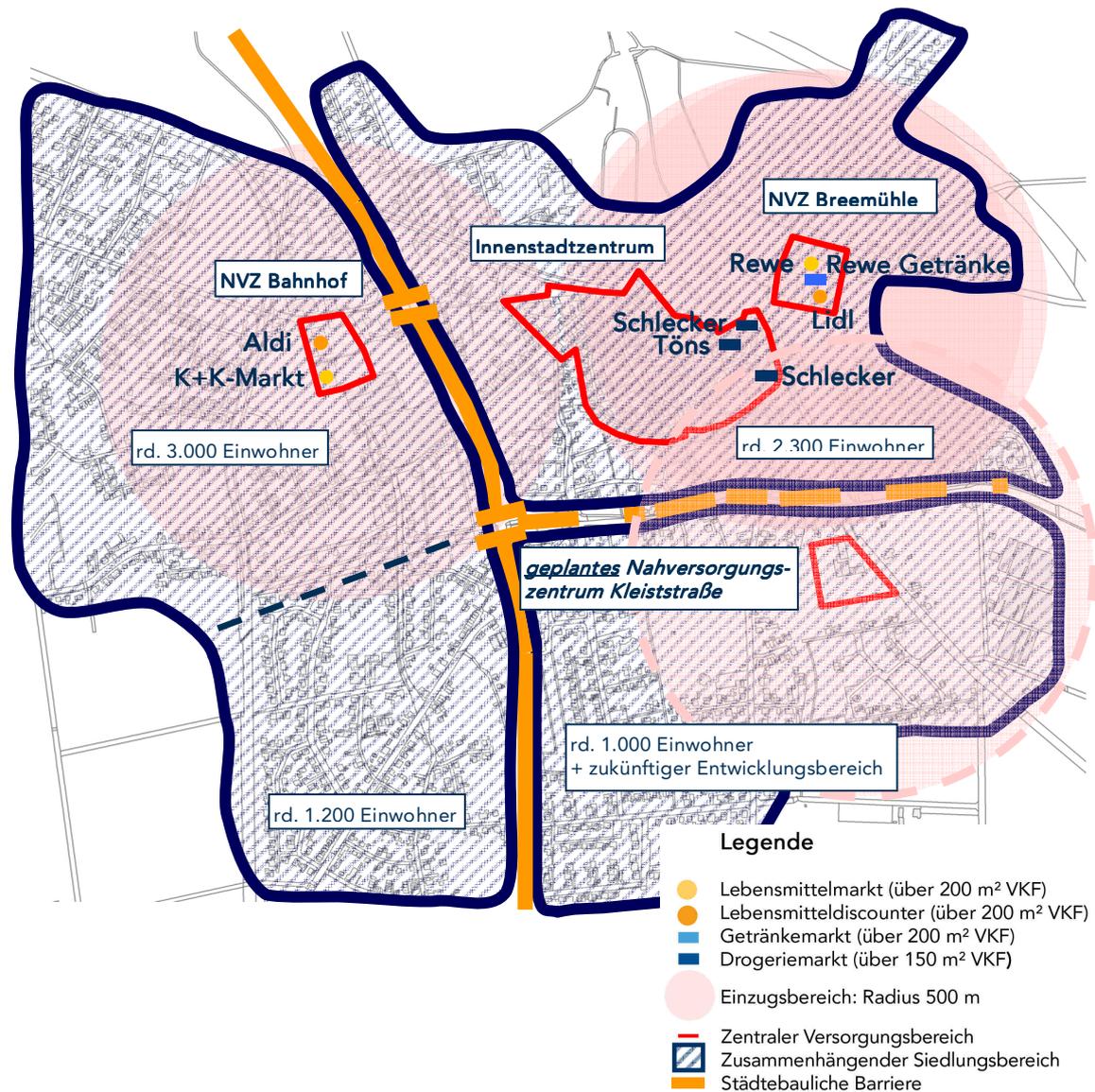
- den absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenzialen (Kapitel 5.2)
- der angestrebten räumlichen Einzelhandelsentwicklung (Kapitel 5.3)
- dem empfohlenen Zentren- und Standortkonzept (Kapitel 5.4)
- den Ansiedlungsleitsätzen (Kapitel 6.2)

Auf die jeweiligen Ortsteile bezogen, ergeben sich demnach folgende Empfehlungen:

Ortsteil Drensteinfurt

Im Kontext einer möglichst flächendeckenden wohnstandortnahen Grundversorgung mit Waren des täglichen Bedarfs ist eine räumliche Versorgungslücke im Süden des Ortsteils Drensteinfurt (südlich der Schützenstraße im Westen des Ortsteils bzw. südlich der Hammer Straße/ Ahlener Weg im Osten des Ortsteils) zu konstatieren. Dies veranschaulicht die nachstehende Abbildung.

Abbildung 51: Nahversorgungssituation im Ortsteil Drensteinfurt



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2007; Kartengrundlage: Stadt Drensteinfurt

Um diesem Missstand entgegen zu wirken, ist es empfehlenswert ein weiteres Nahversorgungsangebot im Süden zu etablieren.

Geplantes Nahversorgungszentrum Kleiststraße

Folgende Kriterien wurden im Kontext einer Nahversorgungszentrenentwicklung geprüft und berücksichtigt:

- Das Nahversorgungszentrum sollte einen Nahversorgungscharakter aufweisen.
- Das Nahversorgungszentrum sollte einen deutlich untergeordneten Anteil zentrenrelevanter Randsortimente (max. 10 % der Verkaufsfläche) aufweisen.
- Das Nahversorgungszentrum sollte sich in siedlungsstrukturell integrierter Lage befinden.
- Das Nahversorgungszentrum sollte einen möglichst großen bisher unterversorgten Bevölkerungsanteil fußläufig bedienen.

Unter Beachtung dieser geprüften Kriterien wird die Realisierung eines Nahversorgungszentrums auf der Fläche des Autohauses Volkmar südlich des Innenstadtzentrums zur Stärkung der wohnortnahen Grundversorgung empfohlen. Für dieses Nahversorgungszentrum wurde überprüft wie sich eine verträgliche und den Marktanforderungen entsprechende Dimensionierung darstellt. Der grundsätzliche Ansatz ist es hierbei, den einzelnen Nahversorgungszentren in Drensteinfurt eine Versorgungsfunktion für den jeweils zu versorgenden Siedlungsbereich zuzuordnen (vgl. Abbildung oben).

Für das in Rede stehende geplante Nahversorgungszentrum ergibt sich (exklusive der geplanten Wohnbauflächenentwicklung im Umfeld des Nahversorgungszentrums) eine zugeordnete Bevölkerungszahl von rd. 1.000 Einwohner. Die geringe Einwohnerzahl verdeutlicht, dass eine überdimensionierte Entwicklung zu negativen Auswirkungen auf das Innenstadtzentrum und die weiteren Nahversorgungszentren führen würde, da für eine reine Nahversorgungsfunktion mindestens 2.000 – 3.000 Einwohner im funktional zugeordneten Siedlungsbereich erforderlich wären.

Eine gutachterlich geprüfte (vgl. Stadt + Handel 2010: Verträglichkeitsanalyse für die Entwicklung eines Nahversorgungszentrums am Standort Autohaus Volkmar) Nutzungskonzeption für das Nahversorgungszentrum Kleiststraße zeigt die folgende Aufstellung:

- Lebensmittelmarkt: 800 m² VKF
- Getränkefachmarkt: 400 m² VKF

Die Ansiedlung im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel sowie Getränke führt zu einer Optimierung der wohnortnahen Versorgung. Die Relevanz für den innerstädtischen Einzelhandel bzw. das Lebensmittelhandwerk ist als gering einzuschätzen. Auch die Beeinträchtigung Nahversorgungszentren Bahnhof und Breemühle ist eher gering.

- Zoofachmarkt: 400 m² VKF

Die Ansiedlung eines Zoofachmarktes führt zu einer Ergänzung des Betriebstypenmixes in Drensteinfurt. Die Relevanz für den innerstädtischen Einzelhandel und die Nahversorgungszentren Bahnhof und Breemühle ist als gering einzuschätzen. Lediglich eine Beeinträchtigung bestehender Anbieter (Raiffeisenmarkt) ist zu erwarten; diesem kommt allerdings keine städtebauliche Relevanz im Kontext der Zentren- und Nahversorgungsstrukturen zu.

- Möbel-/ Bettenfachmarkt: 800 m² VKF

Durch die Ansiedlung eines Möbel-/ Bettenfachmarktes ist die Optimierung der gesamtstädtischen Versorgung möglich. Die Relevanz für den innerstädtischen Einzelhandel und die Nahversorgungszentren Bahnhof und Breemühle ist als gering einzuschätzen. Die Ansiedlung ist in Abstimmung mit Nutzungsoptionen im Bahnhofsbereich zu prüfen.

An dem Standort Nahversorgungszentrum Kleiststraße sind demgegenüber die folgenden Sortimente und Betriebsformen auszuschließen:

- zentrenrelevante Sortimente
- Drogeriemarkt
- PBS, Zeitungen/ Zeitschriften-FG
- Apotheke

Nahversorgungszentrum Bahnhof

Das vorhandene Nahversorgungszentrum Bahnhof stellt – wie in Kapitel 4.5 beschrieben – für den nordwestlichen Bereich des Ortsteils Drensteinfurt eine quantitativ und qualitativ gute und fußläufig zu erreichende Grundversorgung mit Sortimenten des kurzfristigen Bedarfsbereichs dar. Der Standort ist hinsichtlich seiner Standortrahmenbedingungen (Verkaufsfläche, Andienung, Parkraumausstattung) als zukunftsfähig zu bezeichnen. An diesem Standort ist eine „dynamische“ Bestandssicherung zu empfehlen, die eine gezielte Weiterentwicklung im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich zur Versorgung der zugeordneten Siedlungsbereiche ermöglicht. Hierzu ist im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel eine Dimensionierung von 1.200 – 1.900 m² Verkaufsfläche, im Sortimentsbereich Drogerie/ Parfümerie/

Kosmetik, Apotheken von 200 – 300 m² Verkaufsfläche, im Sortimentsbereich Blumen/ zoologischer Bedarf von rd. 100 m² Verkaufsfläche und im Sortimentsbereich PBS, Zeitungen/ Zeitschriften von rd. 50 m² Verkaufsfläche als angemessen zu empfehlen.

Nahversorgungszentrum Breemühle

Das vorhandene Nahversorgungszentrum Breemühle stellt – wie in Kapitel 4.5 beschrieben – für den nordöstlichen Bereich des Ortsteils Drensteinfurt eine quantitativ und qualitativ gute und fußläufig zu erreichende Grundversorgung mit Sortimenten des kurzfristigen Bedarfsbereichs dar. Der Standort ist ebenso wie das Nahversorgungszentrum Bahnhof hinsichtlich seiner Standortrahmenbedingungen (Verkaufsfläche, Andienung, Parkraumausstattung) als zukunftsfähig zu bezeichnen. An diesem Standort ist eine „dynamische“ Bestandssicherung zu empfehlen, die eine gezielte Weiterentwicklung im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich zur Versorgung der zugeordneten Siedlungsbereiche ermöglicht. Hierzu ist im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel eine Dimensionierung von 1.000 – 1.500 m² Verkaufsfläche, im Sortimentsbereich Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken von 150 – 250 m² Verkaufsfläche, im Sortimentsbereich Blumen/ zoologischer Bedarf von 50 – 100 m² Verkaufsfläche und im Sortimentsbereich PBS, Zeitungen/ Zeitschriften von rd. 50 m² Verkaufsfläche als angemessen zu empfehlen.

Nahversorgung im Südwesten des Ortsteils Drensteinfurt

Im südwestlichen Bereich des Ortsteils Drensteinfurt (funktional zugeordneter Siedlungsbereich mit rd. 1.200 Einwohner) ist derzeit kein Nahversorgungsangebot angesiedelt. Hier wird die Etablierung eines kleinflächigen Lebensmittelmarktes zur Optimierung der Nahversorgungsstruktur empfohlen.

Ortsteil Rinkerode

Das bestehende Nahversorgungsangebot im Westen des Ortsteils ist zu sichern und zukunftsfähig zu gestalten. Dabei sollte die Bestandssicherung zur Sicherung der wohnortnahen Versorgung im Vordergrund stehen.

Hierzu soll das ortsteilbezogene Verkaufsflächenpotenzial in der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel benutzt werden. Dieses dürfte sich unter Berücksichtigung der aktuellen absatzwirtschaftlichen Kennwerte im Ortsteil (VKF-Ausstattung, Umsatz-Kaufkraft-Relation, Kaufkraftabflüsse) auf rd. 300 – 400 m² VKF belaufen. Darüber hinaus ist die Arrondierung des Bestandes mit kleinflächigen Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu empfehlen. Diese sollten ausschließlich der Versorgung des Stadtteils dienen, in die Siedlungsstruktur integriert und überwiegend von Wohnbebauung umgeben sein.

Ortsteil Walstedde

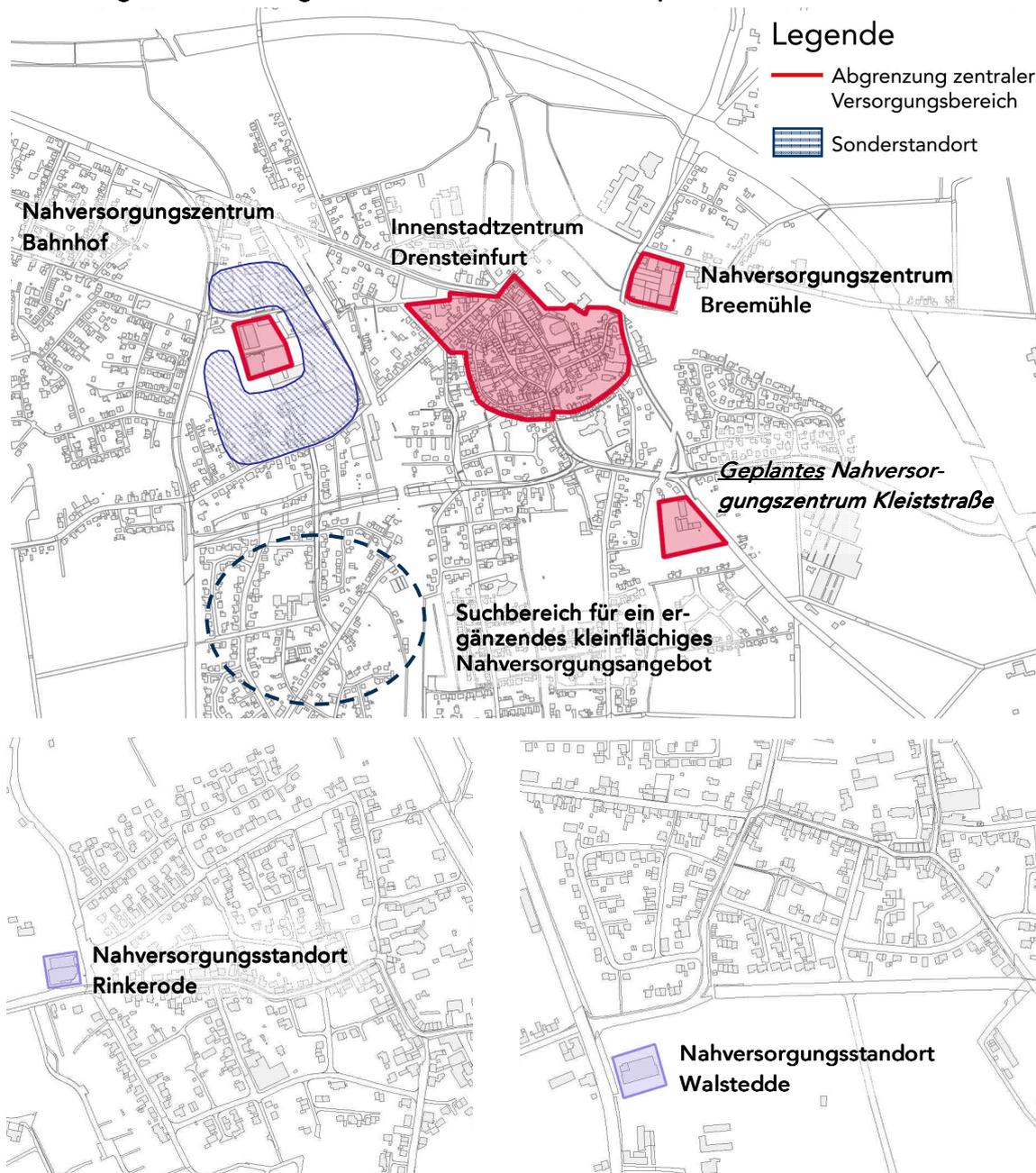
Der Nahversorgungsstandort im Ortsteil ist zu sichern und zukunftsfähig zu gestalten. Die Bestandssicherung zur Sicherung der wohnortnahen Versorgung sollte im Vordergrund stehen.

Zur Bestandssicherung des Nahversorgungsstandorts kann das ortsteilbezogene Verkaufsflächenpotenzial (s.o.) von rd. 300 m² in der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel benutzt werden. Darüber hinaus ist die Arrondierung des Bestandes mit kleinflächigen Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu empfehlen. Diese sollten ausschließlich der Versorgung des Stadtteils dienen und in die Siedlungsstruktur integriert und überwiegend von Wohnbebauung umgeben sein.

5.4.4 Zwischenfazit: das gesamtstädtische Zentren- und Standortkonzept

Gesamtstädtisch ergibt sich aus den zuvor dargelegten Überlegungen ein Zielkonzept für die künftige Standortstruktur des Einzelhandels. Eine Differenzierung erfolgt nach den verschiedenen Funktionen der Einzelstandorte. Auf der folgenden Abbildung sind neben den zentralen Versorgungsbereichen der ergänzende Sonderstandort für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Sortiment sowie die Nahversorgungsstandorte in den jeweiligen Ortsteilen gekennzeichnet.

Abbildung 52: Das künftige Zentren- und Standortkonzept der Stadt Drensteinfurt



Quelle: Eigene Darstellung; auf Basis der Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 07/2007; Kartengrundlage: Stadt Drensteinfurt

6 Instrumentelles Umsetzungs- und Steuerungskonzept

Nachdem im vorangegangenen Kapitel bereits die übergeordneten Leitlinien zur Entwicklung des Einzelhandelsstandorts Drensteinfurt erörtert wurden, können darauf aufbauend konkrete konzeptionelle Umsetzungsinstrumente vorgestellt werden. Diese sind neben der Liste zentrenrelevanter Sortimente (Sortimentsliste bzw. „Drensteinfurter Liste“, Kapitel 6.1) auch die bei Standortanfragen anzuwendenden Ansiedlungsleitsätze (Kapitel 6.2). Das Umsetzungskonzept wird komplettiert durch planungsrechtliche Festsetzungsempfehlungen für Drensteinfurt (Kapitel 6.3).

6.1 Die „Drensteinfurter Liste“

Zur Feinsteuerung von Einzelhandelsvorhaben ist die Definition der in Drensteinfurt als zentrenrelevant zu bewertenden Sortimente (Sortimentsliste) erforderlich. Erst mit Vorliegen einer solchen „Drensteinfurter Liste“ kann die Bauleitplanung im Baugenehmigungsverfahren im Zusammenspiel mit den Ansiedlungsleitsätzen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts über zulässige, begrenzt zulässige oder nicht zulässige Vorhaben entscheiden.

Bei der Herleitung bzw. Begründung einer solchen Sortimentsliste sind die örtlichen Gegebenheiten zu berücksichtigen. Ein bloßer Rückgriff auf landesweite Listen genügt nicht und kann zu Abwägungsfehlern und somit zur Nichtigkeit von Bauleitplänen führen³².

In der Konsequenz ist also einerseits die örtliche Angebotsstruktur zu analysieren und zugrunde zu legen. Andererseits können auch solche Sortimente als zentrenrelevant begründet werden, die noch nicht oder nur in geringem Maße in den zentralen Versorgungsbereichen vorhanden sind, die aber auf Grund ihrer strategischen Bedeutung künftig dort verstärkt angesiedelt werden sollen. Bei der Bewertung der künftigen Zielperspektive ist allerdings zu beachten, dass die anzustrebende Entwicklung realistisch zu erreichen sein muss. Beide Arten, also die bereits aus dem Bestand zentrenprägenden und die qua Zielperspektive zentrenrelevanten Sortimente, bilden zusammen schließlich die zentrenrelevanten Sortimente der „Drensteinfurter Liste“.

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist außerdem zu beachten, dass Sortimente nicht nur für sich alleine genommen bewertet werden sollten, sondern dass sich ihre Attraktivität oftmals zusätzlich aus der Kopplung mit anderen Sortimenten begründet.

Für jedes einzelne der untersuchten Sortimente ist daher, fachlich begründet, dessen Zentrenrelevanz herzuleiten. Hierbei lassen sich Sortimente identifizieren, deren Zuordnung sehr eindeutig ist. Für einen Großteil der Sortimentsgruppen ist allerdings eine genauere Analyse der Lageverteilung sowie der bestehenden und entwicklungspolitisch realistisch erreichbaren Angebotsstruktur erforderlich. Für jedes Sortiment wird diese Prüfung detailliert durchgeführt.

³² Obergerichtliche Rechtsprechung hierzu z.B. OVG NRW, Urteil 7 a D 92/99.NE vom 03.06.2002 sowie VGH BW, Urteil 8 S 1848/04 vom 02.05.2005.

Bei der Herleitung der Drensteinfurter Liste wurden zudem die zentrenrelevanten Leitsortimente nach dem novellierten LEPro NRW berücksichtigt³³.

Abbildung 53: Beurteilungskriterien für die Zentrenrelevanz von Sortimenten

Zentrenrelevant sind Sortimente, die...

- prägend für die Innenstadt und Stadtteilzentren sind und somit für einen attraktiven Branchenmix und für die Attraktivität des Zentrums notwendig sind (Einzelhandelsstruktur)
- Besucher anziehen (Besucherfrequenz)
- einen geringen Flächenanspruch haben (Integrationsfähigkeit)
- selbst auf Frequenzbringer angewiesen sind und mit anderen Innenstadtnutzungen nachgefragt werden (Kopplungsaffinität)
- Überwiegend ohne PKW transportiert werden können („Handtaschensortiment“)

Nicht-zentrenrelevant sind in der Regel Sortimente, die...

- zentrale Lagen nicht prägen
- auf Grund ihrer Größe und Beschaffenheit auch in nicht-integrierten Lagen angeboten werden (z.B. Baustoffe) bzw. auf Grund ihrer Größe und Beschaffenheit nicht für zentrale Lagen geeignet sind (z.B. Möbel)

Quelle: eigene Darstellung

Über die Benennung zentren- und nicht zentrenrelevanter Sortimente hinaus hat sich im Rahmen der Planungspraxis die Konkretisierung nahversorgungsrelevanter Sortimente bewährt. Diesen Sortimentsgruppen kommt eine besondere Aufgabe im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge im Hinblick auf die Gewährleistung einer möglichst wohnungsnahen Grundversorgung mit Waren des täglichen Bedarfs zu. Zur Gewährleistung dieses Versorgungsziels vor allem in den Stadtteilen Walstedde und Rinkerode werden im folgenden Kapitel konkrete Entwicklungsleitsätze für Einzelhandelsansiedlungen oder -erweiterungen mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten formuliert. Damit ist konsequenterweise eine gesonderte Benennung dieser Sortimente im Rahmen der „Drensteinfurter Liste“ verbunden: als zentren- und nahversorgungsrelevant sind für Drensteinfurt die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Drogerie/Kosmetik/Parfümerie, pharmazeutische Artikel, Zeitungen/Zeitschriften und Tierfutter zu bezeichnen.

Im Ergebnis der Sortimentsanalyse ergibt sich die folgende Liste zentren- bzw. zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente in Drensteinfurt als sog. „Drensteinfurter Liste“.

³³ vgl. Artikel 2 des Gesetzes zur Änderung des Gesetzes zur Landesentwicklung des Landes NRW vom 13.06.2007.

Tabelle 11: Sortimentsliste für die Stadt Drensteinfurt („Drensteinfurter Liste“)

| Kurzbezeichnung Sortiment | Nr. nach WZ 2003 ³⁴ | Bezeichnung nach WZ 2003 | Zentrenrelevant | Zentren- und nahversorgungsrelevant | Nicht zentrenrelevant |
|--|--------------------------------|---|-----------------|-------------------------------------|-----------------------|
| Zentrenrelevante Sortimente | | | | | |
| Augenoptik | 52.49.3 | Augenoptiker | X | | |
| Bekleidung (ohne Sportbekleidung) | 52.42 | Einzelhandel mit Bekleidung | X | | |
| Bücher | aus 52.47.2 | Einzelhandel mit Büchern und Fachzeitschriften (NUR: Bücher) | X | | |
| Computer | 52.49.5 | Einzelhandel mit Computern, Computerteilen, peripheren Einheiten und Software | X | | |
| Elektrokleingeräte | aus 52.45.1 | Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus nur: Elektrokleingeräte) | X | | |
| Foto- und optische Erzeugnisse und Zubehör | 52.49.4 | Einzelhandel mit Foto- und optischen Erzeugnissen (ohne Augenoptiker) | X | | |
| Glas/ Porzellan/ Keramik | 52.44.4 | Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren | X | | |
| Kurzwaren/ Schneidereibedarf/ Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche | 52.41.2 | Einzelhandel mit Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche | X | | |
| Haus-/ Bett-/ Tischwäsche | aus 52.41.1 | Einzelhandel mit Haushaltstextilien (darunter NICHT: Einzelhandel mit Bettwaren und Matratzen) | X | | |
| Heimtextilien/ Gardinen | 52.44.7 | Einzelhandel mit Heimtextilien | X | | |
| Hausrat | aus 52.44.3 | Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen (darunter NICHT: Einzelhandel mit Bedarfsartikeln für den Garten, Möbeln und Grillgeräten für Garten und Camping, Kohle-, Gas- und Ölöfen) | X | | |
| Leuchten/ Lampen | 52.44.2 | Einzelhandel mit Beleuchtungsartikeln | X | | |
| Medizinische und orthopädische Geräte | 52.32.0 | Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Geräten | X | | |
| Musikinstrumente und Musikalien | 52.45.3 | Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien | X | | |
| Papier/ Büroartikel/ Schreibwaren sowie Künstler- und Bastelbedarf | 52.47.1 aus 52.49.9 | Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln Sonstiger Facheinzelhandel (NUR: Einzelhandel mit Organisationsmitteln für Büro Zwecke) | X | | |
| Schuhe, Lederwaren | 52.43 | Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren | X | | |

³⁴ WZ 2003 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistisches Bundesamtes, Ausgabe 2003

| | | | | | |
|---|-------------|---|---|--|--|
| Spielwaren | 52.48.6 | Einzelhandel mit Spielwaren | X | | |
| Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel und Angelbedarf) | 52.49.8 | Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) | X | | |
| Telekommunikationsartikel | 52.49.6 | Einzelhandel mit Telekommunikationsendgeräten und Mobiltelefonen | X | | |
| Uhren/ Schmuck | 52.48.5 | Einzelhandel mit Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck | X | | |
| Unterhaltungselektronik | 52.45.2 | Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik und Zubehör | X | | |
| Waffen/ Jagdbedarf/ Angeln | aus 52.49.9 | Sonstiger Facheinzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus nur: Einzelhandel mit Handelswaffen, Munition, Jagd- und Angelgeräten) | X | | |
| Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/ Poster/ Bilderrahmen/ Kunstgegenstände | aus 52.48.2 | Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel | X | | |
| | aus 52.44.6 | Einzelhandel mit Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren (darunter NICHT: Möbel aus Holz, Kork, Flechtwerk oder Korbwaren) | | | |
| Blumen | aus 52.49.1 | Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen und Saatgut (NUR: Blumen) | X | | |

Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente

| | | | | | |
|------------------------------------|-------------|---|--|---|--|
| Drogerie/ Kosmetik/ Parfümerie | 52.33 | Einzelhandel mit Parfümeriewaren und Körperpflegemitteln | | X | |
| | aus 52.49.9 | Sonstiger Facheinzelhandel, anderweitig nicht genannt (NUR: Einzelhandel mit Waschmitteln für Wäsche, Putz- und Reinigungsmitteln, Bürstenwaren und Kerzen) | | | |
| Nahrungs- und Genussmittel | 52.11.1 | Einzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren, ohne ausgeprägten Schwerpunkt | | X | |
| Getränke | 52.2 | Einzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren | | X | |
| Pharmazeutische Artikel (Apotheke) | 52.31.0 | Apotheken | | X | |
| Zeitungen/ Zeitschriften | aus 52.47.2 | Einzelhandel mit Büchern und Fachzeitschriften (NUR Fachzeitschriften) | | X | |
| | 52.47.3 | Einzelhandel mit Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen | | | |
| Tierfutter | 52.49.2 | NUR: Einzelhandel mit Heim- und Kleintierfutter | | X | |

Nicht zentrenrelevante Sortimente

| | | | | | |
|---------------------------------------|---------|--|--|--|---|
| Zoologischer Bedarf und lebende Tiere | 52.49.2 | <i>NICHT: Einzelhandel mit Heim- und Kleintierfutter</i> | | | X |
|---------------------------------------|---------|--|--|--|---|

| | | | | | |
|-------------------------------------|-----------------|---|--|--|---|
| Baumarkt-Sortiment im engeren Sinne | aus 52.46 | Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf (daraus nicht: Garten- und Campingartikel, Kfz- und Fahrradzubehör) | | | X |
| | und aus 52.44.3 | Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen (daraus nur: Kohle-, Gas- und Ölöfen) | | | |
| | und aus 52.48.1 | Einzelhandel mit Tapeten und Bodenbelägen (daraus nicht: Einzelhandel mit Teppichen) | | | |
| | und aus 52.45.1 | Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten und elektrotechnischen Erzeugnissen (daraus nur: anderweitig nicht genannte elektrotechnische Erzeugnisse) | | | |
| Bettwaren | aus 52.41.1 | Einzelhandel mit Haushaltstextilien (daraus nur: Einzelhandel mit Bettwaren) | | | X |
| Elektrogroßgeräte | aus 52.45.1 | Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus nur: Elektrogroßgeräte) | | | X |
| Gartenartikel (ohne Gartenmöbel) | aus 52.44.3 | Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen (daraus nur: Bedarfsartikel und Grillgeräte für den Garten) | | | X |
| | und aus 52.46.1 | Einzelhandel mit Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren (daraus nur: Rasenmäher, Eisenwaren und Spielgeräte für den Garten) | | | |
| Möbel | 52.44.1 | Einzelhandel mit Wohnmöbeln | | | X |
| | und aus 52.49.9 | Sonstiger Facheinzelhandel (daraus nur: Einzelhandel mit Büromöbeln) | | | |
| | und aus 52.44.3 | Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen (daraus nur: Möbel für Garten und Camping) | | | |
| | und aus 52.44.6 | Einzelhandel mit Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren (daraus nur: Einzelhandel mit Korbmöbeln) | | | |
| | und aus 52.50.1 | Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen | | | |
| Fahrräder und Zubehör | 52.49.7 | Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör | | | X |
| Pflanzen/ Samen | aus 52.49.1 | Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen und Saatgut (daraus nur: Einzelhandel mit Pflanzen und Saatgut) | | | X |
| Teppiche (ohne Teppichböden) | aus 52.48.1 | Einzelhandel mit Tapeten und Bodenbelägen (daraus nur: Einzelhandel mit Teppichen) | | | X |
| Kfz-Zubehör | 50.30.3 | Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör | | | X |

Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2007

Für die kommunale Feinsteuerung empfiehlt es sich, die Sortimente in die textlichen Festsetzungen (bzw. Begründung) der entsprechenden Bauleitpläne zu übernehmen sowie in der Begründung zusätzlich dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzept als Grundlage der Sortimentsliste zu benennen³⁵. Hierbei sollten gleichzeitig die Sortimente mit den angegebenen Nummern des Sortimentsgruppenverzeichnisses sowie dessen Sortimentsbezeichnungen gekennzeichnet werden, um eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit des Bauleitplans zu gewährleisten.

6.2 Ansiedlungsleitsätze

Zwar wurden bisher Entwicklungsleitlinien, absatzwirtschaftliche Entwicklungsspielräume, das künftige Zentren-, Standort- und Nahversorgungskonzept sowie nicht zuletzt die Drensteinfurter Liste zentrenrelevanter Sortimente vorgestellt, für die konkrete Zulässigkeitsbewertung von Vorhaben oder die Ausgestaltung von Bebauungsplänen fehlt jedoch eine Verknüpfung dieser Bausteine zu einem Bewertungsinstrument. Dieses Instrument wird durch die nachfolgenden Ansiedlungsleitsätze zur Verfügung gestellt.

Diese Ansiedlungsleitsätze stellen ein Regelwerk dar, das transparente, nachvollziehbare Zulässigkeitsentscheidungen und bauleitplanerische Abwägungen vorbereitet. Sie konkretisieren gleichzeitig die räumliche Entwicklungsleitlinie, indem sie

- den Schutz und die Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche,
- die Sicherung und Ergänzung der wohnortbezogenen Nahversorgung,
- die abgewogene Entwicklung von ergänzenden Sonderstandorten

steuernd ermöglichen und hierbei zudem die notwendige Flexibilität hinsichtlich künftig ggf. erforderlicher Einzelfallentscheidungen gewährleisten. Sie dienen dazu, die Standortstruktur des Drensteinfurter Einzelhandels insbesondere zugunsten einer gesamtstädtisch gewinnbringenden Entwicklung zu sichern und weiter auszugestalten.

Durch die klare Regel-Ausnahme-Struktur mit für alle Beteiligten transparenten Standortbewertungen tragen diese Ansiedlungsleitsätze im Zusammenspiel mit der Drensteinfurter Sortimentsliste zu einer im hohen Maße rechtssicheren Ausgestaltung von Zulässigkeitsentscheidungen und von Bauleitplänen bei und garantieren somit Planungs- und Investitionssicherheit sowohl für bestehende Einzelhandelsbetriebe als auch für ansiedlungsinteressierte Betreiber noch nicht in Drensteinfurt ansässiger Einzelhandelsbetriebe³⁶.

Die in den Ansiedlungsleitsätzen gefassten Steuerungsempfehlungen differenzieren Einzelhandelsbetriebe nach

³⁵ vgl. Kuschnerus 2007: Rn. 531.

³⁶ Wesentliche Voraussetzung für die gewinnbringende Nutzung der in diesem Einzelhandels- und Zentrenkonzept enthaltenen Leitsätze und Steuerungsempfehlungen ist die politisch gestützte Bekräftigung dieser Inhalte, verbunden mit einer konsequenten künftigen Anwendung. Auf diese Weise entfalten die Leitsätze und Steuerungsempfehlungen ihre Potenziale für die Rechtssicherheit kommunaler Instrumente, für die Investitionssicherheit sowie für die Sicherung und strategische Weiterentwicklung der Einzelhandelsstandorte in Drensteinfurt, insbesondere des Innenstadtzentrums.

- zentrenrelevanten, nahversorgungsrelevanten sowie nicht zentrenrelevanten Sortimenten (Sortimentsstruktur)
- städtebaulichen Lagen bzw. Standorttypen
- Verkaufsflächenumfang
- Haupt- und Randsortimenten

Folgende Ansiedlungsleitsätze werden für Drensteinfurt empfohlen:

Leitsatz I: Zentrenrelevanter Einzelhandel als Hauptsortiment zukünftig nur im Innenstadtzentrum

Einzelhandelsbetriebe mit einem zentrenrelevanten Hauptsortiment sollen grundsätzlich nur im abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich des Innenstadtzentrums zulässig sein. Damit kann das Innenstadtzentrum in seiner heutigen Ausgestaltung gesichert und zukünftig dessen Attraktivität weiter ausgebaut werden. Gleichzeitig wird eine Streuung solch wichtiger Einzelhandelsangebote, ein Ungleichgewicht der Sonderstandorte gegenüber der Innenstadt sowie die potenzielle Gefährdung des Zentrums verhindert.

Innerhalb des Innenstadtzentrums sollen neue Betriebe oder Betriebserweiterungen primär auf die gekennzeichnete Haupt- und Nebenlage konzentriert werden. Großflächige Einzelhandelsvorhaben sollen wegen ihrer besonderen Bedeutung für das Innenstadtzentrum im gekennzeichneten funktionalen Ergänzungsbereich des Innenstadtzentrums nur dann entwickelt werden, sofern sie eine strategische städtebauliche Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs inklusive seiner Haupt- und Nebenlagen darstellen und die Sortimentsstruktur des Einzelhandelsvorhabens keine Innenstadtprägung aufweist.

Eine solche Innenstadtprägung ist dann gegeben, wenn das zu untersuchende zentrenrelevante Sortiment auf Grund seiner Bestandsstruktur zentrenrelevant ist³⁷.

Die absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume dienen im Innenstadtzentrum nur als Leitlinie, deren Überschreiten im Innenstadtzentrum im Einzelfall zur Attraktivierung des Einzelhandelsangebots beitragen kann. Die Entwicklungsspielräume stellen für das Innenstadtzentrum daher keine Entwicklungsgrenze dar, da es sich bei der Innenstadt um einen stadtentwicklungspolitisch höchst bedeutsamen Einzelhandelsstandort handelt.

Des Weiteren ist das landesplanerische Kongruenzgebot nach § 24a Abs. 1 LEPro NRW zu berücksichtigen.

Leitsatz II: Zentrenrelevanter Einzelhandel als Randsortiment

Zur Steigerung ihrer Attraktivität ergänzen Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment dieses häufig durch sog. Randsortimente, die oftmals auch zentrenrelevante Sortimente umfassen.

³⁷ vgl. hierzu Tabelle 7: Strukturanalyse der Ladenlokale im Innenstadtzentrum von Drensteinfurt

Diese zentrenrelevanten Randsortimente beinhalten, sofern sie außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs angeboten werden, jedoch je nach Verkaufsflächenumfang das Potenzial einer Gefährdung des zentralen Versorgungsbereichs sowie das potenzielle Hemmnis einer Fortentwicklung dessen. Um das Drensteinfurter Innenstadtzentrum vor diesen gemäß den Drensteinfurter Entwicklungszielen ungewünschten Beeinträchtigungen zu schützen, um künftige Ansiedlungspotenziale für die zentralen Versorgungsbereiche nicht zu verringern und um gleichzeitig jedoch auch städtebaulich nicht integrierten Einzelhandelsbetrieben eine marktübliche Mindestattraktivität im Wettbewerbsumfeld zu ermöglichen, sollen zentrenrelevante Sortimente als Randsortiment auch jenseits der zentralen Versorgungsbereiche in begrenztem Umfang zugelassen werden. Diese Begrenzung soll bei 10 % der Gesamtverkaufsfläche bzw. max. 800 m² Verkaufsfläche für die zentrenrelevanten Randsortimente liegen.

Da eine solche Hilfsgröße die unterschiedliche Sensitivität der zentrenrelevanten Sortimente nicht ausreichend berücksichtigen kann, die sich aus ihrem jeweils unterschiedlichen Verkaufsflächenanteil gesamtstädtisch bzw. aus der sortimentspezifischen Angebotsstruktur im Innenstadtzentrum ergibt, sollen Verkaufsflächenobergrenzen für Randsortimente je Sortimentsgruppe zugrunde gelegt werden. Diese ergeben sich aus der einzelhandelspezifischen Innenstadtstruktur (vgl. u.a. Tabelle 7). Diese Orientierungswerte sollen auch dann herangezogen werden, wenn das fragliche Vorhaben weniger als 8.000 m² Gesamtverkaufsfläche aufweist und die Randsortimente insgesamt daher auch bei deutlich weniger als 800 m² liegen³⁸.

Darüber hinaus soll zudem eine deutliche Zuordnung des Randsortiments zum Hauptsortiment gegeben sein (z.B. Wohneinrichtungsgegenstände als Randsortiment zu Möbeln, Zooartikel als Randsortiment im Gartenmarkt, nicht jedoch z.B. Unterhaltungselektronik). Hierdurch werden Vorhaben aus Kundensicht klar definiert und es wird eine Angebotsdiversität jenseits des zentralen Versorgungsbereichs vermieden.

Zentrenrelevante Sortimente als Randsortiment in Vorhaben im Innenstadtzentrum sollen regelmäßig und ohne Verkaufsflächenbegrenzung zugelassen werden, sofern Grundsatz I gewahrt bleibt.

Nicht zentrenrelevante Sortimente als Randsortiment sollen ebenfalls regelmäßig und ohne Verkaufsflächenbegrenzung zugelassen werden, sofern die übrigen Empfehlungen dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzepts eingehalten werden (u.a. strategischer Einsatz auch nicht zentrenrelevanter Sortimente zur Stärkung der Innenstadt, Standortbündelung, Vermeidung einer Angebotsdiversität außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs).

³⁸ Ein Einzelfallnachweis der Unschädlichkeit gerade der zentrenrelevanten Randsortimente ist bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zusätzlich im Rahmen der erforderlichen vorhabenbezogenen Verträglichkeitsbewertung nach § 11 Abs. 3 BauN-VO bzw. § 34 Abs. 3 BauGB zu leisten.

Leitsatz III: Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel

Auf Grund der hohen Bedeutung, die die nahversorgungsrelevanten Sortimente als Kundenmagnet und für die Besucherfrequenz im Innenstadtzentrum haben, sollen Einzelhandelsvorhaben mit einem nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment primär im Innenstadtzentrum selbst angesiedelt werden. Eine weitere Stärkung des Sonderstandortes kann hierdurch zugunsten einer dauerhaften Stabilisierung der Innenstadt unterbunden werden. Bei der Ansiedlung ist das landesplanerische Kongruenzgebot nach § 24a Abs. 1 LEPro NRW ist zu berücksichtigen.

Neben der hohen Bedeutung für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum spielen Einzelhandelsbetriebe mit einem nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment auch für die wohnortnahe Grundversorgung eine gewichtige Rolle. Diese Einschätzung ist in der räumlichen Entwicklungsleitlinie des Drensteinfurter Einzelhandels enthalten. Insofern soll in Drensteinfurt die flächendeckende Nahversorgung gezielt gestärkt werden, indem zukünftig Entwicklungen auch auf die ausgewiesenen Nahversorgungszentren konzentriert werden (konkrete Empfehlungen s. Kapitel 5.4.3).

Grundsätzlich sind bei diesen Überlegungen die begrenzten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume im nahversorgungsbezogenen Sortimentsbereich als restriktives Element zu beachten. Mit Blick auf die vorgenannten Aspekte sind außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche Verkaufsflächenobergrenzen für Betriebe mit dem Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel zu empfehlen, die 800 m² nicht überschreiten. Unter Einhaltung eines geringen Randsortimentsumfangs soll für Lebensmittelmärkte eine größere Verkaufsfläche im Einzelfall und bei Anwendung der Kriterien der AG Strukturwandel möglich sein³⁹. Die Verträglichkeit für die Entwicklung des Innenstadtzentrums und der wohnstandortnahen Versorgung der Bevölkerung ist dann im Einzelfall zu prüfen. Für die übrigen nahversorgungsrelevanten Sortimentsgruppen wird eine Verkaufsflächendimensionierung empfohlen, welche maximal der Versorgung des Gebietes dient. Mögliche Verlagerungen existierender Betriebe sind differenziert zu betrachten: Es sollten neben den oben aufgeführten Kriterien zur Verkaufsfläche folgende Voraussetzungen erfüllt sein:

- Im ‚Kernort‘ Drensteinfurt: Der Vorhabenstandort soll sich im Innenstadtzentrum oder in den zentralen Versorgungsbereichen befinden und aktuell oder absehbar perspektivisch überwiegend von Wohnnutzung umgeben sein (ergänzende Hinweise siehe Kapitel 5.4.3).
- In allen Stadtteilen (inkl. Walstedde und Rinkerode): Die Verlagerung soll demnach zu einer Verbesserung, grundsätzlich aber nicht zu einer Verschlechterung der wohnstandortnahen, fußläufigen Versorgung der Bevölkerung führen. Als Kriterium dient hier die Mantelbevölkerung im fußläufigen Einzugsbereich eines Marktes (500 m Radius).

³⁹ Bericht der „Arbeitsgruppe Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“ beim Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen (BMVBW) 2002.

- Ein Ausschluss zentren- und nahversorgungsrelevanter Einzelhandelsnutzungen am ‚Altstandort‘ soll bau- und planungsrechtlich und/oder vertraglich gesichert werden.

Leitsatz IV: Großflächiger nicht zentrenrelevanter Einzelhandel im Innenstadtzentrum und an den gekennzeichneten Sonderstandorten

Großflächige Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment sollen zur Angebotsbereicherung zum einen im Innenstadtzentrum angesiedelt werden. Zum anderen ist eine Fokussierung auf den im Einzelhandels- und Zentrenkonzept gekennzeichneten Sonderstandort Raiffeisenstraße zu empfehlen, um Angebote aus Kundensicht attraktiv räumlich zu bündeln und einer Dispersion des Einzelhandelsstandortgefüges auch im Interesse der Standortsicherung für weitere produzierende und Handwerksbetriebe entgegenzuwirken.

Nicht großflächige Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment sollen prinzipiell an allen Standorten im Stadtgebiet zugelassen werden. Zugunsten der oben genannten Faktoren ist im Einzelfall die Ansiedlung im zentralen Versorgungsbereich oder eine Standortbündelung am Sonderstandort nahe zu legen.

Des Weiteren sind das landesplanerische Kongruenz- und Konzentrationsgebot nach § 24a LEPro NRW zu berücksichtigen.

Leitsatz V: Ausnahmsweise zulässig: Verkaufsstellen von Handwerks-, produzierenden und weiterverarbeitenden Gewerbebetrieben (Handwerkerprivileg)

Ausnahmsweise sollen Verkaufsstellen von Handwerks-, produzierenden und weiterverarbeitenden Gewerbebetrieben zugelassen werden, wenn

- eine räumliche Zuordnung zum Hauptbetrieb,
- die Errichtung im betrieblichen Zusammenhang,
- eine deutliche flächen- und umsatzmäßige Unterordnung zum Hauptbetrieb gegeben ist
- und wenn die Grenze der Großflächigkeit im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten wird.

Da dieser Schwellenwert die unterschiedliche Sensitivität der einzelnen Sortimente nicht ausreichend berücksichtigen kann, sollen Verkaufsflächenbegrenzungen *je Sortimentsgruppe* nach einer Prüfung im Einzelfall⁴⁰ ggf. auch unterhalb der genannten Grenzen der Großflächigkeit im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO vorgenommen werden. Diese Verkaufsflächenbegrenzungen ergeben sich aus ihrer jeweils unterschiedlichen sortimentspezifischen Angebotsstruktur im zentralen Versorgungsbereich von Drensteinfurt. Orientierungswerte sind im Anhang dieses Konzepts dargestellt und erläutert (vgl. Tabelle 13).

⁴⁰ Ein Einzelfallnachweis der Unschädlichkeit gerade der zentrenrelevanten Randsortimente ist bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im Rahmen der erforderlichen vorhabenbezogenen Verträglichkeitsbewertung nach § 11 Abs. 3 BauNVO bzw. § 34 Abs. 3 BauGB zu leisten.

6.3 Planungsrechtliche Steuerungs- und Festsetzungsempfehlungen

Im Zusammenhang mit den neuen Ansiedlungsleitsätzen für Einzelhandelsvorhaben in Drensteinfurt werden durch diesen Leistungsbaustein Empfehlungen für bauplanungsrechtliche Steuerungsstrategien sowie für Musterfestsetzungen zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels ausgesprochen, die sowohl für neu zu erarbeitende Bebauungspläne als auch im Einzelfall für die Anpassung bestehender älterer Bebauungspläne herangezogen werden können.

Empfohlene bauplanungsrechtliche Steuerungsstrategien

Ein wesentlicher Umsetzungsaspekt zur gesamtstädtischen Steuerung des Einzelhandels besteht darin, „gewünschte“ Standorte planungsrechtlich für die entsprechenden Ansiedlungsvorhaben vorzubereiten sowie andererseits „ungewünschte“ Standorte bzw. Sortimente frühzeitig bauplanungsrechtlich auszuschließen⁴¹.

Hieraus begründen sich u. a. folgende strategische kommunale Aufgaben

- Planungsrechtliche und sonstige Vorbereitung der Ansiedlung weiterer gewünschter Einzelhandelsvorhaben im Innenstadtzentrum gemäß den im Einzelhandels- und Zentrenkonzept empfohlenen Sortimentsgruppen und -größenordnungen
- Mittel- bis langfristiger Standortumbau auf Grundlage der Ansiedlungsleitsätze an denjenigen Standorten, die gemäß dem Zentren- und Standortkonzept für die entsprechenden Sortimente (insbesondere zentren- und nahversorgungsrelevante) dauerhaft nicht mehr in Frage kommen sollen, vorbereitet durch eine entsprechende Überarbeitung planungsrechtlicher Festsetzungen für diese Gebiete unter Berücksichtigung der planungsrechtlichen Entschädigungsregelungen
- Kurzfristiger Standortumbau an Standorten, die hierfür sofort in Frage kommen
- Konsequenter und frühzeitig erarbeiteter planungsrechtlicher Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten auf Grundlage des Zentren- und Standortkonzepts in Verbindung mit den Ansiedlungsleitsätzen, ggf. können handwerks- und produktionsbedingter Verkauf ausnahmsweise zugelassen werden (vgl. Leitsatz V)
- Planungsrechtliche und sonstige Vorbereitung der Ansiedlung von verkaufsflächen- und sortimentsbezogen begrenzten Lebensmittelmärkten an jeweils ausgewählten Standorten
- Abwehr bzw. Hinwirken auf die Modifikation von einzelhandelsbezogenen Planvorhaben in Nachbarkommunen, die erkennbar die eigenen zentralen Versorgungsbereiche zu schädigen drohen und die gewünschten zusätzliche Ansiedlungsfälle in den zentralen Versorgungsbereichen im Rahmen der eigenen mittelzentralen Ansiedlungsspielräume gefährden, und zwar auf Basis der Abwehrrechte des BauGB und der Drensteinfurter Liste zentrenrelevanter Sortimente

⁴¹ „Gewünscht“ bzw. „ungewünscht“ im Sinne des Zentren-, Standort- und Nahversorgungskonzepts und im Zusammenhang mit den Ansiedlungsleitsätzen.

Allgemeine Hinweise zu den Musterfestsetzungen

Die vorgenannten strategischen Empfehlungen beinhalten eine Vielzahl möglicher planungsrechtlicher Anwendungsfragestellungen, die je Vorhaben und Standort weiter differieren. Insofern können und dürfen keine dauerhaft gültigen generellen Musterfestsetzungen entworfen werden. Zur Ausgestaltung rechtssicherer Bauleitpläne ist generell zu empfehlen, dass sich die Begründung zum jeweiligen Bebauungsplan deutlich auf dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzept in Verbindung mit dem bestätigenden Beschluss des zuständigen politischen Gremiums ausdrücklich bezieht. Dies sollte jedoch nicht als pauschales Zitat erfolgen, sondern als konkrete und standortbezogene Auseinandersetzung mit

- dem jeweils individuellen Planerfordernis
- der aktuellen Einzelhandelsbestandsbewertung zum zentralen Versorgungsbereich (einschließlich der strukturprägenden Angebotsmerkmale wie etwa das Warenangebot prägende Sortimente und Betriebsgrößen, Stärken und Schwächen usw.)
- der Begründung, warum der Schutz und die Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs, der Nahversorgungsstruktur sowie der ergänzenden Sonderstandorte sinnvoll erscheint
- der Lage des Planvorhabens innerhalb des beabsichtigten zukünftigen Zentren-, Standort- und Nahversorgungskonzepts dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzepts
- den Zielen, die mit der Planung verfolgt werden und deren Bezug zum Zielkanon dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzepts
- den konkreten städtebaulichen Gründen, aus denen ein bestimmtes Einzelhandelsvorhaben am jeweiligen Standort hinsichtlich Verkaufsflächengröße und Sortimentsstruktur begrenzt werden bzw. aus denen Einzelhandelsvorhaben am jeweiligen Standort vollständig ausgeschlossen werden sollen

Die Ansiedlungsleitsätze, die in diesem Einzelhandels- und Zentrenkonzept enthalten sind, sollten als Abwägungsgrundsätze in die Erarbeitung des jeweiligen Bebauungsplans übernommen werden. Ebenso sollte, wie oben bereits erwähnt, die Sortimentsliste in die textlichen Festsetzungen der entsprechenden Bauleitpläne übernommen werden.

Weitere Begründungen für die Steuerung des Einzelhandels ergeben sich – neben den Zielen und Leitsätzen dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzepts – bereits aus den §§ 1 Abs. 6 Nr. 4 und 2 Abs. 2 BauGB i.V.m. § 11 Abs. 3 BauNVO sowie den landesplanerischen Vorgaben gemäß des neugefassten § 24 a LEPro NRW.

Die Musterfestsetzungen selbst sind als Anregungen zur Ausgestaltung im Einzelfall gedacht, die je nach Vorhaben und Standort zu modifizieren sind. Sie sind als rein auf den Einzelhandel bezogene Empfehlungen zu verstehen, die weitere stadtentwicklungspolitische Abwägungserfordernisse sowie zu berücksichtigende weitere Aspekte der zu überplanenden Gebiete noch nicht enthalten. Für atypische Standorte und Vorhaben sollten diese Musterfestsetzungen nicht zugrunde gelegt werden.

Wesentliches Instrument zur Feinsteuerung innerhalb der Bebauungspläne ist der Nutzungsausschluss gem. § 1 Abs. 5 i.V.m. Abs. 9 BauNVO, wodurch einzelne in den

§§ 2 und 4 bis 9 BauNVO genannte Nutzungsarten und Unterarten aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden können. Auf die allgemeinen Anforderungen an die Feinsteuerung in Bebauungsplänen sei verwiesen⁴².

Die Drensteinfurter Liste zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente sollte, damit sie deutlich erkennbarer Bestandteil der Planung wird, in den Festsetzungen (bzw. der Begründung) des jeweiligen Bauleitplans aufgenommen werden⁴³.

Sofern Bebauungspläne Standorte in zentralen Versorgungsbereichen überplanen, so sollte in der Begründung zum Bebauungsplan dieser entsprechende zentrale Versorgungsbereich namentlich und ergänzend ggf. zeichnerisch bezeichnet werden; die Planzeichnung selbst eignet sich auf Grund des begrenzten Planzeichenkatalogs nicht zur Kennzeichnung dieser besonderen Standortkategorie.

Empfohlene Musterfestsetzungen

a) Einzelhandelsbetriebe vorbereitende Bebauungsplanfestsetzungen

*„Das Baugebiet *Name* wird festgesetzt als *Gebietstyp nach BauNVO*. In diesem Baugebiet ist zulässig ein Einzelhandelsbetrieb *Betriebstyp* (z.B. Gartenfachmarkt, Baufachmarkt, Bekleidungsfachgeschäft, Lebensmittel-discounter, Kiosk usw.)* mit einer maximalen Gesamtverkaufsfläche von *xy* m² und dem Hauptsortiment *xy* (einfügen: präzise WZ-Nr. und -Benennung gemäß Drensteinfurter Sortimentsliste).“*

Ggf. Festsetzung zentrenrelevanter Randsortimente gemäß Ansiedlungsleitsatz II:

*„Für diesen Einzelhandelsbetrieb werden die maximal zulässigen zentrenrelevanten Randsortimente *(entweder)* auf insgesamt *xy* % der Gesamtverkaufsfläche *(oder)* maximal 800 m² begrenzt, wobei einzelne Sortimentsgruppen auf Grund der nach Sortimentsgruppe differenzierenden potenziellen Schädigungswirkung für den zentralen Versorgungsbereich in Drensteinfurt, das Innenstadtzentrum, weitergehend gemäß folgender, aus den örtlichen Angebotsverhältnissen im Innenstadtzentrum abgeleiteten, Übersicht begrenzt werden:*

- Sortiment oder Sortimentsgruppe *xy* (einfügen: präzise WZ-Nr. und -Benennung gemäß Drensteinfurter Sortimentsliste): maximal *xy* m² Verkaufsfläche (hier ist ein für den Einzelfall mit Hilfe der Orientierungswerte zu Ansiedlungsleitsatz II abgeleiteter Wert einzufügen)
- *weitere Sortimente analog*

Die Begrenzung auf max. 800 m² VKF zulässiges Randsortiment für zentrenrelevante Sortimente begründet sich aus der Schwelle zur Großflächigkeit gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO, da anzunehmen ist, dass unterhalb dieser Grenze im Regelfall keine nicht

⁴² z.B. die Wahrung der allgemeinen Zweckbestimmung des Baugebietes, vgl. hierzu u.a. Kuschnerus 2007: Rn. 509 ff., oder auch Gewährleistung real existierender Betriebstypen, vgl. hierzu BVerwG, Urteil vom 22.05.1987 – 4 C 77.84 sowie u.a. Kuschnerus 2007: Rn. 519 ff.

⁴³ Hierbei sollten die Sortimente mit den in der Sortimentsliste angegebenen Nummern des Warengruppenverzeichnisses (WZ 2003) sowie dessen Sortimentsbezeichnungen gekennzeichnet werden, um eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit des Bauleitplans zu gewährleisten.

nur unwesentlichen Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung insbesondere des zentralen Versorgungsbereichs bestehen. Für die alternative anteilige Begrenzung sowie die weitergehende Begrenzung nach Sortimentsgruppen enthält der Anhang eine Übersicht an Orientierungswerten⁴⁴.

Aus Gründen der im Einzelhandels- und Zentrenkonzept empfohlenen gesamtstädtischen Angebotsbündelung sowie auf Grund der zum Schutz des Innenstadtzentrums zu vermeidenden Angebotsdiversifizierung insbesondere von zentrenrelevanten Sortimenten, sollen die zulässigen Randsortimente sich jeweils erkennbar auf das Hauptsortiment beziehen.

Bei mehreren geplanten Einzelhandelsbetrieben innerhalb des gleichen Gebietes können die einzelhandelsbezogenen Festsetzungen auf jeden Betrieb einzeln bezogen werden. Beispiel:

*„In diesem Baugebiet sind zulässig ein Einzelhandelsbetrieb *Betriebstyp (z.B. Gartenfachmarkt, Baufachmarkt, Bekleidungsfachgeschäft, Lebensmitteldiscounter, Kiosk usw.)* mit einer maximalen Gesamtverkaufsfläche von *xy* m² und dem Hauptsortiment *xy* (einfügen: präzise WZ-Nr. und -Benennung gemäß Drensteinfurter Sortimentsliste) sowie ein Einzelhandelsbetrieb *weitere Betriebe analog*.“*

„Die in den Einzelhandelsbetrieben zulässigen Randsortimente [...] sind je Betrieb auf [...] zu begrenzen.“

b) Einzelhandelsbetriebe ausschließende Bebauungsplanfestsetzungen

*„Das Baugebiet *Name* wird festgesetzt als *Gebietstyp nach BauNVO*. In diesem Gebiet sind zulässig *Benennung der zulässigen Nutzungsarten, etwa bestimmte Gewerbebetriebe* [...]. In diesem Baugebiet sind Einzelhandelsbetriebe aller Art zum Schutz des Innenstadtzentrums in Drensteinfurt sowie basierend auf den städtebaulichen Zielen zur gesamtstädtischen Steuerung des Einzelhandels (*in der Begründung näher zu benennen*) nicht zulässig.“*

Ggf. Anwendung des „Handwerkerprivilegs“ in gewerblich genutzten Gebieten gemäß Ansiedlungsleitsatz V:

„Ausnahmsweise sind Verkaufsstellen von Handwerks-, produzierenden und weiterverarbeitenden Gewerbebetrieben zulässig, wenn eine unmittelbare räumliche Zuordnung zum Hauptbetrieb und die Errichtung im betrieblichen Zusammenhang gegeben ist, wenn zudem eine deutliche flächen- und umsatzmäßige Unterordnung zum Hauptbetrieb gegeben ist, sowie wenn die Grenze der Großflächigkeit im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten wird und keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich erkennbar sind.“

⁴⁴ vgl. hierzu auch Tabelle 7.

7 Schlusswort

Die Stadt Drensteinfurt verfügt mit diesem Einzelhandels- und Zentrenkonzept über eine gute Ausgangsbasis für eine Stärkung der vorhandenen Standorte, insbesondere des Innenstadtzentrums. Während der Erarbeitung dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzepts wurden – begleitet und konstruktiv unterstützt durch die Verwaltung und durch den parallel einberufenen Arbeitskreis – Entwicklungsszenarien und künftige räumliche Entwicklungsleitlinien erörtert, die es erlauben, stringente Instrumente zur bauleitplanerischen und genehmigungsrechtlichen Steuerung der Standorte und künftigen Vorhaben abzuleiten. In diesem Bericht werden die notwendigen Instrumente vorgestellt, Empfehlungen zu Umsetzungsprioritäten ausgesprochen und ggf. erkennbare Handlungsalternativen angesprochen.

Durch den Beschluss dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzepts durch das zuständige kommunalpolitische Gremium werden die Empfehlungen für die Verwaltung bindend; zugleich entfalten die enthaltenen Instrumente hierdurch ihre größtmögliche Wirkung für die Rechtssicherheit der Bauleitplanung und der Genehmigungspraxis. Ebenso trägt der Beschluss dazu bei, dass die Effizienz der Verwaltungsarbeit in Sachen Standortfragen gewährleistet werden kann.

Obschon dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzept zunächst ein primär stadtplanerisches Instrumentarium darstellt, kann es auch in anderen Zusammenhängen (Teil-)Beiträge zur Fortentwicklung der Einzelhandelsstandorte leisten, so zum Beispiel im Rahmen der Wirtschaftsförderung. In diesem Kontext sei abschließend z.B. auf die ergänzenden Empfehlungen zur Innenstadtentwicklung und Entwicklung eines innerstädtischen Ergänzungsstandortes (Stadt + Handel 2008) verwiesen.

Abbildungsverzeichnis

| | | |
|---------------|---|----|
| Abbildung 1: | Erarbeitungsschritte des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts | 8 |
| Abbildung 2: | Lage der Stadt Drensteinfurt im Raum | 12 |
| Abbildung 3: | Siedlungsstruktur | 13 |
| Abbildung 4: | Verkaufsflächenbestand in m ² nach Sortimentsgruppen und Ortsteilen | 16 |
| Abbildung 5: | Bedeutende Standortbereiche in Drensteinfurt | 18 |
| Abbildung 6: | Verkaufsflächenbestand in m ² nach Sortimentsgruppen und bedeutenden Standortbereichen | 19 |
| Abbildung 7: | Kaufkrafteigenbindung bzw. -abflüsse | 24 |
| Abbildung 8: | Kaufkraftabfluss in ausgewählten Branchen – Bekleidung | 25 |
| Abbildung 9: | Kaufkraftabfluss in ausgewählten Branchen – Medien | 25 |
| Abbildung 10: | Vermisste Angebote in Drensteinfurt (Untergliederung nach Wohnort der Befragten) | 26 |
| Abbildung 11: | Bewertung der Vielfältigkeit des Warenangebots | 28 |
| Abbildung 12: | Bewertung der Qualität der angebotenen Waren | 28 |
| Abbildung 13: | Aufenthaltsqualität und „Bummelfaktor“ der Innenstadt | 29 |
| Abbildung 14: | Bewertung des Parkplatzangebots in der Innenstadt | 30 |
| Abbildung 15: | Gesamtzufriedenheit mit der Innenstadt | 31 |
| Abbildung 16: | Besuchshäufigkeit | 31 |
| Abbildung 17: | Das hierarchisch abgestufte System der zentralen Versorgungsbereiche | 35 |
| Abbildung 18: | Schema einer inneren Differenzierung von Lagen innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs | 37 |
| Abbildung 19: | Räumliche Konkretisierung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum im Bestand | 38 |
| Abbildung 20: | Hauptlage im Innenstadtzentrum | 39 |
| Abbildung 21: | Nebenlage im Innenstadtzentrum | 39 |
| Abbildung 22: | Funktionaler Ergänzungsbereich im Innenstadtzentrum | 40 |
| Abbildung 23: | Lage des Standortbereichs Bahnhof | 42 |
| Abbildung 24: | Verkaufsflächenstruktur im Standortbereich Bahnhof | 43 |
| Abbildung 25: | Lage des Standortbereichs Breemühle | 43 |
| Abbildung 26: | Verkaufsflächenstruktur im Standortbereich Breemühle | 44 |
| Abbildung 27: | Lage des Standortbereichs Rinkerode | 45 |

| | | |
|---------------|---|----|
| Abbildung 28: | Lage des Standortbereichs Walstedde _____ | 46 |
| Abbildung 29: | Räumliche Ausgestaltung der Nahversorgung im Ortsteil Drensteinfurt _____ | 48 |
| Abbildung 30: | Räumliche Ausgestaltung der Nahversorgung im Ortsteil Rinkerode _____ | 49 |
| Abbildung 31: | Räumliche Ausgestaltung der Nahversorgung im Ortsteil Walstedde _____ | 50 |
| Abbildung 32: | Methodik der Potenzialermittlung _____ | 55 |
| Abbildung 33: | Zukünftige Bevölkerungsentwicklung in Drensteinfurt _____ | 57 |
| Abbildung 34: | Entwicklung von Konsumausgaben, Einzelhandelsanteil und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft _____ | 58 |
| Abbildung 35: | Einzelhandelsrelevante Konsumausgaben pro Kopf (in %) _____ | 59 |
| Abbildung 36: | Ausgabenanteile für verschiedene Sortimentsgruppen im Einzelhandel - Tendenzaussagen _____ | 60 |
| Abbildung 37: | Entwicklungsindex der Flächenproduktivitäten von 1993 bis 2006 | 61 |
| Abbildung 38: | Indizierte künftige Entwicklung der Flächenproduktivität _____ | 62 |
| Abbildung 39: | Zielbindungsquoten nach Sortimentsgruppen _____ | 63 |
| Abbildung 40: | Absatzwirtschaftlich tragfähige Verkaufsflächenpotenziale für Drensteinfurt (in m ² VKF) _____ | 64 |
| Abbildung 41: | Szenario 1 – Freie Entfaltung der Kräfte des Marktes _____ | 67 |
| Abbildung 42: | Szenario 2 – Restriktion _____ | 69 |
| Abbildung 43: | Szenario 3 – Städtebaulich-funktionale Zentrengliederung _____ | 70 |
| Abbildung 44: | Übergeordnete Leitlinien der Einzelhandelsentwicklung in Drensteinfurt _____ | 71 |
| Abbildung 45: | Zentrenstruktur _____ | 72 |
| Abbildung 46: | Räumliche Konkretisierung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum _____ | 73 |
| Abbildung 47: | Räumliche Konkretisierung des zentralen Versorgungsbereichs Nahversorgungszentrum Bahnhof _____ | 75 |
| Abbildung 48: | Räumliche Konkretisierung des zentralen Versorgungsbereichs Nahversorgungszentrum Breemühle _____ | 76 |
| Abbildung 49: | Räumliche Konkretisierung des zentralen Versorgungsbereichs geplantes Nahversorgungszentrum Kleiststraße _____ | 77 |
| Abbildung 50: | Sonderstandort Raiffeisenstraße _____ | 79 |

| | | |
|---------------|---|----|
| Abbildung 51: | Nahversorgungssituation im Ortsteil Drensteinfurt_____ | 80 |
| Abbildung 52: | Das künftige Zentren- und Standortkonzept der Stadt Drensteinfurt_____ | 85 |
| Abbildung 53: | Beurteilungskriterien für die Zentrenrelevanz von Sortimenten ____ | 87 |

Tabellenverzeichnis

| | | |
|-------------|--|----|
| Tabelle 1: | Übersicht über die verwendeten empirischen Bausteine _____ | 9 |
| Tabelle 2: | Einwohnerverteilung auf die Ortsteile _____ | 14 |
| Tabelle 3: | Einzelhandelsbestand in Drensteinfurt _____ | 15 |
| Tabelle 4: | Einzelhandelsbestand nach städtebaulichen Lagen _____ | 17 |
| Tabelle 5: | Einzelhandelsbestand nach bedeutenden Standortbereichen _____ | 20 |
| Tabelle 6: | Betriebsstruktur nach Sortimentsgruppen im Innenstadtzentrum Drensteinfurt _____ | 20 |
| Tabelle 7: | Strukturanalyse der Ladenlokale im Innenstadtzentrum von Drensteinfurt _____ | 21 |
| Tabelle 8: | Vermisste Angebote in Drensteinfurt – Detailauswertung (Untergliederung nach Wohnort der Befragten) _____ | 27 |
| Tabelle 9: | Einzelhandelsrelevante Kaufkraft und geschätzter Umsatz im Einzelhandel für das Jahr 2007/ Zentralität in Drensteinfurt nach Sortimentsgruppen _____ | 33 |
| Tabelle 10: | Relevante Standortbereiche in Drensteinfurt _____ | 41 |
| Tabelle 11: | Sortimentsliste für die Stadt Drensteinfurt („Drensteinfurter Liste“) | 88 |
| Tabelle 12: | I.d.R. verträgliche Vorhabendimensionierung in Drensteinfurt gemäß § 24a (2) LEPro NRW _____ | II |
| Tabelle 13: | Analyse strukturprägender Betriebe des Innenstadtzentrums _____ | IV |

Literaturverzeichnis

Literatur und Einzelhandelsfachdaten

BBE (2006): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2006. Köln

Bezirksregierung Münster (1999): Gebietsentwicklungsplan – Teilabschnitt Münsterland

BMVBW (2002): Bericht der Arbeitsgruppe Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO. Ohne Ort

Deutscher Bundestag (2004): Entwurf eines Gesetzes zur Anpassung des Baugesetzbuchs an EU-Richtlinien (Europarechtsanpassungsgesetz Bau – EAG Bau). Bundestagsdrucksache 15/2250. Berlin

EHI 2007: Handel aktuell 2007/2007. Köln

HAHN Immobilien-Beteiligungs AG (2007): Retail Real Estate Report 2006. Bergisch Gladbach

KPMG (2005): Status quo und Perspektiven im deutschen Lebensmittelhandel 2006. Köln

Kuschnerus, Ulrich (2007): Der standortgerechte Einzelhandel. Bonn

Stadt + Handel 2006: Newsletter #1 2006. Dortmund

Stadt + Handel 2006: Newsletter #2 2006. Dortmund

Stadt + Handel 2007: Newsletter #3 und 4 2007. Dortmund

Stadt + Handel 2007: Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Gemeinde Neuenkirchen (Entwurfassung). Dortmund

Statistisches Bundesamt (2003): Klassifikation der Wirtschaftszweige. Ausgabe 2003. Wiesbaden

WABE Institut (2007): Einzelhandel Branchendaten 2007. Berlin

Sonstige Quellen

Website Bezirksregierung Münster:

http://www.bezreg-muenster.nrw.de/aufgaben/Organisation/Dezernate/Dezernat_61/index.html

Website Destatis:

<http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Content/Publikationen/Qualitaetsberichte/Binnenhandel/Handeljahr,property=file.pdf>

Website Drensteinfurt:

<http://www.drensteinfurt.de/index.php?section=1.1.5.3&lang=>

Anhang

Tabelle 12: I.d.R. verträgliche Vorhabendimensionierung in Drensteinfurt gemäß § 24a (2) LEPro NRW

| Warengruppe | Einzelhandels-relevante Kaufkraft * | Flächenproduktivität in €/ m ² VKF | (Mögliche) Vorhabenverkaufsfläche in m ² |
|--|-------------------------------------|---|---|
| Nahrungs- und Genussmittel | 27,8 | 4.200 | 5.900 – 7.300 |
| Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken | 4,6 | 3.500 | 1.200 – 1.400 |
| Blumen, zoologischer Bedarf | 1,2 | 1.100 | 1.000 – 1.200 |
| PBS, Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher | 3,1 | 6.800 | 500 - 600 |
| Bekleidung | 7,4 | 3.000 | 2.000 – 2.400 |
| Schuhe/ Lederwaren | 1,7 | 2.700 | 500 - 700 |
| Pflanzen/ Gartenbedarf | 1,3 | 700 | 1.400 – 1.800 |
| Baummarktsortiment i.e.S. | 7,6 | 1.000 | 4.500 – 5.500 |
| GPK/ Hausrat/ Einrichtungszubehör | 1,2 | 1.600 | 700 - 900 |
| Spielwaren/ Basteln/ Hobby/ Musikinstrumente | 1,5 | 2.000 | 700 - 900 |
| Sportartikel/ Fahrräder/ Camping | 1,3 | 1.700 | 700 - 900 |
| Med & orthopäd. Artikel/ Optik | 1,1 | 8.600 | ~100 |
| Teppiche/ Gardinen/ Sichtschutz | 1,0 | 1.300 | 700 - 900 |
| Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche | 0,9 | 1.700 | 500 - 700 |
| Möbel | 4,6 | 1.300 | 3.100 – 3.900 |
| Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte | 2,0 | 2.900 | 600 - 800 |
| Medien | 5,8 | 9.000 | 500 - 700 |
| Uhren/ Schmuck | 0,8 | 6.200 | ~100 |
| Sonstiges | 0,8 | 1.300 | 500 - 700 |

Quelle: eigene Berechnungen auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung 07/2007; EHI 2007; BBE 2006

Orientierungswerte für zentrenrelevante Randsortimente gemäß Ansiedlungsleitsatz II

Ansiedlungsleitsatz II beinhaltet eine Ausnahmeregelung für zentrenrelevante Sortimente außerhalb des Innenstadtzentrums, die als Randsortiment je nach geplantem Vorhaben und Betriebstyp marktüblich sinnvoll sein können. Zwar können alle zentrenrelevanten Sortimente als Randsortiment zusammenbetrachtet 10 % der Verkaufsfläche bzw. max. 800 m² einnehmen, im Einzelfall je Sortimentsgruppe sollte dieser Wert allerdings darunter liegen.

Ebenso wird in Ansiedlungsleitsatz V eine sortimentsgruppenspezifische Verkaufsflächenbegrenzung für Verkaufsstellen von Handwerks-, produzierenden und weiterverarbeitenden Gewerbebetrieben empfohlen.

Eine solche sortimentsgruppenspezifische Begrenzung begründet sich aus der unterschiedlichen Sensitivität der Sortimentsgruppen im Innenstadtzentrum (Beispiel: 800 m² Randsortiment Bekleidung stünden im Bezug zum Innenstadtbestand von rund 480 m² VKF in einem deutlichen Missverhältnis und würden eine Schädigung des Innenstadteinzelhandels sowie ein Hemmnis für dessen Fortentwicklung erwarten lassen). Insofern sollten die Bestände strukturprägender Einzelhandelsbetriebe des Innenstadtzentrums als Orientierungsgröße für die sortimentsbezogene Begrenzung herangezogen werden (vgl. folgende Tabelle). Ziel hierbei ist es, dass die zentrenrelevanten Randsortimente kein eigenständiges Gewicht gegenüber dem Innenstadtzentrum und keinen eigenständigen Fachgeschäft- bzw. Fachmarktcharakter gewinnen können, um die genannten Entwicklungsziele des Innenstadtzentrums dauerhaft gewährleisten zu können.

Strukturprägung ergibt sich aus drei wesentlichen Faktoren:

- die jeweils größten Betriebe je Sortimentsgruppe, da sie in der Regel die wichtigen „Ankerbetriebe“ des Innenstadtzentrums gesamt oder zumindest für ihre jeweilige Sortimentsgruppe bilden
- die besonderen Struktur- bzw. Größenmerkmale der kleineren (Fach-)Geschäfte, da sie die Konkurrenz, Marktbelebung und Vielfalt je Sortimentsgruppe gewährleisten
- die Anzahl der Betriebe (Angebotsbreite) im Innenstadtzentrum, da die Sensitivität der Angebotsstruktur gegenüber Ansiedlungen jenseits des Innenstadtzentrums für die Vielfalt und Entwicklung des Innenstadtzentrums bei einer geringeren Bestandszahl höher ist als bei einer großen Bestandszahl

Des Weiteren sind die Attraktivität des Hauptsortiments des zu prüfenden Vorhabens, dessen Standortattraktivität und -umfeld sowie die Entfernung zum zentralen Versorgungsbereich in der Herleitung einer sortimentsspezifischen Obergrenze in der Bauleitplanung zu berücksichtigen.

Tabelle 13: Analyse strukturprägender Betriebe des Innenstadtzentrums

| Hauptbranche Betrieb | Anzahl Betriebe | Ladenlokalgröße | | | | | | | | | | VKF Durchschnitt |
|--|-----------------|---------------------------------|----|----|---|---|-------------------------------|-----|-----|-----|-----|------------------|
| | | 5 kleinste Betriebe (VKF in m²) | | | | | 5 größte Betriebe (VKF in m²) | | | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Nahrungs- und Genussmittel | 6 | 10 | 10 | 30 | | | | | 40 | 40 | 40 | 30 |
| Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken | 5 | 30 | 50 | | | | | 150 | 190 | 250 | 130 | |
| Blumen, zoologischer Bedarf | | | | | | | | | | | 0 | |
| PBS, Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher | 3 | 20 | 60 | | | | | | | 100 | 60 | |
| Bekleidung, | 3 | 30 | 40 | | | | | | | 400 | 220 | |
| Schuhe/ Lederwaren | 2 | 110 | | | | | | | | 250 | 180 | |
| Pflanzen/ Gartenbedarf | | | | | | | | | | | | |
| Baummarktsortiment i.e.S. | | | | | | | | | | | | |
| GPK/ Hausrat/ Einrichtungszubehör | 1 | | | | | | | | | 170 | 170 | |
| Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente | 2 | 30 | | | | | | | | 150 | 90 | |
| Sportartikel/ Fahrräder/ Camping | | | | | | | | | | | 0 | |
| Medizinische u. orthopädische Artikel/ Optik | 2 | 20 | | | | | | | | 40 | 30 | |
| Teppiche/ Gardinen/ Dekostoffe/ Sichtschutz | 2 | 20 | | | | | | | | 90 | 60 | |
| Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche | | | | | | | | | | | 0 | |
| Möbel | | | | | | | | | | | | |
| Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte | | | | | | | | | | | 0 | |
| Medien | 1 | | | | | | | | | 60 | 60 | |
| Uhren/Schmuck | 1 | | | | | | | | | 50 | 50 | |
| Sonstiges | 1 | | | | | | | | | 50 | 50 | |

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2007; Verkaufsflächen gerundet auf 10 m²

Glossar

Betriebsform (Betriebstyp)

Eine Gruppe von Einzelhandelsbetrieben mit gleichen oder ähnlichen Merkmalsausprägungen. Es gibt starke Ähnlichkeiten der Betriebe innerhalb einer Betriebsform, während sich Betriebsformen in einem oder mehreren Merkmalen deutlich voneinander unterscheiden. Um Betriebstypen zu definieren, wird auf Merkmale zurückgegriffen, die das Erscheinungsbild des Einzelhandelsbetriebs gegenüber den Abnehmern gestalten. Sowohl im Groß- als auch im Einzelhandel werden Betriebsformen unterschieden. Es besteht eine Dynamik in den Betriebsformen, d. h. es entstehen neue Betriebstypen und alte scheiden aus. Seit neuester Zeit wird auch von Formaten und Vertriebsschienen gesprochen. Betriebstypen sind z.B. Fachmarkt, Supermarkt oder SB-Warenhaus.

Bindungsquote

Verhältnis zwischen Umsatz- und Kaufkraftpotenzial in einem Gebiet. An ihr ist ersichtlich, ob Kaufkraft in ein Gebiet zu- (> 100 %) oder abfließt (< 100 %). Anhand der Bindungsquote kann die Zentralität eines Ortes ermittelt werden, je nachdem, ob ein Kaufkraftzufluss oder -abfluss vorliegt (Kaufkraft).

Business Improvement District (BID)

Ein Business Improvement District (BID) ist ein räumlich begrenzter, meist innerstädtischer Bereich, in dem sich Grundeigentümer und Gewerbetreibende mit dem Ziel zusammenschließen, das unmittelbare betriebliche und städtische Umfeld zu verbessern. Von einem derartigen Public-Private-Partnership-Modell, also der Zusammenarbeit von öffentlich-rechtlichen und privaten Akteuren, können sowohl Städte und Gemeinden, als auch Verbraucher und Wirtschaft profitieren.

In Deutschland gibt es bislang noch keine bundesrechtliche Grundlage zur Gründung eines BID. Einige Länder haben jedoch den Ansatz aufgegriffen und als Lösungsansatz für Standorte diskutiert, die von trading-down-Prozessen betroffen sind. In Hamburg wurde das erste Landesgesetz zu der Einrichtung eines BID verabschiedet, in NRW wird die Gründung von so genannten Immobilien und Standortgemeinschaften (ISG) gefördert.

Einzelhandel

Im funktionellen Sinne liegt Einzelhandel vor, wenn Marktteilnehmer Güter, die sie in der Regel nicht selbst be- oder verarbeiten, von anderen Marktteilnehmern beschaffen und an private Haushalte absetzen.

Als Einzelhandel im institutionellen Sinne (auch Einzelhandelsbetrieb, Einzelhandelsunternehmung, Einzelhandlung) werden jene Institutionen bezeichnet, deren wirtschaftliche Tätigkeit ausschließlich oder überwiegend dem Einzelhandel im funktionellen Sinne zuzuordnen sind. Ein Betrieb wird dem Einzelhandel zugerechnet, wenn die Wertschöpfung der Einzelhandelstätigkeit größer ist, als aus sonstigen Tätigkeiten.

einzelhandelsrelevante Nachfrage

Der Teil der Verbrauchsausgaben privater Haushalte, der im Einzelhandel ausgegeben wird. Nicht berücksichtigt wird die Nachfrage nach Dienstleistungen.

Fabrikladen (Factory Outlet)

Herstellereigenes Einzelhandelsgeschäft, in der Regel mit minimierter Ausstattung und Selbstbedienung, in dem ein Hersteller im Direktvertrieb vor allem seine Warenüberhänge und seine Zweite-Wahl-Ware verkauft. Standort für einen Fabrikladen sind entweder ein größerer Raum beim Hersteller selbst oder ein verkehrsgünstig gelegener Verkaufsraum in der Nähe.

Fachdiscounter

Ein meist klein- bis mittelflächiger Einzelhandelsbetrieb, der überwiegend Waren des täglichen Bedarfs in Selbstbedienung und ohne Service anbietet. Das Sortiment ist dabei flach und schmal und wird oft zu den niedrigen Preisen angeboten.

Fachgeschäft

Spezialisierter und branchengebundener Einzelhandelsbetrieb, der sich durch eine große Sortimentstiefe und unterschiedliches Preis- und Qualitätsniveau auszeichnet. Die Verkaufsfläche liegt meistens deutlich unter 800 m². Entscheidend für die Abgrenzung zu Fachmärkten ist vor allem der Service (z.B. Kundendienst und Beratung/Bedienung).

Fachmarkt

Fachgeschäft der Non-Food-Sparte, das in bestimmten Branchenschwerpunkten (Elektronik, Sport, Drogerie etc.) über ein breites und tiefes Sortimentsangebot verfügt, dabei aber nur eine knappe Personalbesetzung und als Verkaufsverfahren Selbstbedienung oder Vorwahl mit fachlicher und sortimentspezifischer Beratung einsetzt; übersichtliche Warenanordnung in meist ebenerdigen Betrieb mit niedrigem bis mittlerem Preisniveau. Die Standorte sind meist autokundenorientiert, davon einige Sortimente innenstadtnah (Drogerien), andere isoliert in gewachsenen oder geplanten Zentren. Verkaufsfläche > 800 m². Je nach Typ des Fachmarktes sind verschiedene Größenordnungen üblich (z.B. Drogeriefachmärkte mit ca. 800 m², Elektrofachmarkt 2.000 - 4.000 m² (z.B. Saturn), Baumarkt 2.000 - 15.000 m², Möbelmarkt bis zu 50.000 m²).

Serviceorientierte Fachmärkte bieten neben ihrem Warensortiment auch eine Vielfalt sortimentsbezogener und selbstständig vermarktbarer Dienstleistungen an. Bei diskontorientierten Fachmärkten wird zugunsten des Preises auf jedwede Beratung oder Dienstleistung verzichtet. Der Spezialfachmarkt führt Ausschnittssortimente aus dem Programm eines Fachmarktes.

Factory-Outlet-Center (FOC)

Mittel- bis großflächige Ansammlung von Einzelhandelsgeschäften, in denen im Direktvertrieb Waren von mehreren Herstellungsunternehmen in separaten Ladeneinheiten dem Konsumenten zum Verkauf angeboten werden. Neben den Markenshops finden sich in FOCs oft gastronomische Angebote im Gebäudekomplex. Von Fabrikverkäufen (Fabrikladen) unterscheiden sich FOCs durch die räumliche Trennung von Produktion und Verkauf. FOCs liegen meist außerhalb urbaner Zentren auf der „grünen Wiese“ in verkehrsgünstiger Lage und in Fabriknähe.

Grenzrentabilität

Grenze der Einnahmen-Kosten-Relation, unterhalb derer ein Einzelhandelsbetrieb – unter Berücksichtigung lokaler Nachfrage- und Wettbewerbsbedingungen sowie zeitgemäßer, handelstypischer Betriebsgestaltung – nicht dauerhaft wirtschaftlich zu betreiben ist.

Immobilien- und Standortgemeinschaft (ISG)

Modell zur Aufwertung von Einzelhandelsstandorten, das auf Grundlage der Idee der BID die Bildung von Gemeinschaften aus Grund- und Immobilienbesitzern und öffentlichen Planungsträgern fördert. Die Mitgliedschaft in einer ISG ist freiwillig und unterscheidet sich so maßgeblich vom amerikanischen Modell des BID.

Innenstadtzentrum (IZ)

Einzelhandelsrelevante Lagebezeichnung für städtebaulich-funktionell abgegrenzte Innenstadtbereiche. Bei der Abgrenzung des IZ gegenüber weiteren Innenstadtbereichen wird die Konzentration gesamtstädtisch und überörtlich bedeutender Funktionen ebenso berücksichtigt wie die Dichte des bestehenden Einzelhandelsbesatzes oder städtebauliche Eigenschaften. Da das IZ zu den zentralen Versorgungsbereichen zählt, ist es ein Schutzgut im Sinne des Städtebaurechts. Das IZ ist je nach örtlicher Ausprägung nicht notwendigerweise deckungsgleich mit dem historischen oder statistischen Zentrum.

Katalogschauraum

Kleinflächige Ausstellungsflächen in dem nicht verkauft wird, sondern jeder Artikel meist nur einmal vorhanden ist und bestellt werden kann. Er verbindet Versandhauswerbung mit der Verkaufsstätte.

Kaufhaus

Zentral gelegener großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einem breiten und tiefen Non-Food-Sortiment, der meistens im Wege der Bedienung Waren aus zwei oder mehr Branchen anbietet, davon wenigstens eine in tiefer Gliederung. Am weitesten verbreitet sind Kaufhäuser mit Bekleidung und Textilien oder verwandten Bedarfsrichtungen. Starke Konzentration auf bestimmte Sortimentsgruppen. Ein Lebensmittelangebot ist meistens nicht vorhanden. Verkaufsfläche > 1.000 m².

Kaufkraft

Die Geldmenge, die privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraums zur Verfügung steht. Errechnet wird sie aus den Nettoeinnahmen zuzüglich der Entnahme aus Ersparnissen und aufgenommenen Krediten, abzüglich der Bildung von Ersparnissen und der Tilgung von Schulden.

Kaufkraftbindung

Der Teil der Kaufkraft einer Region, der in der Region selbst ausgegeben wird. Ein Kaufkraftabfluss liegt vor, wenn ein Teil der regionalen Kaufkraft außerhalb dieser ausgegeben wird. Ein Kaufkraftzufluss liegt vor, wenn Kaufkraftanteile aus Fremddregionen einem Marktgebiet zufließen.

Kaufkraftkennziffer

Gibt Auskunft über die regionale Verteilung der Kaufkraft. Sie gibt an, wie viel Promille der gesamten Kaufkraft in Deutschland auf die betrachtete geographische Einheit entfällt. Errechnet wird sie durch Multiplikation des Bevölkerungsanteils des Gebiets an der Gesamtbevölkerung mit einem Kaufkraftfaktor, der nur aus Nettoeinkommen der im Gebiet ansässigen Bevölkerung besteht. Sie gibt die Höhe des durchschnittlichen Nettoeinkommens im Vergleich zum Bundesdurchschnitt an.

Lebensmitteldiscounter

Lebensmitteldiscounter zeichnen sich durch ein spezialisiertes Sortiment mit einer niedrigen Artikelzahl aus. Weitere Merkmale sind Selbstbedienung, einfache Ladenausstattung und aggressive Marketing-Strategien. Die Ladengröße liegt zwischen 250 und 800 m², in Einzelfällen auch darüber. Der Umsatzanteil durch Non-Food-Artikel liegt zwischen 10 - 13 %.

Nahversorgungszentrum (NVZ)

Ein Nahversorgungszentrum besteht aus überwiegend nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben und aus ergänzenden Dienstleistungsbetrieben wie etwa einer Bank, Reinigung oder Postannahmestelle. Das Nahversorgungszentrum übernimmt die wohnortnahe Grundversorgung der Bevölkerung und ist in der Regel innerhalb einer sonstigen integrierten Lage angesiedelt. Auch städtebauliche Kriterien wie bauliche Dichte oder Gestaltung sind für die Definition eines NVZ relevant.

Nebenzentrum (NZ)

Zum Nebenzentrum zählen diejenigen Stadtteil- bzw. Ortsteilzentren einer Kommune, die wie das Innenstadtzentrum über einen hohen Besatz an Einzelhandelsbetrieben, über weitere Zentrenfunktionen sowie über städtebauliche Zentrenmerkmale verfügen. Hinsichtlich der Nutzungsdichte, der städtebaulichen Ausprägung und der Lage im Stadtgebiet bzw. der Verkehrsanbindungen ist das NZ gegenüber dem Innenstadtzentrum allerdings als nachgeordnet zu bewerten. Da ein NZ wie das Nahversorgungszentrum oder das Innenstadtzentrum zu den zentralen Versorgungsbereichen zählt, ist es ein Schutzgut im Sinne des Städtebaurechts. Ein NZ ist nicht notwendiger Weise deckungsgleich mit einem historischen oder statistischen kommunalen Nebenzentrum.

SB-Warenhaus

Einzelhandelsbetrieb (großflächig) mit mindestens 3.000 m² Verkaufsfläche in meist peripherer Lage, der Waren überwiegend in Selbstbedienung und ohne kostenintensiven Kundendienst anbietet. Hohe Werbeaktivität in Dauerniedrigpreis- und Sonderangebotspolitik. Das Sortiment ist umfassend und bietet ein Sortiment des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs von bis zu 100.000 Artikeln. Der Umsatzschwerpunkt (> 50 %) liegt bei Nahrungsmitteln. Der Non-Food-Anteil kommt auf 60 - 75 % bei der Fläche (35 - 50 % des Umsatzes).

Sortiment

Die Auswahl bzw. Struktur aller angebotenen Artikel eines Einzelhandelsunternehmens.

Unterschieden wird in Kern-, Grund-, und Randsortiment.

Das Kernsortiment beinhaltet das eigentliche Sortiment z.B. Sanitärprodukte (Badewannen, Duschen, Toiletten) beim Sanitärhändler. Die Waren des Kernsortiments sollen die Rendite des jeweiligen Händlers sichern. Mit dem Kernsortiment wird der Hauptumsatz der jeweiligen Filiale gemacht.

Das Grundsoriment ist das Sortiment, mit dem der größte Umsatz gemacht wird. Kern- und Grundsoriment können identisch sein, weichen bei einigen Unternehmen aber voneinander ab. Dies wäre der Fall, wenn der Sanitärhändler Leuchten ins Sortiment aufnimmt, die mehr Umsatz bringen als die Sanitärprodukte.

Beim Randsortiment ist der Anteil am Umsatz gering. Solche Artikel werden geführt, um den Kunden einen zusätzlichen Service zu bieten (Abgrenzung gegenüber dem Wettbewerber) oder um einen zusätzlichen Gewinn zu erwirtschaften.

Die Sortimentsbreite hängt proportional davon ab, wie viele Varianten eines Artikels ein Händler anbietet. Die Sortimentstiefe hängt proportional davon ab, wie viele verschiedene Sortimentsgruppen ein Händler führt.

städtebaulich integrierte Lage (siL)

Als städtebaulich integrierte Lage (auch: sonstige integrierte Lage) werden diejenigen Siedlungsbereiche bezeichnet, die in Wohnbereiche eingebettet sind. Die bauliche Dichte sowie die Dichte der Einzelhandelsnutzungen und sonstigen Funktionen reicht in dieser Lage nicht aus, diese Lage als zentraler Versorgungsbereich, d. h. Hauptgeschäftszentrum bzw. Stadtteil- oder Ortsteilzentrum einzuordnen. In der Regel sind Einzelhandelsnutzungen in der sonstigen integrierten Lage als Einzelbetrieb oder als Ansammlung einiger weniger Betriebe vorzufinden.

Städtebaulich nicht integrierte Lage (niL)

Städtebaulich nicht integrierte Lagen unterscheiden sich von den sonstigen integrierten Lagen durch die fehlende Einbettung in die sie umgebende Wohnbebauung. Nicht integrierte Lagen umfassen demnach alle Siedlungsbereiche außerhalb der Zentren und sonstigen integrierten Lagen. In der Regel trifft die Bezeichnung auf Einzelhandelsstandorte in Industrie- oder Gewerbegebieten sowie im Außenbereich zu.

Supermarkt

Verkauf des Lebensmittelvollsortiments inkl. Frischfleisch sowie Verkauf von Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs. Meist Selbstbedienung. Die Verkaufsflächen liegen zwischen 400 und 1.500 m², wobei hinsichtlich der Verkaufsflächenobergrenze in der Einzelhandelsfachliteratur divergierende Auffassungen erkennbar sind.

Trading-down-Prozess

Ursprünglich die Bezeichnung einer sequentiellen Strategiealternative in der Positionierung von Einzelhandelsbetrieben.

Mit dieser Strategie versuchen z.B. Warenhäuser etablierten Verbrauchermärkten und SB-Warenhäusern auf der „grünen Wiese“ Paroli zu bieten. Dies geschieht meistens durch den radikalen Abbau von Verkaufspersonal und die Ausweitung der Selbstbedienung und Vorwahl anstelle von Beratung und Bedienung.

Verbreiteter ist der Gebrauch des Begriffes „trading down“ im Zusammenhang mit der Beschreibung der Entwicklungsdynamik von Einkaufslagen oder ganzen Innenstädten. Hier bezeichnet „trading down“ den Trend zum Ersatz höherwertiger und -preisiger Anbieter durch niedrigpreisige Anbieter bzw. innerhalb bestehender Betriebe den Ersatz von höherpreisigen Sortimentsbestandteilen durch niedrigpreisige Artikel. Damit verbunden ist die Verflachung (oder Banalisierung) des Angebotes, des Ladenbaus, des Qualifikationsniveaus der Beschäftigten und der Außenwerbung.

Umsatz

Ist die Produktion des Einzelhandels, also die Summe dessen, was über einen bestimmten Zeitraum in einem Einzelhandelsgeschäft verkauft wird. Er kann nach mengenmäßigem Umsatz (Anzahl) oder wertmäßigem Umsatz (Geldeinheiten) bemessen werden. Neben der Messung in Zeiträumen kann der Umsatz auch für Filialen, Abteilungen, Sortimentsgruppen und Artikel gemessen werden.

Urban Entertainment Center (UEC)

Kombination von großflächigem Einzelhandel, Gastronomie und thematisch integrierten Freizeit- und Unterhaltungsangeboten (z.B. Multiplex Kino oder Musical Theater).

Verbrauchermarkt

Einzelhandelsbetrieb mit Lebensmittelvollsortiment sowie Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Tiefes und breites Sortiment an meist autoorientiertem Standort entweder in Alleinlage oder innerhalb Einzelhandelszentren. Dauerniedrigpreis- und Sonderangebotspolitik. Großflächig (ca. 1.500 - 5.000 m²), überwiegend Selbstbedienung. Anteil Non-Food-Artikel: Fläche 30 - 60 %; Umsatz 20 - 40 %.

Warenhaus

Zentral gelegener, großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit breitem und tiefem Sortiment aus mehreren Branchen mit hohem Servicegrad und mittlerem bis gehobenem Preisniveau. Der Schwerpunkt liegt meist auf Bekleidung oder Textilien. Daneben werden Lebensmittel und Dienstleistungen (Gastronomie, Frisör, Versicherung etc.) angeboten. Der Verkauf erfolgt in Bedienung, Vorwahl und Selbstbedienung. Die Verkaufsfläche liegt bei mindestens 3.000 m², der Umsatz der Non-Food-Artikel macht i. d. R. mehr als 50 % aus.

WZ 2003

Die WZ 2003 ist die Klassifikation der Wirtschaftszweige in der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft, herausgegeben vom Statistischen Bundesamt auf Basis der europäischen Wirtschaftsstatistik. Sie dient im Rahmen der Bauleitplanung u. a. zur rechtssicheren, eindeutig bestimm- baren Definition von Sortimenten in bauleitplanerischen Festsetzungen. Die WZ 2003 ersetzt in der amtlichen Statistik das ehemalige Warenverzeichnis für die Binnenhandelsstatistik, Ausgabe 1978.

Zentraler Versorgungsbereich

Zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen sämtliche städtebaulich-funktionale Zentren (Innenstadtszentrum, Nebenzentrum, Nahversorgungszentrum) einer Kommune. Der Begriff ist gleichbedeutend mit dem Schutzgut „zentraler Versorgungsbereich“ nach § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO und ist damit gesetzlich begründeter Gegenstand der Bauleitplanung.

Zentralität

Die Zentralität (bzw. Zentralitätskennziffer) einer Kommune verdeutlicht das relative Verhältnis zwischen den erzielten Umsätzen und der potenziell verfügbaren Kaufkraft. Sie wird als Quotient dieser beiden Werte ermittelt. Ein Wert unter 100 % beinhaltet, dass in der Summe aller Kaufkraftzuflüsse und -abflüsse Einzelhandelsumsatz an andere Orte abfließt; ein Wert über 100 % beschreibt umgekehrt den per Saldo erkennbaren Gewinn aus anderen Orten.