



Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Mömax Möbelmitnahmemarktes am Standort Am Westerfeld in Herne

Auftraggeber: Löwengrund Immobilien GmbH,
Würzburg

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Monika Kollmar,
Niederlassungsleitung
Kirsten Marwede, M.Sc. Geogr.

Köln, am 12.02.2019 / 01.08.2019

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 0221 – 989438-0
Telefax: 0221 – 989438-19
E-Mail: office.koeln@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Vorbemerkung

Im September 2018 beauftragte die Löwengrund Immobilien GmbH, Würzburg, die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, mit der Erstellung einer Auswirkungsanalyse zur geplanten Ansiedlung eines Mömax Möbelmitnahmemarktes in Herne. Diese wurde im Oktober 2010 von der GMA dem Auftraggeber vorgelegt, wobei im Nachgang im Januar / Februar 2019 in Rücksprache mit der Stadt Herne eine Überarbeitung des Verkaufsflächen- und Sortimentskonzeptes des geplanten Mömax Mitnahmemarktes erfolgte.

Im Rahmen der Analyse ist zu prüfen, welche möglichen wettbewerblichen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen sich aus der Ansiedlung in Herne, insbesondere in den zentrenrelevanten Randsortimenten, in Herne und im Umland ergeben. Neben den rechtlichen Grundlagen aus BauGB / BauNVO bzw. der Landes- und Regionalplanung sind auch die planerischen Grundlagen des Masterplans Einzelhandel der Stadt Herne 2019 sowie das Regionale Einzelhandelskonzept für das östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche (REHK) aus dem Jahr 2013 zu berücksichtigen.

Die Auswirkungsanalyse wurde im Februar 2019 fertiggestellt. Nach einer ersten Vorstellung des Projektes im Arbeitskreis Regionales Einzelhandelskonzept (REHK) hat der Vorhabenträger die Planung hinsichtlich der zentrenrelevanten Randsortimente (Flächenpool inkl. Aktionswaren) leicht modifiziert. Daher wurde das vorliegende Gutachten auf die nunmehr aktuelle Planung angepasst.

Für die Bearbeitung der vorliegenden Untersuchung lagen der GMA Veröffentlichungen des Statistischen Bundesamtes, des Statistischen Landesamtes Nordrhein-Westfalen, Daten der Stadt Herne sowie Unterlagen der Firma Mömax vor. Zur Bewertung der projektrelevanten Wettbewerbssituation hat die GMA im September 2018 eine Vor-Ort-Erhebung des projektrelevanten Wettbewerbs in Herne und in den umliegenden Städten (Gelsenkirchen, Herten, Recklinghausen, Castrop-Rauxel, Bochum) durchgeführt.

Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller Inhalte kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, den 12.02.2019 / 01.08.2019
KO/MEK-aw

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	6
1. Aufgabenstellung	6
2. Rechtliche und planerische Grundlagen zur Bewertung von Einzelhandelsplanungen	7
2.1 Regelungen der BauNVO	7
2.2 Landesplanung	7
2.3 Regionaler Flächennutzungsplan / Erstellung Regionalplan Ruhr	10
2.4 Masterplan Einzelhandel für die Stadt Herne 2019	12
2.5 Regionales Einzelhandelskonzept REHK 2013	15
3. Allgemeine Entwicklungen der Möbelbranche	16
3.1 Betriebstypen im Möbelhandel	17
3.2 Verkaufsflächen- und Umsatzentwicklung	19
3.3 Vertriebskanäle	20
II. Standort- und Projektbeschreibung	22
1. Makrostandort Herne	22
2. Mikrostandort Am Westerfeld	25
3. Projektkonzeption	28
III. Absatzwirtschaftliche Rahmendaten – Analyse der Angebots- und Nachfragesituation	30
1. Methodische Vorgehensweise	30
1.1 Grundlagendaten auf Nachfrageseite	30
1.2 Erfassung der Angebotssituation	30
2. Analyse der Nachfrageseite	31
2.1 Einzugsgebiet und Bevölkerung	31
2.2 Die Kaufkraft im Einzugsgebiet des Vorhabens	33
3. Projektrelevante Angebotssituation im Untersuchungsraum	35
3.1 Projektrelevante Angebotssituation in Zone I	35
3.2 Projektrelevante Angebotssituation in der Zone II	39
3.3 Projektrelevante Angebotssituation außerhalb des Einzugsgebietes	41
3.4 Wettbewerbsplanungen im Möbelsegment im Untersuchungsraum	41

3.5	Zusammenfassende Bewertung der Angebotssituation im Untersuchungsraum	41
IV.	Wirtschaftliche, städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen des Vorhabens	44
1.	Grundlegende Aspekte	44
2.	Die wirtschaftlichen Auswirkungen des Planobjekts im Untersuchungsraum – Umsatzerwartung und Umverteilungswirkungen	46
2.1	Umsatzerwartung und Umsatzherkunft	46
2.2	Umsatzumverteilungseffekte	48
2.3	Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen	50
2.3.1	Wettbewerbswirkungen durch das Vorhaben in Zone I des Einzugsgebietes	50
2.3.2	Wettbewerbswirkungen durch das Vorhaben in Zone II des Einzugsgebietes	54
2.3.3	Auswirkungen außerhalb des Einzugsgebietes	56
3.	Kompatibilität mit bestehenden landesplanerischen, regionalen und kommunalen städtebaulichen Zielvorgaben	56
3.1	Vereinbarkeit mit den landesplanerischen und regionalplanerischen Vorgaben	56
3.2	Vereinbarkeit mit den Prüfkriterien des REHK 2013	57
3.3	Vereinbarkeit mit den Vorgaben des Masterplans Einzelhandel 2019	58
V.	Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens	60
	Verzeichnisse	61

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

In der Stadt Herne soll am Standort Am Westerfeld, in Nachbarschaft zum Einrichtungshaus Zurbrüggen, eine Mömax-Filiale mit ca. 8.000 m² Verkaufsfläche angesiedelt werden.

Die vorliegende Untersuchung hat die Aufgabe, die möglichen wettbewerblichen, städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen des Vorhabens in der Stadt Herne sowie im Umland zu untersuchen. Insbesondere ist zu prüfen, welche Umsatzumverteilungswirkungen durch die zentrenrelevante Randsortimente des Vorhabens auf die Betriebe in der Stadt Herne und im Umland ausgelöst werden können und welche städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen hieraus ggf. resultieren.

Darüber hinaus erfolgt eine Bewertung möglicher Auswirkungen auf die Ziele der Raumordnung und Landesplanung. Die Untersuchung basiert somit auf den Regelungen des BauGB und der BauNVO in Verbindung mit den entsprechenden Regelungen der Landes- und Regionalplanung Nordrhein-Westfalen. Neben den rechtlichen Grundlagen sind darüber hinaus auch die planerischen Ziele des Masterplans Einzelhandel der Stadt Herne aus dem Jahr 2019 sowie das Regionale Einzelhandelskonzept für das östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche (REHK) aus dem Jahr 2013 zu berücksichtigen.

In der vorliegenden Untersuchung werden folgende Bausteine bearbeitet:

- /// Darlegung des Rechts- und Planungsrahmens, insbesondere der Ziele der Landes- und Regionalplanung in Nordrhein-Westfalen
- /// Beschreibung und Bewertung des Planstandortes in Herne
- /// Darstellung des Planobjektes Mömax Möbelmitnahmemarkt, der Sortimente und Verkaufsflächen
- /// Abgrenzung und Zonierung des projektrelevanten Einzugsgebietes; Berechnung der projektrelevanten Kaufkraft im abgegrenzten Einzugsgebiet
- /// Darstellung der projektrelevanten Wettbewerbsstrukturen im Umfeld
- /// Berechnung der Umsatzerwartung und -umverteilung auf Grundlage des Marktanteilkonzeptes
- /// Analyse und Bewertung der möglichen wettbewerblichen und städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens
- /// raumordnerische Überprüfung des Vorhabens gemäß Landes- und Regionalplanung
- /// Vereinbarkeit mit dem Masterplan Einzelhandel der Stadt Herne

- ✓ Vereinbarkeit mit dem Regionalen Einzelhandelskonzept für das östliche Ruhrgebiet und angrenzende Teilbereiche (REHK).

2. Rechtliche und planerische Grundlagen zur Bewertung von Einzelhandelsplanungen

Die wesentlichen Rechtsgrundlagen für die räumliche Planung von Einzelhandelsstandorten stellen das Baugesetzbuch (BauGB), die Baunutzungsverordnung (BauNVO) sowie die landesplanerischen Bestimmungen dar.

2.1 Regelungen der BauNVO

Der § 11 Abs. 3 BauNVO führt in der Fassung von 2017 für großflächige Einzelhandelsbetriebe aus:

„1. Einkaufszentren,

2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,

3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² Geschossfläche nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

2.2 Landesplanung

Landesplanerische Vorgaben zur Standortsteuerung des großflächigen Einzelhandels in NRW sind im Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen dargelegt.

„6.5 Großflächiger Einzelhandel

Ziele und Grundsätze

6.5-1 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen

Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung dürfen nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden.

6.5-2 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur in zentralen Versorgungsbereichen

Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur

- in bestehenden zentralen Versorgungsbereichen sowie
- in neu geplanten zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrierten Lagen, die aufgrund ihrer räumlichen Zuordnung sowie verkehrsmäßigen Anbindung für die Versorgung der Bevölkerung zentrale Funktionen des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs erfüllen sollen, dargestellt und festgesetzt werden.

Zentrenrelevant sind

- die Sortimente gemäß Anlage 1 und
- weitere von der jeweiligen Gemeinde als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (ortstypische Sortimentsliste).

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

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

6.5-3 Ziel Beeinträchtigungsverbot

Durch die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

6.5-4 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche

Bei der Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten

soll der zu erwartende Gesamtumsatz der durch die jeweilige Festsetzung ermöglichten Einzelhandelsnutzungen die Kaufkraft der Einwohner der jeweiligen Gemeinde für die geplanten Sortimentsgruppen nicht überschreiten.

6.5-5 Ziel Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, relativer Anteil zentrenrelevanter Randsortimente

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

6.5-6 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente

Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente eines Sondergebietes für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen 2.500 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten.

6.5-7 Ziel Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel

Abweichend von den Festlegungen 6.5-1 bis 6.5-6 dürfen vorhandene Standorte von Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen als Sondergebiete gemäß § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung dargestellt und festgesetzt werden. Dabei sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen in der Regel auf die Verkaufsflächen, die baurechtlichen Bestandsschutz genießen, zu begrenzen. Wird durch diese Begrenzung die zulässige Nutzung innerhalb einer Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit aufgehoben oder geändert, sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen auf die zulässigen Verkaufsflächenobergrenzen zu begrenzen. Ein Ersatz zentrenrelevanter durch nicht zentrenrelevante Sortimente ist möglich. Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn dadurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden erfolgt.

6.5-8 Ziel Einzelhandelsagglomerationen

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

6.5-9 Grundsatz Regionale Einzelhandelskonzepte

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

6.5-10 Ziel Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung

Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung sind, soweit von § 12 Absatz 3a Satz 1 Baugesetzbuch kein Gebrauch gemacht wird, nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Festlegungen 6.5-1, 6.5-

7 und 6.5-8 entsprechen; im Falle von zentrenrelevanten Kernsortimenten haben sie zudem den Festlegungen 6.5-2 und 6.5-3, im Falle von nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten den Festlegungen 6.5-4, 6.5-5 und 6.5-6 zu entsprechen.“

2.3 Regionaler Flächennutzungsplan / Erstellung Regionalplan Ruhr

Neben den landesplanerischen Festsetzungen sind die Vorgaben der Regionalplanung zu berücksichtigen. Hier ist auf den Regionalen Flächennutzungsplan der Städteregion Ruhr hinzuweisen, der am 03.05.2010 in Kraft getreten ist. Gemäß der 13. Änderung des Regionalen Flächennutzungsplans wurden die für Einzelhandelsansiedlungen relevanten Ziele 13, 14, 15 und 16 (Satz 2) jedoch aufgehoben.

Darüber hinaus führt der Entwurf des Regionalplans Ruhr mit Stand April 2018, über die nachrichtliche Übernahme des landesplanerischen Regelungen hinausgehende, folgende in Aufstellung befindliche Ziele und Grundsätze auf:

„1.11 Großflächiger Einzelhandel

1.11-1 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen

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

1.11-2 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur in zentralen Versorgungsbereichen

Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO mit zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen nur

- in bestehenden zentralen Versorgungsbereichen sowie
- in neu geplanten zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrierten Lagen, die aufgrund ihrer räumlichen Zuordnung sowie verkehrsmäßigen Anbindung für die Versorgung der Bevölkerung zentrale Funktionen des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs erfüllen sollen, dargestellt und festgesetzt werden.

Zentrenrelevant sind

- die Sortimente gemäß Anlage 1 zu Kapitel 6.5 des LEP NRW und
- weitere von der jeweiligen Kommune als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (ortstypische Sortimentsliste).

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

- eine Lage in den zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere der Erhaltung gewachsener baulicher Strukturen oder der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild, nicht möglich ist und

- die Bauleitplanung der Gewährleistung einer wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient und
- zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

1.11-3 Ziel Beeinträchtigerungsverbot

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

1.11-4 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche

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

1.11-5 Ziel Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, relativer

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

1.11-6 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente

Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente eines Sondergebietes für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen 2.500 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten.

1.11-7 Ziel Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel

Abweichend von den Festlegungen 1.11-1 bis 1.11-6 dürfen vorhandene Standorte von Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen oder außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche als Sondergebiete gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO dargestellt und festgesetzt werden. Dabei sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen in der Regel auf die Verkaufsflächen, die baurechtlichen Bestandschutz genießen, zu begrenzen. Wird durch diese Begrenzung die zulässige Nutzung innerhalb einer Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit aufgehoben oder geändert, sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen auf die zulässigen Verkaufsflächenobergrenzen zu begrenzen. Ein Ersatz zentrenrelevanter durch nicht zentrenrelevante Sortimente ist möglich.

Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn dadurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden erfolgt.

1.11-8 Ziel Einzelhandelsagglomeration

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

„1.11-9 Grundsatz Einzelhandelskonzepte

Zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung, zur Stärkung der Zentren und Stadtteilzentren sowie zur regionalen Abstimmung überörtlich bedeutsamer Planungen und Maßnahmen im Bereich Einzelhandel sollen die Kommunen kommunale und regionale Einzelhandelskonzepte erarbeiten und regelmäßig fortschreiben.

Einzelhandelskonzepte sollen im Rahmen von Planungen und Maßnahmen in die Abwägung eingestellt werden.

1.11-11 Grundsatz Abstimmung zentraler Versorgungsbereiche

Vorhandene zentrale Versorgungsbereiche sollen gestärkt und geschützt werden. Neu geplante zentrale Versorgungsbereiche und die geplante Erweiterung bestehender zentraler Versorgungsbereiche im Sinne von Ziel 1.11-2, Satz 1 sollen mit der Regionalplanungsbehörde abgestimmt werden.

1.11-12 Grundsatz Anbindung an den ÖPNV

Die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben i.S. des § 11 Abs. 3 BauNVO soll an Standorten erfolgen, die an den öffentlichen Personennahverkehr angeschlossen sind.

Vorhaben, die aufgrund des Umfangs ihrer Verkaufsflächen oder der Art ihrer Sortimente ein besonders hohes Besucheraufkommen erwarten lassen, sollen nur an Standorten geplant werden, die an den öffentlichen Schienenpersonennahverkehr angebunden sind.“

2.4 Masterplan Einzelhandel für die Stadt Herne 2019

Die Fortschreibung des **Masterplans Einzelhandel für die Stadt Herne** wurde am 09.04.2019 vom Rat der Stadt als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne eines Einzelhandelskonzeptes verabschiedet.¹ Wesentliche Zielsetzungen des Masterplans Einzelhandel sind die Sicherung einer ausgewogenen Einzelhandelsstruktur in Herne sowie deren dauerhaften Stärkung, insbesondere der Nahversorgung. Die im Masterplan Einzelhandel 2012 dargelegte Standortstruktur, die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiches, das Sonderstandort- und Nahversorgungskonzept sowie die Sortimentsliste („Herner Liste“) wurden fortgeschrieben. Der Masterplan Einzelhandel

¹ Erste Fortschreibung des Masterplans Einzelhandel für die Stadt Herne, 2019, Stadt + Handel.

Herne dient u. a. als Beurteilungsgrundlage für die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben im Stadtgebiet.

Als Steuerungsinstrument für die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben definiert das Konzept die sog. „Herner Liste“, die eine Differenzierung zwischen nahversorgungs- und zentrenrelevanten sowie nicht zentrenrelevanten Sortimenten vornimmt (vgl. Übersicht 1). Das geplante Sortiment des Möbelmitnahmemarktes Mömax umfasst neben dem nicht zentrenrelevanten Kernsortiment Möbel auch weitere nicht zentrenrelevante sowie zentrenrelevante Randsortimente (vgl. Kapitel II.4).

Des Weiteren definiert der Masterplan Einzelhandel Herne als **zentrale Versorgungsbereiche** das Hauptzentrum Herne-Mitte, das Nebenzentrum Wanne-Mitte sowie die Nahversorgungszentren Röhlinghausen, Eickel, Holsterhausen und Sodingen. Für den großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel weist der Masterplan die **Sonderstandorte** Roonstraße und Am Westerfeld aus.

Darüber hinaus formuliert der Masterplan Einzelhandel verschiedene Steuerungsleitsätze:

- /// **Leitsatz I:** Einzelhandel mit zentrenrelevantem Hauptsortiment soll zukünftig nur in den zentralen Versorgungsbereichen vorgesehen werden.
- /// **Leitsatz II:** Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment soll zukünftig primär in den zentralen Versorgungsbereichen vorgesehen werden.²
- /// **Leitsatz III:** Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment soll primär an den ausgewiesenen Sonderstandorten Roonstraße und Am Westerfeld vorgesehen werden. Darüber hinaus ist eine Ansiedlung und / oder Erweiterung grundsätzlich auch an anderen Standorten im gesamten Stadtgebiet möglich, wenn städtebauliche Gründe dafür und raumordnerische Ziele nicht dagegen sprechen.

² Sofern dem landesplanerische und / oder städtebauliche Gründe (etwa der Schutz zentraler Versorgungsbereiche in Nachbarkommunen bzw. das Beeinträchtigungsverbot) nicht entgegenstehen.

Übersicht 1: Sortimentsliste der Stadt Herne („Herner Liste“)

Tabelle 11: Sortimentsliste für die Stadt Herne

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. WZ 2008*	Bezeichnung nach WZ 2008*
Zentrenrelevante Sortimente		
Augenoptik	47.78.1	Augenoptiker
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	47.71	Einzelhandel mit Bekleidung
Bettwaren	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Steppdecken u. a. Bettdecken, Kopfkissen u. a. Bettwaren)
Briefmarken und Münzen	aus 47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln (daraus NUR: Einzelhandel mit Sammlerbriefmarken und -münzen)
Bücher	47.61 47.79.2	Einzelhandel mit Büchern Antiquariate
Elektrokleingeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrokleingeräten einschließlich Näh- und Strickmaschinen)
Glas/Porzellan/Keramik	47.59.2	Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren
Haus-/Bett-/Tischwäsche	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Haus- und Tischwäsche, z. B. Hand-, Bade- und Geschirrtücher, Tischdecken, Stoffservietten, Bettwäsche)
Hausrat/Haushaltswaren	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Hausrat aus Holz, Metall und Kunststoff, z. B. Besteck und Tafelgeräte, Koch- und Bratgeschirr, nicht elektrische Haushaltsgeräte, sowie Einzelhandel mit Haushaltsartikeln und Einrichtungsgegenständen anderweitig nicht genannt)
Helmtextilien (Gardinen, Dekostoffe, Sicht-/Sonnenschutz)	aus 47.53 aus 47.51	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Vorhängen und Gardinen) Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Dekorations- und Möbelstoffen, dekorativen Decken und Kissen, Stuhl- und Sesselauflagen u. ä.)
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle)	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Kurzwaren, z. B. Nähadeln, handelsfertig aufgemachte Näh-, Stopf- und Handarbeitsgarn, Knöpfe, Reißverschlüsse sowie Einzelhandel mit Ausgangsmaterial für Handarbeiten zur Herstellung von Teppichen und Stickerelen)
Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)	47.74	Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Artikeln
Musikinstrumente und Musikalien	47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	47.61 47.62 47.63 47.78.2	Einzelhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern Einzelhandel mit Foto- und optischen Erzeugnissen (ohne Augenoptiker)
Papier/Büroartikel/Schreibwaren sowie Künstler- und Bastelbedarf	47.62.2	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln
Parfümerieartikel und Kosmetika	47.75	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln (daraus NUR: Einzelhandel mit Parfümerie-artikel und Kosmetika)
Schuhe, Lederwaren	47.72	Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren
Spielwaren	47.65	Einzelhandel mit Spielwaren
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sportartikeln
Uhren/Schmuck	47.77	Einzelhandel mit Uhren und Schmuck
Wohnrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/ Kunstgegenstände	47.78.3 aus 47.59.9	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Holz-, Korb-, Korb- und Flechtwaren)
Zentren- sowie nahversorgungsrelevante Sortimente		
(Schnitt-)Blumen	aus 47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NUR: Blumen)
Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel)	47.75	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln (daraus NUR: Einzelhandel mit Drogeriewaren inkl. Wasch- und Putzmittel)

Fortsetzung nächste Seite

(Fortsetzung von Tabelle 11)

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. WZ 2008*	Bezeichnung nach WZ 2008*
Zentren- sowie nahversorgungsrelevante Sortimente		
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren)	47.2	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)
Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	47.73	Apotheken
Zeitungen/Zeitschriften	47.62.1	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen
Nicht zentrenrelevante Sortimente**		
Antiquitäten	47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen
Baumarktsortiment i. e. S	aus 47.52	Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf (daraus NICHT: Einzelhandel mit Rasenmähern, siehe Gartenartikel)
	aus 47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Tapeten und Fußbodenbelägen)
	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen (daraus NUR: Einzelhandel mit Sicherheitssystemen wie Verriegelungseinrichtungen und Tresore)
	aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Heizöl, Flaschengas, Kohle und Holz)
Boote und Zubehör	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sportartikel und Campingartikeln (daraus NUR: Boote und Zubehör)
Campingartikel (ohne Campingmöbel)	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sportartikel und Campingartikeln (daraus NUR: Einzelhandel mit Campingartikeln)
Elektro Großgeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektro Großgeräten wie Wasch-, Bügel- und Geschirrspülmaschinen, Kühl- und Gefrier-schränken und -truhen)
Erotikartikel	aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Erotikartikeln)
Fahrräder und Zubehör	47.64.1	Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör
Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Koch- und Bratgeschirr für den Garten)
	aus 47.52.1	Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Rasenmäher, Eisenwaren und Spielgeräte für den Garten)
Kfz-Zubehör	45.32	Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör
Kinderwagen	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Kinderwagen)
Lampen/Leuchten	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Lampen und Leuchten)
Matratzen	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Matratzen)
Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)	47.59.1	Einzelhandel mit Wohnmöbeln
Motorräder und Zubehör (inkl. Mofas)	45.40	Handel mit Kraftködern, Kraftroderteilen und -zubehör (daraus NUR: Einzelhandel mit Kraftroderteilen und -zubehör)
Pflanzen/Samen	aus 47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Blumen)
Sportgroßgeräte	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sportartikel und Campingartikeln (daraus NUR: Einzelhandel mit Sportgroßgeräten)
Teppiche (ohne Teppichböden)	47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Teppichen, Brücken und Läufem)
Waffen/Jagdbedarf/Angeln	aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt. (daraus NUR: Einzelhandel mit Waffen und Munition)
	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (daraus NUR: Anglerbedarf)
Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere	aus 47.76.2	Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; erläuternd, aber nicht abschließend; * WZ 2008 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistisches Bundesamtes, Ausgabe 2008; ** gleichzeitig auch nicht zentren- und nahversorgungsrelevant.

Quelle: Fortschreibung Masterplan Einzelhandel für die Stadt Herne, 2019, Stadt + Handel, Seite 87/88; GMA-Darstellung 2019

2.5 Regionales Einzelhandelskonzept REHK 2013

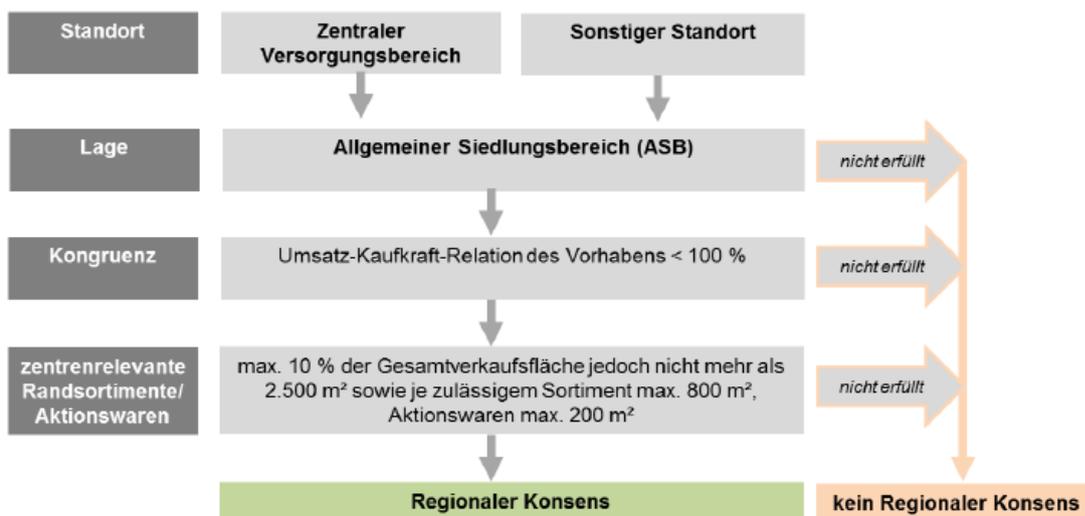
Zur koordinierten Steuerung der Einzelhandelsentwicklung im östlichen Ruhrgebiet wurde ein gemeindeübergreifendes Steuerungskonzept erstellt – das **Regionale Einzelhandelskonzept für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche (REHK)**. Ziel des REHK ist eine abgestimmte Ansiedlungspolitik bezüglich der Neuansiedlung oder Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in dessen Geltungsbereich.

Dazu zählen:

- „die Stärkung der innerstädtischen Zentren,
- die Stärkung der Stadtteilzentren mit ihrer Grundversorgung,
- die Notwendigkeit eines ergänzenden Versorgungsnetzes von Sondergebieten mit nicht zentrenrelevanten Angeboten an ausgewählten Standorten auch außerhalb der Zentren zu akzeptieren und
- eine aktive Flächenpolitik, um mit marktwirtschaftlichen Mitteln Investitionen in die städtebaulich geeigneten Standorte zu lenken.“³

Zur Abstimmung regional bedeutsamer Einzelhandelsvorhaben wurde der begleitende **Arbeitskreis REHK** (Plenum) gegründet. Dieser beurteilt ein Vorhaben hinsichtlich definierter Prüfkriterien und stellt im positiven Fall einen sog. „**Regionalen Konsens**“ fest. Für das zu prüfende Vorhaben der Ansiedlung eines Möbelhauses sieht das REHK folgendes Prüfschema vor:

Abbildung 1: Prüfschema für Möbelmärkte gemäß REHK 2013



Quelle: Regionales Einzelhandelskonzept 2013, Seite 71

3. Allgemeine Entwicklungen der Möbelbranche

Der Möbelhandel in Deutschland ist in den vergangenen Jahren stark durch Konzentrationsprozesse der Unternehmen geprägt. Flächenwachstum bzw. der Ausbau des Filialnetzes erfolgten häufig durch die Übernahme bestehender Standorte, was unter anderem auf das mittlerweile sehr restriktive Planungsrecht der Bundesländer und damit einhergehenden geringen Genehmigungschancen für neue Großprojekte zurückzuführen ist. Dennoch ist der deutsche Möbeleinzel-

³ Quelle: REHK 2013, S. 10

handel im Gegensatz zum Lebensmitteleinzelhandel oder der Elektrobranche noch stark segmentiert, sodass ein Ende dieses Prozesses derzeit nicht absehbar ist. Es werden weitere inhabergeführte Unternehmen aufgeben bzw. übernommen, wobei – je nach Standort und vorliegendem Baurecht – ehemalige Vollsortimentsstandorte künftig stärker mit discountorientierten Konzepten belegt werden, weil häufig die Verkaufsfläche am Standort für den Betrieb eines zukunftsfähigen Vollsortimentsmöbelhauses nicht ausreicht.

3.1 Betriebstypen im Möbelhandel

Das Betriebstypenspektrum im Möbelhandel in Deutschland ist noch recht vielfältig und nicht so eindeutig zu fassen wie bspw. der Lebensmitteleinzelhandel. In Anlehnung an die Systematik des EHI Retail Institute⁴ lassen sich folgende Betriebstypen einordnen, wobei der Anbieter IKEA aufgrund seines individuellen Konzeptes, das sich keinem anderen Betriebstyp zuordnen lässt, als eigenständiger Betriebstyp definiert wird (vgl. auch Übersicht 2):

Große Vollsortimenter⁵:

Ab ca. 30.000 m² Verkaufsfläche, mit einem breiten und tiefen Angebot, das auch umfangreiche Fachabteilungen z. B. bei Haushaltswaren, Glas / Porzellan, Keramik, Dekorationsartikel, Heimtextilien, Teppichen und Leuchten umfasst. Dieser Betriebstyp wird von regionalen und nationalen Filialisten geprägt; große inhabergeführte Einzelunternehmen (local heroes) sind eher die Ausnahme. Die Neueröffnungen der letzten Jahre lagen i. d. R. deutlich über 40.000 m².

Vollsortimentierter Möbelhandel:

Zwischen ca. 10.000 und 30.000 m² Verkaufsfläche, gerade kleinere Häuser weisen tendenziell geringere Anteile bei Randsortimenten auf als große Vollsortimenter. Häufig wird auf bestimmte Fachabteilungen ganz verzichtet (z. B. Teppiche, Leuchten). Bei diesem Betriebstyp finden sich noch relativ viele inhabergeführte Möbelhäuser, wobei auch hier ein Trend zur Vergrößerung der Verkaufsfläche festzuhalten ist, um sich im Wettbewerbsumfeld mit Filialisten zu behaupten.

Discounter⁶:

Niedrigpreisige Anbieter mit discounttypischer, schlichter Warenpräsentation, oft in ehemaligen Gewerbehallen oder standardisierten Hallen. Umfangreiches, ebenfalls niedrigpreisiges Randsortiment, das häufig sonderpostenmarktähnlich präsentiert wird. Im Vergleich zu Vollsortimentern auch Angebote bei Baumarktartikeln wie Bodenbeläge, Tapeten, Farben, Lacke, Werkzeuge, als Abrundung für die Renovierung / Neueinrichtung einer Wohnung. Damit bestehen teilweise fließende Übergänge zu Fachmarkt Konzepten wie tedox.

⁴ EHI Retail Institute: Die Grenzen des Wachstums. Konzepte, Kennzahlen und Perspektiven für den deutschen Möbeleinzelhandel. Whitepaper, 2014, S. 19 ff.

⁵ Vollsortimenter und Große Vollsortimenter sowie das Konzept von IKEA werden – unabhängig von der konkreten Verkaufsfläche – auch als Einrichtungshäuser bzw. Wohnkaufhäuser bezeichnet. Ausschlaggebend ist hier ein umfangreiches Angebot an Randsortimenten.

⁶ Für diesen Betriebstyp wird oft auch der Begriff „SB-Möbelmitnahmemarkt“ synonym verwendet.

IKEA:

Individuelles Konzept, das zwar weltweit einheitlich agiert, aber in keine der weiteren Betriebstypenkategorien hineinpasst. IKEA ist weder Vollsortimentsmöbelhaus noch reiner SB-Mitnahmemöbelmarkt. Mit maximal 25.000 m² Verkaufsfläche und einem hohen Anteil an Randsortimenten (Markthalle, Eigenmarken) sowie dem skandinavischen Einschlag, der durch Restaurant und Schweden-Shop (skandinavische Lebensmittel) abgerundet wird, hat IKEA eine Reihe von Alleinstellungsmerkmalen. Aufgrund der Marktpresenz mit allein 53⁷ Einrichtungshäusern in Deutschland und dem einzigartigen Konzept kann IKEA als eigener Betriebstyp eingestuft werden.

Innerstädtischen Möbelfachgeschäfte:

Oftmals hochwertige Designmöbelanbieter, die in der Regel über klein- bis mittelflächige Einheiten verfügen und oft in Nebenlagen der innerstädtischen Einkaufslagen in Großstädten zu finden sind.

Übersicht 2: Überblick über die Betriebstypen des stationären Möbeleinzelhandels

	Innerstädtische Möbelfachgeschäfte	Vollsortimentierter Möbelhandel	Discounter	Große Vollsortimenter	IKEA
Standort	Innenstadt	Periphere Standorte, Stadtrandlage	Periphere Standorte, bevorzugt Agglomerationen	Periphere Standorte, auch Einzelstandorte	Periphere Standorte, bevorzugt Agglomerationen
Größe	Meistens unter 5.000 m ²	Zwischen 10.000 und 30.000m ²	Zwischen 2.000 und 10.000m ²	Ab 30.000m ²	Meistens unter 20.000m ²
Möbelsortiment	Schmal bis breit, meist nicht tief; exklusiv	Breites und tiefes Sortiment	Schmal, viele Handelsmarken	Breites und tiefes Sortiment	Breites und tiefes Sortiment
Zusatzsortimente	Mittel bis stark, designorientiert	Mittel	Schwach bis mittel	Stark	Stark
Preisniveau	Mittel bis hoch	Niedrig, mittel und hoch	Niedrig	Niedrig, mittel und hoch	Niedrig bis mittel
Werbung	Zielgruppenorientierung	Flyer	Flyer, Radio, TV	Flyer, Radio, TV	Flyer, Radio, TV
Beispiele	BoConcept, Domicil	Porta, Möbel Martin	Poco, Roller	Höffner, XXXLutz	IKEA, neu: IKEA City

Quelle: EHI Retail Institute: Die Grenzen des Wachstums. Konzepte, Kennzahlen und Perspektiven für den deutschen Möbeleinzelhandel. Whitepaper, 2014, S. 5.

⁷ EHI Retail Institute, Stand 2017

Neben diesen Betriebstypen sind noch Spezialanbieter wie Küchenfachmärkte, Polstermöbelanbieter, Bettenfachmärkte oder Naturholzmöbelanbieter zu nennen, die sich gerne in Fachmarkt-aggglomerationen oder im unmittelbaren Umfeld zu größeren Möbelhäusern ansiedeln. Diese Anbieter führen – wenn überhaupt – nur ein sehr geringes Randsortiment und zeichnen sich durch umfangreiche Beratungs- und Serviceleistungen aus.

3.2 Verkaufsflächen- und Umsatzentwicklung

Als Konsequenz der o. g. Entwicklungen zeigte sich in den vergangenen Jahrzehnten ein **starkes Flächenwachstum** im Möbele Einzelhandel. So ist die durchschnittliche Verkaufsfläche der 30 größten Möbelhäuser in Deutschland in den vergangenen 20 Jahren von ca. 30.000 m² auf mehr als 50.000 m² gestiegen (+67,4 %)⁸.

Im Jahr 2017 zählte das Fachmagazin Möbelkultur 171 Möbelanbieter mit einer Verkaufsfläche von mindestens 25.000 m², darunter 56 Einrichtungshäuser mit einer Verkaufsfläche von 40.000 m² oder mehr.⁹ Weitere Neubauten oder Erweiterungen sind bundesweit in Planung.

Mit dem starken Flächenwachstum gehen auch **sinkende Flächenleistungen**¹⁰ einher. Die erzielbaren Flächenleistungen im Möbele Einzelhandel hängen v. a. von Vertriebstyp, Standort, Flächengröße, Profilierung sowie Werbemaßnahmen ab. Bedingt durch den intensiven Wettbewerb in Deutschland und die steigenden Objektgrößen haben sich die Flächenleistungen in der Branche in den letzten Jahrzehnten tendenziell verringert. Als Marktführer erreicht IKEA deutlich überdurchschnittliche Flächenleistungen (i. d. R. ca. 3.500 – 4.500 € / m² VK). Marktübliche Flächenleistungen anderer Möbelhäuser liegen hingegen im Durchschnitt bei ca. 800 – 1.600 € / m² VK¹¹; jedoch können einige Anbieter (v. a. Solitäranbieter mit hoher regionaler Marktmacht) auch höhere Flächenleistungen auf oder sogar über dem Niveau von IKEA erreichen. Küchenfachmärkte bzw. -studios liegen bei ca. 2.000 – 3.000 € / m² VK, Matratzenfachmärkte bei ca. 1.000 – 1.500 € / m² VK.

Insgesamt ist die Umsatzentwicklung des Möbelhandels in Deutschland stagnierend bis leicht steigend (vgl. Abbildung 2). Das gesamte Marktvolumen in Deutschland ist zwischen 2009 und 2017 von ca. 29,4 Mrd. € auf ca. 34,0 Mrd. € gestiegen, was einem nominalen Wachstum von ca.

⁸ Quelle: Möbel Zahlen, diverse Jahrgänge. Holzmann-Verlag.

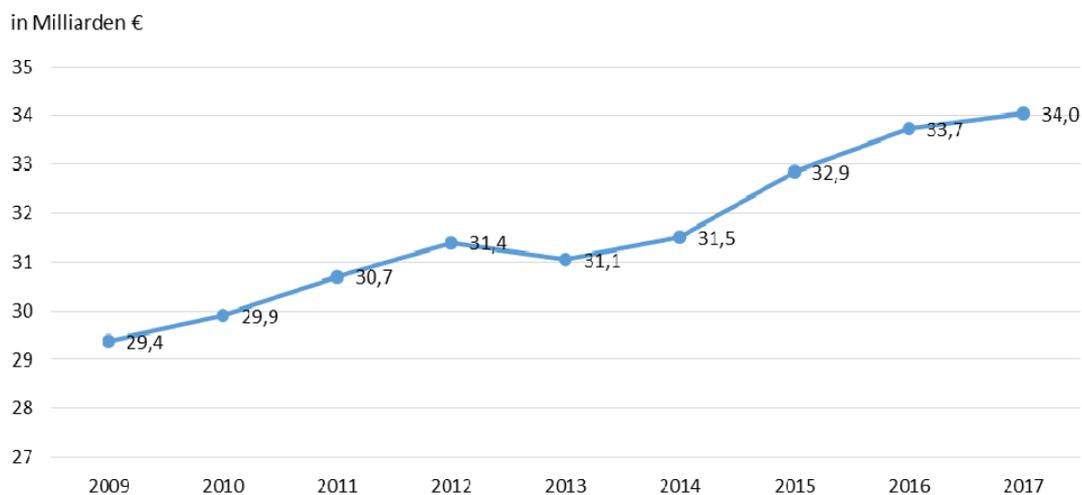
⁹ Quelle: Möbelkultur: Paläste 2017, Hamburg 2017.

¹⁰ Flächenproduktivität = Umsatz in € je m² Verkaufsfläche.

¹¹ Das Grundlagengutachten zur Fortschreibung der Steuerungsregelungen des großflächigen Einzelhandels in Nordrhein-Westfalen nennt Spannweiten der Flächenproduktivitäten von Möbelmärkten von € 1.300 – 1.500 / m² VK; für IKEA wird ein Wert von € 3.000 / m² VK angegeben. Junker + Kruse, Dortmund: Grundlagen für die Erarbeitung einer neuen landesplanerischen Regelung zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels. Dortmund 2011, S. 84. Das Whitepaper des EHI gibt für IKEA mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche pro Filiale von 18.000 m² eine Brutto-Flächenleistung von knapp 4.600 € / m² Verkaufsfläche an.

15,6 % entspricht.¹² Während die demografischen Trends mit einer alternden Bevölkerung tendenziell zu rückläufigen Umsätzen führen würden, wird ein Umsatzwachstum vor allem durch steigende Konsumausgaben in diesem Segment getragen¹³. Hierbei spielen vor allem der anhaltende Trend zum „Cocooning“ und die verbreitete Euroskepsis eine Rolle, außerdem der Aufschwung im privaten Wohnungsbau, welcher durch die niedrigen Bauzinsen in Deutschland beflügelt wurde.

Abbildung 2: Entwicklung des Bruttoumsatzes des Möbeleinzelhandels in Deutschland absolut



Quelle: EHI Retail Institute 2018, GMA-Darstellung

3.3 Vertriebskanäle

Insgesamt generierte der deutsche Möbeleinzelhandel im Jahr 2017 **Umsätze** von rd. 34,0 Mrd. €, wovon rund 67 % auf die 30 größten Händler entfielen¹⁴. Dabei ist zu beachten, dass der stationäre Möbelfacheinzelhandel nicht den einzigen stationären Vertriebsweg darstellt. Auch Bau- und Heimwerkermärkte / Gartenmärkte (v. a. Küchen- und Badmöbel, Gartenmöbel), der Bürofachhandel (v. a. Schreibtische, Stühle, Regale) oder die Lebensmitteldiscounter (v. a. Kleinmöbel als Aktionsware) vertreiben in nicht unerheblichem Maße Möbel.

Insgesamt stellt der Möbelfachhandel mit ca. 79 % Marktanteil immer noch den stärksten Vertriebskanal dar. Rund 21 % der Umsätze im deutschen Möbelhandel werden nicht vom Möbelfacheinzelhandel, sondern von anderen Vertriebskonzepten erzielt (Versandhandel, Büroausstatter, Baumärkte, Direktabsatz / Handwerker, Großhandel, sonstige branchenfremde Anbieter).

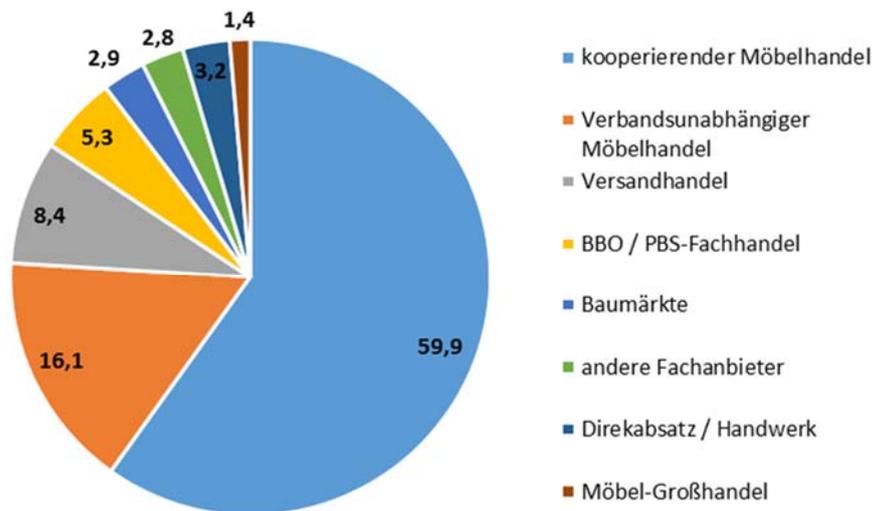
¹² EHI Retail Institute 2018.

¹³ Dieser Trend spiegelt sich auch in den wachsenden Ausgaben der Deutschen für Möbel und Küchen wider. Dies wurde von der GMA durch steigende Pro-Kopf-Ausgabewerte berücksichtigt (2009: 330 €, 2014: 364 €; 2018: 395) jeweils auf Basis von Berechnungen des Statistischen Bundesamts der Ausgaben nach Warengruppen.

¹⁴ Möbelkultur: Umsätze 2018, S. 14, GMA-Berechnungen

Besonders der Versand- bzw. Internethandel konnte in den letzten Jahren Umsatzzuwächse verzeichnen. Die Umsätze im Möbelfacheinzelhandel und auch die meisten branchenfremden Anbieter weisen eher eine stagnierende Entwicklung auf.

Abbildung 3: Marktanteile der Vertriebskonzepte im Möbeleinzelhandel in Deutschland



Quelle: EHI Retail Institute 2018 ; GMA-Darstellung.

Das Möbel- und Einrichtungssegment verzeichnete in den vergangenen Jahren deutliche Steigerungen der Marktanteile im Online-Handel, der in der vorstehenden Abbildung 3 im Versandhandel integriert ist. Zwar sind die Wachstumsraten deutlich niedriger als in anderen Sortimenten, es ist aber davon auszugehen, dass sie in den kommenden Jahren noch deutlich steigen werden. Lag der Marktanteil des Versandhandels 2008 noch bei 4 – 5 %, liegt er derzeit bei rund 8 – 9 %.¹⁵ Die zeitliche Verzögerung des Online-Wachstums im Vergleich zu Branchen wie dem Buchhandel oder dem Elektrowarenhandel liegt zum einen in der hohen Beratungsintensität des Produktes „Möbel“, zum anderen ist sie auch der Tatsache geschuldet, dass viele alteingesessene, stationäre Möbelhändler erst spät auf den Zug Online-Handel aufgesprungen sind. Umgekehrt gehen einige ursprünglich als reine Onlinehändler gestartete Unternehmen den Weg in den stationären Handel und eröffnen eigene Showrooms, insbesondere in bedeutenden Großstädten.

Auch bei Einrichtungssortimenten spielt der Möbeleinzelhandel als Vertriebslinie eine wichtige Rolle. So entfallen bspw. 16 % des Marktvolumens im Bereich Heim- und Haustextilien sowie rd. 13 % bei GPK¹⁶ und Hausrat auf den Möbelhandel als Vertriebsweg.¹⁷

¹⁵ Quelle: Möbel Zahlen Daten 2010, 2015, Holzmann Verlag & EHI Retail Institute 2018

¹⁶ GPK = Glas, Porzellan, Keramik

¹⁷ Quelle: Handelsverband Wohnen und Büro, Geschäftsbericht 2017 / 2018.

II. Standort- und Projektbeschreibung

1. Makrostandort Herne

Das **Mittelzentrum Herne** liegt innerhalb der Metropolregion Rhein-Ruhr, dem größten deutschen Verdichtungsraum. Die kreisfreie Stadt Herne gehört dem Regierungsbezirk Arnsberg an. Geografisch umgeben Herne die Mittelzentren Gelsenkirchen, Herten, Recklinghausen, Castrop-Rauxel und das Oberzentrum Bochum.

Das Stadtgebiet von Herne gliedert sich in insgesamt 13 Ortsteile (vgl. Tabelle 1). Einwohnerstärkster Ortsteil ist Herne-Mitte mit rd. 23.600 Einwohnern. Im Stadtteil Herne-Süd leben derzeit rd. 12.450 Einwohner. Insgesamt weist die Stadt Herne zum 31.12.2017 rd. 161.220 Einwohner auf.¹⁸

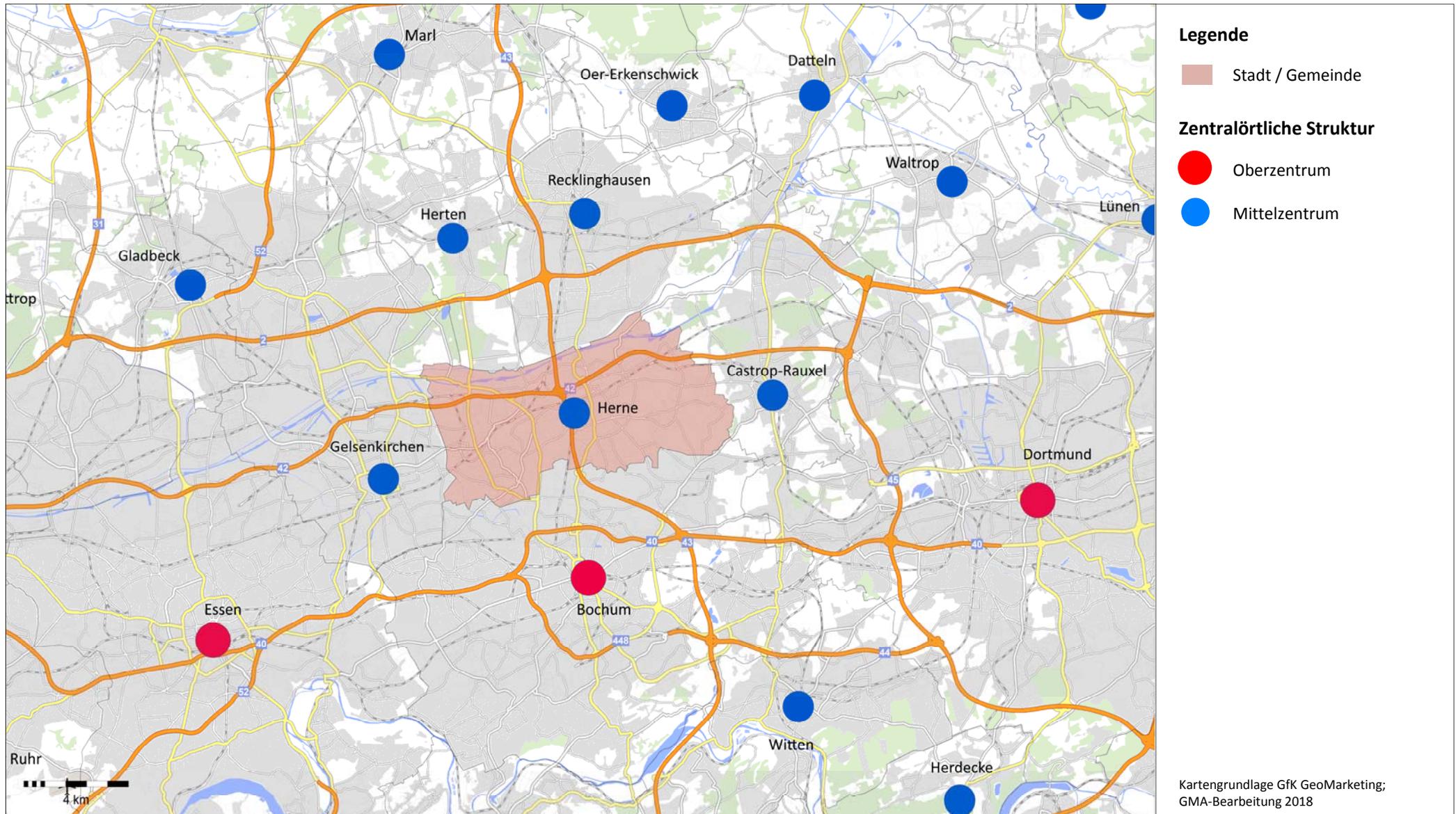
Tabelle 1: Einwohnerverteilung in Herne

Ortsteile	Einwohner	
	absolut	in %
Unser Fritz / Crange	7.007	4,3
Baukau-West	4.265	2,6
Wanne	23.112	14,3
Wanne-Süd	11.949	7,4
Eickel	10.165	6,3
Röhlinghausen	11.080	6,9
Baukau-Ost	12.514	7,8
Holsterhausen	10.473	6,5
Herne-Mitte	23.600	14,6
Herne-Süd	12.448	7,7
Horsthausen	10.911	6,8
Börnig / Holthausen	12.056	7,5
Sodingen	11.635	7,2
Herne insgesamt	161.215	100,0

Quelle: Stadt Herne, Demografiemonitor HITS, Stand: 31.12.2017 (nur Hauptwohnsitze); GMA-Darstellung 2019

¹⁸ Quelle: Stadt Herne, Demografiemonitor HITS, Stand: 31.12.2017 (nur Hauptwohnsitze).

Karte 1: Lage und zentralörtliche Struktur



Unter **verkehrlichen Aspekten** wird Herne durch die Autobahnen A 42 (Kamp-Lintfort – Dortmund) und A 43 (Münster – Wuppertal), die sich in der Mitte des Stadtgebietes am Autobahnkreuz Herne treffen, angebunden. Darüber hinaus quert die Bundesstraße B 226 (Bochum – Gelsenkirchen) das westliche Stadtgebiet. Im Bereich des öffentlichen Personennahverkehrs besitzt Herne zwei Anschlüsse an das Schienenverkehrsnetz der Deutsche Bahn AG (Bahnhöfe Herne und Wanne-Eickel). Darüber hinaus wird der öffentliche Personennahverkehr in Herne durch die S-Bahn RheinRuhr geprägt.

Die **wirtschaftliche Entwicklung** verlief in den zurückliegenden Jahren leicht negativ. Von 2010 bis 2017 sank die Anzahl der Beschäftigten um rd. 3 % auf rd. 44.280 Personen. Herne weist mit 32.230 Auspendlern und 25.360 Einpendlern einen Auspendlerüberschuss auf.¹⁹

Der Masterplan Einzelhandel weist in Herne sechs **zentrale Versorgungsbereiche** und einen Sonderstandort aus²⁰:

- /// Das **Hauptzentrum Herne** weist eine Versorgungsfunktion für das gesamte Stadtgebiet von Herne auf. Der Sortimentsschwerpunkt im zentralen Versorgungsbereich befindet sich in der Branche Bekleidung, Schuhe, Lederwaren. Als wesentliche Magnetbetriebe sind die Bekleidungsanbieter H&M, C&A und der Lebensmittelsupermarkt Rewe zu nennen.
- /// Das **Nebenzentrum Wanne-Mitte** befindet sich im Ortsteil Wanne und übernimmt eine Versorgungsfunktion für den gleichnamigen Stadtbezirk. Als größte Einzelhandelsbetriebe sind im Nebenzentrum das SB-Warenhaus Kaufland, der Drogeriemarkt dm sowie die Textilfachmärkte kik und Takko zu nennen.
- /// Die **Nahversorgungszentren** Röhlinghausen, Eickel, Holsterhausen und Sodingen ergänzen die Versorgungsstrukturen und sichern die Wohnquartiersversorgung überwiegend im kurzfristigen Bedarfsbereich.
- /// Darüber hinaus ist auf zwei **Sonderstandorte** hinzuweisen.
 - Am Sonderstandort **Roonstraße** befinden sich neben verschiedenen Lebensmittelmärkten (Rewe, Lidl, Aldi) die Anbieter TEDI, tedox, kik, Dänisches Bettenlager und der Möbelmarkt Möbelpiraten.
 - Der Sonderstandort **Am Westerfeld** ist als Positivstandort für Einzelhandelsbetriebe mit dem Hauptsortiment Möbel definiert; neben dem Bestandsanbieter Zurbrüggen ist auch die geplante Ansiedlung von Mömax explizit angeführt.

¹⁹ Quelle: Agentur für Arbeit, Stand: Juni 2017.

²⁰ Masterplan Einzelhandel für die Stadt Herne, 2019, Stadt + Handel.

2. Mikrostandort Am Westerfeld

Der **Projektstandort Am Westerfeld** befindet sich im Ortsteil Herne-Süd im Kreuzungsbereich der Autobahn A 43 mit der Holsterhauser Straße, an der die Autobahnanschlussstelle Herne-Eickel liegt. Die Distanz zum nordöstlich gelegenen Hauptzentrum Herne beträgt rd. 1,7 km. Der geplante Standort des Möbelmitnahmemarktes Mömax befindet sich direkt westlich angrenzend an das Wohnzentrum Zurbrüggen.

Das **Standortumfeld** des Marktes wird westlich der Autobahn A 43 v. a. durch gewerbliche Nutzungen sowie weiteren Einzelhandel im Bereich der Holsterhauser Straße (Decathlon) geprägt. Auf der östlichen Seite der Autobahn A 43 schließen südlich und östlich verdichtete Wohngebiete an den Möbelhausstandort an. In nördlicher Richtung befinden sich entlang des Grenzweges ebenfalls Wohnnutzungen, wobei in nordöstlicher Richtung größere gewerblich geprägte Areale anschließen.

Foto 1: Wohnzentrum Zurbrüggen



Foto 2: Planstandort



GMA 2019

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Projektstandortes bzw. die Erschließung erfolgt über die Holsterhauser Straße bzw. die Autobahn A 43. Demnach ist neben einer guten Erreichbarkeit aus Herne auch eine überörtliche Erreichbarkeit aus den umliegenden Städten gegeben.

Die **ÖPNV-Anbindung** wird durch die direkt an das Möbelhaus Zurbrügge angrenzende Bushaltestelle Regenkamp gewährleistet, die durch die Buslinien 362 (Wanne-Eickel Hauptbahnhof – Siedlung Eichforst) und 303 (Bahnhof Herne) bedient wird. In rd. 500 m Entfernung befindet sich darüber hinaus die U-Bahnhaltestelle Hölkeskampring (U 35 Bochum HBF – Herne Bf.).

Die spezifischen Eigenschaften eines Standortes können in positive und negative Standortfaktoren gegliedert werden. Diese standortspezifischen Eigenschaften haben einen wesentlichen Einfluss auf die Ausstrahlung, die Marktdurchdringung und die damit korrespondierende Umsatzerwartung eines Planobjektes.

Positive Standortfaktoren:

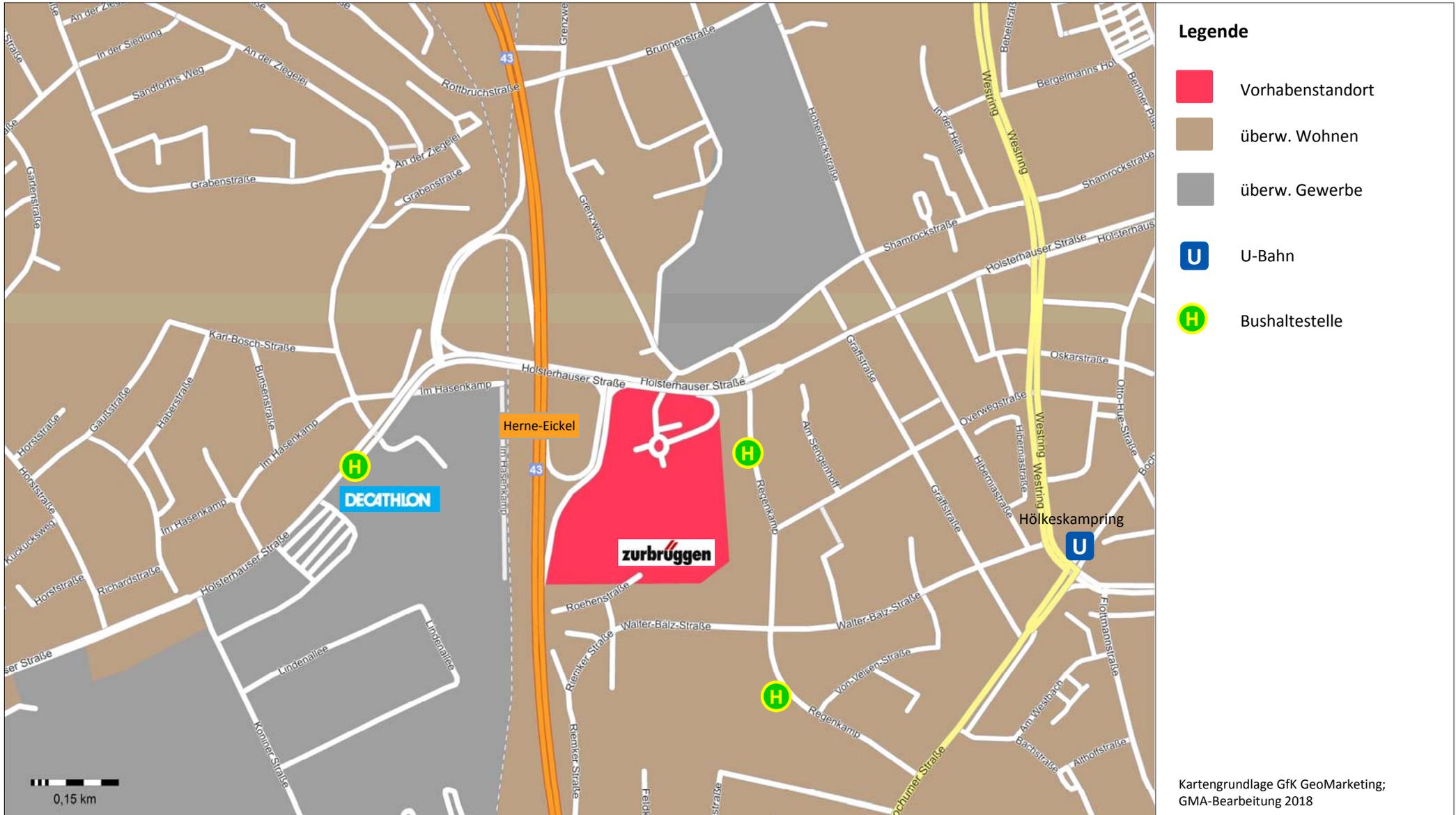
- + Hohes Bevölkerungspotenzial in Herne und im Umland
- + sehr gute regionale Verkehrsanbindung / Einsehbarkeit des Standortes durch die Lage im Kreuzungsbereich der Autobahn A 43 und der Holsterhauser Straße
- + Möglichkeit zur Nutzung der vorhandenen Verkehrsinfrastruktur des angrenzenden Möbelhauses Zurbrüggen
- + Nähe zu etabliertem und überörtlich bekannten Möbelhaus Zurbrüggen mit entsprechenden Synergieeffekten
- + Standort im Masterplan Einzelhandel Herne 2019 bereits als Positivstandort für Möbeleinzelhandel und für die Ansiedlung von Mömax definiert

Negative Standortfaktoren:

- Bundesautobahn A 43 wirkt als städtebauliche Zäsur zum Standort des Decathlon-Marktes.

Unter städtebaulichen Aspekten handelt es sich um einen dezentralen Standort, angrenzend an das bereits etablierte Möbelhaus Zurbrüggen. Der Standort wird im Masterplan Einzelhandel als dezentraler Standort eingestuft, der sich grundsätzlich für die Ansiedlung von Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten eignet, wenn bestimmte Gründe dafür sprechen. Dies ist vor dem Hintergrund der möglichen Synergieeffekte mit den bestehenden Einrichtungshaus Zurbrüggen verbunden mit einer entsprechenden Auslastung vorhandener Infrastruktur gegeben.

Karte 2: Mikrostandort Am Westerfeld



3. Projektkonzeption

Die XXXL Unternehmensgruppe betreibt in Deutschland 42 Einrichtungshäuser der Marke Mömax. In der Regel weisen die Mömax-Häuser zwischen 6.000 m² bis 8.000 m² Verkaufsfläche auf. Im Vergleich zu den Vollsortimentern XXX Lutz ist Mömax als Mitnahmemöbelmarkt einzuordnen; sein auf Mitnahmemöbel ausgerichtetes Sortiment ist überwiegend als „Junges Wohnen-Sortiment“ einzuordnen.

Am Planstandort Am Westerfeld in Herne ist ein Möbelmitnahmemarkt mit ca. 8.000 m² Verkaufsfläche vorgesehen. Von der Gesamtverkaufsfläche entfallen rd. 6.270 m² bzw. rd. 78 % auf das Kernsortiment Möbel. Die nicht zentrenrelevanten Randsortimente gemäß der Sortimentsliste des Masterplans Herne machen weitere ca. 9 % der Gesamtverkaufsfläche aus (rd. 730 m² Verkaufsfläche); hier sind insbesondere die Sortimente Lampen / Leuchten und Teppiche anzuführen.

Bei den **zentrenrelevanten Randsortimenten** sind die Vorgaben des LEP NRW und des Regionalen Einzelhandelskonzepts für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche (REHK) zu berücksichtigen, d.h. die Gesamtverkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente ist auf max. 800 m² zu begrenzen. Um dem Betreiber ein gewisses Maß an Flexibilität bei der Ausgestaltung dieser zulässigen Gesamtverkaufsfläche von 800 m² im zentrenrelevanten Sortimentsspektrum zu ermöglichen, wurde in Abstimmung mit dem Auftraggeber und der Stadt Herne ein sog. **Flächenpool** aufgestellt. Damit kann der Betreiber begrenzt auch kurzfristig auf veränderte Kundenbedürfnisse oder neue Wettbewerbssituationen reagieren, ohne den Bebauungsplan ändern zu müssen. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass das Ausschöpfen der maximalen Verkaufsflächenobergrenze in einem zentrenrelevanten Sortiment mit der Reduzierung der maximalen Verkaufsfläche in den anderen zentrenrelevanten Sortimenten einhergeht. In dieser Fläche sind 200 m² für sog. Aktionswaren bereits inbegriffen.

Bei den zentrenrelevanten Randsortimenten führt Mömax möbelhaustypische Randsortimente wie Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik, Bilder und Bilderrahmen sowie Heimtextilien, Bettwaren und Vorhänge / Gardinen.

Auf die **sonstigen nicht zentrenrelevanten Sortimente** entfallen u. a. Farben, Lacke, Tapeten, Parkett, während bspw. Einrichtungsfachbücher, Fachzeitschriften den **sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten** zugeordnet werden²¹.

Sogenannte **Aktionswaren** sind saisonal wechselnde Produkte, die sowohl zentren- als auch nicht zentrenrelevante Sortimente umfassen können (bspw. Grill und Grillzubehör, Gartenmöbel, Lichterketten, Dekorationsartikel).

²¹ Die zentrenrelevanten Randsortimente wie auch die Aktionswaren entsprechen der betriebstypenspezifischen Sortimentsliste für Möbelmärkte des REHK.

Tabelle 2: Verkaufsflächen- und Sortimentskonzept des Möbelmitnahmemarktes Mömax

Sortiment		Verkaufsfläche	
		absolut in m ² (ca.-Werte)	in %
nicht zentrenrelevante Sortimente	Möbel	6.470	80,9
	Lampen / Leuchten	340	4,3
	Teppiche	325	4,1
	sonstige nicht zentrenrelevante Sortimente	65	0,8
	Summe nicht zentrenrelevante Sortimente	7.200	90
Flächenpool zentrenrelevante Sortimente	Vorhänge / Gardinen, Heimtextilien, Bettwaren	max. 500	max. 6,3
	Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren	max. 500	max. 6,3
	Kunst, Bilderrahmen	max. 100	max. 1,3
	sonstige zentrenrelevante Sortimente*	max. 20	max. 0,3
	Aktionswaren**	max. 200	max. 2,5
	Summe zentrenrelevante Sortimente	max. 800	max. 10,0
Gesamt		8.000	100,0

* entsprechend der Sortimentsabgrenzung Möbelmarkt des REHK, S. 54 **umfasst sowohl zentrenrelevante als auch nicht zentrenrelevante Sortimente; Aktionswaren werden laut REHK den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet und entsprechen der betriebstypenspezifischen Sortimentsliste des REHK, S. 54; GMA-Darstellung 2019 nach Angaben des Auftraggebers

III. Absatzwirtschaftliche Rahmendaten – Analyse der Angebots- und Nachfragesituation

1. Methodische Vorgehensweise

1.1 Grundlagendaten auf Nachfrageseite

Zur Ermittlung der Einwohnerzahlen im Einzugsgebiet wurden die Daten des statistischen Landesamtes von Nordrhein-Westfalen (IT.NRW) mit Hauptwohnsitzen zum 31.12.2016 zugrunde gelegt.

Die Pro-Kopf-Ausgaben in den projektrelevanten Sortimenten wurden von der GMA auf Basis des Deutschen Statistischen Bundesamtes und projektrelevanter Marktstudien ermittelt. Zur Bewertung des Kaufkraftniveaus in den einzelnen Städten und Gemeinden wurden auf die Zahlen von MB Research, Nürnberg 2018, zurückgegriffen. Die in den nachfolgenden Tabellen dargestellten Kaufkraftpotenziale der einzelnen Sortimente werden durch die Multiplikation von Einwohnerzahlen, Pro-Kopf-Ausgabewert und Kaufkraftkoeffizient (MB Research) errechnet.

1.2 Erfassung der Angebotssituation

Zur Bewertung der potenziellen wettbewerblichen sowie städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen hat die GMA im September 2018 eine Vor-Ort-Erhebung in Herne sowie in den nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereichen und größeren Einzelhandelsagglomerationen der angrenzenden Städte (Gelsenkirchen, Recklinghausen, Castrop-Rauxel, Bochum) durchgeführt. Außerdem wurden alle strukturprägenden Wettbewerber (Möbelanbieter ab 2.000 m² Verkaufsfläche) in Herne und den Umlandkommunen erhoben. Als Wettbewerber gelten grundsätzlich alle Einzelhandelsbetriebe, die Warengruppen anbieten, die im Vorhaben geführt werden.

Die **Umsatzermittlung** erfolgte auf Basis von standort- und betriebstypen- / betreiberspezifischen Flächenproduktivitäten (Bruttoumsatz je m² Verkaufsfläche).

Zur Bewertung potenzieller städtebaulicher Auswirkungen insbesondere in den Innenstädten der angrenzenden Mittelzentren ist die Lageverteilung der Angebote im Einrichtungssektor zu berücksichtigen. Tabelle 3 stellt die Verkaufsflächenverteilung in den Zonen I und II nach Sortiment und Lage dar. Dabei wird zwischen folgenden Kategorien unterschieden:

- /** Zentrale Versorgungsbereiche gemäß kommunalen Einzelhandelskonzepten
- /** Die Kategorie „Sonstige Lagen“ umfasst sowohl Betriebe in Streulagen, d. h. Einzelbetriebe in einer städtebaulichen Integration mit Wohnumfeld, die sich jedoch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche befinden, als auch Betriebe in dezentralen Lagen, die oft in Gewerbe- bzw. Sondergebieten anzutreffen sind.

Die nachfolgenden Tabellen, Übersichten sowie Karten geben einen Überblick über die wesentlichen projektrelevanten Anbieter.

2. Analyse der Nachfrageseite

2.1 Einzugsgebiet und Bevölkerung

Die Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet eines Einzelhandelsvorhabens stellen die wesentlichen Grundlagen für die wirtschaftliche Tragfähigkeit des Planobjektes und seine potenziellen Auswirkungen dar. Bei der Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes für den Mömax Möbelmitnahmemarkt wurden insbesondere folgende Aspekte berücksichtigt:

- /// Die aufgrund der Größe und des Angebotes zu erwartende Attraktivität des Planobjektes, v. a. aufgrund der Standortkombination mit dem Anbieter Zurbrüggen
- /// die Lage und Verkehrsanbindung des Planstandortes
- /// die derzeitige Wettbewerbssituation im Möbel- und Einrichtungssektor im Umland
- /// die nächstgelegenen regionalen Einrichtungsschwerpunkte
- /// ausgewählte Zeit-Distanz-Werte (Erfahrungswerte)
- /// Intensität der Einkaufsbeziehungen (Kaufkraftströme).

Als einzugsgebietsbegrenzend ist zu werten, dass mit steigender Entfernung zum Projektstandort ein **zunehmender Distanzwiderstand** i. S. einer längeren Anfahrt für den Kunden wirksam wird. Für das Sortiment Möbel, das vergleichsweise selten eingekauft wird und damit dem sog. langfristigen Bedarfsbereich zugeordnet wird, sind die Kunden oft bereit, Strecken von bis zu 30 – 45 Minuten Fahrzeit zurückzulegen. Allerdings sind hier auch überregional wirksame Wettbewerbsstandorte zu berücksichtigen, welche das Einzugsgebiet begrenzen (u. a. Möbel Hardeck, Poco, Hardi in Bochum; Ostermann in Recklinghausen).

Unter diesen Prämissen wurde ein Einzugsgebiet abgegrenzt, das zwei Zonen umfasst:

Zone I: Herne, Recklinghausen (Stadtteile Krullbad, Süd, Hochlarmark), Herten (Teile der Stadtteile Süd-West, Süd-Ost):	ca. 186.460 Einwohner
Zone II: Herten (restliche Stadtteile), Recklinghausen (restliche Stadtteile), Gelsenkirchen, Castrop-Rauxel:	ca. 482.310 Einwohner
Einzugsgebiet insgesamt:	ca. 668.770 Einwohner

Insgesamt umfasst das Einzugsgebiet des geplanten Möbelmitnahmemarktes Mömax in Herne rd. 668.770 Einwohner²². Das Kerneinzugsgebiet (Zone I) umfasst neben der Stadt Herne auch die angrenzenden Stadtteile Krullbad, Süd und Hochlarmark der Stadt Recklinghausen sowie Teile der Stadtteile Süd-West und Süd-Ost der Stadt Herten. Diese befinden sich in einem Fahrzeitradius von bis zu 10 Minuten vom Vorhabenstandort entfernt. Die Zone II des Einzugsgebietes umfasst insgesamt 482.310 Einwohner. Der Zone II sind die restlichen Stadtteile der Städte Herten und Recklinghausen sowie die angrenzenden Mittelzentren Gelsenkirchen und Castrop-Rauxel zuzuordnen. Insgesamt entfallen auf die Zone I rd. 28 % der Einwohner und auf Zone II rd. 72 % der Einwohner. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass der geplante Mömax-Markt in Standortkombination mit den bereits bestehenden Einrichtungshäusern Zurbrüggen geplant ist. Während Gelsenkirchen und Castrop-Rauxel keinen Möbelvollsortimenter aufweisen und demnach bereits heute eine Einkaufsorientierung in Richtung Herne aufweisen (v. a. Einrichtungshaus Zurbrüggen), verfügt die Nachbarstadt Recklinghausen über keinen Möbeldiscounter / SB-Möbelmarkt.

Aufgrund der vorhandenen Wettbewerbssituation wird die Stadt Bochum nicht unmittelbar dem Einzugsgebiet des geplanten Mömax-Marktes in Herne zugeordnet. In Bochum ist im nördlichen Stadtgebiet direkt angrenzend an die Stadtgrenze zu Herne auf den Sonderstandort Hannibal-Center hinzuweisen, an dem u. a. der Anbieter Poco ansässig ist. Der Standort weist aufgrund seiner Lage angrenzend an die Bundesstraße B 226 eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit auf und ist ebenso wie der geplante Mömax-Markt in Herne als Möbelmitnahmemarkt zu klassifizieren. Der Standort Hannibal-Center wirkt sich demnach begrenzend auf das Einzugsgebiet des geplanten Mömax Mitnahmemarktes in Herne aus. Darüber hinaus weist Bochum eine Vielzahl weiterer, zum Teil langjährig etablierter Möbelanbieter auf (u. a. Möbel Hardeck mit Hardi Möbel SB), sodass nicht von einer intensiven Einkaufsorientierung der Bochumer Einwohner auf den geplanten Möbelmitnahmemarkt in Herne auszugehen ist. Aufgrund der Nähe und der verkehrlichen Erreichbarkeit des Planstandortes können die nördlichen Teilräume von Bochum als Teilraum mit erhöhten Streuumsätzen bezeichnet werden.

Bei der Abgrenzung des Einzugsgebietes wurde darüber hinaus berücksichtigt, dass hierbei nicht nur die Attraktivität des Möbelmitnahmemarktes Mömax eine Rolle spielt, sondern auch die Tatsache, dass es sich um eine Standortkombination mit dem bereits bestehenden Einrichtungshaus Zurbrüggen handeln wird, das ein deutlich größeres Einzugsgebiet aufweist. Daher ist davon auszugehen, dass der Standort Mömax in Herne in gewissem Rahmen auch Umsätze durch Kunden erzielen kann, die außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes (z. B. Bochum, Essen, Gladbeck, Marl, etc.) leben. Diese werden im Folgenden im Rahmen von Streuumsätzen berücksichtigt.

²² Quelle: IT.NRW, Stand: 31.12.2016.

2.2 Die Kaufkraft im Einzugsgebiet des Vorhabens

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-Berechnungen beträgt die ladena Einzelhandelsrelevante²³ Kaufkraft einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk pro Kopf der Wohnbevölkerung aktuell **ca. 6.035 €** pro Jahr. Davon entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel **ca. 2.210 €** und auf Nicht-Lebensmittel **ca. 3.825 €**. Für die untersuchungsrelevanten Sortimente wird eine jährliche Pro-Kopf-Ausgabe in Höhe von ca. 671 € angesetzt.

Unter Zugrundelegung der projektspezifischen Ausgabewerte, der Einwohnerzahlen zum 31.12.2016 im Einzugsgebiet sowie der teils deutlich unter dem Bundesdurchschnitt liegenden regionalen Kaufkraftkoeffizienten²⁴ ist im Einzugsgebiet derzeit ein projektrelevantes Kaufkraftvolumen von rd. 399,3 Mio. € vorhanden (vgl. Tabelle 3), das sich wie folgt auf die einzelnen Sortimente und Zonen des Einzugsgebietes verteilt.

Tabelle 3: Die projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet

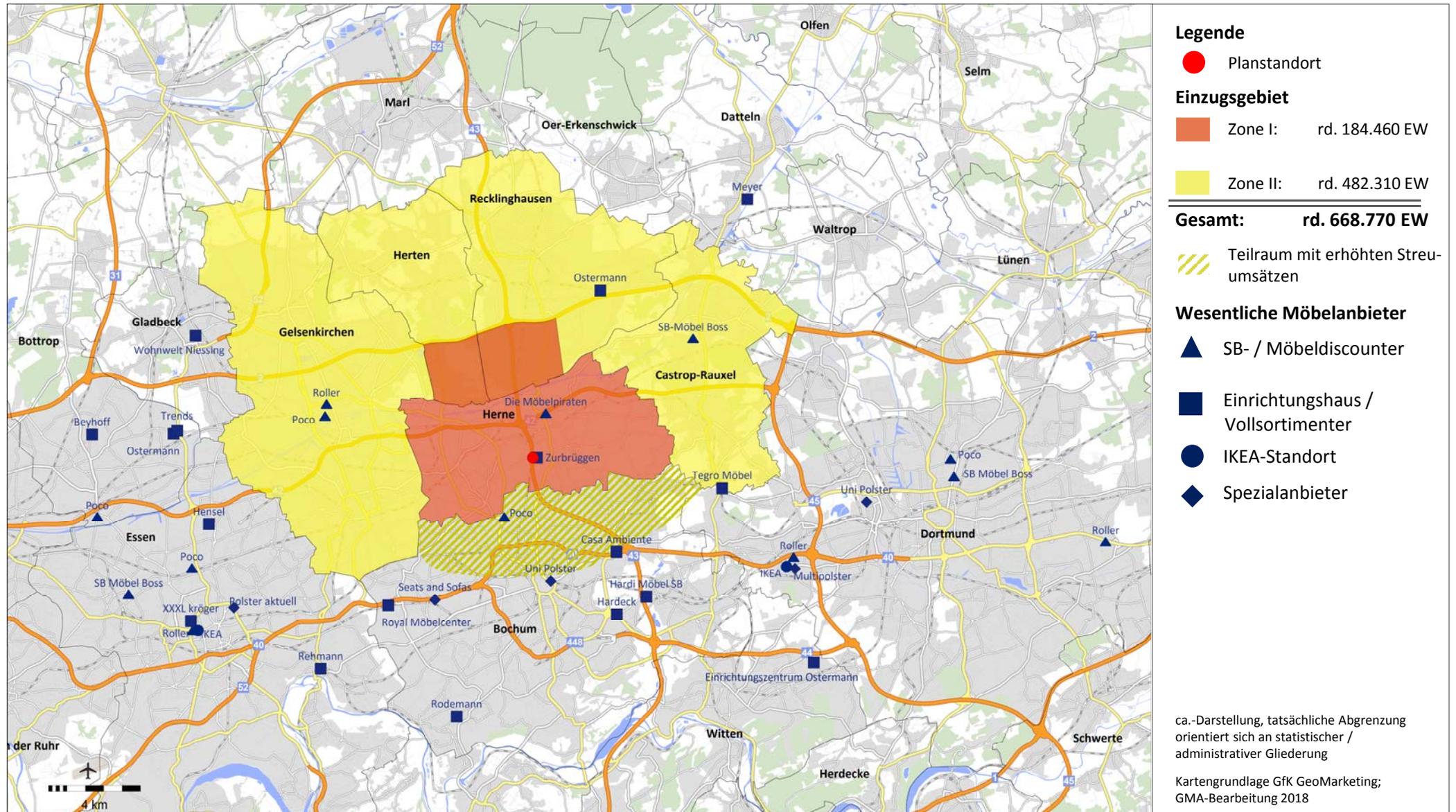
Sortiment	Kaufkraft in Mio. €		
	Zone I	Zone II	Einzugsgebiet gesamt
Möbel	61,7	161,6	223,3
Lampen / Leuchten	6,4	16,8	23,2
Teppiche	9,2	24,0	33,2
Vorhänge / Gardinen, Heimtextilien, Bettwaren	15,0	39,2	54,2
Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren	14,8	38,8	53,6
Kunst, Bilderrahmen	3,3	8,5	11,8
Gesamt	110,4	288,9	399,3

GMA-Berechnungen 2019

²³ Einzelhandel im engeren Sinne (ohne Brennstoffe, Kraftfahrzeuge etc.).

²⁴ Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkoeffizienten nach MB Research, Nürnberg, 2018. In Herne liegt der Kaufkraftkoeffizient bei 86,6 und damit unter dem Bundesdurchschnitt (= 100). Im weiteren Einzugsgebiet reicht die Bandbreite von 84,6 (Gelsenkirchen) bis 97,4 (Recklinghausen).

Karte 3: Einzugsgebiet des geplanten Mömax Mitnahmemarktes und wesentliche Wettbewerber im Umland



3. Projektrelevante Angebotssituation im Untersuchungsraum

In Zone I des Einzugsgebietes (Kerneinzugsgebiet) wurden in den zentralen Versorgungsbereichen alle projektrelevanten Wettbewerber erfasst. Darüber hinaus wurden außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sowohl großflächige als auch mittelflächige Anbieter erhoben. Hierbei wurden auch solche Anbieter berücksichtigt, die die jeweiligen Sortimente im relevanten Umfang auch als Randsortiment führen (bspw. Lampen und Leuchten bei Baumärkten, Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren bei SB-Warenhäusern).

In den Kommunen der Zone II wurden die jeweiligen nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereiche mit ihren projektrelevanten Angeboten berücksichtigt. Dies umfasst sowohl die Innenstadt von Gelsenkirchen als auch von Castrop-Rauxel. Darüber hinaus wurden auch hier die größeren Wettbewerber in größeren Fachmarktstandorten erhoben.

Im näheren Umfeld außerhalb des Einzugsgebietes fließen die wesentlichen strukturprägenden Anbieter aus dem Mitnahmemöbelbereich sowie im Vollsortiment in das Berechnungsmodell ein. Hierzu zählen u.a. die IKEA-Häuser in Dortmund und Essen, Ostermann in Witten und Bottrop und Hardeck / Hardi und Poco in Bochum. Des Weiteren wurde in der Nachbarstadt Bochum das nordöstlich gelegene Stadtteilzentrum Gerthe als möglicher Wettbewerbsstandort mit berücksichtigt.

3.1 Projektrelevante Angebotssituation in Zone I

Im Folgenden wird die projektrelevante Angebotssituation in Zone I für das Möbelkernsortiment sowie die sonstigen Sortimente dargelegt. Die nachfolgende Tabelle 4 gibt einen Gesamtüberblick über die vorhandene Verkaufsfläche in den einzelnen Sortimenten.

In Zone I des abgegrenzten Einzugsgebietes, welche neben der Stadt Herne auch die südlichen Stadtteile von Herten und Recklinghausen umfasst, ist aktuell eine projektrelevante Verkaufsfläche von rd. 51.900 m² vorhanden, auf der ein Umsatz von rd. 103,0 Mio. € erzielt wird.

In der **Stadt Herne** ist zu differenzieren zwischen dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, dem Nebenzentrum Wanne-Mitte, den verschiedenen Nahversorgungszentren und den sonstigen, z. T. dezentralen Lagen:

- Der **zentrale Versorgungsbereich Innenstadt** weist eine projektrelevante Verkaufsfläche von rd. 3.800 m² auf, wobei hier insbesondere auf Angebote im Bereich Vorhänge / Gardinen, Heimtextilien, Bettwaren sowie Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren hinzuweisen ist. Im Sortiment Vorhänge / Gardinen, Heimtextilien, Bettwaren ist neben den Anbietern Dieler und Gebers auch auf die Randsortimente von Depot und Woolworth hinzuweisen. Im Sortiment Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren sind die Anbieter Depot, NanuNana, Tchibo, Kodi und TEDi zu nennen. Darüber hinaus wird

das Sortiment auch von den Anbietern Euro-Shop, Spar Markt und Woolworth als Randsortiment geführt. Das Sortiment Möbel wird in der Innenstadt lediglich von dem Anbieter Dieler geführt, der neben Heimtextilien auch Betten und Matratzen anbietet. Insgesamt stellt keines der projektrelevanten Sortimente ein innerstädtisches Leitsortiment der Innenstadt von Herne dar, gleichwohl sich im zentralen Versorgungsbereich mit den Anbietern Dieler und Gebers befinden, die in ihrem Kernsortiment Vorhänge / Gardinen, Heimtextilien, Bettwaren führen. Im Wesentlichen wird die Innenstadt durch Anbieter im Sortiment Bekleidung, Schuhe, Sport geprägt. Als wesentliche Einzelhandelsplanung in der Stadt Herne sind die „Neue Höfe Herne“ anzuführen. Am ehem. Hertie-Standort soll eine moderne, multifunktionale Innenstadtimmobilie entstehen, die auf einer Mietfläche von rd. 12.650 m² sowohl Büronutzungen als auch Einzelhandel verwirklicht.

Foto 3: Innenstadt Herne**Foto 4: Innenstadt Herne**

GMA 2018

- Im **Nebenzentrum Wanne-Mitte** ist neben den Randsortimenten des SB-Warenhauses Kaufland v. a. auf die Anbieter Kodi, TEDI und Euro-Shop hinzuweisen, die im Wesentlichen Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren anbieten. Insgesamt wird das Nebenzentrum Wanne-Mitte durch Einzelhandelsbetriebe mit einem Schwerpunkt im niedrigen bis mittleren Qualitätsniveau geprägt. Neben den genannten Anbietern sind als wesentliche Magnetbetriebe der Drogeriemarkt dm, die Bekleidungsfachmärkte kik und Takko, der Schuhfachmarkt Deichmann sowie das SB-Warenhaus Kaufland anzuführen.
- Darüber hinaus sind in Herne die **Nahversorgungszentren Röhlinghausen, Eickel, Holsterhausen** und **Sodingen** zu nennen. Im Wesentlichen werden diese Standorte durch verschiedene Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels geprägt. Im Hinblick auf das Planvorhaben weist lediglich das Nahversorgungszentrum Eickel mit den Anbietern Kodi und kik, die beide auf einem Teil ihrer Fläche Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren sowie stark untergeordnet Heimtextilien anbieten, projektrelevante Sortimente auf.

- Neben den zentralen Versorgungsbereichen sind am **Sonderstandort Roonstraße** mit dem Rewe-Center und den Lebensmitteldiscountern Aldi und Lidl auch verschiedene Anbieter in den projektrelevanten Sortimenten vertreten. Hier ist insbesondere der Möbeldiscounter Die Möbelpiraten anzusprechen. Ferner sind am Standort ein Dänisches Bettenlager, der Fachmarkt für Tapeten und Bodenbeläge Pawlicki sowie die Anbieter tedox, TEDI und kik vorhanden.
- Darüber hinaus ist in den **sonstigen Lagen** der Stadt Herne auf den Anbieter Matratzen Concord in der Straße Westring sowie das Möbelhaus Zurbrüggen (Sonderstandort Am Westerfeld) hinzuweisen, das sich direkt angrenzend an das Planvorhaben befindet und den mit Abstand größten Anbieter in Herne darstellt.

Tabelle 4: Verkaufsflächen nach Sortimenten und Lage in Zone I

Sortiment	Verkaufsfläche in m ²						gesamt
	Herne				Recklinghausen		
	zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	Nebenzentrum Wanne-Mitte	Nahversorgungszentren	sonstige Lagen*	Nebenzentrum Süd	sonstige Lagen	
Möbel	400	-	-	28.805	515	4.690	34.410
Lampen / Leuchten	-	-	-	1.060	-	-	1.060
Teppiche	-	-	-	1.915	160	-	2.075
Vorhänge / Gardinen, Heimtextilien, Bettwaren	1.115	130	20	3.160	85	730	5.240
Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren	2.200	920	345	2.910	720	1.800	8.895
Kunst, Bilderrahmen	65	-	-	120	35	-	220
Gesamt	3.780	1.050	365	37.970	1.515	7.220	51.900

* Sonderstandorte laut Masterplan Einzelhandel Herne 2019 sowie sonstige integrierte / nicht integrierte Streulagen; GMA-Erhebungen September 2018

Die Zone I des Einzugsgebietes umfasst darüber hinaus auch die **südlichen Siedlungsbereiche der Städte Herten und Recklinghausen**. Während in der Stadt Herten in diesem Bereich kein wesentlicher projektrelevanter Einzelhandel vorhanden ist, sind in Recklinghausen im Nebenzentrum Süd sowie in zwei dezentralen Lagen (Herner Straße, Hochstraße) projektrelevante Sortimente vertreten:

- Das **Nebenzentrum Süd** erstreckt sich entlang der Bochumer Straße und weist als wesentliche Magnetbetriebe die Anbieter Rewe und dm im Zentrum des zentralen Versorgungsbereiches auf. In den projektrelevanten Sortimenten sind im Nebenzentrum die Nonfooddiscounter TEDI und Kodi sowie die Anbieter Betten Sandner, Wohnträume Bombosch und Lieva Export vorhanden.
- In den **sonstigen Lagen** der Stadt Recklinghausen in Zone I ist im Wesentlichen auf den Anbieter Casa Mia Möbel Azad in der Hochstraße hinzuweisen, der sich in direkter Nähe zum Anbieter Rewe – Ihr Kaufpark in der Dieselstraße befindet. Darüber hinaus ist auch der Sonderstandort Herner Straße anzusprechen, an dem sich neben dem Rewe-Center auch der Baumarkt Hellweg befindet.

3.2 Projektrelevante Angebotssituation in der Zone II

Die Zone II des Einzugsgebietes umfasst die weiteren Stadtteile von Herten und Recklinghausen sowie die Städte Castrop-Rauxel und Gelsenkirchen. In Zone II sind folgende wesentliche Einzelhandelsstandorte in den projektrelevanten Sortimenten vorhanden:

- In der Innenstadt von **Gelsenkirchen** befinden sich rd. 6.900 m² projektrelevante Sortimente. Hauptanbieter sind Royal Möbelcenter, NanuNana, Action, Kodi, Dieler und Gebers. Als innerstädtisches Leitsortiment ist jedoch das Sortiment Bekleidung, Schuhe, Sport anzuführen, in dem in der Innenstadt Gelsenkirchen verschiedene namhafte Anbieter wie bspw. Primark und TK Maxx ansässig sind. In den sonstigen Lagen von Gelsenkirchen sind darüber hinaus die Möbelanbieter Roller und Poco vorhanden, die sich in dezentraler Lage befinden.

Foto 5: Innenstadt Gelsenkirchen



GMA 2018

Foto 6: Innenstadt Castrop-Rauxel



- In der Nachbarstadt **Castrop-Rauxel** befinden sich im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt rd. 4.555 m² Verkaufsfläche. Hier ist im Wesentlichen das Einkaufszentrum Widumer Platz anzusprechen, an dem sich neben dem SB-Warenhaus Kaufland u. a. die Anbieter C&A, Deichmann und TEDi befinden. Darüber hinaus ist die Innenstadt von Castrop-Rauxel eher kleinteilig strukturiert, wobei in den projektrelevanten Sortimenten die Anbieter Küchen Brauckhoff, TEDi, Kodi und Bettenwelt Schülken ansässig sind. Darüber hinaus sind in Castrop-Rauxel die Möbelmärkte SB Möbel Boss und Tegro Möbel sowie der Hammer Heimtextfachmarkt am Westring vorhanden.

Tabelle 5: Verkaufsflächenausstattung in den zentralen Versorgungsbereichen Innenstadt von Gelsenkirchen und Castrop-Rauxel (Zone II)

Sortiment	Verkaufsfläche in m ²	
	zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Gelsenkirchen	zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Castrop-Rauxel
Möbel	1.650	-
Lampen / Leuchten	205	-
Teppiche	35	2.770
Vorhänge / Gardinen, Heimtextilien, Bettwaren	1.610	290
Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren	3.265	1.365
Kunst, Bilderrahmen	125	130
Gesamt	6.890	4.555

GMA-Erhebungen September 2018

- Die Innenstadt von **Herten** wird im Wesentlichen durch das SB-Warenhaus Kaufland sowie verschiedene weitere mittelflächige Anbieter (u. a. Takko, dm, Deichmann, Kodi) geprägt. In der Innenstadt befinden sich demnach nur in geringem Umfang projektrelevante Anbieter, sodass hier kaum Wettbewerbsüberschneidungen mit dem Planvorhaben bestehen.
- In der Nachbarstadt **Recklinghausen** ist neben dem Einrichtungszentrum Ostermann am Sonderstandort Ortloh auf die Innenstadt im Bereich der Wallanlage hinzuweisen. Als wesentlicher frequenzbringender Standort ist hier das Einkaufszentrum Palais Vest zu nennen, in dem sich verschiedene groß- und mittelflächige Anbieter aus den Sortimenten Bekleidung, Schuhe, Sport und Elektrowaren befinden. Darüber hinaus sind im Einkaufszentrum sowie in der weiteren Innenstadt (v. a. Kunibertstraße) weitere Anbieter aus den Bereichen Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren sowie Vorhänge / Gardinen, Heimtextilien, Bettwaren anzuführen. Insgesamt ist jedoch festzuhalten,

dass sich die Innenstadt von Recklinghausen in einer größeren Fahrdistanz zum Planstandort im Vergleich zu den Innenstädten von Gelsenkirchen und Castrop-Rauxel befindet.

3.3 Projektrelevante Angebotssituation außerhalb des Einzugsgebietes

Außerhalb des Einzugsgebietes ist in dem südlich angrenzenden Oberzentrum **Bochum** als nächstgelegene Wettbewerbsstandorte auf den **Sonderstandort Hannibal-Center** hinzuweisen, an dem sich u. a. die Anbieter Poco, real, kik, Hellweg, TEDi und Matratzen Concord befinden. Der nächstgelegene zentrale Versorgungsbereich ist das **Stadtteilzentrum Gerthe**, in dem drei projektrelevante Anbieter ansässig sind (kik, Dekofachgeschäft, Gardinenstore & more). Darüber hinaus sind in Bochum mit Möbel Hardeck im Werner Hellweg sowie Hardi Möbel in der Industriestraße langjährig etablierte, regional bedeutsame Möbelerbieter zu nennen, die das Einzugsgebiet für Mömax in Herne nach Süden hin begrenzen. In Bochum befinden sich zudem noch die Möbelerbieter Casa Ambiente, Möbel Rodemann, Seats & Sofas und Royal Möbelcenter.

3.4 Wettbewerbsplanungen im Möbelsegment im Untersuchungsraum

In den direkt an Herne angrenzenden Städten ist derzeit keine Wettbewerbsplanung im Möbelsektor bekannt. Außerhalb des Einzugsgebietes ist lediglich auf das Vorhaben XXXL Lutz in Dortmund sowie die Ansiedlung eines Mömax-Marktes in Hamm hinzuweisen.

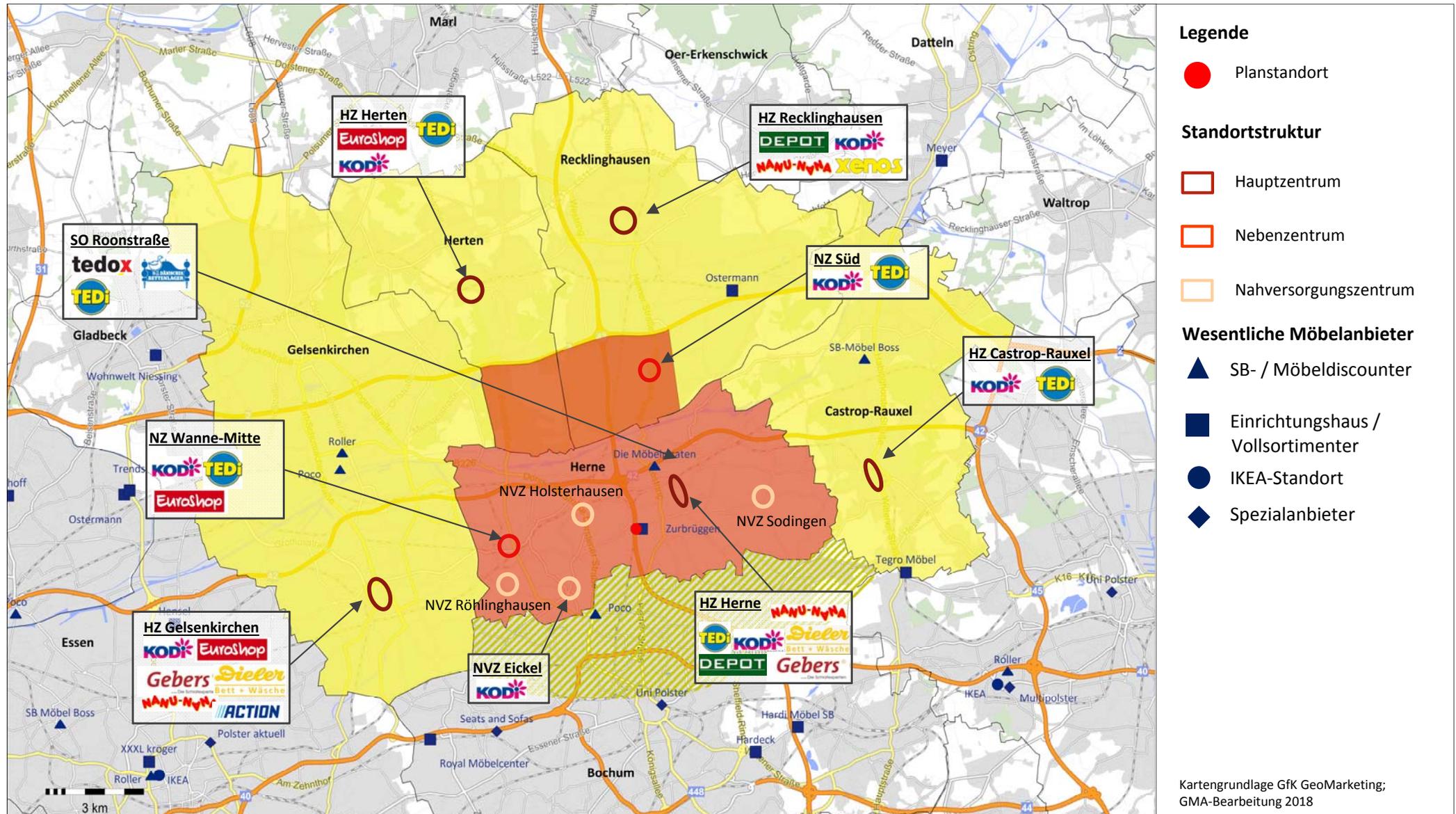
3.5 Zusammenfassende Bewertung der Angebotssituation im Untersuchungsraum

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die wesentlichen Wettbewerbsstrukturen im Möbelkernsortiment, welches den Angebotsschwerpunkt am Planstandort in Herne bildet, überwiegend durch leistungsstarke Möbelvollsortimenter und Möbelmitnahmemärkte in Herne und den umliegenden Städten zu finden sind. Als bedeutendster Anbieter ist hier das Möbelhaus Zurbrüggen zu nennen, das sich direkt angrenzend an den Planstandort befindet. Darüber hinaus weisen alle Nachbarstädte von Herne, abgesehen von Herten, größere Möbelstandorte auf. In Bochum sind hier u. a. der Anbieter Möbel Hardeck, Hardi Möbel und Poco Domäne zu nennen. In Castrop-Rauxel befinden sich die Anbieter SB Möbel Boss und Tegro Möbel, während in Gelsenkirchen die Möbeldiscounter Poco und Roller ansässig sind. In Recklinghausen ist auf das Einrichtungszentrum Ostermann hinzuweisen. Darüber hinaus sind im gesamten Einzugsgebiet weitere spezialisierte Möbelerbieter sowie Einrichtungsmärkte (u. a. Bettenhäuser, Küchenmärkte, Polstermöbelmärkte, Matratzenfachmärkte), sowohl inhabergeführt als auch filialisiert (u. a. Dänisches Bettenlager, Matratzen Concord), ansässig.

In den weiteren **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** (u. a. Lampen / Leuchten, Teppiche), die als Randsortiment vom geplanten Vorhaben Mömax geführt werden, treten des Weiteren Bau- und Gartenmärkte sowie Teppich- und Heimtextfachmärkte im Einzugsgebiet (u. a. Hellweg, Obi, tedox, Hammer) in Erscheinung.

In den **zentrenrelevanten Sortimenten** sind v. a. die Sortimente Vorhänge / Gardinen, Heimtextilien, Bettwaren und Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren projektrelevant. Neben den ähnlich gestalteten Randsortimenten vergleichbarer Möbelanbieter sind darüber hinaus auch verschiedene Fachmärkte und Fachgeschäfte verstärkt in den zentralen Versorgungsbereichen der Innenstädte im Einzugsgebiet anzutreffen. Aufgrund dessen liegt der Fokus der Untersuchung daher in einer detaillierten Überprüfung der einzelnen zentralen Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet hinsichtlich möglicher Auswirkungen in diesen zentrenrelevanten Sortimentsbereichen.

Karte 4: Die wesentlichen Wettbewerbsstrukturen in den zentralen Versorgungsbereichen im Einzugsgebiet



IV. Wirtschaftliche, städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen des Vorhabens

1. Grundlegende Aspekte

Großflächige Neuansiedlungen im Einzelhandelssektor haben bei unveränderter Kaufkraft i. d. R. Veränderungen bei bestehenden Anbietern zur Folge. Je nach Größenordnung und Sortimentsausrichtung der Ansiedlung werden von den Umsatzumverteilungen Einzelbetriebe an einem Mikrostandort, Betriebe einer bestimmten örtlichen Standortlage oder auch Betriebe einer Region im Sinne von möglichen Folgen für das zentralörtliche System tangiert.

Im Nachfolgenden werden nach wie vor zunächst die potenziellen wettbewerblichen Auswirkungen des Vorhabens Mömax in zwei Untersuchungsschritten ermittelt:

- /// Ein erster Ansatz, das **Marktanteilkonzept**, stellt die voraussichtliche Kaufkraftabschöpfung des Vorhabens (= Marktanteile) innerhalb des Einzugsgebietes dar und ermittelt so die Umsatzerwartung.
- /// Mit einem zweiten Ansatz, der Kaufkraftbewegungsanalyse, werden die voraussichtlichen Auswirkungen des Vorhabens auf bestehende Angebote der Region eingeschätzt (**Umsatzumverteilung**).

Daran anschließend erfolgt die Bewertung der potenziellen städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens in den zentralen Versorgungsbereichen in Herne und den nächstgelegenen Mittelzentren. Dabei wird untersucht, inwiefern die potenziellen wettbewerblichen Auswirkungen aufgrund der Umsatzumverteilungseffekte in negative städtebauliche Auswirkungen in den zentralen Versorgungsbereichen umschlagen können.

Bei dem von der GMA verwendeten Berechnungsmodell handelt es sich um ein **modifiziertes Gravitationsmodell**, das auf die Gravitations- und Potenzialmodelle aus der geografischen Handelsforschung zurückgreift. Als Prämissen dieses Modells werden berücksichtigt:

- /// Die **Attraktivität** des Angebotsstandortes und der Angebote im Umfeld (regionale Wettbewerbssituation). Die Attraktivität eines Angebotsstandortes wird dabei ausgedrückt durch den Verkaufsflächenumfang bzw. den Umsatz (vgl. Kapitel III).
- /// Der **Distanzwiderstand** i. S. d. räumlichen Entfernungen zwischen den Wettbewerbsstandorten und dem Untersuchungsstandort. Die Entfernungsdaten werden mit Hilfe eines sog. Routenplaners ermittelt (jeweils schnellste Route zum Planstandort).
- /// Die **Intensität der Einkaufsbeziehungen**, u. a. basierend auf Kaufkraftströmen in der Region.

- // Weitere **Faktoren** zur Gewichtung wie z. B. die Betriebstypenstrukturen der Wettbewerbsstandorte.

Bei der Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen (= Umsatzumverteilungen) von Einzelhandelsvorhaben ist grundsätzlich zu unterscheiden zwischen Wettbewerbswirkungen und **möglichen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Beeinträchtigungen**. Wettbewerblische Wirkungen können zwar zu – ggf. befristeten – Beeinträchtigungen von Betrieben in der Leistungsfähigkeit führen; das interkommunale Abstimmungsgebot gemäß § 2 Abs. 2 BauGB schützt jedoch nicht den bestehenden Einzelhandel in den Nachbarkommunen vor Konkurrenz. Es geht hierbei vielmehr darum, zu bewerten, ob sich die Ansiedlung eines Einzelhandelsvorhabens negativ auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung in der Standort- und Nachbarkommune auswirkt (vgl. hierzu die Urteile des OVG Münster vom 06.06.2005, 10 D 145/04.NE und 10 D 148/04.NE).

Zur Ableitung möglicher städtebaulicher und versorgungsstruktureller Auswirkungen wird von der Rechtsprechung bzw. in der Verwaltungspraxis häufig ein Schwellenwert von 10 % Umsatzumverteilung angesetzt. In den vergangenen Jahren hat diesbezüglich eine etwas andere Akzentuierung stattgefunden. So reicht das alleinige Abstellen auf die voraussichtlichen Umsatzumverteilungsquoten zur Bewertung möglicher Auswirkungen eines Einzelhandelsvorhabens auf einen zentralen Versorgungsbereich nicht aus. Vielmehr sind hier im Einzelfall auch andere Kriterien wie beispielsweise die konkrete städtebauliche Situation der möglicherweise betroffenen zentralen Versorgungsbereiche zu berücksichtigen (vgl. Urteile OVG Münster vom 11.12.2006, 7 A 964/05 und Bundesverwaltungsgericht vom 11.10.2007, 4 C 7.07). Aus gutachterlicher Sicht ist zu ergänzen, dass schon bei Umverteilungsquoten von unter 10 % städtebauliche Beeinträchtigungen eintreten können, wenn z. B. die Schwächung wesentlicher Magnetbetriebe eines zentralen Versorgungsbereiches zu prognostizieren ist. Gleichzeitig müssen aber bei Umverteilungen von über 10 % nicht zwangsläufig negative städtebauliche Auswirkungen auftreten. Das Umschlagen wettbewerblicher in städtebauliche Effekte ist abhängig von der Leistungsfähigkeit der betroffenen Betriebe, deren Funktion innerhalb eines Zentrums (z. B. Magnetbetrieb) sowie der Stabilität der betroffenen Lage. In die Bewertung ist darüber hinaus die Bedeutung der jeweiligen Branche für das Zentrum (z. B. Leitbranche, ergänzendes Sortiment) einzustellen.

2. Die wirtschaftlichen Auswirkungen des Planobjekts im Untersuchungsraum – Umsatzerwartung und Umverteilungswirkungen

Die nachfolgende Tabelle 6 stellt die Marktanteile und Umsatzerwartung des Mömax Möbelmitnahmemarktes dar, die Tabellen 7 und 8 die zu erwartenden Umsatzverluste im Einzugsgebiet differenziert nach Sortimenten.²⁵

2.1 Umsatzerwartung und Umsatzherkunft

Unter Zugrundelegung eines modernen Einrichtungshauses des Anbieters Mömax in guterverkehrlicher Erreichbarkeit bei bestehenden hohen Überschneidungspotenzialen des Einzugsgebietes des Anbieters Zurbrüggen wird trotz unterdurchschnittlicher Kaufkraftkennziffer in Herne (vgl. Kapitel III.3) im worst-case von durchschnittlichen bis leicht überdurchschnittlichen Umsätzen ausgegangen. Dabei werden auch Streuumsätze in Höhe von ca. 10 % unterstellt, die mit Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes erzielt werden.

Im Kernsortiment Möbel sind in Zone I des Einzugsgebietes (Kerneinzugsgebiet) Marktanteile von rd. 6 – 7 % zu erwarten. In Zone II liegen die Marktanteile in diesem Sortiment bei rd. 3 %, wobei hierbei zu berücksichtigen ist, dass es sich vor dem Hintergrund der vorhandenen Wettbewerbsstrukturen bei dem geplanten Möbelhaus um einen vergleichsweise kleinen Anbieter handelt, dieser jedoch aufgrund seiner direkten Lage angrenzend an das Möbelhaus Zurbrüggen ein vergleichsweise großes Einzugsgebiet aufweisen wird. Um bei der Ausgestaltung der maximal zulässigen zentrenrelevanten Verkaufsfläche von 800 m² einen gewissen Spielraum zu ermöglichen, wurde für die zentrenrelevanten Sortimente ein sog. **Flächenpool** gebildet. In den Sortimenten Vorhänge / Gardinen, Heimtextilien, Bettwaren und Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren wurde jeweils die maximal zulässige Verkaufsflächenobergrenze von 500 m² je Einzelsortiment geprüft, für das Sortiment Kunst, Bilderrahmen maximal 100 m² und für sonstige zentrenrelevante Sortimente maximal 20 m². Letztlich dürfen jedoch maximal 800 m² zentrenrelevante Sortimente am Standort realisiert werden²⁶.

In Abhängigkeit von der Ausnutzung des Flächenpools bei zentrenrelevanten Randsortimenten (maximal 800 m² Verkaufsfläche) ist für den Standort Mömax von einem Gesamtumsatz von maximal 13,5 Mio. € auszugehen.

²⁵ Die Marktanteile und die zu erwartenden Umsätze entsprechen **nicht** der Umsatzumverteilung, die in Tabellen 7 und 8 dargestellt ist. Eine Überschreitung von 10 % bei Marktanteilen ist nicht mit der Überschreitung des in Rechtsprechung und Verwaltungspraxis gebräuchlichen Schwellenwertes des Beeinträchtigungsverbotes gleich zu setzen.

²⁶ In diesem Flächenpool sind auch 200 m² Verkaufsfläche für Aktionswaren umfasst, die nicht in die Bewertung der Auswirkungen einbezogen werden können, da sie als Angebote nur temporären Charakter – ohne feste betriebliche Jahresplanung - aufweisen und unterschiedlichen Sortimenten zuzuordnen sind.

Tabelle 6: Marktanteile und Umsatzerwartung

Warengruppe	Zone I			Zone II		
	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €
Möbel	61,7	6 – 7	4,1	161,6	3	4,4
Lampen / Leuchten	6,4	5	0,3	16,8	2	0,3
Teppiche	9,2	3 – 4	0,3	24,0	1	0,3
Vorhänge / Gardinen, Heimtextilien, Bettwaren	15,0	4	0,6	39,2	2	0,6
Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren	14,8	4 – 5	0,7	38,8	2	0,6
Kunst, Bilderrahmen	3,3	3 – 4	0,1	8,5	2	0,1
Gesamt*	110,4	-	-	288,9	-	-

* Eine Summenbildung für die Umsatzerwartung nach Zonen erfolgt an dieser Stelle nicht, da für die zentrenrelevanten Sortimente ein Flächenwartung für die Aktionswaren sowie die sonstigen nicht zentren- und zentrenrelevanten Randsortimente (vgl. Tabelle 2) kann aufgrund der Vielzahl der geringen Verkaufsfläche am Planstandort nicht über das Marktanteilkonzept ermittelt werden.

** Gesamtumsatz inkl. Umsätze bei sonstigen nicht zentrenrelevanten und zentrenrelevanten Randsortimenten sowie Aktionswaren – Maximale zentrenrelevante Randsortimente mit höchster Flächenproduktivität.

GMA-Berechnungen 2019, Werte leicht gerundet

Demnach werden für den Standort Mömax in Herne trotz des intensiven Wettbewerbsumfeldes in Herne und den Umlandstädten durchschnittliche Umsätze für den Betreiber unterstellt. Dabei werden im Möbelkernsortiment rd. 1.450 € je m² Verkaufsfläche erzielt, bei den Randsortimenten rd. 2.000 € je m² Verkaufsfläche bei Lampen / Leuchten bzw. Teppichen und rd. 2.700 € je m² Verkaufsfläche bei Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren. Durchschnittlich erzielt der Möbelmitnahmemarkt Mömax auf einer Verkaufsfläche von 8.000 m² demnach am Standort eine Flächenproduktivität von rd. 1.700 € je m² Verkaufsfläche, was insgesamt dem Durchschnitt einer Mömax-Filiale entspricht.²⁷ Hierbei ist zu berücksichtigen, dass Mömax i. d. R. einen höheren Anteil an zentrenrelevanten Randsortimenten führt, als am Standort Herne zulässig ist.

2.2 Umsatzumverteilungseffekte

Mit der Neuetablierung oder der Erweiterung von Einzelhandelsobjekten werden i. d. R. Umsatzumverteilungsprozesse im bestehenden Einzelhandel ausgelöst. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen und städtebaulichen Folgewirkungen eines zu untersuchenden Planvorhabens dar.

Zur Ermittlung der Umsatzumverteilung für den Einzelhandel werden die zu erwartenden Umsätze nach Zonen und Standortlagen gewichtet. Die Wettbewerbserhebung erfolgte einzelbetrieblich bzw. sortimentsgenau. Die Einzelbetriebe wurden den projektrelevanten Standortlagen (zentrale Versorgungsbereiche, sonstige Standorte) und großflächigen solitären Möbelanbietern zugeordnet. Demnach wurde für jede Standortlage (zentraler Versorgungsbereich, sonstige Standorte) eine individuelle Gewichtung der umzuverteilenden Umsätze zugeordnet, die sich aus der Erreichbarkeit bzw. Entfernung sowie den vorhandenen Anbietern und Verkaufsflächen errechnet. In der Modellrechnung wurden folgende Kriterien berücksichtigt:

- /// die aktuelle Ausstattung in den Zonen und Standortlagen des Einzugsgebietes und die Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben
- /// Distanz der Wettbewerbsstandorte zum Planstandort
- /// die Versorgungsbedeutung und Attraktivität der einzelnen Standortbereiche des Einzelhandels
- /// die aktuellen Kaufkraftströme im Untersuchungsgebiet
- /// die Wettbewerbssituation inkl. der Überlagerung durch sonstige Einzelhandelsstandorte.

²⁷ Gemäß der Untersuchung des EHI Retail Institutes „Die Grenzen des Wachstums“ erwirtschaftet der Anbieter Mömax durchschnittlich 1.735 € je m² Verkaufsfläche auf einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von 7.000 m².

In die Berechnung fließen damit v. a. die derzeitigen Einzelhandelsausstattungen konkurrierender Einzelhandelsstandorte als Attraktivitätsfaktor und die Distanz zum Planstandort als Widerstandsfaktor ein.

Eine weitere Grundannahme der nachfolgenden Berechnungen ist, dass die Einkaufslagen, welche die größten Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben aufweisen, quantitativ am stärksten von Umsatzumverteilungen betroffen sein werden.

Aufgrund der Tatsache, dass das Projektvorhaben Mömax sich direkt angrenzend an das bereits bestehende Einrichtungshaus Zurbrüggen befindet, das aufgrund seiner Größe ein vergleichsweise großes Einzugsgebiet erschließt, ist davon auszugehen, dass sich die Wettbewerbsauseinandersetzungen des Vorhabens sowohl in Herne als auch in den angrenzenden Mittelzentren entfalten (vgl. Tabelle 7). Die daraus gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen resultierenden Umsatzumverteilungswirkungen sind in den Tabellen 8 und 9 abgebildet.

Bei der Bewertung der Umsatzumverteilungswirkungen ist zu darauf hinzuweisen, dass keine summierte Betrachtung der Auswirkungen des geplanten Anbieters Mömax sowie des bereits am Standort ansässigen Möbelmarktes Zurbrüggen vorgenommen wird. Der Anbieter Zurbrüggen ist bereits seit vielen Jahren am Standort in Herne ansässig, sodass sich dessen Wettbewerbswirkungen bereits in den Wettbewerbsstrukturen in Herne sowie im Umfeld abgearbeitet haben. Durch die Ansiedlung des Anbieters Mömax in direkter Nachbarschaft zum Möbelmarkt Zurbrüggen wird der Gesamtstandort zwar insgesamt attraktiver, jedoch ist zu berücksichtigen, dass auch der Anbieter Zurbrüggen durch die Ansiedlung von Mömax in einem gewissen Umfang Umsätze verlieren wird. Die Gesamtattraktivität, die der Gesamtstandort Am Westerfeld in Herne durch die Ansiedlung des Mömax-Marktes in direkter Nachbarschaft zum Anbieter Zurbrüggen aufweisen wird, wurde bereits im Rahmen der Abgrenzung des Einzugsgebietes und der Umsatzermittlung über das Marktanteilkonzept berücksichtigt.

Tabelle 7: Umverteilungswerte nach Sortimenten und Zonen in Mio. €

Sortiment	Zone I	Zone II	außerhalb des Einzugs- gebietes	gesamt
Möbel	3,4	4,3	1,8	9,4
Lampen / Leuchten	0,3	0,2	0,1	0,7
Teppiche	0,4	0,2	0,1	0,7
Vorhänge / Gardinen, Heimtextilien, Bettwaren	0,6	0,5	0,3	1,3
Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren	0,7	0,5	0,3	1,4
Kunst, Bilderrahmen	0,1	0,1	0,1	0,3

GMA-Berechnungen 2019, Werte leicht gerundet

2.3 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen

2.3.1 Wettbewerbswirkungen durch das Vorhaben in Zone I des Einzugsgebietes

In Zone I des Einzugsgebietes ist in der Stadt **Herne** im Wesentlichen auf den zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt sowie das Nebenzentrum Wanne-Mitte und das Nahversorgungszentrum Eickel hinzuweisen, in dem sich projektrelevante Sortimente befinden. Alle weiteren Nahversorgungszentren weisen keine projektrelevanten Anbieter auf, sodass Auswirkungen gegenüber diesen zentralen Versorgungsbereichen auszuschließen sind. Insgesamt ist jedoch zu berücksichtigen, dass in Herne die größten Wettbewerbsauseinandersetzungen in den projektrelevanten Sortimenten mit dezentralen Standorten zu erwarten sind:

Im **zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt** sind Umsatzumverteilungseffekte lediglich in den Sortimenten Vorhänge / Gardinen, Heimtextilien, Bettwaren (rd. 0,1 Mio. € bzw. ca. 4 – 5 %) sowie im Sortiment Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren (rd. 0,2 Mio. € bzw. rd. 3 %) zu erwarten. Im Sortiment Vorhänge / Gardinen, Heimtextilien, Bettwaren ist im Wesentlichen auf die Anbieter Gebers und Dieler hinzuweisen. Darüber hinaus wird das Sortiment auch als Randsortiment bei den Anbietern Depot und Woolworth geführt. Vor dem Hintergrund der niedrigen absoluten Umsatzumverteilungswirkungen ist nicht davon auszugehen, dass einer der Anbieter infolge der Realisierung des Möbelmitnahmemarktes Mömax seinen Betrieb aufgeben wird. Im Sortiment Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren befinden sich in der Innenstadt neben den Nonfooddiscountern TEDi und Kodi die Anbieter Depot und NanuNana. Aufgrund der Sortimentsstruktur sind hier die höchsten Wettbewerbsauseinandersetzungen mit den Nonfooddiscountern zu erwarten. Vor dem Hintergrund der niedrigen Umsatzumverteilungswirkungen können jedoch auch in diesem Sortiment städtebauliche Auswirkungen gegenüber dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt aus-

geschlossen werden. In allen weiteren projektrelevanten Sortimenten liegen die Umsatzumverteilungswirkungen unterhalb einer gutachterlich nachweisbaren Größenordnung.

- Auch im **Nebenzentrum Wanne-Mitte** liegen in fast allen Sortimenten die Auswirkungen unterhalb einer gutachterlich nachweisbaren Größenordnung. Lediglich im Sortiment Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren sind Umsatzumverteilungswirkungen von rd. 0,1 Mio. € bzw. rd. 2 – 3 % festzuhalten. Neben den Randsortimenten des SB-Warenhauses Kaufland ist hier insbesondere auf die Nonfooddiscounter Kodi, TEDi und Euro-Shop hinzuweisen. Die Betriebsschließung eines Anbieters ist vor dem Hintergrund der niedrigen Umsatzumverteilungswirkungen nicht zu erwarten, weshalb städtebauliche Auswirkungen ausgeschlossen werden können.
- Gegenüber dem **Nahversorgungszentrum Eickel** liegen in allen projektrelevanten Sortimenten die Umsatzumverteilungswirkungen unterhalb einer gutachterlich nachweisbaren Schwelle, sodass versorgungsstrukturelle und städtebauliche Auswirkungen auszuschließen sind.
- In den **weiteren Lagen** von Herne liegen die Umsatzumverteilungswirkungen in den einzelnen Sortimenten bei max. 9 %. Diese betreffen u. a. den Sonderstandort Roonstraße sowie insbesondere das Möbelhaus Zurbrüggen am Planstandort (Sonderstandort Am Westerfeld) selbst. Bei der Bewertung der Umverteilungswirkungen ist zu berücksichtigen, dass es sich bei beiden Standorten um dezentrale Lagen handelt, sodass die Wirkungen lediglich als wettbewerbliche Wirkungen ohne städtebauliche Relevanz zu bewerten sind. Darüber hinaus ist aufgrund der geringen Höhe der Umsatzumverteilungswirkungen in den jeweiligen Kernsortimenten der Anbieter keine Betriebsaufgabe eines wesentlichen Magnetbetriebes an den einzelnen Standorten zu erwarten.

In Zone I des Einzugsgebietes sind zudem in der Nachbarstadt **Recklinghausen im Nebenzentrum Süd** in einem Sortiment Auswirkungen nachweisbar. Auch hier liegen die Umsatzumverteilungswirkungen in fast allen Sortimenten unterhalb einer gutachterlich nachweisbaren Schwelle. Lediglich im Sortiment Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren sind geringe Umverteilungswirkungen von rd. 0,1 Mio. € bzw. ca. 3 % zu erwarten, die sich im Wesentlichen gegenüber den Nonfooddiscontnern TEDi und Kodi auswirken werden. Vor dem Hintergrund der niedrigen Umsatzumverteilungswirkungen können städtebauliche Auswirkungen an dieser Stelle ausgeschlossen werden.

In den **sonstigen Lagen von Recklinghausen** (Zone I des Einzugsgebietes) ist im Wesentlichen auf die dezentralen Standorte Sonderstandort Herner Straße sowie den Standort Dieselstraße hinzuweisen. Auch hier liegen die Umsatzumverteilungswirkungen in allen projektrelevanten Sortimenten auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau. Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass

es sich um dezentrale Standorte handelt, sodass die Wirkungen lediglich als wettbewerbliche Wirkungen ohne städtebauliche Relevanz zu bewerten sind.

In der Nachbarstadt **Herten** ist in Zone I des Einzugsgebietes kein relevantes Angebot vorhanden, sodass hier keine städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen vorliegen.

Tabelle 8: Umsatzumverteilungswirkungen in Zone I des Einzugsgebietes

Sortiment	Herne								Recklinghausen			
	zentraler Versorgungsbereich Innenstadt		Nebenzentrum Wanne-Mitte		Nahversorgungszentrum Eickel		sonstige Lagen*		Nebenzentrum Süd		sonstige Lagen	
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
Möbel	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	3,0	6 – 7	n. a.	n. a.	0,3	6
Lampen / Leuchten	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	0,3	9	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.
Teppiche	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	0,4	4 – 5	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.
Vorhänge / Gardinen, Heimtextilien, Bettwaren	0,1	4 – 5	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	0,4	4 – 5	n. a.	n. a.	0,1	5 – 6
Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren	0,2	3	0,1	2 – 3	n. a.	n. a.	0,2	3 – 4	0,1	3	0,1	3 – 4
Kunst, Bilderrahmen	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	0,1	7 – 8	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.

* Sonderstandorte laut Masterplan Einzelhandel Herne 2019 sowie sonstige integrierte / nicht integrierte Streulagen;

n. a. = Werte unterhalb einer gutachterlich nachweisbaren Größenordnung; GMA-Berechnungen 2019, Werte leicht gerundet

2.3.2 Wettbewerbswirkungen durch das Vorhaben in Zone II des Einzugsgebietes

Als nächstgelegene zentrale Versorgungsbereiche ist in Zone II des Einzugsgebietes im Wesentlichen auf die zentralen Versorgungsbereiche der Innenstadt von Gelsenkirchen und Castrop-Rauxel hinzuweisen. Im Einzelnen sind durch das Vorhaben folgende Umsatzumverteilungswirkungen in Zone II zu erwarten:

- /// Gegenüber der **Innenstadt von Gelsenkirchen** liegen die Umsatzumverteilungswirkungen in den meisten projektrelevanten Sortimenten unterhalb einer gutachterlich nachweisbaren Größenordnung. Lediglich im Sortiment Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren sind Umsatzumverteilungswirkungen von ca. 0,2 Mio. € bzw. ca. 2 – 3 % und im Sortiment Vorhänge / Gardinen, Heimtextilien, Bettwaren von rd. 0,1 Mio. € bzw. rd. 2 – 3 % zu erwarten. Aufgrund der niedrigen Höhe der Umsatzumverteilungswirkungen sind städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen gegenüber der Gelsenkirchener Innenstadt nicht zu erwarten.
- /// Auch gegenüber der **Innenstadt von Castrop-Rauxel** sind in den meisten Sortimenten keine Umsatzumverteilungswirkungen nachweisbar. Lediglich im Sortiment Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren sind Umsatzumverteilungswirkungen von rd. 0,1 Mio. € bzw. rd. 2 – 3 % und im Sortiment Möbel von rd. 0,3 Mio. € bzw. rd. 4 – 5 % zu erwarten. Vor dem Hintergrund der niedrigen Umsatzumverteilungswirkungen können gegenüber der Innenstadt von Castrop-Rauxel demnach ebenfalls städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen ausgeschlossen werden.
- /// Aufgrund der räumlichen Distanz zum Planvorhaben sind Auswirkungen gegenüber der Innenstadt von **Recklinghausen** sowie der Innenstadt von **Herten** nicht zu erwarten. Städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen sind demnach auszuschließen.
- /// In den einzelnen Städten der Zone II des Einzugsgebietes sind darüber hinaus Umsatzumverteilungswirkungen **in den sonstigen Lagen** zu erwarten, die jedoch in allen Randsortimenten auf einem niedrigen Niveau liegen (max. 0,2 Mio. €). Zum einen ist zu berücksichtigen, dass von den Umverteilungswirkungen v. a. die dort ansässigen Möbelhäuser betroffen sind, die sich ausschließlich an dezentralen Lagen befinden, darüber hinaus ist aufgrund der niedrigen Höhe der Umsatzumverteilungswirkungen nicht von einer wesentlichen Betriebsschwächung eines einzelnen Anbieters auszugehen.

Tabelle 9: Umsatzumverteilungswirkungen in Zone II des Einzugsgebietes

Sortiment	Gelsenkirchen				Castrop-Rauxel				Recklinghausen				Herten			
	zentraler Versorgungsbereich Innenstadt		sonstige Lagen		zentraler Versorgungsbereich Innenstadt		sonstige Lagen		zentraler Versorgungsbereich Innenstadt		sonstige Lagen		zentraler Versorgungsbereich Innenstadt		sonstige Lagen	
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
Möbel	n. a.	n. a.	1,4	4 – 5	0,3	4 – 5	0,9	4 – 5	n. a.	n. a.	1,7	4 – 5	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.
Lampen / Leuchten	n. a.	n. a.	0,1	6	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	0,1	6 – 7	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.
Teppiche	n. a.	n. a.	0,1	6 – 7	n. a.	n. a.	0,1	6 – 7	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.
Vorhänge / Gardinen, Heimtextilien, Bettwaren	0,1	2 – 3	0,1	2 – 3	n. a.	n. a.	0,1	2 – 3	n. a.	n. a.	0,1	2 – 3	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.
Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren	0,2	2 – 3	0,1	2 – 3	0,1	2 – 3	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	0,2	2 – 3	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.
Kunst, Bilderrahmen	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	0,1	5 – 6	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.

n. a. = Werte unterhalb einer gutachterlich nachweisbaren Größenordnung; GMA-Berechnungen 2019, Werte leicht gerundet

2.3.3 Auswirkungen außerhalb des Einzugsgebietes

Außerhalb des Einzugsgebietes liegen die Umsatzrückgänge insgesamt auf einem niedrigen Niveau. Insbesondere für die Möbelstandorte, die das Einzugsgebiet des Planobjektes in Herne begrenzen (vgl. Karte 3), sind Umsatzrückgänge zu erwarten, die für die einzelnen Standorte (insbesondere Bochum) auf einem jedoch sehr niedrigen Niveau liegen werden. Wettbewerbliche Auswirkungen außerhalb des Einzugsgebietes sind daher auszuschließen. Die Umsatzumverteilungen gegenüber dem Stadtteilzentrum Gerthe in Bochum liegen unterhalb einer gutachterlich nachweisbaren Größenordnung, sodass städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen ausgeschlossen werden können.

3. Kompatibilität mit bestehenden landesplanerischen, regionalen und kommunalen städtebaulichen Zielvorgaben

3.1 Vereinbarkeit mit den landesplanerischen und regionalplanerischen Vorgaben

Im Hinblick auf die ermittelten Auswirkungen des Vorhabens in Herne sind zu den in Kapitel I., 2.2 dargestellten Zielen und Grundsätzen der Landesplanung folgende Anmerkungen zu treffen:

- /// Das Vorhaben entspricht dem **Ziel 6.5-1**, da es sich innerhalb eines regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereiches (ASB) gemäß des vorliegenden Regionalen Flächennutzungsplans der Städtegemeinschaft Ruhr befindet. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass sich derzeit der „Regionalplan Ruhr“ für das Gebiet des RVR, für den ein Entwurf vorliegt, das Gebiet ebenfalls als ASB ausweist²⁸. Demnach würde das Vorhaben dem Ziel 6.5-1 entsprechen.
- /// Beim Kernsortiment des Vorhabens handelt es sich weder um ein zentrenrelevantes noch ein nahversorgungsrelevantes Kernsortiment. Somit ist im vorliegenden Fall **Ziel 6.5-2** nicht relevant.
- /// **Ziel 6.5-3**, das Beeinträchtigungsverbot, wird eingehalten. Zentrale Versorgungsbereiche in Herne oder umliegenden Städten und Gemeinden werden nicht wesentlich beeinträchtigt. Städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen sind nicht zu erwarten.
- /// **Grundsatz 6.5-4** zur Verkaufsflächengröße von Vorhaben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten wird eingehalten, da der zu erwartende Umsatz des Möbelhauses die Kaufkraft in Herne in diesen projektrelevanten Sortimenten deutlich unterschreitet (vgl. Tabelle 10 im nachfolgenden Kapitel).

²⁸ Der „Regionalplan Ruhr“ ist als in Aufstellung befindliches Ziel zu berücksichtigen.

- /// **Ziel 6.5-5** wird ebenfalls eingehalten. Das zentrenrelevante Randsortiment des projektierten Möbelhauses wird max. 800 m² (= 10 % der Gesamtverkaufsfläche von 8.000 m²) umfassen, wobei hier auch rd. 200 m² Verkaufsfläche für Aktionswaren enthalten sind, die zum Teil zentrenrelevante Sortimente umfassen²⁹.
- /// **Grundsatz 6.5-6** wird eingehalten, da die Gesamtverkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente bei max. 800 m² liegt.
- /// **Ziel 6.5-7** ist hier nicht von Belang, da kein vorhandener Einzelhandelsstandort überplant werden soll.
- /// **Ziel 6.5-8** wird entsprochen. Demnach sollen die Gemeinden „*dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche entgegenwirken.*“ Auch sollen Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche verhindert werden. Es handelt sich zwar bei dem Möbelmarkt Zurbrüggen und dem projektierten Mömax-Möbelmarkt künftig um einen Agglomerationsstandort, dieser befindet sich jedoch gemäß des Regionalen Flächennutzungsplans der Städtegemeinschaft Ruhr und des Entwurfs des Regionalplans Ruhr in einem ASB. Zudem handelt es sich bei beiden Anbietern um großflächige Einzelhandelsbetriebe mit einem eindeutig nicht zentrenrelevanten Kernsortiment. Zentrenrelevante Sortimente werden lediglich als Randsortiment in den Möbelmärkten angeboten. Durch die vorliegende Verkaufsflächenbegrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf die Größenordnung von max. 800 m² entsprechend der Vorgaben des REHK werden zudem Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche vermieden.
- /// **Grundsatz 6.5-9** ist an dieser Stelle nicht von Belang.
- /// **Ziel 6.5-10** wird entsprochen.

3.2 Vereinbarkeit mit den Prüfkriterien des REHK 2013

Mit Blick auf das Prüfschema bei Möbelmärkten gemäß REHK 2013 (vgl. Abbildung 1 des vorliegenden Gutachtens) lassen sich folgende Ergebnisse zusammenfassen:

- /// Der Standort befindet sich außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs, was grundsätzlich für ein Möbelhaus mit nicht zentrenrelevanten Kernsortiment zulässig ist. Hinsichtlich der Lage liegt er gemäß des Regionalen Flächennutzungsplans der Städtege-

²⁹ Die Aktionswaren waren in einer früheren Planung zusätzlich zum Flächenpool von 800 m² für zentrenrelevante Randsortimente vorgesehen.

meinschaft Ruhr und des Entwurfs des Regionalplans Ruhr innerhalb eines allgemeinen Siedlungsbereichs (ASB), womit zunächst ein Kriterium für den regionalen Konsens erfüllt ist.

- /
 Bezüglich des Kongruenzgebotes ist eine Erfüllung der Konsenskriterien festzuhalten; die Umsatz-Kaufkraftrelation des Vorhabens liegt in allen Sortimenten bei deutlich weniger als 100 % (vgl. Tabelle 10).
- /
 Die Kriterien für die zentrenrelevanten Randsortimente werden eingehalten. Mömax plant eine maximale Verkaufsfläche für zentrenrelevante Sortimente von max. 800 m² (ca. 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Die Schwelle je Einzelsortiment von 800 m² wird in keinem zentrenrelevanten Sortiment überschritten. In der vorliegenden Planung umfasst der Flächenpool auch rd. 200 m² für wechselnde Aktionswaren, die je nach Sortimentsausprägung zentren- und nicht zentrenrelevante Einzelsortimente umfassen können. Auch die Aktionswaren entsprechen der betriebstypenspezifischen Sortimentsliste für Möbelmärkte (S. 54 REHK).

Tabelle 10: Gegenüberstellung von Umsatz im Planvorhaben Mömax und Kaufkraft in Herne

Sortiment	Umsatzerwartung Mömax in Mio. €	Kaufkraft in Herne in Mio. €
Möbel	9,4	50,9
Lampen / Leuchten	0,7	5,3
Teppiche	0,7	7,6
Vorhänge / Gardinen, Heimtextilien, Bettwaren	max. 1,3	12,4
Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren	max. 1,4	12,2
Kunst, Bilderrahmen	max. 0,3	2,7

GMA-Berechnungen 2019

3.3 Vereinbarkeit mit den Vorgaben des Masterplans Einzelhandel 2019

Das Vorhaben Mömax am Standort Am Westerfeld ist mit den Zielen des Masterplans Einzelhandel der Stadt Herne aus dem Jahr 2019 kongruent:

- /
 Der Standort „Am Westerfeld“ ist im Masterplan Einzelhandel Herne 2019 explizit als Positivstandort für Einzelhandelsbetriebe mit Hauptsortiment Möbel definiert; die Ansiedlungsplanungen von Mömax sind bereits aufgeführt.
- /
 Die zentrenrelevanten Randsortimente werden auf max. 10% (800 m²) der Gesamtverkaufsfläche begrenzt.

- Mit der Ansiedlung eines Möbelmitnahmemarktes Mömax mit rd. 8.000 m² Verkaufsfläche kann die Versorgungsfunktion des Mittelzentrums Herne im nicht zentrenrelevanten Kernsortiment Möbel gestärkt werden. Ein Möbelmitnahmemarkt für Junges Wohnen ergänzt das Angebot des Vollsortimenters Zurbrüggen sehr gut.³⁰
- Städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen können in Herne (und im Umland) in allen projektrelevanten Sortimenten ausgeschlossen werden.

³⁰ Ähnliche Standortkombinationen aus Vollsortimenter und Möbelmitnahmemarkt / Discounter finden sich u. a. bei Ostermann in Bottrop und Witten (Ostermann + Trends) oder Zurbrüggen / Osca in Kamen.

V. Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens

Die vorliegende Untersuchung hat die Aufgabe, das Ansiedlungsvorhaben von Mömax in Herne auf mögliche wirtschaftliche, städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen i. S. d. § 11 Abs. 3 BauNVO sowie die Einhaltung der Ziele der Landes- und Regionalplanung in Nordrhein-Westfalen zu analysieren und zu bewerten:

- /// Bei dem Vorhaben handelt es sich um die Ansiedlung eines Mömax Möbelmitnahmemarktes in Herne mit max. 8.000 m² Verkaufsfläche. Davon entfallen rd. 6.470 m² auf das Möbelkernsortiment (ca. 81 %), max. 800 m² (= rd. 10 %) auf zentrenrelevante Randsortimente (Flächenpool inkl. weitere 200 m² für Aktionswaren) sowie rd. 730 m² (= rd. 9 %) auf weitere nicht zentrenrelevante Randsortimente gemäß Herner Liste.
- /// Insgesamt umfasst das Einzugsgebiet des geplanten Möbelmitnahmemarktes Mömax in Herne rd. 668.770 Einwohner, davon leben rd. 28 % der Einwohner in Zone I und rd. 72 % der Einwohner in Zone II.
- /// Für das Vorhaben wurde über das Marktanteilkonzept einen maximalen Umsatz von ca. 13,5 Mio. € ermittelt, davon entfallen rd. 9,4 Mio. € auf das Kernsortiment Möbel.
- /// Mit der Realisierung des Vorhabens Mömax in Herne gehen keine städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen in Herne oder den Umlandstädten einher. Eine Gefährdung zentraler Versorgungsbereiche kann ausgeschlossen werden.
- /// Das Vorhaben entspricht vollumfänglich den Zielen der Landesplanung; der Anteil der zentrenrelevanten Randsortimente wird bei max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche liegen.
- /// Das Vorhaben entspricht dem Prüfschema bei Möbelmärkten gemäß REHK 2013. Gemäß des Regionalen Flächennutzungsplans der Städtegemeinschaft Ruhr und des Entwurfs des Regionalplans Ruhr liegt das Vorhaben innerhalb eines allgemeinen Siedlungsbereichs (ASB) und der prognostizierte Umsatz unterschreitet die vorhandene Kaufkraft in Herne deutlich. Die Kriterien für die zentrenrelevanten Randsortimente werden eingehalten, da max. 800 m² Verkaufsfläche (max. 10 %) für zentrenrelevante Sortimente inkl. Aktionswaren vorgesehen sind. Darüber hinaus wird der Markt auf rd. 200 m² saisonal wechselnde Aktionswaren führen; auch für diese gilt die betriebstypenspezifische Sortimentsliste des REHK.

Verzeichnisse

	Seite
Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Prüfschema für Möbelmärkte gemäß REHK 2013	16
Abbildung 2: Entwicklung des Bruttoumsatzes des Möbeleinzelhandels in Deutschland absolut	20
Abbildung 3: Marktanteile der Vertriebskonzepte im Möbeleinzelhandel in Deutschland	21
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage und zentralörtliche Struktur	23
Karte 2: Mikrostandort Am Westerfeld	27
Karte 3: Einzugsgebiet des geplanten Mömax Möbelmitnahmemarktes und wesentliche Wettbewerber im Umland	34
Karte 4: Die wesentlichen Wettbewerbsstrukturen in den zentralen Versorgungsbereichen im Einzugsgebiet	43
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Einwohnerverteilung in Herne	22
Tabelle 2: Verkaufsflächen- und Sortimentskonzept des Möbelmitnahmemarktes Mömax	29
Tabelle 3: Die projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet	33
Tabelle 4: Verkaufsflächen nach Sortimenten und Lage in Zone I	38
Tabelle 5: Verkaufsflächenausstattung in den zentralen Versorgungsbereichen Innenstadt von Gelsenkirchen und Castrop-Rauxel (Zone II)	40
Tabelle 6: Marktanteile und Umsatzerwartung	47
Tabelle 7: Umverteilungswerte nach Sortimenten und Zonen in Mio. €	50
Tabelle 8: Umsatzumverteilungswirkungen in Zone I des Einzugsgebietes	53
Tabelle 9: Umsatzumverteilungswirkungen in Zone II des Einzugsgebietes	55
Tabelle 10: Gegenüberstellung von Umsatz im Planvorhaben Mömax und Kaufkraft in Herne	58
Übersichtsverzeichnis	
Übersicht 1: Sortimentsliste der Stadt Herne („Herner Liste“)	14
Übersicht 2: Überblick über die Betriebstypen des stationären Möbeleinzelhandels	18