

Stadt Lüdenscheid

Einzelhandelskonzept 2023



Hinweise

Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit werden keine männlichen und weiblichen Schriftformen verwendet. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich alle Geschlechter angesprochen.

Der Endbericht sowie die Entwurfsvorlagen unterliegen dem Urheberrecht (§ 2 (2) sowie § 31 (2) des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte). Soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart wurde, sind Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung (auch auszugsweise) nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt.

Datenschutzerklärung

Das Gutachterbüro Junker + Kruse verarbeitet personenbezogene Daten (Betriebsname, Adresse, Sortimentsangebot, Verkaufsfläche, Internetpräsenz) im Einklang mit den Bestimmungen der Datenschutz-Grundverordnung und dem Bundesdatenschutzgesetz. Die Erhebung und Verarbeitung der Daten erfolgt nach Artikel 6 Absatz 1 e) DSGVO zum Zweck der Wahrnehmung einer Aufgabe, die im öffentlichen Interesse liegt, und ist im Rahmen der Erstellung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Lüdenscheid als städtebauliches Entwicklungskonzept i. S. v. § 1 (6) Nr. 11 BauGB erforderlich. Darüber hinaus werden die Daten im Rahmen weiterer Arbeiten, die ebenfalls im öffentlichen Interesse stehen, verwendet (z. B. Bauleitplanverfahren, Raumordnungsverfahren).

Die gespeicherten Daten werden gelöscht, sobald sie für die bestimmten Zwecke nicht mehr notwendig sind und der Löschung keine gesetzlichen Aufbewahrungspflichten entgegenstehen.

Kontakt Daten der Verantwortlichen

*Junker + Kruse Stadtforschung Planung, Markt 5 | D-44137 Dortmund
Gesellschafter Dipl.-Ing. Rolf Junker und Dipl.-Geogr. Stefan Kruse
Tel +49 (0)2 31 55 78 58 0 | Fax+49 (0)2 31 55 78 58 50
E-Mail: info@junker-kruse.de | www.junker-kruse.de*

Stadt Lüdenscheid

Einzelhandelskonzept 2023

2. Fortschreibung

im Auftrag der Stadt Lüdenscheid
Fachbereich Planen und Bauen

Bearbeitung und Konzeption
Elisabeth Kopischke
Stefan Kruse



Markt 5 44137 Dortmund
Tel. 0231 - 557858-0
Fax 0231 - 557858-50
www.junker-kruse.de
E-Mail: info@junker-kruse.de

Projektbetreuung / Ansprechpartner
Martin Bärwolf (Fachbereichsleiter Planen und Bauen)
Martina Baumast (Fachdienst Stadtplanung und Geoinformation)
E-Mail: stadtplanung@luedenscheid.de



Rathausplatz 2
58507 Lüdenscheid
Telefon zentral: 02351 17-0
www.luedenscheid.de

Stand: Oktober 2023

Inhalt

1	Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung	9
2	Übergeordnete Zielaussagen	12
2.1	Ziele und Grundsätze der Landesplanung	12
2.2	Einzelhandelserlass NRW 2021	15
2.3	Flächennutzungsplan	15
3	Methodik	17
3.1	Angebotsanalyse	17
3.2	Nachfrageanalyse	21
3.3	Definition Nahversorgung	23
3.4	Städtebauliche Analyse	24
3.5	Untersuchungsaufbau und Kommunikationsstruktur	26
4	Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Zentren- und Einzelhandelsstruktur in Lüdenscheid	28
4.1	Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends der Einzelhandelsentwicklung	28
4.1.1	Entwicklungen auf der Nachfrageseite	28
4.1.2	Trends auf der Angebotsseite	29
4.1.3	Onlinehandel	34
4.2	Konsequenzen der Entwicklungen für die räumliche Planung	37
4.3	Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung	39
4.4	Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung	40
4.5	Bevölkerungsprognose	41
4.6	Sekundärstatistische Einordnung und einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial	43
4.7	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial	44
4.8	Einzugsgebiet des Einzelhandels in Lüdenscheid	46
5	Einzelhandelsangebot in Lüdenscheid	49
5.1	Gesamtstädtische, einzelhandelsrelevante Kennziffern	49
5.2	Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Lüdenscheid	54
5.3	Großflächiger Einzelhandel	58
5.4	Leerstände	60
5.5	Angebotsschwerpunkte in Lüdenscheid	62
5.5.1	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	62
5.5.2	Nahversorgungszentrum Bräuckenkreuz	68

5.5.3	Nahversorgungszentrum Bromberger Straße / Bräuckenstraße	70
5.5.4	Nahversorgungszentrum Buckesfelder Straße / Unterm Freihof.....	73
5.5.5	Nahversorgungszentrum Heedfelder Straße	76
5.5.6	Nahversorgungszentrum Kölner Straße	79
5.6	Nahversorgungssituation (gesamtstädtisch)	81
5.7	Nahversorgungssituation in den Stadtbezirken.....	88
5.7.1	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Bierbaum / Höh / Hellersen.....	88
5.7.2	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Brügge	90
5.7.3	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Brüninghausen / Augustenthal.....	92
5.7.4	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Buckesfeld / Othlinghausen ..	94
5.7.5	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Dickenberg / Eggenscheid	96
5.7.6	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Gevelndorf / Freisenberg	98
5.7.7	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Grünewald	100
5.7.8	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Honsel / Eichholz	102
5.7.9	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Innenstadt / Staberg / Knapp	104
5.7.10	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Kalve / Wefelshohl	107
5.7.11	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Oeneking / Stüttinghausen	109
5.7.12	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Ramsberg / Hasley / Baukloh.....	111
5.7.13	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Tinsberg / Kluse	113
5.7.14	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Vogelberg	115
5.7.15	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Wehberg.....	117
5.7.16	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Wettringhof	119
5.7.17	Fazit zur Nahversorgungssituation in den Stadtbezirken	120
5.8	Sonderstandorte des großflächigen Einzelhandels in Lüdenscheid	121
5.9	Fazit zur Angebots- und Nachfrageanalyse.....	122
6	Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Lüdenscheid	125
7	Einzelhandelskonzept Lüdenscheid.....	132
7.1	Übergeordnetes Entwicklungsleitbild	132
7.2	Übergeordnete Ziele zur Einzelhandelsentwicklung.....	133
7.3	Standortstruktur.....	134
7.3.1	Zentrale Versorgungsbereiche.....	137
7.3.2	Nahversorgungsstandorte und sonstige Grundversorgungsstandorte ..	141
7.3.3	Sonderstandorte / Fachmarktstandorte	142

8	Entwicklungsbereiche des Einzelhandels Lüdenscheid	144
8.1	Zentrale Versorgungsbereiche	144
8.1.1	Innenstadt Lüdenscheid	144
8.1.2	Nahversorgungszentrum Bromberger Straße / Bräuckenstraße	147
8.1.3	Nahversorgungszentrum Bräuckenkreuz.....	152
8.1.4	Nahversorgungszentrum Buckesfelder Straße / Unterm Freihof.....	153
8.1.5	Nahversorgungszentrum Heedfelder Straße	154
8.1.6	Nahversorgungszentrum Kölner Straße	155
8.2	Sonderstandorte des nicht zentrenrelevanten Einzelhandels	156
8.3	Grund- und Nahversorgungsstandorte (außerhalb zentraler Versorgungsbereiche)	157
9	Lüdenscheider Sortimentsliste.....	159
10	Ansiedlungsregeln / Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung.....	169
10.1	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten	170
10.2	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten	176
10.3	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten	178
10.4	Sonstige Steuerungsregeln	181
10.5	Prüfschema zur ersten Bewertung von zukünftigen Einzelhandelsansiedlungs-, Erweiterungs- und / oder Verlagerungsvorhaben im Sinne der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes	184
11	Aktualisierung und Fortschreibung.....	186
12	Die planungsrechtliche Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes.....	188
12.1	Anwendung des § 1 Absatz 5 bis 10 BauNVO	188
12.2	Anwendung des § 11 Absatz 3 BauNVO	189
12.3	Anwendung des § 15 BauNVO	189
12.4	Anwendung des § 34 Absatz 3 BauGB.....	189
12.5	Aufstellung von Bebauungsplänen mit Festsetzungen nach § 9 Absatz 2a BauGB.....	190
12.5.1	Definition des „zentralen Versorgungsbereiches“	191
12.5.2	Möglicher Geltungsbereich von Bebauungsplänen zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels	192
12.5.3	Festsetzungsinhalte	193
12.5.4	Besondere Anforderungen an die Begründung und Abwägung	193

13 Verzeichnisse	195
A1 Abkürzungen	198
A2 Legende.....	199
A3 Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe	200

1 Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung

Die Versorgungsstruktur in der Stadt Lüdenscheid ist geprägt durch städtische Zentren (zentrale Versorgungsbereiche) sowie ergänzende Standorte (Nahversorgungsstandorte, Fachmarktstandorte). Unter Berücksichtigung der bundes- und landesplanungsrechtlichen Vorgaben gilt es diese im Sinne der **Europäischen Stadt** zu sichern und zu stärken. Als wichtige Einflussfaktoren der Entwicklung gelten derzeit im Allgemeinen der demografische Wandel, die Digitalisierung (Onlinehandel) sowie die Globalisierung, die vielerorts zur Schwächung gewachsener Strukturen beitragen. Im Laufe der Bearbeitung der Fortschreibung kamen weitere Faktoren hinzu, die die Entwicklung der Einzelhandelsstruktur in Lüdenscheid z. T. ganz erheblich beeinflussen. Dazu gehören die Auswirkungen der Corona-Pandemie und des Ukraine-Krieges und nicht zuletzt – lokaal spezifisch – die Vielzahl an Problemen, die sich aufgrund der Vollsperrung der A 45 (Sauerlandlinie), die eine wichtige regionale und überregionale, verkehrliche Anbindung für die Stadt Lüdenscheid darstellt, ergibt.

Dabei zeigt sich im Rahmen der Stadtentwicklungsplanung vor dem Hintergrund des Zentrenschutzes und der wohnungsnahen Versorgung weiterhin ein **Steuerungsbedarf für Einzelhandelsnutzungen**. Denn nicht zuletzt weisen städtebaulich nicht integrierte Standorte wie auch andere Standorte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche hinsichtlich ihrer Wettbewerbs- und Entwicklungsfähigkeit (z. B. niedrigere Miet- und Grundstückspreise, oftmals geringere Betriebs- und Personalkosten, mehr Stellplätze oder größere Flexibilität bei Erweiterungen) häufig eine potenzielle Überlegenheit gegenüber Standorten in gewachsenen städtischen Zentren auf. Schließlich können Angebotsüberschneidungen zentren- bzw. auch nahversorgungsrelevanter Sortimente an städtebaulich nicht integrierten Standorten mit Angeboten in zentralen Versorgungsbereichen und an integrierten Standorten kurz- bis mittelfristig einen (weiteren) Bedeutungs- bzw. Funktionsverlust zentraler Versorgungsbereiche forcieren, der sich in Form von sinkendem Angebotsniveau, zunehmenden Leerständen und Trading-Down-Tendenzen widerspiegelt.

Eindeutige politische und planerische Aussagen bzw. ein vom Rat der Stadt beschlossenes, gemeinschaftlich getragenes, klares Konzept mit verbindlichen Aussagen zur zukünftigen räumlichen, quantitativen und qualitativen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sollen zur Sicherung und Stärkung von Einzelhandelsstrukturen beitragen. Ein kommunales Einzelhandelskonzept stellt so eine zumeist unverzichtbare Voraussetzung für sachgerechte, gemeindliche Planungen zur Steuerung des Einzelhandels dar und trägt zu einer Planungs- und Investitionssicherheit bei. Eine rechtliche Bindungswirkung entwickelt sich dabei durch die Umsetzung des Konzeptes in der Bauleitplanung. Entsprechend der systematischen Stellung in § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB stellt das Einzelhandelskonzept als städtebauliches Entwicklungskonzept, das in sich **methodisch fehlerfrei und in sich widerspruchsfrei** sein muss, dabei einen **Abwägungsbelang** dar. In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass eine widersprüchliche Handhabung bei der Umsetzung des Konzeptes, etwa durch **Abweichen bei Einzelvorhaben nach Belieben**, dessen **Tauglichkeit** (in Zukunft) in Frage stellen kann. Dabei mag eine einmalige, städtebaulich begründete und dem Rat der Stadt **bewusste Abweichung** noch nicht zwangsläufig zur

Unwirksamkeit eines Einzelhandelskonzeptes führen. Allerdings ist herauszustellen, dass ein Einzelhandelskonzept seine Steuerungswirkung jedenfalls dann verliert, wenn dieses durch „Teilplanungen und -genehmigungen derartig durchlöchert ist, dass von einem noch immer verfolgten Konzept ernstlich nicht mehr die Rede sein kann“¹.

Vor diesem Hintergrund hat sich das Einzelhandelskonzept der Stadt Lüdenscheid als Grundlage für die stadt- und regionalverträgliche Entwicklung und Stärkung des Einzelhandels in Lüdenscheid mit seinen konzeptionellen Bausteinen bewährt. Ein städtebauliches Entwicklungskonzept wie das Einzelhandelskonzept stellt jedoch nur solange eine taugliche Grundlage für konkrete Entscheidungen und Planungen dar, wie seine Grundlagenermittlungen und die daraus abgeleiteten Schlussfolgerungen und Empfehlungen der aktuellen Situation entsprechen. So hat die Stadt Lüdenscheid, mit Blick auf Veränderungen der Einzelhandelslandschaft einerseits sowie insbesondere auch der bundes- und landesrechtlichen Rahmenbedingungen (BauGB, BauNVO, LEP NRW, einschlägige Rechtsprechung), andererseits das Planungsbüro Junker + Kruse damit beauftragt, das Einzelhandelskonzept **einer Überprüfung und Aktualisierung** zu unterziehen.

Im Rahmen der Fortschreibung stellt eine Empirie eine wesentliche Grundlage des Einzelhandelskonzeptes – sowohl für die Bewertung der Ist-Situation, aber auch für die Herleitung der Schlussfolgerungen und Empfehlungen – dar. Seit der Erarbeitung des letzten Einzelhandelskonzeptes im Jahre 2013 haben zahlreiche kleinere, aber auch nicht unerhebliche größere Veränderungen in der Lüdenscheider Einzelhandelslandschaft stattgefunden. Dabei unterliegen nicht nur die Situation vor Ort, sondern auch die übergeordneten Rahmenbedingungen einem fortschreitenden Wandel. Dazu zählen vor allem der allgemeine Strukturwandel im Handel (u. a. gesättigte Verkaufsflächenentwicklung, Onlinehandel, Globalisierung) sowie Veränderungen rechtlicher Rahmenbedingungen auf Bundes- (BauGB-Novellen) wie auf Landes- oder Regionalebene (LEP NRW, Regionalplan). Hier ist insbesondere der Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) in seiner aktuellen Fassung vom 06.08.2019 mit seinen einschlägigen Zielen und Grundsätzen (Kapitel 6.5 Ziele und Grundsätze zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels) zu beachten bzw. zu berücksichtigen. Nicht zuletzt ist es darüber hinaus unabdingbar, auch die einschlägige Rechtsprechung u. a. zu Anforderungen an zentrale Versorgungsbereiche oder zur Einzelhandelssteuerung zu berücksichtigen.²

Auf Basis einer dezidierten Einzelhandelsanalyse soll die Untersuchung Strategien zur Einzelhandelsentwicklung bzw. letztlich auch zur Stadtentwicklung in Lüdenscheid unter Berücksichtigung sowohl der rechtlichen, demographischen und städtebaulichen Rahmenbedingungen als auch der betrieblichen Anforderungen aufzeigen. Dabei sind die übergeordneten, städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Lüdenscheid wichtige Bestandteile einer gemeinschaftlich getragenen, nachhaltigen Einzelhandelspolitik. Dazu gehören

- die Sicherung und Stärkung einer attraktiven Innenstadt mit ihrem Hauptgeschäftszentrum,

1 Vgl. Nds OVG, Beschluss vom 18.11.2013 – AZ 1 LA 43/13, juris Rdnr. 15

2 Zahlreiche Urteile (OVG und BVerwG) zum Themenkomplex der Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung, u. a. Urteil des Oberverwaltungsgerichtes NRW vom 19.06.2008 (OVG NRW 7 A 1392/07), bestätigt durch das Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 17.12.2009 (BVerwG 4 C 2.08); Urteil des Oberverwaltungsgerichtes NRW vom 15.02.2012 (OVG NRW 10 D 32/11.NE)

- die Sicherung und Weiterentwicklung einer weitgehend flächendeckenden und ausreichenden Grundversorgung im gesamten Stadtgebiet sowie auch
- die gezielte und geordnete Entwicklung des großflächigen Einzelhandels mit Standorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, die im Sinne einer Arbeitsteilung die zentrenrelevanten Funktion ergänzen (nicht zentrenrelevanter Einzelhandel, Nahversorgung).

Vor allem ermöglicht die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Lüdenscheid weiterhin, mit einem möglichst hohen Grad an Planungs- und Rechtssicherheit z. B. Bebauungspläne zu ändern oder auch neu aufzustellen, sofern der Einzelhandel in diesem Zusammenhang eine Bedeutung hat. Auf Basis eines vom Rat der Stadt – als städtebauliches Entwicklungskonzept i. S. v. § 1 (6) Nr. 11 BauGB – beschlossenen Einzelhandelskonzeptes, ist die Stadt Lüdenscheid in der Lage, für den weitaus größten Teil der zukünftigen Anfragen, Entscheidungen zu Fragestellungen der Einzelhandelssteuerung herbeizuführen und dies auch im möglichen Bauleitplanverfahren zu begründen, ohne für den Einzelfall die städtebauliche Verträglichkeit belegt oder widerlegt zu haben³. Dies „entlastet“ die Stadt von der häufig strittigen Auseinandersetzung mit einzelfallbezogenen Wirkungsanalysen, die sehr häufig zu anderen Ergebnissen kommen als die Zielsetzungen, die das Einzelhandelskonzept unter Berücksichtigung der gesamtstädtischen Situation für den betrachteten Standort vorgibt.

Das vorliegende Einzelhandelskonzept umfasst zunächst eine Analyse des einzelhandelsrelevanten Angebotes sowie der nachfrageseitigen Daten. Auf dieser Basis findet eine Bewertung von Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Lüdenscheid statt. Darauf aufbauend werden die konzeptionellen Bausteine des Einzelhandelskonzeptes (Ziele, Standortmodell, Definition der zentralen Versorgungsbereiche und sonstiger Entwicklungsbereiche im Stadtgebiet, die Sortimentsliste sowie die Grundsätze zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung) definiert.

3 Urteil des BVerwG vom 26.03.2009 – AZ 4 C 2.07

2 Übergeordnete Zielaussagen

Im Rahmen des Planungssystems in Nordrhein-Westfalen stehen stadtentwicklungsplanerische Entscheidungen, insbesondere auch vor dem Hintergrund der Einzelhandelssteuerung sowie im Bezug zu übergeordneten Planungen, auf Landes-, regionaler und kommunaler Ebene.

2.1 Ziele und Grundsätze der Landesplanung

Mit seinen Zielen und Grundsätzen ist der ab dem 06. August 2019 geltende LEP NRW, welcher sich aus der LEP-Fassung von 2017 ergibt, das wichtigste Planungsinstrument der Landesplanungsbehörde in Nordrhein-Westfalen. Die Vorgaben der Landesplanung sind bei der Erarbeitung von Regionalplänen, Flächennutzungsplänen und Bebauungsplänen sowie anderen Fachplänen der nachgeordneten Planungsebenen zu beachten. Der Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) beinhaltet

- die raumstrukturellen Zielsetzungen mit den Entwicklungsachsen der Siedlungsräume und den natürlichen Lebensgrundlagen wie Freiraum, Natur, Landschaft, Wald und Wasser;
- die Flächenvorsorge für Wohnbauland, für die Wirtschaft, für Großvorhaben, für Bodenschätze sowie für Freizeit und Erholung;
- die Infrastruktur für Verkehr, Energieversorgung und Entsorgung.

Kapitel 6.5 befasst sich mit vorgezogenen Regelungen zum großflächigen Einzelhandel. Dabei werden die im ROG festgelegten Grundsätze der Raumordnung zur Daseinsvorsorge und zur Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche im Hinblick auf den großflächigen Einzelhandel konkretisiert. Vor dem Hintergrund der Einzelhandelssteuerung ist somit hervorzuheben, dass durch die Festlegung der zentralen Orte eine Versorgung der Bevölkerung mit einem ausgewogenen Warenangebot, sozialen, kulturellen und wirtschaftsbezogenen Einrichtungen und Dienstleistungen sowie einem entsprechenden Wohnungsangebot im Sinne des dezentralen Konzentrationsgebotes auf kurzem Wege sichergestellt wird. Die Festlegung von Zielen und Grundsätzen für die Ansiedlung, Erweiterung und Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen trägt dazu bei, dass in allen Landesteilen eine bedarfsorientierte Warenversorgung der Bevölkerung durch eine ausgewogene und breit gefächerte, nach Zentralörtlichkeit differenzierte Einzelhandelsstruktur sichergestellt wird. Die Stadt Lüdenscheid wird als Mittelzentrum eingestuft (siehe dazu: LEP NRW Kapitel 2, Abbildung 1).

Der Landesentwicklungsplan gibt in seinem Kapitel 6.5 vor, dass Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben i. S. v. § 11 (3) BauNVO nur in Allgemeinen Siedlungsgebieten (ASB) festgesetzt werden können. Darüber hinaus werden klare Vorgaben zur Steuerung des zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Einzelhandels gemacht, wobei die Landesplanung städtebaulich integrierten Einzelhandelsstandorten und damit nicht zuletzt den zentralen Versorgungsbereichen den Vorrang einräumt. In Anlage 1 werden zentrenrelevante Leitsortimente dargestellt, die stets zu beachten sind und die Innenstadtlagen prägen sowie eine hohe Besuchsattraktivität

implementieren. Diese Liste ist auf kommunaler Ebene auf Grundlage der örtlichen Situation zu überprüfen und ggf. zu ergänzen.

Folgende Ziele und Grundsätze mit Bezug zum großflächigen Einzelhandel werden im LEP NRW im Kapitel 6.5 festgelegt:

3.2.3 Öffentliche Einrichtungen und Dienstleistungen (großflächiger Einzelhandel)

Ziele und Grundsätze

6.5-1. Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels nur in Allgemeinen Siedlungsgebieten

Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO 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 i. S. d. § 11 (3) BauNVO 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 i. S. d. § 11 (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.

6.5-3 Ziel Beeinträchtigungsverbot

Durch die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO 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 i. S. d. § 11 (3) BauNVO mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll der dazu 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 i. S. d. § 11 (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.

6.5-6 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente

Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente eines Sondergebietes für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO 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 i. S. d. § 11 (3) BauNVO außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen als Sondergebiete gemäß § 11 (3) BauNVO dargestellt und festgesetzt werden. Dabei sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen in der Regel auf die Verkaufsflächen, die baurechtlichen Schutz 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 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.

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 i. S. d. § 11 (3) BauNVO

Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO sind, soweit von § 12 (3a) S.1 BauGB 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 6.5-3, 6.5-4, 6.5-5 und 6.5-6 zu entsprechen.

Anlage 1 (Leitsortimente)

Papier / Bürobedarf / Schreibwaren,

Bücher,
 Bekleidung, Wäsche,
 Schuhe, Lederwaren,
 medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel,
 Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik,
 Spielwaren,
 Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Teilsortimente Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder
 und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte),
 Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto,
 ohne Elektrogroßgeräte, Leuchten),
 und
 Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant),
 Gesundheits- und Körperpflegemittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant).

2.2 Einzelhandelserlass NRW 2021

Mit seinen Hinweisen und Empfehlungen sowie den Definitions- und Interpretationshilfen einerseits, aber auch mit den zahlreichen Verweisen zu aktuellen obergerichtlichen und höchstrichterlichen Entscheidungen ist der am 31. Dezember 2021 in Kraft gesetzte neue Einzelhandelserlass des Landes NRW⁴ (EHE NRW) ein wichtiges Instrument für die Kommunen im Land. Denn ihnen kommt primär die Aufgabe zu, die Einzelhandelsentwicklung so zu steuern, dass ihre Zentrenstruktur und Nahversorgungssituationen nicht geschwächt, sondern idealerweise gestärkt bzw. weiterentwickelt werden. Auch Betreiber und Grundstückseigentümer, Investoren und Projektentwickler können von dem neuen Einzelhandelserlass profitieren, da er mit seinem umfassenden Ansatz einen hohen Grad an Planungs- und Investitionssicherheit bietet. Nicht zuletzt soll der Einzelhandelserlass für die in diesem Zusammenhang tätigen Behörden, Verbände und Institutionen eine aktuelle und sachgerechte Beurteilungsgrundlage für die Vielzahl der möglichen Fragestellungen dienen.

Das vorliegende Einzelhandelskonzept beachtet die relevanten Hinweise und Empfehlungen des neuen Einzelhandelserlasses NRW.

2.3 Flächennutzungsplan

Der **Flächennutzungsplan (FNP) der Stadt Lüdenscheid** stellt für das Lüdenscheider Stadtgebiet die verschiedenen Bauflächen nach Art ihrer baulichen Nutzung gemäß § 1 BauNVO dar, dazu gehören:

- Wohnbauflächen
- gemischte Bauflächen

4 Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes NRW, Ministerium für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung des Landes NRW, Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten in Nordrhein-Westfalen (Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen 2021).

- gewerbliche Bauflächen
- Sonderbauflächen

Die Entwickelbarkeit von Standorten für (großflächige) Einzelhandelsbetriebe beruht auf den Festsetzungen zu den Baugebieten (§§ 2–11 BauNVO). Besondere Festsetzungen hinsichtlich der Einzelhandelssteuerung im FNP stellen die Sondergebiete mit spezifischen Zweckbestimmungen dar (z. B. Großflächiger Einzelhandel – Lebensmittel, Möbel, Bau- oder Gartenmarkt).

Im Flächennutzungsplan sind zudem zentrale Versorgungsbereiche im Lüdenscheider Stadtgebiet mit ihrer Hierarchiestufe ausgewiesen:

- Hauptzentrum (Lüdenscheider Innenstadt)
- GZ Grundzentrum / Nahversorgungszentrum:
Buckesfelder Straße / Unterm Freihof
Kölner Straße
Kluser Straße
Heedfelder Straße
Bräucken Kreuz
Bräuckenstraße

Deren Einordnung und Abgrenzung ist im Zuge der nächsten Fortschreibung des Flächennutzungsplans vor dem Hintergrund der beschlossenen Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts zu überprüfen.

3 Methodik

Die vorliegende Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Lüdenscheid stützt sich sowohl auf die Ergebnisse aktueller primärstatistischer Erhebungen wie auch auf sekundärstatistische Quellen.

Die **primärstatistischen Erhebungen** bilden im Rahmen der Fortschreibung eine wichtige Datengrundlage und Berechnungsbasis, anhand derer eine sachgerechte und empirisch abgesicherte Beurteilung derzeit aktueller und zukünftig anstehender Einzelhandelsansiedlungen ermöglicht wird. In erster Linie zählt hierzu die erneute flächendeckende Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerstände) im gesamten Lüdenscheider Stadtgebiet sowie die Erhebung der Dienstleistungsbetriebe in zentralen Bereichen.

Für die **sekundärstatistischen Daten** wurde auf spezifische Quellen (Pläne, Programme, Veröffentlichungen) zurückgegriffen, die in erster Linie dem interregionalen und intertemporären Vergleich der für die Stadt Lüdenscheid gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch verschiedene Kennziffern aus dem Bereich der Handelsforschung und hier vor allem die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants GmbH, Köln.

Hinzu kommt eine auf einzelhandelsrelevante Belange ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte**, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Überprüfung der Definitionen und Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche i. S. v. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO darstellen und somit auch planungsrechtlich zwingend erforderlich sind. Diese städtebauliche Analyse stellt eine qualitative Ergänzung der quantitativen Bausteine dar, sodass sich in der Gesamtschau (Angebotsanalyse, Städtebau und Nachfrageanalyse) ein auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtetes, detailliertes Bild zur Einkaufssituation in Lüdenscheid ergibt, welches die Grundlage für die Erstellung der konzeptionellen Bausteine darstellt.

3.1 Angebotsanalyse

Zur Analyse der Angebotssituation wird im Zeitraum (Januar/Februar 2021) eine flächendeckende **Vollerhebung des Lüdenscheider Einzelhandelsbestands** durchgeführt. Sie basiert auf einer flächendeckenden Begehung / Befahrung des Stadtgebiets bei gleichzeitiger, soweit möglich, lasergestützter Bestandsaufnahme und Kartierung der Einzelhandelsbetriebe. Im Rahmen der Vollerhebung wurden die Adressen sowie die Verkaufsflächen der Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Einzelsortimenten (vgl. Tabelle 1) aufgenommen. Weiterhin wird eine Lagezuordnung vorgenommen (vgl. dazu Tabelle 2).

Aufgrund der Auswirkungen der Corona-Pandemie hat sich die Erarbeitung der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes außerplanmäßig verlängert, sodass das Zahlenwerk punktuell, bezogen auf strukturprägende Veränderungen im Einzelhandelsbestand (u. a. Schließung Adler oder Eröffnung POCO) angepasst wurde.

Der Erhebung liegt folgende Definition der Verkaufsfläche zugrunde:

Gemäß dem Urteil vom BVerwG vom 24.11.2005, 4 C 10.04 ist bei der Berechnung der Verkaufsfläche die dem Kunden zugängliche Fläche maßgeblich. Hierzu gehören auch Schaufenster, Gänge, Treppen, Kassenzonen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände und Freiverkaufsflächen soweit sie nicht nur vorübergehend zum Verkauf genutzt werden.

Auch zur Verkaufsfläche sind diejenigen Bereiche zu zählen, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für ihn sichtbar ausliegt (Käse-, Fleisch- und Wursttheke etc.) und in dem das Personal die Ware zerkleinert, abwiegt und verpackt.

Ebenso zählen dazu die Flächen des Windfangs und des Kassenvorraums (einschließlich eines Bereiches zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials).

Flächen für die Pfandrücknahme sind gemäß aktueller Rechtsprechung (Urteil OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06. Februar 2009) der Verkaufsfläche zuzurechnen soweit sie dem Kunden zugänglich sind. Für Kunden unzugängliche Lagerräume für Pfandgut gehören nicht zur Verkaufsfläche.

Nicht zur Verkaufsfläche sind diejenigen Flächen zu zählen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige Vorbereitung (Portionierung etc.) erfolgt sowie die (reinen) Lagerflächen. Abstellflächen für Einkaufswagen gehören, soweit sie außerhalb des Gebäudes gelegen sind, gemäß dem Urteil des OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06. Februar 2009 grundsätzlich nicht zur Verkaufsfläche.

Eine solche primärstatistische Erhebung ist als wichtige Datenbasis und fundierte Bewertungsgrundlage zwingend erforderlich. Insbesondere mit Blick auf die jüngere Rechtsprechung zum Thema „Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung“ ist eine sehr dezidierte Bestandserfassung notwendig. Dabei sind insbesondere auch relevante Randsortimente zu erfassen, die neben den klassischen Kernsortimenten zentrenprägende Funktionen einnehmen können. Um die sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden daher einzelne Sortimente (auf der Basis eines etwa 50 Sortimente umfassenden Erhebungsschlüssels) differenziert erfasst und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen ermittelt.

In der sich anschließenden Auswertung wurden die Sortimente den in der folgenden Tabelle dargestellten 17 Warengruppen zugeordnet.

Tabelle 1: Sortimentsspezifische Erhebungssystematik Junker + Kruse

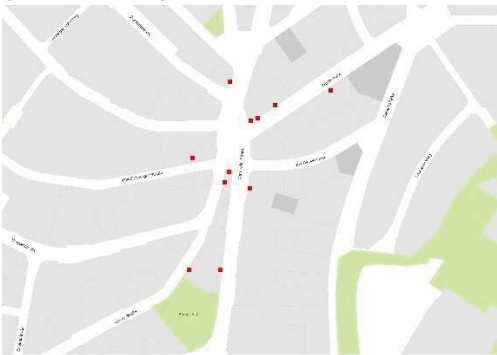
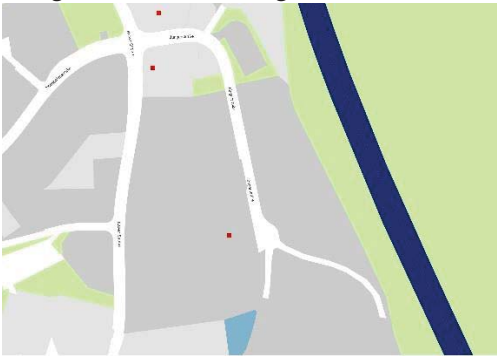
Warengruppe	Sortimente
überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe	
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel
	Backwaren / Konditoreiwaren
	Fleischwaren
	Getränke
Blumen (Indoor) / Zoo	Blumen

Warengruppe	Sortimente
	Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen (Indoor)
	Zoologische Artikel
Gesundheit und Körperpflege	Apotheke
	Drogeriewaren
Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	Bücher
	Papier / Büroartikel / Schreibwaren
	Zeitungen / Zeitschriften
überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe	
Bekleidung / Textilien	Bekleidung
	Handarbeitswaren / Kurzwaren / Meterware / Wolle
Schuhe / Lederwaren	Schuhe
	Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren
Spielwaren / Hobbyartikel	Hobbyartikel
	Musikinstrumente und Zubehör
	Spielwaren
Sport und Freizeit	Angler-, Jagdartikel und Waffen
	Campingartikel
	Fahrräder und technisches Zubehör
	Sportartikel
	Sportbekleidung und Sportschuhe
	Sportgroßgeräte
überwiegend langfristige Bedarfsstufe	
Wohneinrichtung	Bettwaren / Matratzen
	Heimtextilien
	Teppiche (Einzelware)
	Wohneinrichtungsartikel
Möbel	Möbel
Elektro / Leuchten	Elektrogroßgeräte
	Elektrokleingeräte
	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel
Elektronik / Multimedia	Elektronik und Multimedia
Medizinische und orthopädische Artikel	Medizinische und orthopädische Artikel
Uhren, Schmuck	Uhren / Schmuck
Bau- und Gartenmarktsortimente	Bauelemente / Baustoffe
	Baumarktspezifisches Sortiment
	Gartenartikel und -geräte
	Pflanzen / Samen
	Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör
Sonstiges	Erotikartikel
	Kinderwagen

Quelle: eigene Zusammenstellung

Im Rahmen der Erhebung wurden die Einzelhandelsbetriebe den Lagekategorien zentraler Versorgungsbereich, städtebaulich integrierte (Solitär-)Lage und städtebaulich nicht integrierte Lage zugeordnet. Deren Merkmale werden in der nachstehenden Tabelle 2 erläutert:

Tabelle 2: Definition von Lagekategorien

Zentrale Versorgungsbereiche Zentrale Versorgungsbereiche zeichnen sich durch städtebauliche und funktionale Kriterien aus. Sie besitzen eine Versorgungsfunktion für ein über den unmittelbaren Nahbereich hinausgehendes Einzugsgebiet. Kennzeichnend ist in der Regel eine Multifunktionalität, d. h. Mischung von unterschiedlichen Nutzungen wie Einzelhandel und Dienstleistungen, aber auch Gastronomie, Kultur und Freizeit sowie unterschiedlicher Betriebsformen und -größen. Zentrale Versorgungsbereiche sind schützenswert im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO.	Beispiel: Zentraler Versorgungsbereich (Kölner Straße) 
Städtebaulich integrierte (Solitär-)Lage Eine Legaldefinition des Begriffs der „integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Lüdenscheid handelt es sich dabei um Einzelhandelsbetriebe, die in das Siedlungsgefüge der Stadt Lüdenscheid integriert sind und einen Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen haben. Die Einzelhandelsdichte und -konzentration reicht jedoch nicht aus, um die Lagen als zentralen Versorgungsbereich zu bezeichnen. Konkret wurden alle Standorte als integriert eingestuft, deren direktes Umfeld an mindestens zwei Seiten an zusammenhängende Wohnsiedlungen angrenzt, ohne dass städtebauliche Barrieren wie Hauptverkehrsstraßen oder Bahngleise den Standort von der Wohnsiedlung separieren und die fußläufige Erreichbarkeit einschränken.	Beispiel: städtebaulich integrierte Lage (Kluser Straße) 
Städtebaulich nicht integrierte Lage Die nicht integrierte Lage umfasst sämtliche Standorte, die nicht im Zusammenhang mit der Wohnbebauung stehen, z. B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfallstraßen bzw. Bundesstraßen und auto-kundenorientierten Standorten (z. B. in Gewerbegebieten).	Beispiel: städtebaulich nicht integrierte Lage (Jüngerstraße, Gewerbegebiet) 

Quelle: eigene Zusammenstellung

Außerdem wurden unter Berücksichtigung der Lüdenscheider Stadtbezirke die Betriebe folgenden Erhebungseinheiten zugeordnet:

- Bierbaum / Höh / Hellersen
- Brügge
- Brüninghausen / Augustenthal
- Buckesfeld / Othlinghausen
- Dickenberg / Eggenscheid
- Gevelndorf / Freisenberg
- Grünewald
- Honsel / Eichholz
- Innenstadt / Staberg / Knapp
- Kalve / Wefelshohl
- Oeneking / Stüttinghausen
- Ramsberg / Hasley / Baukloh
- Tinsberg / Kluse / Worth
- Vogelberg / Worthhagen
- Wehberg
- Wettringhof

Die durchgeführte flächendeckende Vollerhebung des Lüdenscheider Einzelhandels im Stadtgebiet stellt eine wesentliche Grundlage zur Analyse und Bewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebotes sowohl auf gesamtstädtischer als auch auf Ebene einzelner Stadtbezirke und Siedlungsbereiche dar.

Auf Basis der Verkaufsflächendaten der Einzelhandelsbetriebe sowie unter Berücksichtigung der räumlichen Lage der Betriebe werden die absatzwirtschaftlichen Kennwerte ermittelt, die in die zukünftigen Handlungserfordernisse und planungsrelevanten Aussagen einfließen. Gleichzeitig ist die differenzierte Ausweisung der Verkaufsflächen und Sortimente im Hinblick auf die im Rahmen dieses Konzeptes zu erstellende ortstypische Sortimentsliste zwingend geboten.

3.2 Nachfrageanalyse

Einen zweiten wichtigen Baustein der Grundlagenermittlung stellt die Analyse der Nachfragesituation dar. Sie liefert ein umfassendes Bild über das spezifische einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen der Bevölkerung in Lüdenscheid und der Region und ermöglicht in der Gegenüberstellung zur Angebotssituation Rückschlüsse über den aktuellen Leistungsstand des Einzelhandels.

Sekundärstatistische Daten

Die Darstellung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Einzelhandelsgutachten und -analysen geschieht auf Grundlage sekundärstatistischer Daten. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine entsprechenden Daten über Einkommen

und Kaufkraftpotenzial zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch eine Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden. Dabei werden in der vorliegenden Untersuchung Werte der IFH Retail Consultants GmbH, Köln zugrunde gelegt. Diese sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes. Der Indexwert von 100 beschreibt den Bundesdurchschnitt. Liegt die Kaufkraftkennziffer einer Kommune unter dem Indexwert 100, so ist diese durch ein dem entsprechenden Prozentsatz niedrigeres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, dann zeichnet sich die Kommune durch ein vergleichsweise höheres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau aus.

Kundenherkunftserhebung

Die Kundenherkunftserhebung gibt Auskunft über das Einzugsgebiet des Lüdenscheider Einzelhandels und stellt somit eine empirische Basis für die Abgrenzung des Einzugsgebietes dar. Dieses lässt zum einen Rückschlüsse zur Ausstrahlungskraft des Lüdenscheider Einzelhandels zu und dient zum anderen als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurden in einem einwöchigen Zeitraum vom 20.06. zum 25.06.2022 bei Einzelhändlern unterschiedlicher Branchenzugehörigkeit und Größe Listen ausgelegt, in die der Wohnort der zahlenden Kunden eingetragen wurde. Insgesamt beteiligten sich rund 3.200 Kunden.

Die Kundenherkunft (Wohnort der Kunden) wurde jeweils von dem für den Zahlvorgang zuständigen Personal in den einzelnen Betrieben aufgenommen. Dabei ist festzustellen, dass die Bereitschaft der Beteiligung seitens der Betriebe tendenziell eingeschränkt war. Der Misstrauen aufgrund der allgemeinen Situation (u. a. Corona-Pandemie, A 45 Sperrung, wirtschaftliche Folgewirkungen) war dabei deutlich spürbar, was sich nicht zuletzt auch in der vergleichsweise geringen Kundenzahl widerspiegelt.

Umsatzberechnung

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsatzdaten des Lüdenscheider Einzelhandels werden nicht nur die ermittelte Verkaufsfläche pro Warengruppe und bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte für einzelne Branchen angesetzt, sondern vielmehr die konkrete Situation vor Ort mitberücksichtigt. Dazu zählen insbesondere die unterschiedliche Flächenproduktivität der Vertriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der detaillierten Angebotsstrukturen in Lüdenscheid. Diese werden schließlich auf den Verkaufsflächenbestand für die einzelnen Warengruppen hochgerechnet.

Bestimmung der einzelhandelsrelevanten Zentralität

Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt stellt ein Kriterium für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar, denn sie ist Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, zur lokal gebundenen Kaufkraft zusätzliche Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels

anzuziehen. Die Einzelhandelszentralität ist damit eine Maßzahl für den Kaufkraftzufluss oder den Kaufkraftabfluss einer Kommune. Die gesamtstädtische Zentralität sagt dabei jedoch nichts darüber aus, welche räumlichen Teilbereiche einer Kommune zu dieser Zentralität beitragen. Hierzu sind weitergehende Analysen erforderlich.

In der vorliegenden Untersuchung wird die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer auf Basis der errechneten Einzelhandelsumsätze, deren Grundlage u. a. die empirisch ermittelten Verkaufsflächen darstellen sowie dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen (in Anlehnung an IFH Retail Consultants GmbH, Köln) berechnet. Somit hat diese Berechnungsmethode einen eindeutigen lokalen Bezug zur aktuellen Situation in der Stadt Lüdenscheid und bildet die Situation realitätsnah ab. Eine Differenzierung, z. B. nach Warengruppen ermöglichen spezifische Bewertungen.

Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in der Stadt Lüdenscheid. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine regionale Ausstrahlung hin. Eine Abweichung unterhalb des Basiswertes dagegen zeigt mögliche Strukturschwächen des Einzelhandels in der Stadt auf.

3.3 Definition Nahversorgung

Im Rahmen der Analyse der Einzelhandelssituation und kommunalen Daseinsvorsorge kommt der wohnungsnahen Grundversorgung eine besondere Bedeutung zu. Dabei nimmt die Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben zu den verschiedenen Lagekategorien einen wichtigen Stellenwert ein.

Unter Nahversorgung wird hier die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden.

Zu den Gütern des kurzfristigen Bedarfs werden die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflege, Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher sowie Blumen (Indoor) / Zoo gezählt (s. o.). Ergänzt werden diese Warengruppen häufig durch weitere kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. In der Praxis und somit auch in diesem Einzelhandelskonzept wird als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel herangezogen.

Nahversorgungsstandorte können unterschiedlich ausgestattet sein. Neben einer rein quantitativen Betrachtung sind im Rahmen der Analyse und Bewertung der Angebotssituation auch räumliche und qualitative Aspekte (Erreichbarkeit und Betriebsformenmix) von Bedeutung. Dabei geht es bei der qualitativen Betrachtung vor allem um die warengruppenspezifische Angebotsstruktur und -vielfalt. Bei der räumlichen Betrachtung wird die (fußläufige) Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben diesbezüglich ein Entfernungsmaß zwischen 500 m und 1.000 m als

akzeptierte Distanz herausgestellt⁵. Aufgrund der topografischen Situation (überwiegend bergige Lage) und Siedlungsstruktur in Lüdenscheid wird eine Distanz von ca. 600 m als kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistancen zwischen Wohnstandorten und Grundversorgungsangeboten (hier: strukturprägenden Lebensmittelmärkten) festgelegt.

Die kleinste Einheit der Nahversorgungsstandorte bilden solitäre Verkaufsbetriebe in Wohngebieten, die eine fußläufig erreichbare, wohnstandortnahe Versorgung im Quartier gewährleisten sollen.

Von Nahversorgungsstandorten (mit einzelnen Betrieben) sind zentrale Versorgungsbereiche, wie beispielsweise Nahversorgungszentren zu unterscheiden. Sie nehmen eine über die rein fußläufige Erreichbarkeit hinausgehende Versorgungsfunktion mit Gütern und Dienstleistungen auf Ebene einzelner Stadtteile oder -bereiche ein.

Folgende Sortimente bzw. Dienstleistungsangebote können beispielhaft bzw. idealtypisch als relevant für die wohnungsnaher Nahversorgung bezeichnet werden:

Tabelle 3: Angebotsbausteine der Nahversorgung (Beispiel)

„idealtypische“ Ausstattung	Nahrungs- und Genussmittel Brot und Backwaren Fleisch- und Wurstwaren Getränke Drogerie- und Körperpflegeartikel Apothekerwaren
	Post, Bank Ärzte, Friseur, Lotto
Zusatzausstattung	Spirituosen, Tabakwaren Zeitungen, Zeitschriften Bücher, Schreibwaren Blumen
	Café, Gaststätte Reinigung, Reisebüro

Quelle: eigene Zusammenstellung

3.4 Städtebauliche Analyse

Die städtebauliche Analyse zielt darauf ab, aktuelle Stärken und Schwächen der Versorgungsstandorte in Lüdenscheid im Kontext der Siedlungsstruktur zu erfassen. Dabei liegt ein Schwerpunkt der Betrachtungen auf den zentralen Versorgungsbereichen. Die vorhandenen (wie auch ggf. neue faktische oder perspektivische) zentralen Versorgungsbereiche werden anhand einer transparenten und einheitlichen Bewertungsmatrix überprüft und abgegrenzt. Dies geschieht auch mit Blick auf die jüngste Rechtsprechung zu diesem Themenkomplex. Grundlage hierfür bildet in jedem Fall die aktuelle städtebauliche Analyse der einzelnen Standortbereiche.

⁵ Legt man eine Laufgeschwindigkeit von 5,4 km/h bzw. 1,5 m/s zu Grunde, wird in 7 min eine Distanz von rund 600 m zurückgelegt. Dabei orientieren sich die Darstellungen in dieser Untersuchung am bestehenden Wegenetz (600 m-Isodistanzen), so werden – im Gegensatz zur Darstellung von Radien (Luftlinie) – auch Barrieren berücksichtigt. Eine 600 m-Isodistanz ist hinsichtlich ihrer Abdeckung mit einem 500 m Radius vergleichbar.

Für die Prosperität eines zentralen Versorgungsbereiches sind neben dem Einzelhandelsprofil auch städtebauliche Belange und die Organisationsstruktur verantwortlich. Für eine tiefergreifende Analyse von Geschäftszentren sind daher insbesondere die Verknüpfung und die wechselseitigen Beeinflussungen der oben beschriebenen Themenbereiche Einzelhandel, Organisation und Städtebau von Belang. Nur dadurch ist gewährleistet, dass im abschließenden Schritt, bei der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes, die richtigen Maßnahmen für eine nachhaltige Aufwertung und Qualifizierung der Zentren genannt werden.

Folgende Kriterien werden bei der städtebaulichen Analyse untersucht:

- Einzelhandelsdichte⁶
- Lage der Einzelhandelsmagneten
- Verteilung der Geschäfte
- Ausdehnung und Kontinuität der Einzelhandelslagen
- Qualität und Erhaltungszustand der Architektur
- Qualität und Erhaltungszustand des öffentlichen Raumes
- Nutzungsmischung mit Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie kulturellen Einrichtungen
- Einkaufsatmosphäre
- Räumliche und funktionale Beziehungen zwischen dem Zentrum und seiner Umgebung
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr

Die städtebauliche Analyse ist ein wichtiger integraler Bestandteil des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Lüdenscheid. Sie liefert vor allem die Grundlage zur Ableitung städtebaulicher Handlungsempfehlungen für die Einzelhandelsstandorte in der Stadt. Gleichzeitig stellt sie aber auch einen unbedingt notwendigen Arbeitsschritt zur räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), § 9 (2a) und 34 (3) BauGB und des § 11 (3) BauNVO dar. In diesem Zusammenhang ist deutlich darauf hinzuweisen, dass die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines Zentrums vor dem Hintergrund der Rechtsprechung⁷ keine planerische "Abgrenzungsübung", sondern ein notwendiger Schritt ist, um eine rechtssichere Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten.

⁶ Anteil der Einzelhandelsbetriebe im Vergleich zu anderen Nutzungsarten wie Gastronomie, Dienstleistungs- oder Wohnnutzungen im Erdgeschoss. Hauptlagen weisen in der Regel einen durchgehenden Einzelhandelsbesatz von ca. 90 bis 100 % auf. Bei geringeren Einzelhandelsdichten von 0 bis 25 % oder auch bei 25 bis 50 % ist demnach eine Dominanz anderer Nutzungen vorhanden.

⁷ Vgl. dazu u. a. Urteile des BVerwG vom 11.10.2007 (AZ 4 C 7.07) sowie des OVG NRW vom 25.10.2007 (AZ 7A 1059/06)

3.5 Untersuchungsaufbau und Kommunikationsstruktur

Die Untersuchung umfasst drei wesentliche Arbeitsschritte (vgl. dazu Abbildung 1): die Analyse der Angebots- und Nachfrageseite in Lüdenscheid zum Status-Quo, die Darstellung und Bewertung von Entwicklungsperspektiven (Potenziale / Strategien) und der Entwicklung einer künftigen Steuerungsstrategie im Rahmen der konzeptionellen Bausteine des Einzelhandelskonzeptes (übergeordnete Ziele, Standortstruktur, Grundsätze zur Umsetzung).

Am Ende des Erarbeitungsprozesses steht eine Beschlussfassung im Rat der Stadt. Dadurch erhält das Einzelhandelskonzept, das ein städtebauliches Konzept i. S. v. § 1 (6) Nr. 11 BauGB darstellt, eine Verbindlichkeit in Form einer kommunalen Eigenbindung. Er stellt damit eine fundierte, empirisch abgesicherte, gemeinschaftlich getragene Grundlage für künftige Entscheidungen zu Ansiedlungen, Veränderungen oder Verlagerungen von Einzelhandelsbetrieben dar. Darüber hinaus liefert er Grundlagen und Begründungszusammenhänge für die Bauleitplanung.

Abbildung 1: Untersuchungsaufbau



Quelle: Eigene Darstellung

Prozessbegleitung

Hinsichtlich der Akzeptanz sowie Umsetzung eines städtebaulichen Konzeptes zur Einzelhandelsentwicklung hat es sich bewährt, die wesentlichen Akteure von Einzelhandels- und Stadtentwicklung in den Bearbeitungsprozess miteinzubinden. Dies wird in der Regel sowohl durch eine breite Information zu den Inhalten des Konzeptes, aber auch durch gezielte und persönliche Informationen und Diskussionen mit den Betroffenen erreicht. Aus diesem Grund muss ein besonderer – auch zeitlicher – Wert auf die Vermittlung der jeweiligen Zwischen- und Endergebnisse gelegt werden. Ein solcher fachbezogener Dialog verbessert die Qualität der Untersuchung und soll einen Diskussionsprozess anstoßen, der auch nach Ablauf der begleiteten Untersuchung anhält. Wenn aus der Beteiligung eine Mitwirkung wird, kann demnach mit einem breiten Verständnis der Ergebnisse und Empfehlungen gerechnet werden.

Unter denen, aufgrund der Einschränkungen durch die Corona-Pandemie, veränderten Bedingungen fand neben internen Abstimmungen zwischen Gutachter und Auftraggeber, eine Beteiligung unterschiedlicher Akteure in Form eines digitalen Workshops statt (09.12.2021). Darin wurde die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes (Analyse und Konzept) vorgestellt und

diskutiert. Im März 2023 wird das fortgeschriebene Konzept im Stadtplanungsausschuss der Stadt Lüdenscheid vorgestellt. Anschließend findet eine Öffentlichkeitsbeteiligung statt. Unter Berücksichtigung bzw. Abwägung der Hinweise und Anregungen wird das Einzelhandelskonzept im Sinne der kommunalen Selbstbindung durch den Rat der Stadt beschlossen.

4 Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Zentren- und Einzelhandelsstruktur in Lüdenscheid

Zur Einordnung der Stadt Lüdenscheid hinsichtlich der untersuchungsrelevanten Einzelhandels- und städtebaulichen Situation erfolgt nachstehend eine Übersicht über die Rahmenbedingungen, die sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch auf die Prosperität des Einzelhandelsstandortes auswirken können. Im Folgenden werden die standortrelevanten Rahmenbedingungen betrachtet.

4.1 Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends der Einzelhandelsentwicklung

Seit Jahrzehnten unterliegt der Einzelhandel einem ständigen Wandel. Neben den allgemeinen betriebstypischen Entwicklungen zeigt sich eine enorme Dynamik aufgrund eines Strukturwandels im Einzelhandel, welcher durch die Digitalisierung und den Onlinehandel hervorgerufen wird.

Wesentliche Trends, welche zugleich einen nicht unerheblichen Einfluss auf die Entwicklung städtischer Zentren und der räumlichen Einzelhandelsstruktur haben, werden nachfolgend skizziert:

4.1.1 Entwicklungen auf der Nachfrageseite

- „Die **demografischen Veränderungen** und ihre Folgen sind in Deutschland seit vielen Jahren in nahezu allen Lebensbereichen spürbar. Ihre Ursachen sind in erster Linie die kontinuierlich steigende Lebenserwartung, das dauerhaft niedrige Geburtenniveau und die wachsende nationale und internationale Mobilität. Diese drei demografischen Dauertrends führen dazu, dass sich die Bevölkerung in ihrer Struktur bereits gewandelt hat und laufend weiter verändern wird.“⁸

Das heißt insbesondere: Wir werden älter, weniger, multikultureller, wir leben immer häufiger alleine und für die Vorausberechnung der tatsächlichen Einwohnerschaft am schwierigsten vorhersehbar: wir siedeln um. Auch in Lüdenscheid sind entsprechende Veränderungen zu beobachten.

- Die Kaufenden entscheiden sich bewusst für einen **Versorgungs- oder Erlebniseinkauf**. Dabei zählt beim Versorgungseinkauf insbesondere die Erreichbarkeit und der Preis, während der Erlebniseinkauf durch Faktoren wie Qualität und Atmosphäre gekennzeichnet ist. Der Erlebniseinkauf ist Bestandteil der Freizeitgestaltung. Vor diesem Hintergrund sind Kopplungen mit anderen Aktivitäten und Nutzungen (Shopping, Dienstleistung, Gastronomie) von besonderer

8 Quelle: <https://www.demografie-portal.de>, (Zugriff im März 2020)

Bedeutung, während der Versorgungseinkauf durch eine zunehmende Discountorientierung und Schnäppchenkäufe gekennzeichnet ist.

- Die weltweiten, europäischen und auch nationalen Auswirkungen des Ende Februar 2022 begonnenen Krieges in der **Ukraine** lassen sich noch nicht abschätzen. Dennoch sind verschiedene Entwicklungen bereits spürbar, die sich mittelfristig verschärfen dürften:
 - Steigende Herstellungskosten und insbesondere auch sich kontinuierlich erhöhende Lebensmittelpreise wirken sich negativ auf das Konsumverhalten der Bevölkerung aus. Die Konzentration auf eher lebensnotwendige Grundnahrungsmittel und auf die übrigen Güter des täglichen Bedarfs wirken sich negativ auf den Konsum bei mittel- und langfristigen Bedarfsgütern (Bekleidung, Schuhe, Unterhaltungselektronik etc.) aus und führen dort zu Umsatzeinbußen.
 - Preissteigerungen haben auch Auswirkungen auf die Sortimentsstruktur (Marken, Preislagen), Wahl des Einkaufsstandortes (wohnnah, Wechsel zu Discount) und die Konkurrenz zwischen alternativen Verwendungen des privaten Konsums (Einzelhandel vs. Reisen)⁹
 - Preissteigerungen im Energiesektor belasten die Einkommen der Haushalte und führen zu Verschiebungen zu Ungunsten der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft. Zudem bindet u. a. der Boom bei Investitionen in klimaneutralere Photovoltaik- und Heizungssysteme finanzielle Mittel der Privathaushalte, dass u.a. aus der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft abfließt.

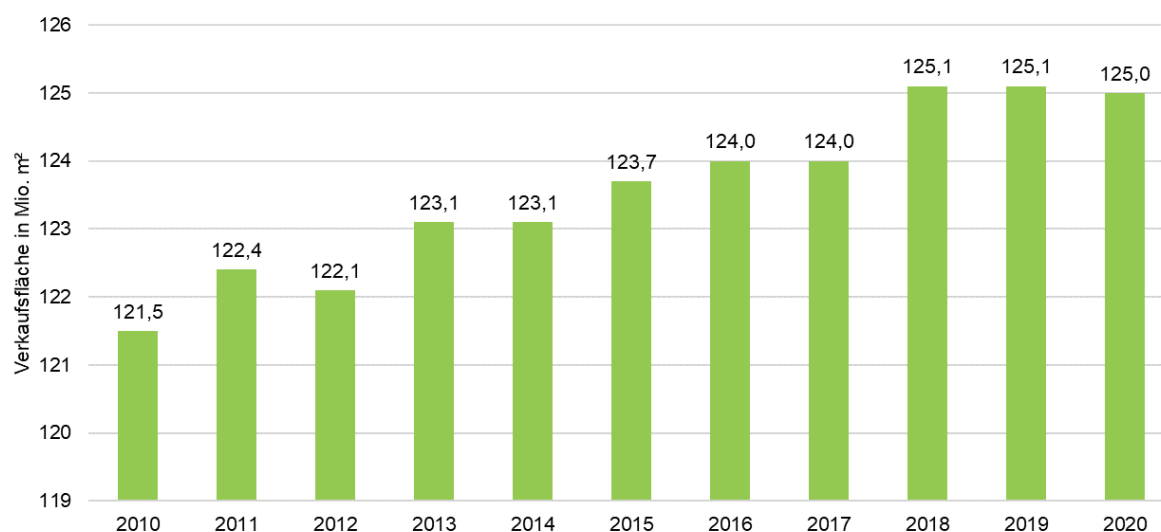
4.1.2 Trends auf der Angebotsseite

- Zwischen den Jahren 2010 und 2020 erhöhte sich die **Verkaufsfläche** des Einzelhandels in Deutschland von rund 122 Mio. m² um ca. 3 % auf rund 125 Mio. m² ¹⁰. Die jährlichen Zuwachsraten sind in den letzten Jahren jedoch gesunken und weisen auf Sättigungstendenzen und einen sich verschärfenden Wettbewerb hin.

⁹ Quelle: HDE Handelsverband Deutschland, HDE-Halbjahrespressekonferenz Berlin, 5. Juli 2022

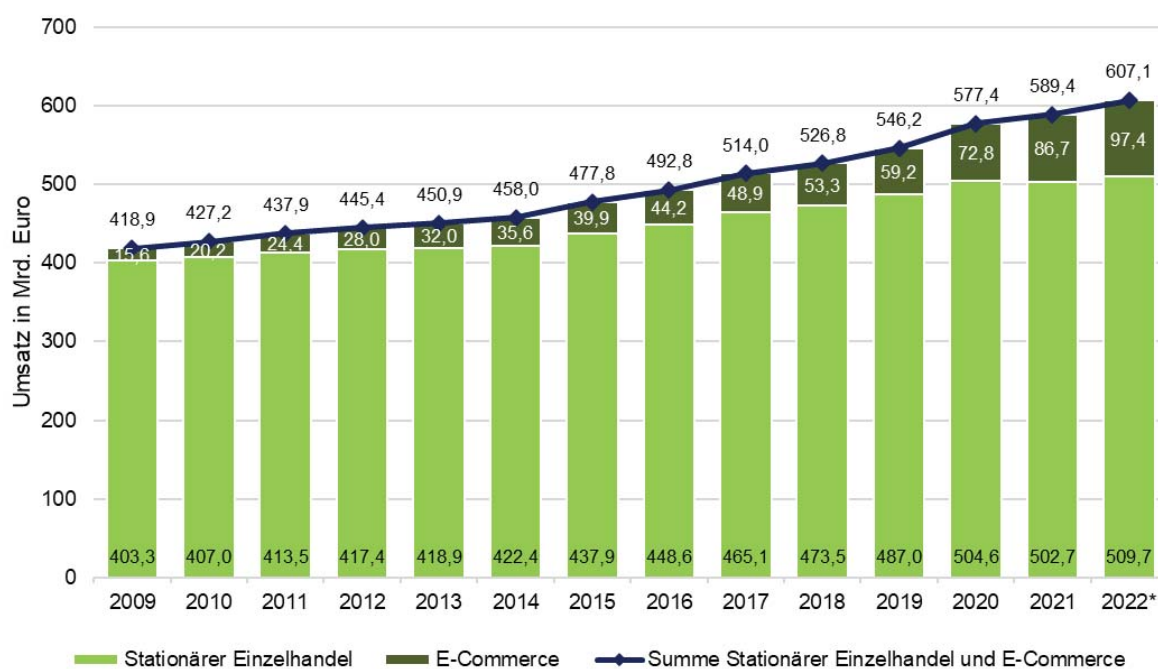
¹⁰ Quelle: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); Entwicklung der Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 1970 bis 2020 (in Millionen m²), Abruf unter www.statista.de, (Zugriff: 07/2022)

Abbildung 2: Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland (2010 bis 2020)



Quelle: Darstellung Junker+Kruse, Grundlage: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); Entwicklung der Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 1970 bis 2020 (in Millionen m²), Abruf unter www.statista.de, (Zugriff: 07/2022)

Abbildung 3: Umsatzentwicklung im Einzelhandel (2009 bis 2022)

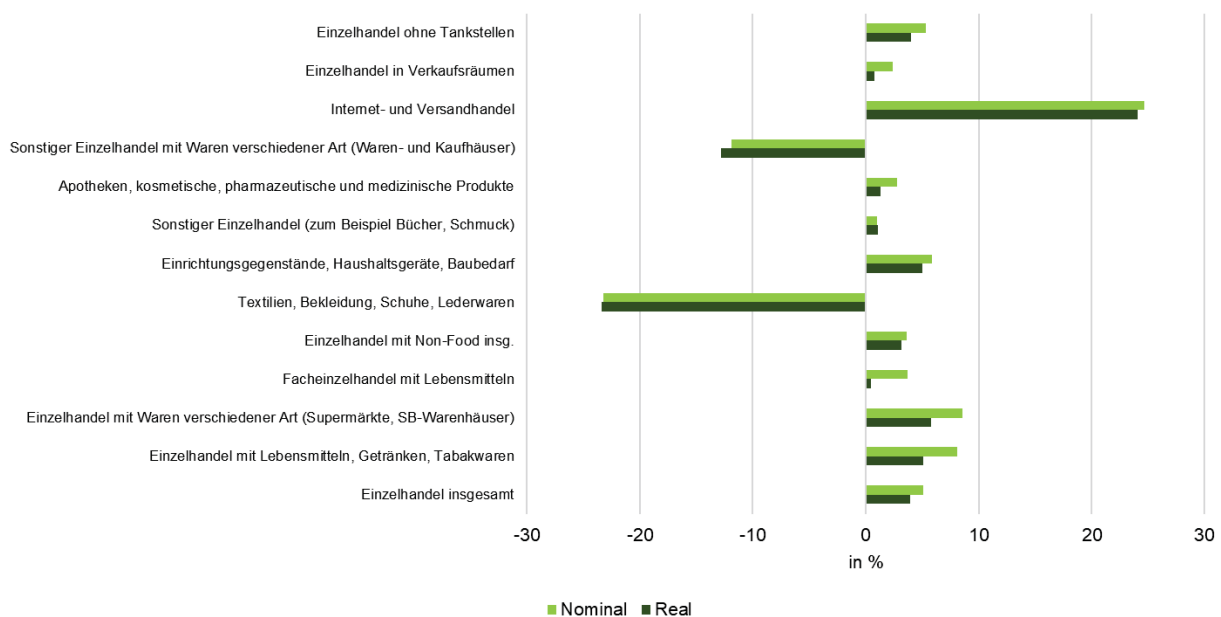


Quelle: Darstellung Junker+Kruse, Grundlage: Statistisches Bundesamt; Handelsverband Deutschland; Umsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland in den Jahren 2009 bis 2022 (Einzelhandelsumsatz im engeren Sinne = Einzelhandel ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe und Apotheken) und Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V.: E-Commerce-Umsatz mit Waren in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2020; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 07/2021)

- Der **Umsatz** im Einzelhandel konnte sich nach der Finanz- und Wirtschaftskrise im Jahr 2009 erholen. Nach einem zwischenzeitlich rückläufigen Gesamtumsatz von rund 419 Mrd. Euro im Jahr 2009, wurde im Jahr 2019 ein Gesamtumsatz von rund 546 Mrd. Euro im deutschen

Einzelhandel erzielt, was einem Zuwachs von rund 30 % entspricht. Infolge der Corona-Pandemie kam es 2021 zu leichten **Umsatzrückgängen** im Vergleich zum Vorjahr, jedoch auf weiterhin hohem Niveau trotz der Lockdowns im stationären Einzelhandel. Für das Jahr 2022 ist ein weiterer Umsatzanstieg auf ca. 607 Mrd. Euro prognostiziert der damit im Bereich der jährlichen Zuwachsraten vor Corona liegt. Allerdings ist dabei auch zu berücksichtigen, dass der Einzelhandelsumsatz 2022 über höhere Preise nominal um drei Prozent zum Vorjahr wächst, preisbereinigt jedoch zwei Prozent seiner Erlöse verliert.¹¹ Ein wesentlicher Grund der insgesamt weiterhin nominal steigenden Umsatzzahlen ist auf den Onlinehandel zurück zu führen, deren Anteil am Gesamtumsatz sich 2022 von rd. 5 % im Jahr 2010 auf ca. 16 % mehr als verdreifacht hat.

Abbildung 4: Umsatzentwicklung im Einzelhandel nach Branchen 2020 gegenüber dem Vorjahr



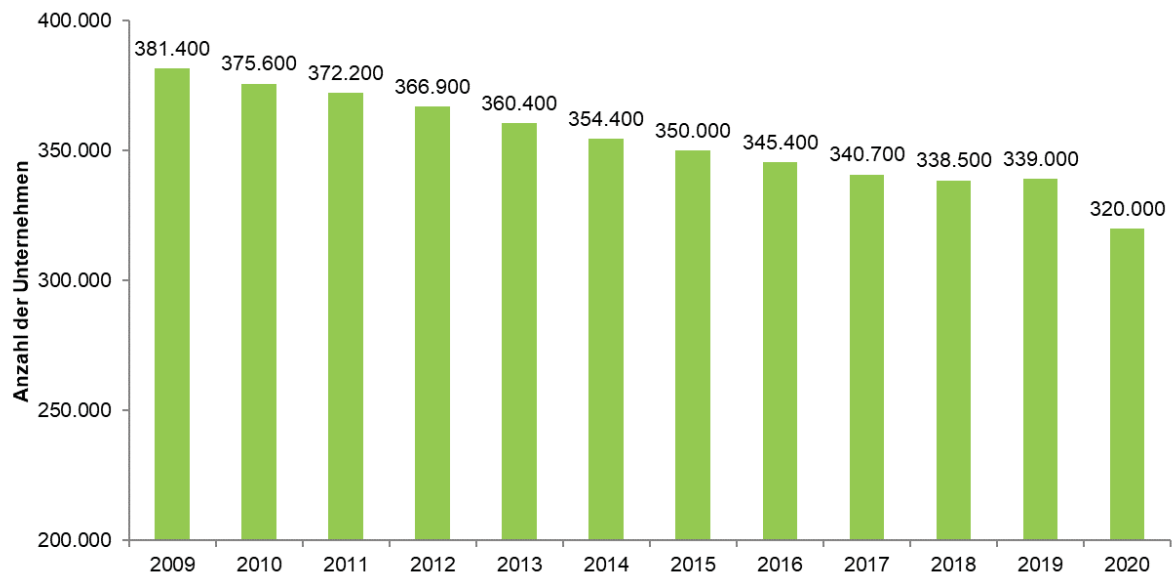
Quelle: Darstellung Junker+Krusse, Grundlage: Statistisches Bundesamt, Umsatzentwicklung im Einzelhandel in Deutschland nach Branchen im Jahr 2020 (gegenüber dem Vorjahr); Abruf unter <https://de.statista.com> (Zugriff: 04/2021)

- Dabei gibt es allerdings große Unterschiede in den einzelnen **Warengruppen**. Während in 2020 in den innerstädtischen Leitbranchen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren aber auch Uhren / Schmuck enorme Umsatzeinbußen von bis zu -20 % gegenüber dem Vorjahr verzeichnet werden, erzielten u. a. der Lebensmitteleinzelhandel und der Bau- und Gartenbedarf Umsatzzuwächse. Größter Gewinner der Krise ist gleichwohl der Internet- und Versandhandel.
- Gleichzeitig ist die **Anzahl der Einzelhandelsbetriebe** jedoch weiter rückläufig. Zwischen 2010 und 2019 sank die Zahl der Unternehmen im Einzelhandel von rund 376.000 um etwa

¹¹ Quelle: HDE Handelsverband Deutschland, HDE-Halbjahrespressekonferenz Berlin, 5. Juli 2022

10 % auf rund 339.000¹². Die IFH Köln GmbH prognostiziert bis 2023 rund 80.000 Schließungen im stationären Einzelhandel infolge der Corona-Pandemie¹³.

Abbildung 5: Zahl der Unternehmen im Einzelhandel 2009 bis 2020



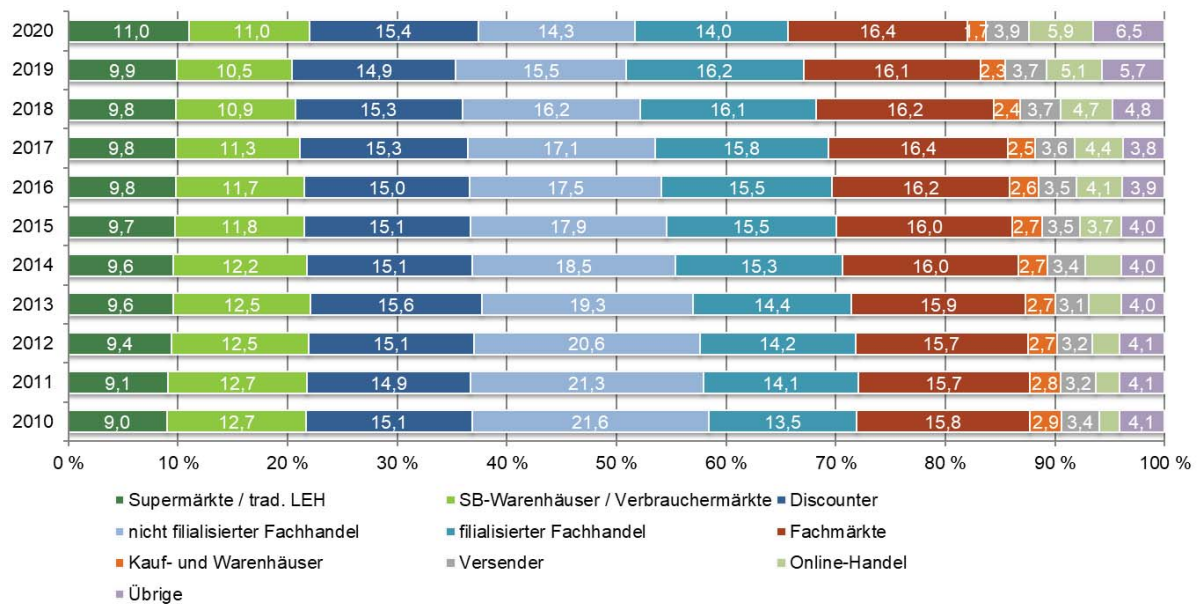
Quelle: Darstellung Junker+Krusse, Grundlage: Statistisches Bundesamt, Anzahl der Unternehmen im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2002 bis 2020; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 07/2022)

- Diese gegenläufigen Entwicklungen (von Umsatz und Anzahl der Betriebe) sind Merkmale einer fortschreitenden **Konzentrationstendenz** im Einzelhandel: Insbesondere (zumeist großflächige) Fachmärkte, Discounter und Filialisten expandieren weiterhin deutlich. In der Folge steigt der Druck vor allem auf inhabergeführte Geschäfte, die, neben Umsatzeinbußen aufgrund eines erhöhten Wettbewerbsdrucks, auch unter Nachfolgeproblemen im Zuge des Generationenwechsels leiden. Während der nicht-filialisierte Fachhandel im Jahr 2010 noch einen Marktanteil von 21,6 % einnahm, lag dieser 2020 nur noch bei 14,3 %¹⁴. Supermärkte und Discounter, Fachmärkte und der filialisierte Non-Food-Einzelhandel konnten ihre Marktposition hingegen weitgehend behaupten. Doch nicht nur inhabergeführte Einzelhandelsgeschäfte gerieten in der Vergangenheit zunehmend unter Druck. Neben der anhaltenden „Warenhauskrise“ war dies vor allem auch in Insolvenzen ehemals namhafter Filialisten (u. a. Adler, Bonita, Esprit, Hallhuber, Praktiker, Promod, Schlecker) ablesbar.

12 Quelle: Statistisches Bundesamt; Anzahl der Unternehmen im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2002 bis 2020; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 07/2022)

13 Quelle: IFH Köln GmbH, Der Coronaturbo: Geschäftsaufgaben und Onlinewachstum im Zeitraffer. Abruf unter <https://www.ifhkoeln.de/der-coronaturbo-geschaeftsaufgaben-und-onlinewachstum-im-zeitraffer/> (Zugriff: 11/2021)

14 Quelle: IfH Köln, Einzelhandelsumsatz in Deutschland nach Vertriebsformen in den Jahren 2000 bis 2020; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 07/2022)

Abbildung 6: Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im deutschen Einzelhandel 2010 bis 2020

Quelle: Darstellung Junker+Kruse, Grundlage: IfH Köln, Einzelhandelsumsatz in Deutschland nach Vertriebsformen in den Jahren 2000 bis 2020; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 07/2022)

- Die Zahl der **Einkaufszentren** ist hingegen weiter – wenn auch langsamer – gestiegen. Waren es im Jahr 2010 noch 428 Center mit einer Gesamtfläche von 13,5 Mio. m², existierten im Jahr 2021 schon 493 mit einer Gesamtfläche von 15,9 Mio. m².¹⁵ Dabei stehen neue Konzepte von Centern und neu entstehende Flächen dem Revitalisierungsbedarf von in die Jahre gekommenen Centern gegenüber. Hier sind es vor allem die „kleineren“ Passagen und Einkaufszentren, die mindergenutzte Flächen, Leerstände, Gestaltungsmängel und Investitionsstaus aufweisen und einen städtebaulichen Missstand in einzelnen städtischen Zentren darstellen.
- In den 1980er und 1990er Jahren waren es vor allem „klassische“ Fachmärkte, Lebensmittelanbieter und Einkaufszentren, die durch Neuentwicklungen an peripheren Standorten für eine räumliche Angebotsverschiebung an Pkw-kundenorientierte Standorte mit hoher Flächenverfügbarkeit (sog. sekundäre Standortnetz) sorgten und so mit den Angeboten in den Zentren in Konkurrenz traten. Auch wenn diesem Entwicklungstrend durch planerische Steuerung deutlich entgegengewirkt werden konnte, stehen häufig noch Standorte ohne Bezug zu gewachsenen städtebaulichen Zentren im Fokus der Betreiber und Projektentwickler. Neben den Lebensmitteldiscountern mit ihren wechselnden **Aktionswaren** (in auch zentrenrelevanten Warengruppen wie Unterhaltungselektronik und Bekleidung) weisen auch Anbieter mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten (wie beispielsweise Möbelfachmärkte) umfangreiche zentrenrelevante **Randsortimentsangebote** (z. B. Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren) auf, die den Wettbewerbsdruck auf Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen erhöhen.

Auch für **Factory Outlet Center** entstehen deutschlandweit immer mehr Standorte. Diese

15 Quelle: EHI Retail Institute e. V., EHI Shopping-Center Report 2021, S. 28, Köln

konzentrierten Ansammlungen von Fabrikverkaufsläden zum Vertrieb von spezifischen Waren aus eigener Produktion an peripheren, verkehrsorientierten Standorten weisen in der Regel weitreichende Einzugsbereiche und einen Angebotsschwerpunkt im Bereich Bekleidung und Schuhe auf.

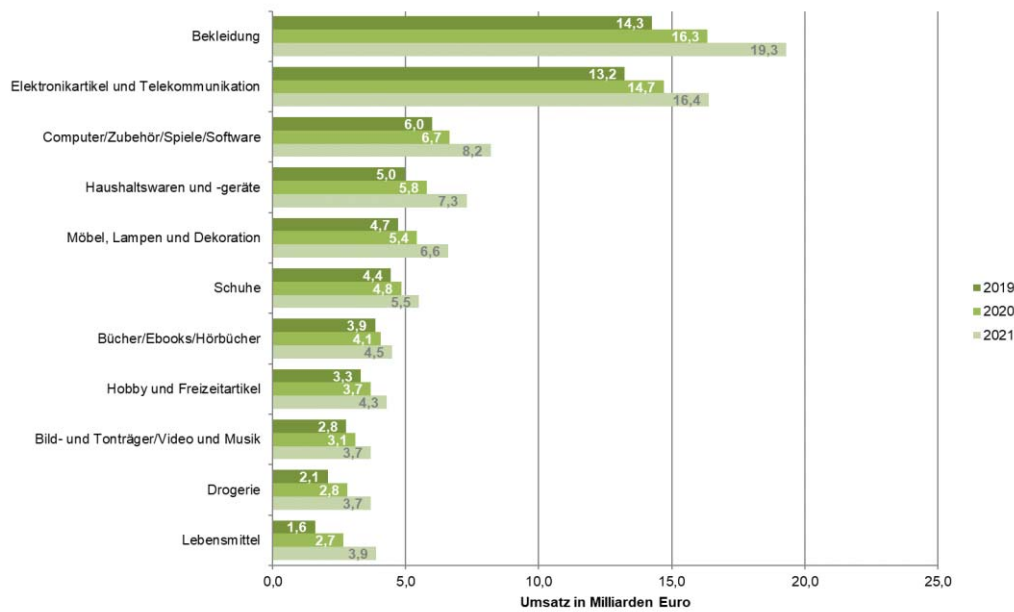
- Auf der anderen Seite positionieren sich einige, üblicherweise großflächige Anbieter, auch mit **kleineren Betriebskonzepten** in vorzugsweise (hoch)verdichteten integrierten, zentralen Lagen. Dazu gehören Lebensmittelanbieter, aber auch Möbel- oder Baumärkte sowie Spielwaren- oder Sportfachmärkte. Andere Betreiber ziehen sich aus bestehenden Flächen zurück, wie beispielsweise Elektronikfachmärkte oder auch Warenhäuser (Umwandlung bisheriger Verkaufsfläche in Lagerfläche, Untervermietung, Gastronomienutzung, o. ä.).
- Mit sich verändernden Betriebsformen und Konzepten treten auch „**neue**“ **Kundenmagnete** auf den Markt. Dazu gehören beispielsweise ausländische Konzerne, wie Primark oder Decathlon, die mit großen Flächen städtische Zentren und Einkaufszentren prägen. Sie tragen zu einer deutlichen Erhöhung der Kundenfrequenz am Standort bei und beeinflussen das Qualitätsniveau. Da sie aber nicht ausschließlich zusätzliche Kaufkraft an den Standort ziehen, sondern ihren Umsatz auch aus Umsatzumverteilungen generieren, sind Auswirkungen auf umliegende Anbieter und in der Regel auch auf andere Zentren nicht auszuschließen.

4.1.3 Onlinehandel

- Im Zuge des Strukturwandels im Einzelhandel gewinnen „neue“ Vertriebs- und Absatzwege zunehmend an Bedeutung und stellen den stationären Einzelhandel vor besondere Herausforderungen und steigendem Wettbewerbsdruck. Dazu gehört vor allem die steigende Bedeutung von **E-Commerce**¹⁶ / **Onlinehandel**, die durch Vorteile, wie oftmals günstigere Preise, die direkte Vergleichbarkeit von Angeboten, die unmittelbare Verfügbarkeit von Testberichten und / oder Kundenbewertungen, keine Bindung an Ladenöffnungszeiten und / oder die Lieferung der bestellten Produkte ins Haus, weiter zunehmen dürfte. In der Folge weist dieser Vertriebsweg bundesweit stetig steigende Marktanteile auf, die durch die Corona-Pandemie noch einmal deutlich gewachsen sind: Der im Onlinehandel erzielte Einzelhandelsumsatz wuchs von rund 1 Mrd. Euro im Jahr 2000 auf rund 60 Mrd. Euro im Jahr 2019 an. Bedingt durch die mit der Corona-Pandemie einhergehenden Einschränkungen des stationären Einzelhandels (=Lockdown) konnte der Einzelhandelsumsatz im Onlinehandel im Jahr 2020 sogar auf rd. 73 Mrd. Euro und 2021 nochmal auf über 86 Mrd. Euro ansteigen.¹⁷ Gemessen an den insgesamt im Einzelhandel erzielten Umsätzen entspricht dieser Wert 2021 einem relativen Umsatzanteil von fast 15 %.

16 „Ein Unternehmen betreibt E-Commerce, wenn es rechtsverbindliche Ein- oder Verkäufe über Websites oder automatisierten Datenaustausch (EDI) tätigt. Bezahlung und Auslieferung der Bestellungen müssen bei E-Commerce nicht im Bestellvorgang integriert sein.“ Definition des Statistischen Bundesamtes; Abruf unter www.destatis.de (Zugriff: 03/2020)

17 Quelle: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e. V.: E-Commerce-Umsatz mit Waren in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2021; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 07/2022)

Abbildung 7: Online-Umsätze von ausgewählten Warengruppen 2019 bis 2021

Quelle: Darstellung Junker+Krise, Grundlage: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V.: Warengruppen im Online-Handel nach dem Umsatz in Deutschland in den Jahren 2019 bis 2021; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 07/2022)

- Wesentlichen Anteil an der Umsatzentwicklung haben die üblicherweise als zentrenrelevant eingestuft Sortimente aus dem Bereich Bekleidung mit ca. 19 Mrd. Euro im Jahr 2021, gefolgt von Sortimenten aus dem Elektronikbereich mit 16,4 Mrd. Euro (vgl. Abbildung 7). Es zeigt sich aber, dass während der Corona-Pandemie in all diesen dargestellten Warengruppen Umsatzzuwächse im Onlinehandel generiert wurden.
- Eine prägende Entwicklung sind die sogenannten Multi-Channel-Konzepte. Dabei erfolgt eine Verknüpfung von verschiedenen Handelsformaten, beispielsweise von stationärem Einzelhandel und E-Commerce, d. h. der stationäre Handel geht online oder ein bisher nur online agierender Händler geht ins stationäre Geschäft. Ziel ist es, durch eine Verbindung unterschiedlicher Kanäle ein breites Kundenspektrum zu erreichen. Der Kunde hat bei diesem Konzept beispielsweise die Möglichkeit, sich im stationären Einzelhandel über ein bestimmtes Produkt zu informieren, um es daraufhin im Onlineshop käuflich zu erwerben oder ein online erworbenes Produkt im stationären Handel umzutauschen oder zurückzugeben.

4.1.4 Spezifische Entwicklungstrends in der Nahversorgung

Im Bereich der Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln sowie Drogeriewaren zeigen sich spezifische Entwicklungen:

- Auf der einen Seite beleben **neue Handelsformate** den Markt; dazu gehören kleinere Formate von Lebensmittelanbietern in gut frequentierten städtischen Zentren oder Bringdienste - gekoppelt mit dem Onlinehandel.
- Auf der anderen Seite steigen – vorzugsweise außerhalb zentraler Lagen – die **Marktzutrittsgrößen** bzw. werden entsprechend von Investoren und Betreibern nachgefragt.

Größere Märkte generieren einen größeren – in der Regel über die reine Nahversorgung hinausgehenden – Einzugsbereich. Dies impliziert eine Veränderung der Versorgungsnetzstruktur aufgrund wettbewerblicher bzw. städtebaulicher Auswirkungen. Es findet eine Netzausdünnung zu Lasten der fußläufigen Erreichbarkeit statt, die Qualität der wohnungsnahen Grundversorgung kann nicht mehr aufrechterhalten werden bzw. die Funktion „kleinerer“ Zentren in denen Lebensmittelanbieter einen wichtigen, funktionstragenden Anker darstellen, wird beeinträchtigt.

- Onlinehandel oder Bringdienste können diese entstehenden Lücken nur sehr eingeschränkt schließen, da es vor dem Hintergrund der Erhaltung der Zentren nicht allein um die Versorgung mit Lebensmitteln und Drogeriewaren geht, sondern auch um Synergien mit anderen Funktionen (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie).

4.1.5 Aktuelle Einflussfaktoren

- Die anhaltende **Corona-Pandemie** verbunden mit dem ersten Lockdown (Mitte März bis Mai 2020), dem Lockdown light (ab November 2020) und dem harten Lock-Down (ab Mitte Dezember 2020 der zu Beginn des Jahres 2021 noch verlängert wurde) hat den stationären Einzelhandel vor besondere Herausforderungen gestellt. Neben dem Einzelhandel waren und sind aber auch weitere zentrentypische Nutzungen in den Innenstädten betroffen: Gastronomie, Dienstleistungen, Hotellerie und Tourismus, Kultur, Freizeit und Sport, Events usw. Aufgrund der Kontaktverbote und Quarantänen waren viele Wirtschafts- und Kulturbereiche zeitweise komplett geschlossen. Dies war insbesondere auch in den Innenstädten, wo der Einzelhandel einen wesentlichen Frequenzerzeuger darstellt und Synergien zwischen den unterschiedlichen Nutzungen die Funktion im Wesentlichen bestimmen, spürbar. Es droht eine Insolvenzwelle mit zunehmendem Leerstand in den städtischen Zentren, die nach und nach sichtbar und spürbar wird. Diese Aspekte lassen sich auch auf die Stadt Lüdenscheid übertragen.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass sich schon vor Beginn der Pandemie ein Trend zu sinkenden Zahlen von Einzelhandelsbetrieben, stagnierenden Verkaufsflächen und teilweise einer Zunahme an Leerständen auch durch den anhaltenden Wettbewerbsdruck aufgrund dezentraler Standorte auf der „Grünen Wiese“, einer ausgeprägten Globalisierung und vor allem auch den stetig wachsenden Onlinehandel abzeichnete. So wirkt die Corona-Pandemie vor allem als Verstärker dieser Strukturprobleme und drohenden Funktionsverluste.

Folgende, durch die Corona-Pandemie ausgelöste oder verstärkte Trends im Einzelhandel lassen sich beobachten:

- Die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe nimmt anhaltend weiter ab. Zwischen 2015 und 2019 sind es rund 5.000 Geschäfte pro Jahr. 2022 wird es bis zu 47.000 Geschäfte weniger im deutschen Einzelhandel geben als noch 2020 und bis zu 79.000 weniger im Vergleich zu 2015¹⁸

¹⁸ Quelle: IFH Köln GmbH im Auftrag des HDE e. V.; Handelsszenario 2030 (Berechnungsstand 02/2020)

- Der Anteil des Onlinehandels am Einzelhandelsumsatz beläuft sich gemäß einer Veröffentlichung des HDE (2021) auf 14,7 %. Absolut übersteigt der Online-Umsatz der letzten beiden Jahre (2020/2021) mit +27,5 Mrd. Euro den Zuwachs in den fünf Jahren zuvor (2015-2019: + 23,5 Mrd. Euro). Die Betrachtung der einzelnen Branchen macht deutlich, dass gerade in den innenstadtaffinen Sortimenten wie Bekleidung, Elektro sowie Freizeit und Hobby die Online-Anteile durch die Pandemie noch einmal erheblich angestiegen sind und mittlerweile ein Niveau von fast 50 % erreichen. Auf der anderen Seite sind die Online-Umsatz des umsatzstarken Lebensmitteleinzelhandels mit rd. 4,1 % noch recht gering.
- Es gibt zunehmend Online-Plattformen auf lokaler / regionaler Ebene. Diese lokalen / regionalen Online-Plattformen können diesen Absatzweg dem inhabergeführten Einzelhandel „näherbringen“.
- Insgesamt wird die **Verknüpfung** von stationärem Einzelhandel und Onlinehandel zunehmen. Dadurch werden Multi-Channel-Konzepte für den stationären Einzelhandel wichtiger denn je.
- Die **Bedeutung und Wertschätzung** sowohl des stationären Einzelhandels – über die einfache Versorgung mit Gütern hinaus – als auch der Innenstädte bzw. Zentren als Treff- / Einkaufs- / Lebensmittelpunkte wird zunehmen. Das bestätigt eine Umfrage des Unternehmens Bonial zum Einfluss von Corona auf das Kaufverhalten und die Entwicklung des innerstädtischen Handels. Demnach kaufen mehr als 40 % der Befragten nun häufiger im lokalen Einzelhandel als vor der Corona-Pandemie und knapp 90 % der Befragten ist eine lebendige Innenstadt wichtig.¹⁹

Eine abschließende Bewertung der Auswirkungen aktueller Entwicklungen auf den stationären Einzelhandel und die Einzelhandelslandschaft im Allgemeinen wie auch auf die Situation in der Stadt Lüdenscheid im Besonderen ist derzeit aufgrund zusätzlicher Einflussfaktoren wie die fortschreitende Inflation, die Energiekrise und der Ukraine-Krieg nur tendenziell möglich. Darüber hinaus ist die Stadt Lüdenscheid durch die Sperrung der A 45 zusätzlich stark belastet. Gerade vor diesem Hintergrund ist jedoch auch festzustellen, dass die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes mit einem besonderen Fokus auf die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche, als bedeutende Versorgungsstandorte im Stadtgebiet sowie die Grundversorgung, einen weiterhin sinnvollen und notwendigen Baustein zur Stadtentwicklung darstellt.

4.2 Konsequenzen der Entwicklungen für die räumliche Planung

Die anhaltende Corona-Pandemie wird in Verbindung mit der Inflation, den Auswirkungen des Angriffskrieges auf die Ukraine und der Energiekrise und den damit einhergehenden strukturellen und räumlichen Angebotsverschiebungen auch die räumliche Planung im Allgemeinen sowie in der der Stadt Lüdenscheid im Besonderen weiterhin vor große Herausforderungen stellen:

¹⁹ Quelle: Bonial International GmbH; Exklusive Umfrage: 90 Prozent der Deutschen ist eine lebendige Innenstadt wichtig; Abruf unter <https://www.bonial.com/de/pressemitteilungen/exklusive-umfrage/> (Zugriff: 09/2020)

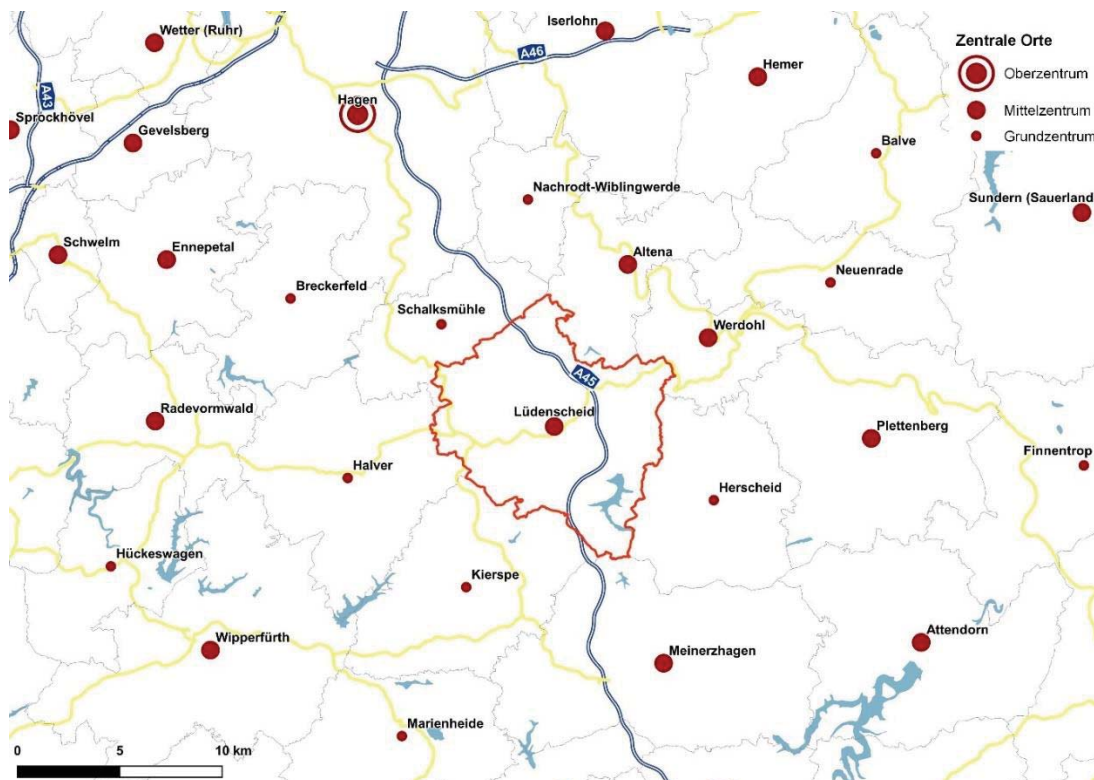
- Die **Nachfrage nach Standorten außerhalb von städtischen Zentren oder in peripheren Lagen im Randbereich der Zentren** hält nach wie vor an. Angesichts steigender Flächenansprüche vieler Betriebskonzepte passen diese vermeintlich nicht in vorhandene, gewachsene Siedlungsstrukturen. Die überwiegend dichten, kleinteiligen und manchmal auch historischen oder denkmalgeschützten Bebauungsstrukturen in städtischen Zentren können die Flächenansprüche heutiger Betriebsformen nur bedingt bzw. nur mit erheblichen Eingriffen (Umbaumaßnahmen wie Zusammenlegungen, Erweiterungen, Umnutzungen etc.) erfüllen.
- Durch überdimensionierte Einzelhandelsbausteine sowohl innerhalb und vor allem auch außerhalb der Zentren droht weiterhin eine **zunehmende Standortkonkurrenz**. Dabei sind es speziell die zentren- sowie nahversorgungsrelevanten Warenangebote, die für die Funktionsfähigkeit der städtischen Zentren Beeinträchtigungen mit sich bringen können. Eine besondere Bedeutung kommt dabei den Randsortimenten großflächiger Anbieter mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten in dezentralen Lagen zu (z. B. Möbelanbieter).
- Aufgrund eines Rückgangs der Betriebszahlen sowie einer sinkenden Angebotsbreite und -qualität des Einzelhandels droht ein **Funktionsverlust gewachsener Zentren**, der aufgrund der bestehenden Multifunktionalität nicht nur den Einzelhandel betrifft. Das kann sich durch uniforme und zumeist kurzlebige Geschäftstypen manifestieren. Besonders kleinere Zentren sind einem Wettbewerbsdruck durch hybride Angebotsformen an Konkurrenzstandorten, vor allem auch außerhalb der Zentren, ausgesetzt. Die (Folge-) Nutzung von Leerständen und entstehende Brachflächen stellen immer wieder eine besondere Herausforderung dar, ebenso wie die sinkende Individualisierung des Einzelhandels und damit letztlich auch der Individualität der Städte.
- Wachsende Betriebsgrößen, Konzentrationstendenzen und in Teilen auch eine zunehmende Bedeutung des Onlinehandels auf der einen Seite sowie Angebotsverschiebungen an nicht integrierte Standorte auf der anderen Seite bewirken vor allem im Lebensmitteleinzelhandel sowie auch im Handel mit Drogeriewaren eine zunehmende **Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes** mit einer Verschlechterung der (fußläufigen) Erreichbarkeit von Versorgungsstandorten. Dies betrifft nicht nur ländlich strukturierte Räume, sondern auch kleinere bzw. dünner besiedelte Stadt- und Ortsteile in größeren Städten.
- Ein **kommunales Einzelhandelskonzept** ist ein langfristig angelegtes Steuerungsinstrument für die Einzelhandels- und Stadtentwicklung, welches in regelmäßigen Abständen überprüft und aktualisiert wird (etwa alle fünf bis acht Jahre). Auf Grundlage einer Status-Quo-Analyse der Angebots- und Nachfrageseite werden mittelfristige Entwicklungsprognosen getroffen und übergeordnete Entwicklungsziele und Maßnahmen definiert. Der weitere Verlauf der Corona-Pandemie, der Inflation und der Energiekrise ist zum gegenwärtigen Zeitpunkt (August 2022) nicht seriös prognostizierbar. Mittelfristige Prognosen sind aufgrund der ungewissen Dauer, ggf. neuer einschränkender Maßnahmen zur Bekämpfung der Corona-Pandemie, womöglich weiter steigenden Inflationsentwicklungen und deren wirtschaftlichen Auswirkungen derzeit nicht zuverlässig möglich. Das gilt sowohl für die Angebots- als auch für die Nachfrageseite. Gleichwohl ist der Einzelhandel in erheblichem Ausmaß betroffen.
- Grundsätzlich ist jedoch festzuhalten, dass sich die Zielrichtung eines Einzelhandelskonzeptes mit einem Fokus auf die Innenstadtentwicklung sowie vor allem auch eine weitreichende Grundversorgung nicht verändern wird. Dabei behält die Steuerungs- und Lenkungsfunction des Konzepts und auch eine konsequente Anwendung des bauplanungsrechtlichen

Instrumentariums im Rahmen der Einzelhandelssteuerung – zur Vermeidung von langfristig nicht korrigierbaren Fehlentwicklungen – weiterhin eine herausragende Bedeutung.

4.3 Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung

Die räumliche Lage der Stadt Lüdenscheid, ihre verkehrsinfrastrukturelle Anbindung sowie ihre landesplanerische Einstufung im System der zentralen Orte wird in Karte 1 dargestellt. Gemäß des Landesentwicklungsplans des Landes Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) ist Lüdenscheid als Mittelzentrum ausgewiesen. Mit Altena, Werdohl und Meinerzhagen befinden sich gleich drei Nachbarkommunen auf derselben Hierarchiestufe, während Schalksmühle, Herscheid, Halver sowie Kierspe die Rolle eines Grundzentrums einnehmen.

Karte 1: Lage der Stadt Lüdenscheid im Raum



Quelle: Darstellung Junker + Kruse gemäß der zentralörtlichen Gliederung nach LEP NRW

Dem motorisierten Individualverkehr wird in Richtung Norden und Süden durch die im Lüdenscheider Stadtgebiet verlaufende Bundesautobahn A45 eine überregionale Erreichbarkeit der Oberzentren Hagen, Dortmund oder Siegen geboten. Insgesamt liegen drei Autobahnanschlüsse in Lüdenscheid. Die Erreichbarkeit in Richtung Westen und Osten ist für den motorisierten Individualverkehr besonders durch die Bundesstraße 229 gegeben.

Seit Dezember 2021 ist die A45 bei Lüdenscheid jedoch gesperrt. Die Sperrung dauert mehrere Jahre an, da die marode Brücke Rahmede gesprengt und neugebaut werden muss. Der Fernverkehr soll weiträumig über A4, A3, A1 und A44 umgeleitet werden. Es kommt zu zusätzlichen Verkehrsbelastungen innerhalb der Stadt Lüdenscheid. Anfang 2023 soll die alte Brücke

komplett abgerissen und neugebaut werden. Der Neubau dauert voraussichtlich mindestens fünf Jahre.

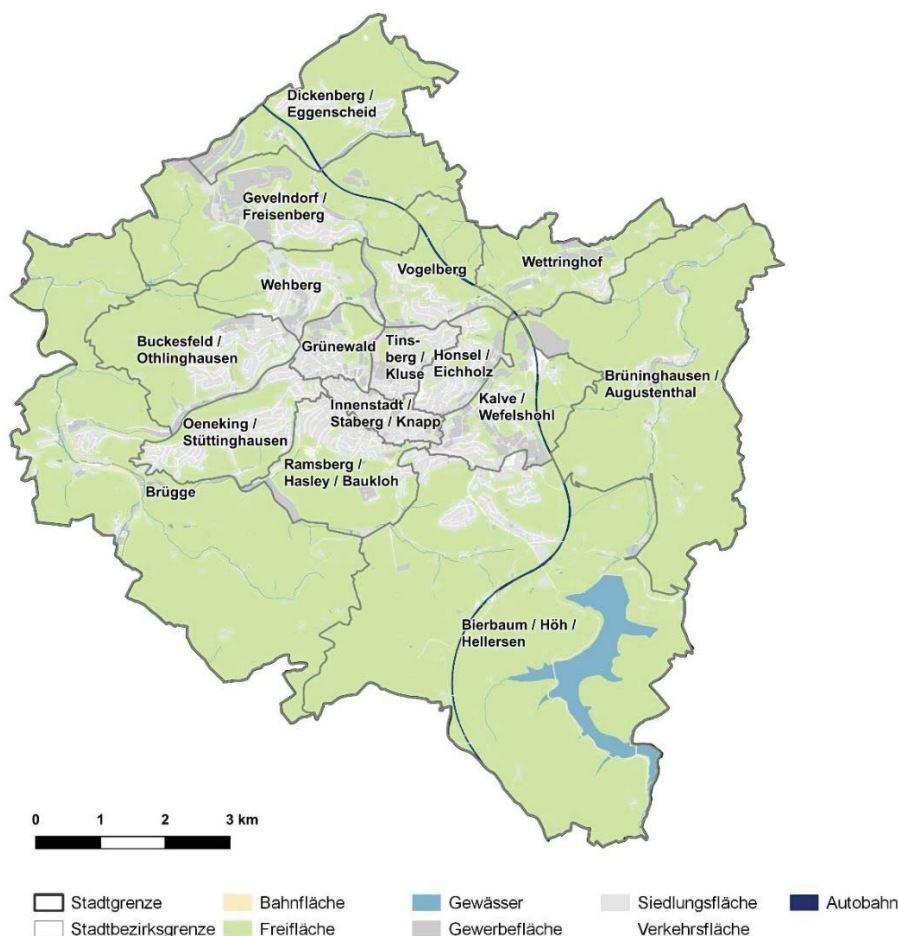
Lüdenscheid ist an das Nahverkehr-Bahnnetz angeschlossen. Die nächsten Fernbahnhöfe befinden sich in Hagen, Wuppertal, Bochum und Essen. Linienbusse ermöglichen die Mobilität der Bürgerinnen und Bürger innerhalb des Stadtgebietes sowie in benachbarte Kommunen.

Insgesamt wird die Erreichbarkeit der Stadt Lüdenscheid aufgrund der Sperrung der A45 derzeit erheblich eingeschränkt. Die übrigen genannten Verkehrsarten können hier keinen zufriedenstellenden Ersatz bieten, sodass auch Auswirkungen auf die Entwicklung des Einzelhandels und der Zentrenentwicklung nicht ausgeschlossen werden können.

4.4 Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung

Das Stadtgebiet Lüdenscheids ist in insgesamt 16 Bezirke gegliedert. Karte 2 zeigt, dass sich Wohnsiedlungen insbesondere im Zentrum und im Norden Lüdenscheids befinden, während das westliche, östliche sowie südliche Stadtgebiet stark von Grünflächen sowie der im Stadtbezirk Bierbaum / Höh / Hellersen gelegenen Versetalsperre geprägt ist.

Karte 2: Siedlungsstruktur der Stadt Lüdenscheid



Quelle: Darstellung Junker + Kruse. Kartengrundlage Stadt Lüdenscheid, Fachdienst Stadtplanung und Geoinformationen, 2020; Land NRW – MÄRKISCHER KREIS (2017) Datenlizenz Deutschland - Namensnennung - Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0).

Die Betrachtung der Einwohnerzahlen der Lüdenscheider Bezirke (Tabelle 4) zeigt, dass mit Ramsberg / Hasley / Baukloh, Tinsberg / Kluse, Innenstadt / Staberg / Knapp, Oeneking / Stüttinghausen sowie Buckesfeld / Othlinghausen einwohnerstarke Bezirke zentral im Stadtgebiet liegen, während die Bezirke in den Außenbereichen des Stadtgebietes (z. B. Wettringhof, Brüninghausen / Augustenthal, Dickenberg / Eggenscheid oder Brügge tendenziell eher geringere Einwohnerzahlen aufweisen.

Tabelle 4: Einwohner nach Lüdenscheider Bezirken

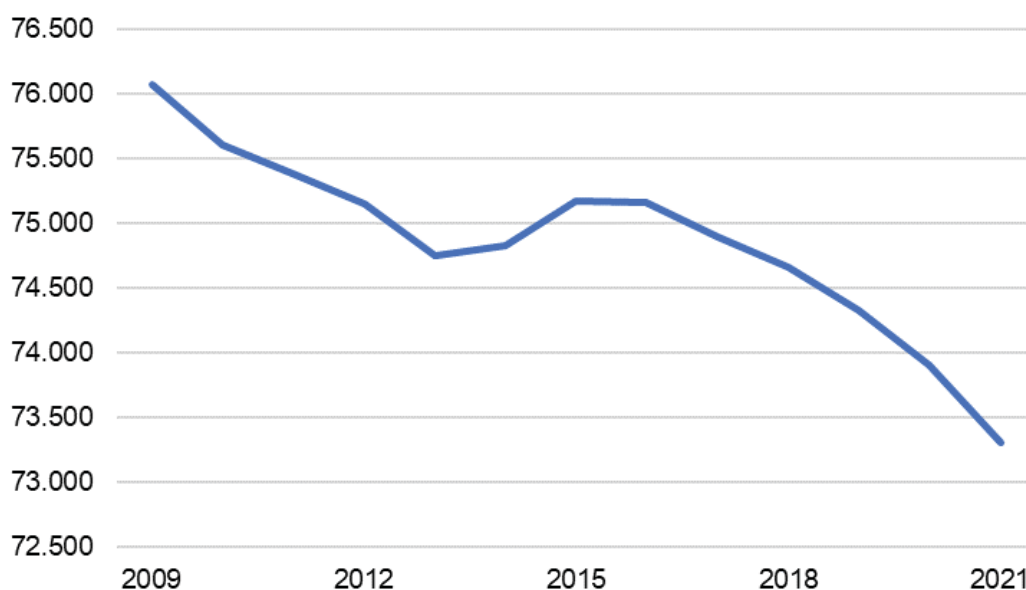
Bezirk	Einwohner 31.12.2021 (absolut)	Anteil (in %)
Innenstadt / Staberg / Knapp	6.243	8,6
Ramsberg / Hasley / Baukloh	7.998	10,8
Grünwald	4.737	6,5
Tinsberg / Kluse	7.312	10,1
Honsel / Eichholz	6.094	8,4
Vogelberg	3.374	4,6
Wettringhof	847	1,1
Kalve / Wevelshohl	4.728	6,4
Brüninghausen / Augustenthal	1.313	1,8
Bierbaum / Höh / Hellersen	4.222	5,8
Brügge	2.774	3,8
Oeneking / Stüttinghausen	6.318	8,6
Buckesfeld / Othlinghausen	6.074	8,2
Wehberg	4.809	6,6
Gevelndorf / Freisenberg	3.658	5,0
Dickenberg / Eggenscheid	2.808	3,8
gesamt	73.309	100,0

Quelle: Stadt Lüdenscheid. Stabsstelle Demografie/Sozialplanung.

4.5 Bevölkerungsprognose

In den vergangenen Jahren erfuhr die Stadt Lüdenscheid ein negatives Bevölkerungswachstum. Von 2009 (76.072 Einwohner) bis 2021 (73.309 Einwohner) sank die Einwohnerzahl um 2.763, was einem Rückgang von ca. 3,6 % entspricht. Wird die Bevölkerungsentwicklung Lüdenscheids seit 2011 mit der Entwicklung des gesamten Märkischen Kreises sowie Nordrhein-Westfalen verglichen, zeigt sich, dass der Märkische Kreis einen leicht höheren prozentualen Bevölkerungsrückgang verzeichnete, während die Bevölkerung Nordrhein-Westfalens um ca. 2,1 % wuchs.

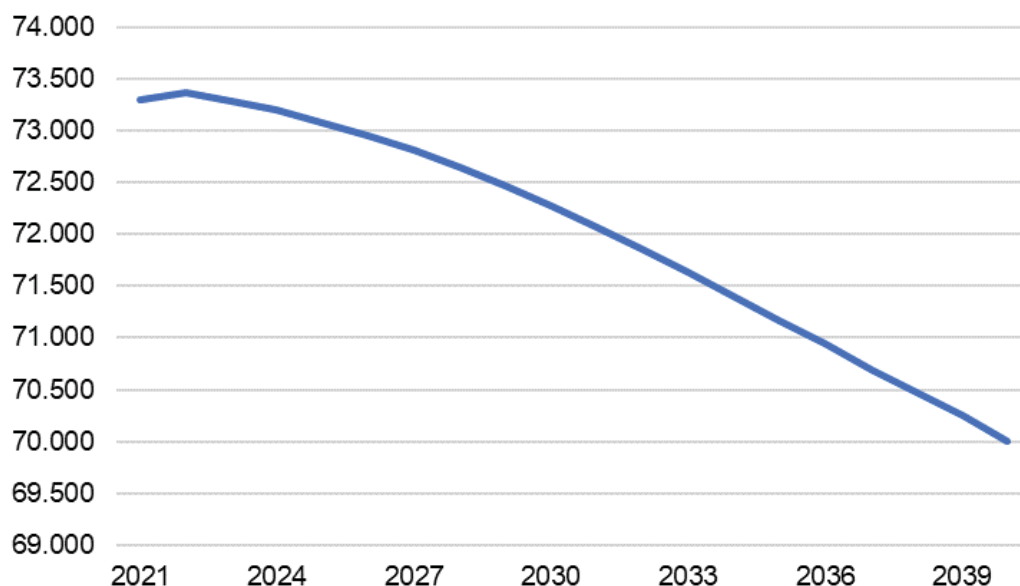
Abbildung 8: Entwicklung der Einwohnerzahl Lüdenscheids 2009 bis 2021



Quelle: Stadt Lüdenscheid. Stabsstelle Demografie/Sozialplanung. Darstellung Junker + Kruse.

Eine aktuelle Prognose der Bevölkerungsentwicklung Lüdenscheids bis zum Jahr 2040 geht, ausgenommen eines leichten prognostizierten Anstiegs im Zuge von Fluchtbewegungen aus der Ukraine im Jahr 2022, von einer weiteren Bevölkerungsabnahme aus. Während 2030 eine Einwohnerzahl von rund 72.000 erwartet wird, soll diese bis 2040 auf rund 70.000 sinken. Dies entspricht einem Bevölkerungsrückgang von ca. 4,5 % im Zeitraum von 2021 bis 2040.

Abbildung 9: Prognose der Einwohnerzahl Lüdenscheids 2021 bis 2040

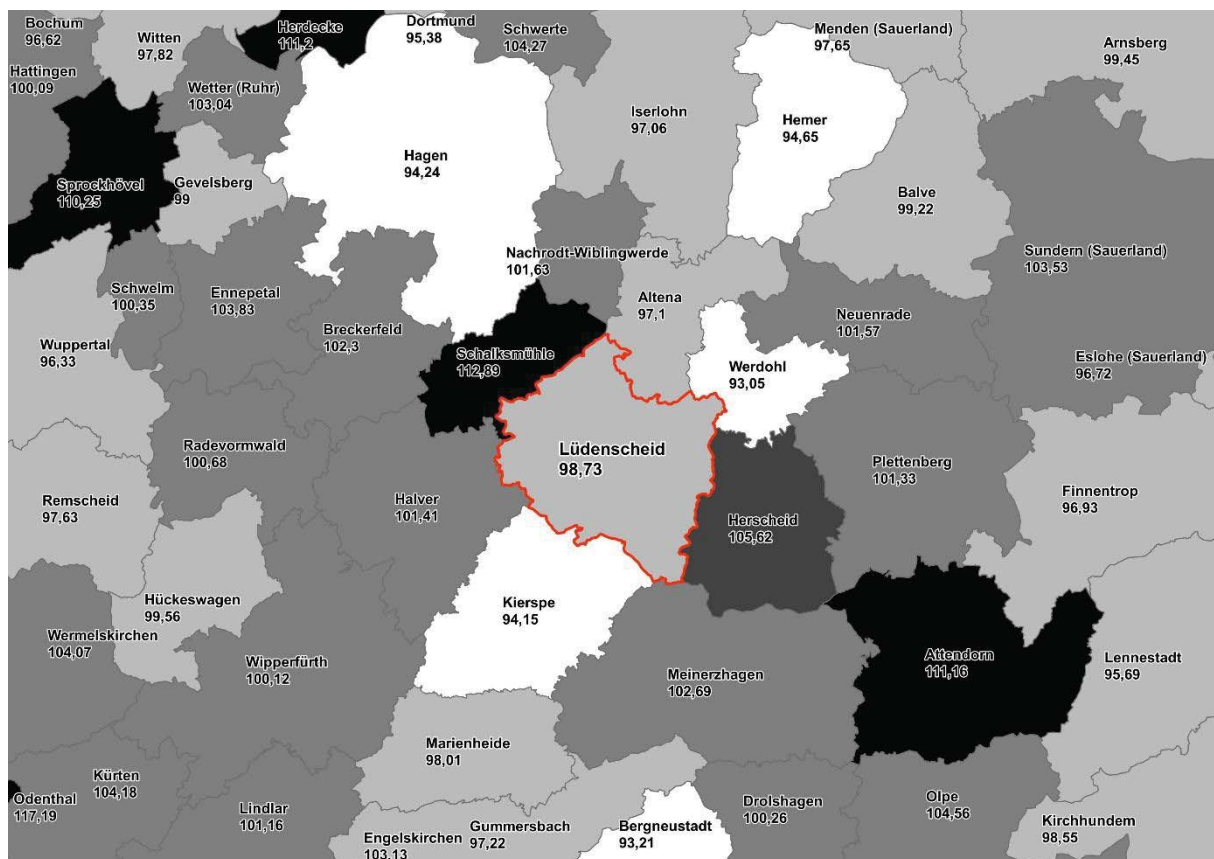


Quelle: Stadt Lüdenscheid. Stabsstelle Demografie/Sozialplanung. Darstellung Junker + Kruse.

4.6 Sekundärstatistische Einordnung und einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial

Anhand der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern lässt sich ein Vergleich des Lüdenscheider Kaufkraftniveaus zu den Nachbarkommunen bzw. im Hinblick auf den Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) vornehmen. In Karte 3 werden die Kaufkraftkennziffern der Stadt Lüdenscheid sowie ihrer Nachbarkommunen dargestellt. Mit einer einzelhandelsrelevanten Kennziffer von 98,73 (2021) liegt Lüdenscheid knapp unter dem bundesweiten Durchschnitt von 100 und nimmt im regionalen Vergleich einen Platz im Mittelfeld ein. Während die Nachbarkommunen Werdohl, Kierspe und Altena eine geringere einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer aufweisen, liegt diese in den Kommunen Halver, Nachrodt-Wiblingwerde, Herscheid sowie Schalksmühle über der Lüdenscheider Kennziffer.

Karte 3: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern



Quelle: IFH Köln, 2021; eigene Darstellung

Auf Basis des einzelhandelsrelevanten, jährlichen Pro-Kopf Verbrauches im Bundesschnitt von 8.075 Euro ergibt sich für die Stadt Lüdenscheid hinsichtlich ihrer Kaufkraftkennziffer von 98,73 und ihrer Einwohnerzahl von rund 73.900 ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von insgesamt rund 494 Mio. Euro. Lüdenscheid ist die einwohnerstärkste Gemeinde im Vergleich zu den Nachbarkommunen und zudem Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums. Somit nimmt das hier bestehende einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial einen besonderen Stellenwert ein (siehe dazu: Tabelle 5).

Tabelle 5: Einzelhandelsrelevante, sekundärstatistische Einordnung der Stadt Lüdenscheid und ihrer Nachbarkommunen

	Bevölkerung (gerundet)	Landesplanerische Einstufung	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro ²⁰	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer ²¹
Lüdenscheid	73.900*	Mittelzentrum mit Teilfunktion Oberzentrum	494,1	98,73
Altena	16.700	Mittelzentrum	109,7	97,10
Halver	16.100	Grundzentrum	110,9	101,41
Herscheid	7.000	Grundzentrum	50,2	105,62
Kierspe	16.100	Grundzentrum	102,1	94,15
Meinerzhagen	20.400	Mittelzentrum	142,4	102,69
Nachrodt-Wiblingwerde	6.600	Grundzentrum	45,2	101,63
Schalksmühle	10.300	Grundzentrum	80,1	112,89
Werdohl	17.700	Mittelzentrum	110,3	93,05

Quelle: IFH Köln, 2021; Einwohner Stadt Lüdenscheid, Stabsstelle Demografie / Sozialplanung, Stand 31.12.2020; Berechnung Junker + Kruse

Im Vergleich zum Jahr 2013 ist das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau gesunken (2013: 100,9), während das monetäre Kaufkraftpotenzial von rund 413 Mio. Euro auf 494 Mio. Euro angestiegen ist.

4.7 Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial

Zur Abbildung der aktuellen Nachfragesituation wird auf sekundärstatistische Rahmendaten der IFH Retail Consultants, Köln (2021) zurückgegriffen. Anhand der Bevölkerungszahlen und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Gebiet vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und nach Warengruppen abbilden.

²⁰ Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Die IFH Köln ermittelt diesen Schätzwert für unterschiedliche räumliche Einheiten in regelmäßigen Abständen. Dabei werden die für jedes Gebiet unterschiedlichen Ausgaben für Dienstleistungen, Wohnung, Reisen und Zukunftsvorsorge (ermittelt durch Verbraucherstichproben) von der allgemeinen Kaufkraft des Gebietes abgezogen.

²¹ Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Teileinheit vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf gibt die prozentuale Abweichung der Pro-Kopf-Einzelhandelsrelevanten-Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an.

Tabelle 6: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Lüdenscheid nach Warengruppen

Warengruppe	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft		
	Euro pro Kopf	in Mio. Euro	Anteil
Nahrungs- und Genussmittel	2.626	194,1	39,3%
Blumen (Indoor) / Zoo	124	9,2	1,9%
Gesundheit und Körperpflege	453	33,4	6,8%
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	166	12,3	2,5%
überwiegend kurzfristiger Bedarf	3.369	249,0	50,4%
Bekleidung / Textilien	462	34,1	6,9%
Schuhe / Lederwaren	125	9,2	1,9%
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	113	8,3	1,7%
Spielwaren / Hobbyartikel	143	10,5	2,1%
Sport und Freizeit	216	15,9	3,2%
überwiegend mittelfristiger Bedarf	1.058	78,2	15,8%
Wohneinrichtung	168	12,4	2,5%
Möbel	403	29,8	6,0%
Elektro / Leuchten	197	14,6	3,0%
Elektronik / Multimedia	442	32,7	6,6%
medizinische und orthopädische Artikel	84	6,2	1,3%
Uhren / Schmuck	71	5,3	1,1%
Baumarktsortimente	513	37,9	7,7%
Gartenmarktsortimente	117	8,6	1,7%
überwiegend langfristiger Bedarf	1.996	147,5	29,9%
Sonstiges	263	19,4	3,9%
gesamt	6.686	494,1	100,0%

Quelle: Berechnung Junker + Kruse, Grundlage: IFH Retail Consultants, Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2019

Insgesamt beträgt das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial für die Stadt Lüdenscheid rund 494,1 Mio. Euro (2021)**. Die Verbrauchsausgaben in den Warengruppen sind dabei unterschiedlich ausgeprägt. Auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel entfällt mit rund 194,1 Mio. Euro bzw. rund 39,3 % der höchste Anteil am gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial. Mit deutlichem Abstand folgen die Warengruppen Bekleidung (rund 34,1 Mio. Euro bzw. 6,9 %), Baumarktsortimente (rund 37,9 Mio. Euro bzw. 7,7 %) und Elektronik / Multimedia (rund 32,7 Mio. Euro bzw. 6,6 %). Weitere monetär bedeutsame Warengruppen sind Gesundheits- und Körperpflegeartikel sowie Möbel.

Diesem monetären Kaufkraftpotenzial liegt – unter Berücksichtigung der Einwohnerzahlen – das örtliche Kaufkraftniveau in der Stadt Lüdenscheid zugrunde. Die sogenannte Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der örtlich vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Dabei gibt sie die Abweichung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Kaufkraft in

Lüdenscheid vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Derzeit ergibt sich in der **Stadt Lüdenscheid** eine **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 98,73**, d. h. die Lüdenscheider Bevölkerung verfügt über ein rund 1,27 % unter dem Bundesdurchschnitt liegendes **Kaufkraftniveau**.²²

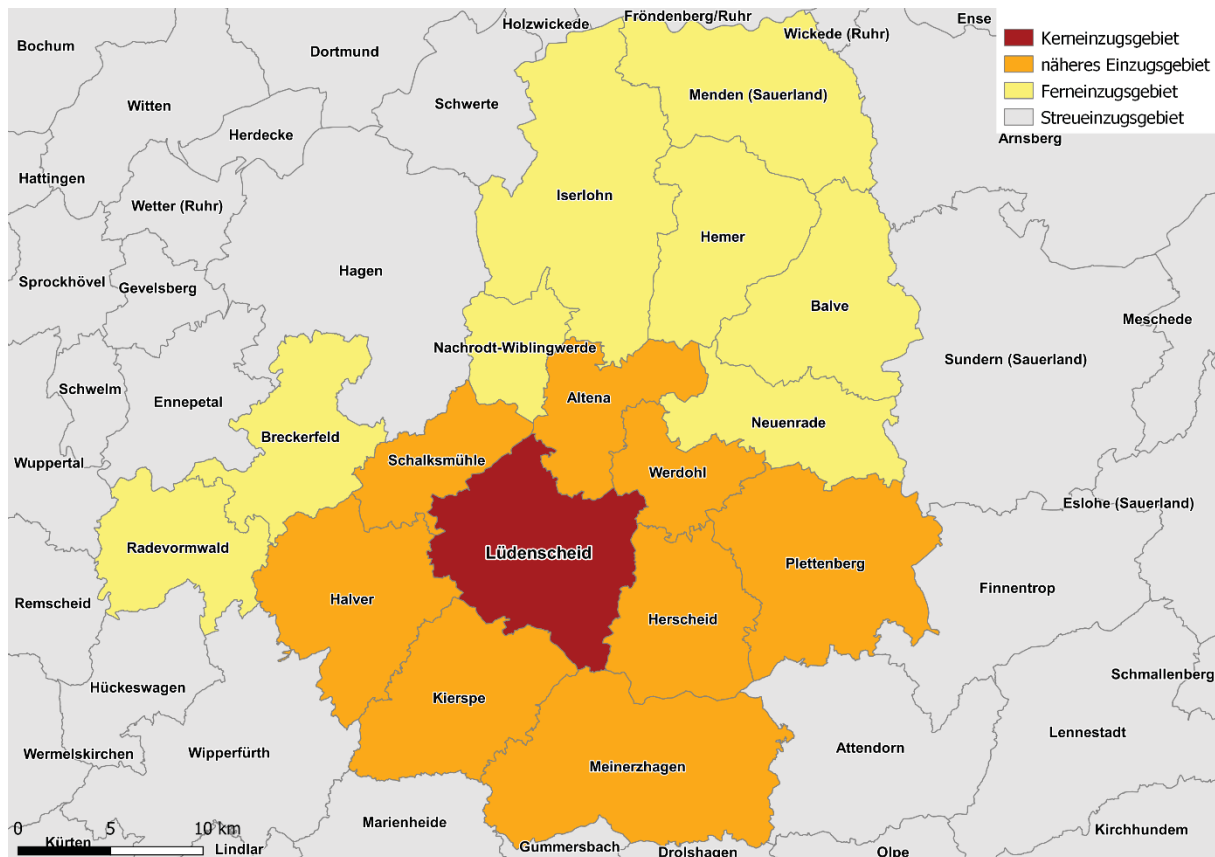
4.8 Einzugsgebiet des Einzelhandels in Lüdenscheid

Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden Mobilität insbesondere im Rahmen der Versorgung mit mittel- und langfristigen Bedarfsgütern vollziehen sich räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelszentren und Wohnorten der Nachfrager. Im Zuge zunehmender Mobilitätsanforderungen werden erhöhte Zeit- und Entfernungswiderstände sowohl für das Einkaufen als auch für die Funktionen Arbeiten, Dienstleistungsinanspruchnahme und Freizeitgestaltung in Kauf genommen. Daneben kann das kollektive Einzugsgebiet von Einzelhandelsagglomerationen, das i. d. R. über das jeweilige Einzugsgebiet einzelner Betriebe bzw. Betriebsformen hinausgeht, zur Steigerung der Ausstrahlungskraft einer Kommune als Einzelhandelsstandort beitragen. Andererseits ist aber auch zu berücksichtigen, dass mit Zunahme der Raum-Zeit-Distanzen (Entfernung zur Innenstadt bzw. zum Einkaufsstandort) die Bereitschaft der Kunden abnimmt, diese aufzusuchen, weil wiederum andere Zentren bzw. Standorte aufgrund geringerer Raum-Zeit-Distanzen schneller erreichbar sind. Aus diesem räumlichen Spannungsgeflecht resultiert schließlich ein Einzugsgebiet.

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes dient zum einen als Indikator zur Bewertung der derzeitigen Ausstrahlungskraft des Einzelhandels in Lüdenscheid, zum anderen als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials.

Zur Ermittlung des Einzugsgebiets des Lüdenscheider Einzelhandels wurde in der Zeit vom 20.06. bis zum 25.06.2022 eine Kundenherkunftserhebung (n= 3.199) durchgeführt. Die Ergebnisse der Erhebung bieten einen Anhaltspunkt über die räumliche Verteilung der Kundschaft und helfen somit, das Einzugsgebiet einzugrenzen.

²² Quelle: Berechnung Junker + Kruse auf Grundlage von IFH Retail Consultants, Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2019.

Karte 4: Einzugsgebiet des Lüdenscheider Einzelhandels

Quelle: Darstellung Junker + Kruse

Das Einzugsgebiet Lüdenscheids stellt sich wie folgt dar:

Kerneinzugsgebiet

Das Stadtgebiet Lüdenscheids mit einem Kundenpotenzial von rund 73.900 Personen wird als Kerneinzugsgebiet definiert. Es ist davon auszugehen, dass der überwiegende Anteil der Kunden des Lüdenscheider Einzelhandels auch in Lüdenscheid wohnt. Im Rahmen der Kundenherkunftserhebung nannten 68 % der Befragten Lüdenscheid als Wohnort.

Näheres Einzugsgebiet

Dem näheren Einzugsgebiet werden Kommunen zugeordnet, die in direkter Nachbarschaft zur Stadt Lüdenscheid liegen. Dazu zählen mit einem Kundenpotenzial von rund 129.400 Personen: Altena, Halver, Herscheid, Kierspe, Meinerzhagen, Plettenberg, Schalksmühle und Werdohl. Gemäß Kundenherkunftserhebung stammten rund 26 % der befragten Personen aus diesen Gemeinden.

Ferneinzugsgebiet

Das Ferneinzugsgebiet wird durch Kommunen, welche zwar räumlich etwas weiter von Lüdenscheid entfernt liegen, deren Einwohner aber dennoch einen regelmäßigen Anteil an den Kunden des Lüdenscheider Einzelhandels einnehmen, gebildet. Die Häufigkeit der Besuche ist im

Vergleich zur Kundschaft aus den Kern- und näheren Einzugsgebiet jedoch deutlich geringer. Balve, Breckerfeld, Hemer, Iserlohn, Nachrodt-Wiblingwerde, Neuenrade, Menden (Sauerland) sowie Radevormwald sind diesem Einzugsgebiet zugehörig. Im Ferneinzugsgebiet leben ca. 239.300 Menschen. Rund 4 % der in der Kundenherkunftserhebung befragten Kundschaft wohnt in einer dem Ferneinzugsgebiet zugeordneten Gemeinden.

Weiteres Einzugsgebiet / Streueinzugsgebiet

Das weitere und Streueinzugsgebiet umfasst all diejenigen Besucherinnen und Besucher, die keiner der oben genannten Gemeinden zugeordnet werden können und die den Einkaufsstandort Lüdenscheid nicht regelmäßig aufsuchen („Zufallsbesuche“). Sie stellen einen sehr geringen und sich daher nur marginal auswirkenden Anteil am Kundenpotenzial dar. Rund 2 % der im Rahmen der Kundenherkunftserhebung Befragten stammten aus dem Streueinzugsgebiet.

Insgesamt ergibt sich somit für den Lüdenscheider Einzelhandel ein Kundenpotenzial von rund 441.700 Personen, wobei zu berücksichtigen ist, dass sich die Anteile an dem damit verbundenen Kaufkraftpotenzial, die durch den Lüdenscheider Einzelhandel abgeschöpft werden, mit zunehmender Entfernung von Lüdenscheid verringern.

5 Einzelhandelsangebot in Lüdenscheid

Unter Berücksichtigung der standortrelevanten Rahmenbedingungen werden die Einzelhandelsstandorte und -strukturen in Lüdenscheid unter einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Gesichtspunkten analysiert. Hierfür wird zunächst ein gesamtstädtischer Betrachtungsbogen gespannt, bevor in einem vertiefenden Schritt eine räumliche Differenzierung sowie eine Betrachtung der Grundversorgungssituation im Stadtgebiet erfolgen.

5.1 Gesamtstädtische, einzelhandelsrelevante Kennziffern

Auf Basis der Daten aus der sortimentsspezifischen flächendeckenden Erhebung aller Einzelhandelsbetriebe in Lüdenscheid können differenzierte Aussagen zur Versorgungssituation in Lüdenscheid getroffen werden. Das gesamtstädtische Bild der Einzelhandelssituation zum Erhebungszeitpunkt stellt sich wie folgt dar:

- Es bestehen 376 Betriebe des Einzelhandels im engeren Sinne²³ mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 151.900 m².
Im Vergleich zum Jahr 2013 handelt es sich um einen Verkaufsflächenrückgang von rund 1.000 m² (-0,7 %) sowie eine Abnahme der Betriebe um 77 (-17 %).
- Die durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb beträgt rund 400 m². Sie ist im Vergleich zu 2013 um ca. 60 m² gestiegen. Dies ist vor dem Hintergrund des Rückgangs der Anzahl der Betriebe bei einer ungefähr gleichbleibenden Verkaufsfläche grundsätzlich zu erwarten.
- Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung beträgt 2,07 m² pro Einwohner und rangiert damit – losgelöst von branchenspezifischen Betrachtungen – über dem bundesdeutschen Durchschnittswert von rund 1,5 m² pro Einwohner, was auch auf einen prägenden Anteil großflächiger Anbieter im Stadtgebiet zurückzuführen ist.
An dieser Stelle ist ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass die Darstellung der einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattung eine erste gesamtstädtische, quantitative Einordnung darstellt. Eine überdurchschnittlich einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung kann nicht allein als Indiz dafür herangezogen werden, dass ggf. kein Handlungserfordernis zu einzelhandelsrelevanten Entwicklungen besteht. Hier sind differenzierte räumliche und strukturelle Analysen, unter besonderer Berücksichtigung der Zentren- und Standortstruktur sowie Wettbewerbssituation, zu berücksichtigen.

Das Einzelhandelsangebot nach Warengruppen stellt sich in der Stadt Lüdenscheid wie in Tabelle 7 und Abbildung 10 aufgeführt dar:

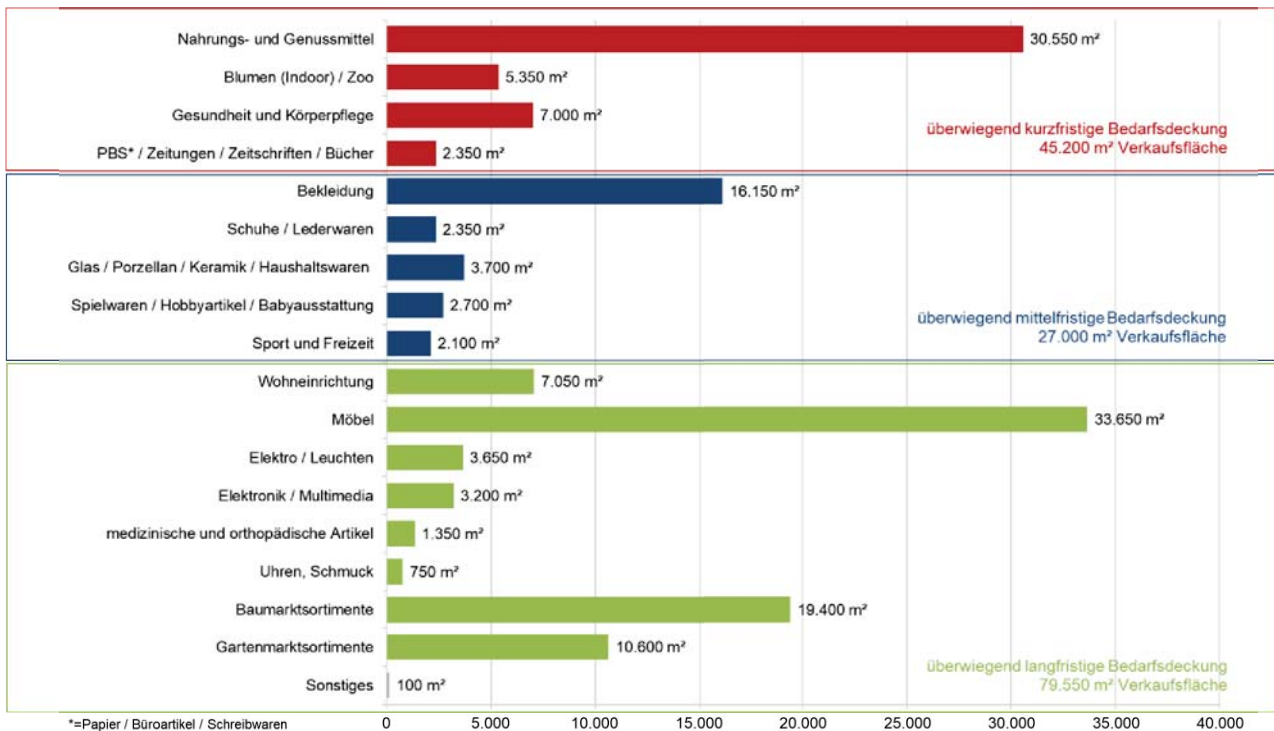
²³ Zum Einzelhandel im engeren Sinne werden auch das Nahrungsmittelhandwerk (Bäckereien, Metzgereien, Konditoreien), Tankstellenshops, Kiosks und Apotheken sowie weitere, in ihrer Funktion vergleichbare, Einzelhandels-einrichtungen gezählt.

Tabelle 7: Verkaufsflächen und Anzahl der Betriebe nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufsflächen (gerundet) in m ²	Anteil an Gesamt- verkaufsfläche in %	Anzahl der Betriebe***
Nahrungs- und Genussmittel	30.550	20,1 %	132
Blumen (Indoor) / Zoo	5.350	3,5 %	13
Gesundheit und Körperpflege	7.000	4,6 %	27
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	2.350	15,2 %	19
überwiegend kurzfristiger Bedarf	45.200	29,8 %	191
Bekleidung	16.150	10,6 %	51
Schuhe / Lederwaren	2.350	1,5 %	8
GPK** / Haushaltswaren	3.700	2,4 %	5
Spielwaren / Hobbyartikel	2.700	1,8 %	7
Sport und Freizeit	2.100	1,4 %	9
überwiegend mittelfristiger Bedarf	27.000	17,8 %	80
Wohneinrichtung	7.050	4,6 %	16
Möbel	33.650	22,2 %	12
Elektro / Leuchten	3.650	2,4 %	1
Elektronik / Multimedia	3.200	2,1 %	19
medizinische und orthopädische Artikel	1.350	0,9 %	16
Uhren, Schmuck	750	0,5 %	16
Baumarktsortimente	19.400	12,8 %	19
Gartenmarktsortimente	10.600	7,0 %	5
überwiegend langfristiger Bedarf	79.550	52,4 %	104
Sonstiges	100	0,1 %	1
gesamt	151.900	100,0 %	376

Quelle: Berechnung Junker + Kruse, Grundlage: Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021.

Abbildung 10: Verkaufsflächen in der Stadt Lüdenscheld nach Warengruppen (in m²)



Quelle: Darstellung Junker + Kruse. Grundlage: Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021.

Überwiegend kurzfristiger Bedarf

- Fast ein Drittel der Gesamtverkaufsfläche bzw. rund **45.250 m² entfällt** auf die Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe. Der größte Anteil wird dabei von der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** eingenommen (30.550 m² Verkaufsfläche). Auch der größte Anteil der Betriebe (132 Betriebe, rund 35 %) ist dieser Warengruppe zuzuordnen, wobei dabei insbesondere auch kleine Anbieter wie Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) berücksichtigt werden. Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** von **0,42 m²/ Einwohner** in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel weist auf eine im Bundesvergleich durchschnittliche Ausstattung hin. Der Wert unterstreicht zum einen die gute quantitative **Angebotsausstattung** in dieser Warengruppe und verdeutlicht zum anderen die große Bedeutung dieser Warengruppe innerhalb der privaten Verbrauchsausgaben bzw. hinsichtlich der Versorgungsfunktion von Lüdenscheld als Mittelzentrum.
- Auch die Angebotsausstattungen in den **übrigen Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsdeckung** sind als gut einzustufen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass es sich bei den Angeboten von Drogeriewaren und Körperpflegeartikeln mit einer warengruppenspezifischen Verkaufsfläche von 7.000 m² zum einen um Anbieter mit entsprechendem Kernsortiment (Drogeriemärkte und Parfümerien in der Innenstadt) handelt und daneben dieses Sortiment regelmäßig als Randsortiment in Lebensmittelmärkten vertreten ist.

Überwiegend mittelfristiger Bedarf

- In den Warengruppen des überwiegend mittelfristigen Bedarfs konzentriert sich ein Verkaufsflächenangebot von rund **26.950 m²**, was einem Anteil von rund **17,8 %** an der **Gesamtverkaufsfläche** entspricht. Ein quantitativer Angebotsschwerpunkt liegt dabei in der **innerstädtischen Leitbranche Bekleidung**, die mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund **16.150 m²** über rund **10,6 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche** verfügt. Dabei verteilt sich die Verkaufsfläche auf 51 Betriebe, die dieser Warengruppe zuzuordnen sind.
- In den ebenfalls zentrenprägenden Leitbranchen **Schuhe / Lederwaren; Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren, Spielwaren / Hobbyartikel** sowie **Sport und Freizeit** bewegen sich die Gesamtverkaufsflächen zwischen **2.100 m²** und **3.650 m²**, was Anteilen zwischen **1,4 %** und **2,4 %** am gesamten Verkaufsflächenangebot der Stadt Lüdenschaid entspricht.

Angebotssituation des überwiegend langfristigen Bedarfs

- Mit insgesamt rund **79.550 m² Verkaufsfläche** nehmen die Warengruppen der langfristigen Bedarfsstufe einen Anteil von rund **52,4 % am gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebot** ein. Die absolut größten warengruppenspezifischen Verkaufsflächenanteile entfallen dabei auf Warengruppen, die regelmäßig durch großflächige Anbieter geprägt sind. Dabei handelt es sich um die Warengruppen **Möbel / Wohneinrichtung** (zusammen rund **40.700 m²**) sowie **Bau- und Gartenmarktsortimente** (zusammen rund **30.000 m²**). Das Verkaufsflächenangebot verteilt sich dabei auf insgesamt **104 Betriebe**.

Stellt man das warengruppenspezifisch differenzierte Verkaufsflächenangebot sowie die rechnerisch ermittelten warengruppenspezifischen Umsätze des Lüdenschaid Einzelhandels der lokalen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gegenüber, so ergibt sich sowohl die gesamtstädtische als auch die nach Warengruppen differenzierte einzelhandelsrelevante Zentralität. Hierbei handelt es sich um eine Maßzahl, die den Kaufkraftzu- beziehungsweise -abfluss im Saldo darstellt und Rückschlüsse auf die Leistungsfähigkeit des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebotes zulässt.

Tabelle 8: Einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche, Umsatz, Kaufkraft und Zentralität in der Stadt Lüdenschaid nach Warengruppen

Warengruppe	Einzelhandelsrelevante/r			
	Verkaufsfläche (gerundet)	Umsatz (in Mio. Euro)	Kaufkraft (in Mio. Euro)	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	30.550	170,7	194,1	0,88
Blumen (Indoor) / Zoo	5.350	11,1	9,2	1,21
Gesundheit und Körperpflege	7.000	53,9	33,4	1,61
PBS* / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	2.350	12,4	12,3	1,01
überwiegend kurzfristiger Bedarf	45.200	248,1	249,0	1,00
Bekleidung	16.150	54,7	34,1	1,60
Schuhe / Lederwaren	2.350	9,5	9,2	1,02

Warengruppe	Einzelhandelsrelevante/r			
	Verkaufsfläche (gerundet)	Umsatz (in Mio. Euro)	Kaufkraft (in Mio. Euro)	Zentralität
GPK* / Haushaltswaren	3.700	8,8	8,3	1,05
Spielwaren / Hobbyartikel	2.700	9,6	10,5	0,91
Sport und Freizeit	2.100	7,9	15,9	0,49
überwiegend mittelfristiger Bedarf	27.000	90,4	78,2	1,16
Wohneinrichtung	7.050	13,2	12,4	1,06
Möbel	33.650	47,5	29,8	1,59
Elektro / Leuchten	3.650	20,1	14,6	1,38
Elektronik / Multimedia	3.200	31,6	32,7	0,97
medizinische und orthopädische Artikel	1.350	8,1	6,2	1,30
Uhren / Schmuck	750	6,4	5,3	1,22
Baumarktsortimente	19.400	28,1	37,9	0,74
Gartenmarktsortimente	10.600	10,3	8,6	1,20
überwiegend langfristiger Bedarf	79.550	165,4	147,5	1,12
Sonstiges	100	0,5	19,4	0,02
gesamt	151.900	504,4	494,1	1,02

Quelle: Berechnung Junker + Kruse, Grundlage: Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021.

- Dem Kaufkraftpotenzial der **Stadt Lüdenscheid** von rund **494,1 Mio. Euro** für das Jahr 2021 steht ein **geschätztes Jahresumsatzvolumen** von rund **504,1 Mio. Euro** gegenüber. Daraus ergibt sich eine Einzelhandelszentralität von **1,02** über alle Warengruppen, d. h. der erzielte Einzelhandelsumsatz liegt in etwa so hoch wie das örtliche Kaufkraftvolumen. Der Lüdenscheider Einzelhandel erfährt somit keine nennenswerten Kaufkraftzuflüsse von bzw. Kaufkraftabflüsse nach außerhalb des Stadtgebietes.
- In den einzelnen Warengruppen ergeben sich sehr unterschiedliche Zentralitätswerte. Während die nahversorgungsrelevante Warengruppen **Gesundheit und Körperpflege** mit einer Zentralität von **1,61** auf eine sehr gute Versorgungsfunktion hinweist, liegt die Zentralität in der nahversorgungsrelevanten Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** bei **0,88**. Dies weist auf eine weitgehend gute, quantitative Versorgungssituation hin, die unter räumlichen und strukturellen Aspekten näher zu betrachten ist (vgl. dazu Kapitel 5.6).
In den typischen zentrenrelevanten Sortimenten **Bekleidung** sowie **Elektronik / Multimedia** dagegen liegen die Zentralitätswerte bei **1,60** bzw. **0,97**. Dabei ist zu berücksichtigen, dass diese Warengruppen einem besonderen Wettbewerbsdruck ausgesetzt sind, der insbesondere auf den Einfluss des Onlinehandels und die Ausstrahlungskraft des Einzelhandels in übergeordneten Oberzentren zurückzuführen ist.
In den übrigen zentrenrelevanten Sortimenten weisen die teilweise weit über einem Wert

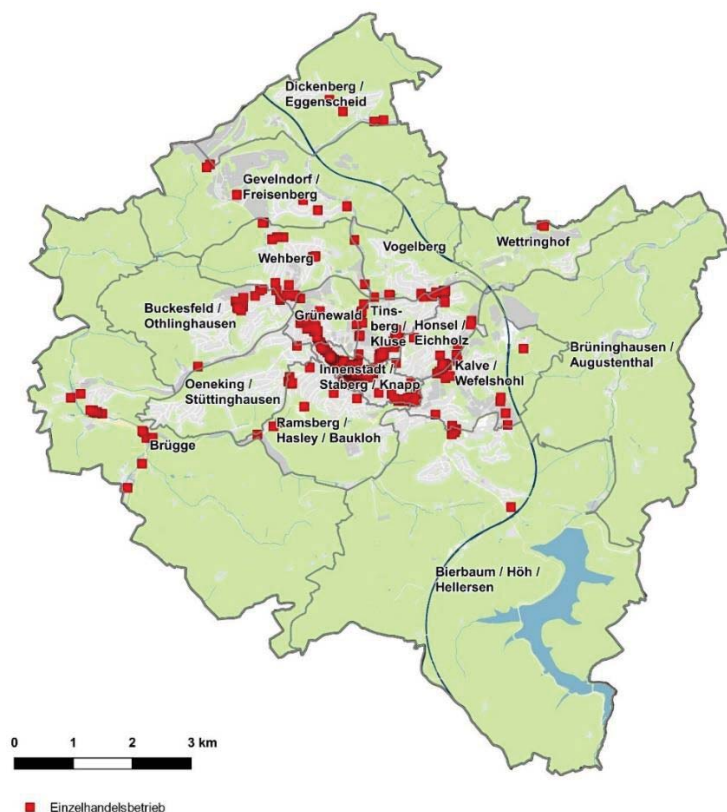
von rund 1 liegenden Zentralitätskennziffern darauf hin, dass per Saldo die lokale sortimentsspezifische Kaufkraft gebunden werden kann (**Schuhe / Lederwaren, GPK* / Haushaltswaren**). Die niedrige Zentralitätskennziffer der Warengruppen **Spielwaren / Hobbyartikel** sowie **Sport und Freizeit** indiziert einen Kaufkraftabfluss.

- Die typischerweise nicht zentrenrelevanten Warengruppen **Möbel sowie Bau- und Gartensortimente** weisen eine Einzelhandelszentralitätskennziffer von **0,74 bis 1,59** auf. Hinsichtlich der niedrigen Zentralität in der Warengruppe Baumarktsortimente ist zu berücksichtigen, dass eine Versorgung mit Baumarktsortimenten über unterschiedliche Kanäle stattfindet, die nicht allein dem Einzelhandel i. e. S. (Untersuchungsgegenstand) zuzuordnen sind, dazu gehört z. B. das Handwerk oder Großhandelsbetriebe, die untergeordnet auch an Endverbraucher Waren verkaufen. Eine Unterdeckung ist somit nicht per se darstellbar.

5.2 Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Lüdenscheid

Die kleinräumige Verteilung des Einzelhandels im Stadtgebiet ist insbesondere mit Blick auf die **strukturellen Aussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung** von grundlegender Bedeutung. Die nachfolgenden Analyseschritte geben daher einen dezidierten Überblick über die räumliche Verteilung des aktuellen Einzelhandelsangebotes im Stadtgebiet.

Karte 5: Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots in der Stadt Lüdenscheid



Quelle: Darstellung Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Kartengrundlage Stadt Lüdenscheid, Fachdienst Stadtplanung und Geoinformationen, 2020; Land NRW – MÄRKISCHER KREIS (2017) Datenlizenz Deutschland - Namensnennung - Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0).

Differenziert nach den 16 Stadtbezirken stellt sich das derzeitige einzelhandelsrelevante Verkaufsflächenangebot wie folgt dar:

Tabelle 9: Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots in der Stadt Lüdenscheid

Stadtbezirke	Einwohner (Stand: 31.12.2021)*	Anzahl Einzelhandels- betriebe	Verkaufsfläche in m ² *	Verkaufsfläche in m ² je Einwohner
Bierbaum / Höh / Hellersen	4.222	5	25.600	6,06
Brügge	2.774	15	4.900	1,76
Brüninghausen / Augustenthal	1.313	-	-	0,00
Buckesfeld / Othlinghausen	6.074	12	15.300	2,52
Dickenberg / Eggenscheid	2.808	4	500	0,17
Gevelndorf / Freisenberg	3.658	6	1.250	0,35
Grünwald	4.737	19	3.950	0,83
Honsel / Eichholz	6.094	26	10.250	1,68
Innenstadt / Staberg / Knapp	6.243	213	45.650	7,31
Kalve / Wefelshohl	4.728	10	9.650	2,04
Oeneking / Stüttinghausen	6.318	1	< 100	< 0,01
Ramsberg / Hasley / Baukloh	7.998	13	4.400	0,55
Tinsberg / Kluse	7.312	28	8.900	1,22
Vogelberg	3.374	5	1.550	0,46
Wehberg	4.809	17	7.700	1,60
Wettringhof	847	2	12.350	14,56
gesamt	73.309	376	151.900	2,07

Quelle: Berechnung Junker + Kruse, Grundlage: Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Stadt Lüdenscheid. Stabsstelle Demografie/Sozialplanung. *gerundete Werte

- Der quantitative Schwerpunkt des Verkaufsflächenangebotes liegt in der Stadt Lüdenscheid im **Stadtbezirk Innenstadt / Staberg / Knapp**. Mit rund **45.650 m² Verkaufsfläche** befinden sich 30 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebotes innerhalb des Stadtbezirks. Auch bei der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe dominiert der Stadtbezirk. **213** bzw. **56,6 %** aller Lüdenscheider **Einzelhandelsbetriebe** befinden sich in Innenstadt / Staberg / Knapp. Die Verkaufsflächenausstattung ist dabei mit einem Wert von 7,31 m² / Einwohner sowohl im Hinblick auf den gesamtstädtischen Wert (2,07 m² / Einwohner) und den bundesdurchschnittlichen Wert (1,5 m² / Einwohner) deutlich überdurchschnittlich einzustufen. Prägender Angebotsstandort des Stadtbezirks ist das Hauptzentrum Innenstadt mit etwa 21.350 m² Verkaufsfläche und Magnetbetrieben wie beispielsweise H&M, Müller, „das macht SINN“, TK Maxx, C&A und Saturn.
- Die **Stadtbezirke Bierbaum / Höh / Hellersen** und **Buckesfeld / Othlinghausen** sind mit rund **25.600 m² bzw. 15.300 m² Verkaufsfläche** weisen weitere quantitative Schwerpunkte des Einzelhandelsangebotes in Lüdenscheid auf. Der Großteil dieser Verkaufsfläche

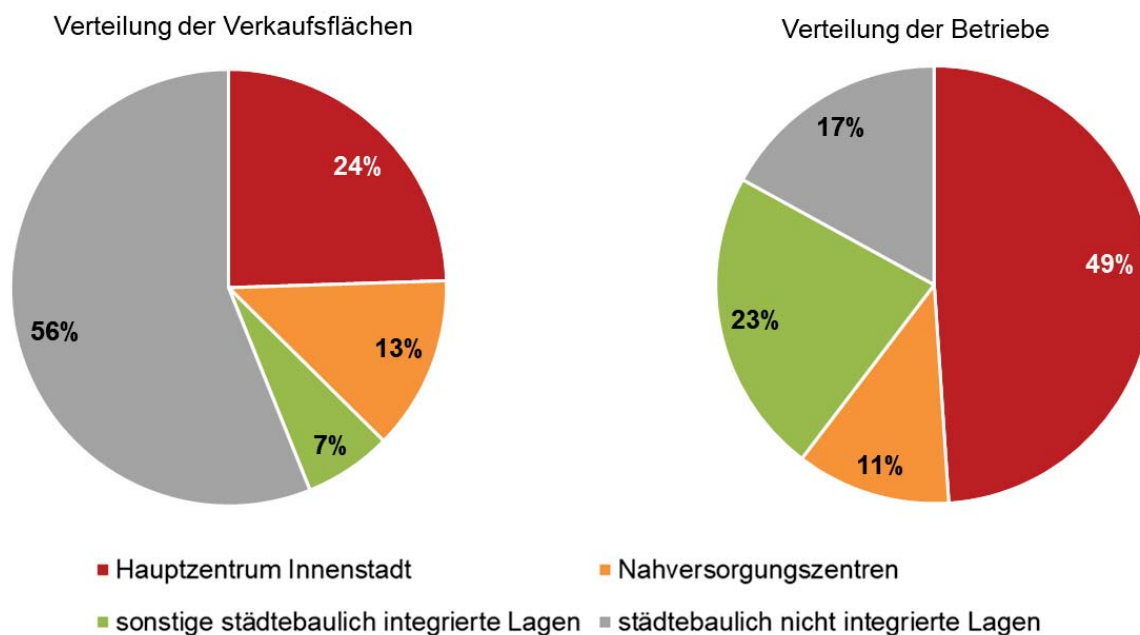
ist auf einzelne großflächige Anbieter wie etwa dem Einrichtungshaus XXXLUTZ Sonneborn oder dem Baumarkt Hellweg zurückzuführen.

- Der **Stadtbezirk Wettringhof** besitzt mit einer **Verkaufsflächenausstattung von 14,56 m² je Einwohner** die höchste einwohnerbezogene Verkaufsfläche aller Stadtbezirke. Bei vergleichsweise geringem Einwohnerpotenzial ist dies auf den Baumarkt Obi als großflächigen Anbieter zurückzuführen.

Angebotssituation nach Lagekategorien

Im Rahmen der Erhebung wurde eine Zuordnung aller Betriebe zu drei städtebaulichen Lagekategorien vorgenommen (vgl. Kapitel 3.1). Eine differenzierte räumliche Auswertung des einzelhandelsrelevanten Angebotes hinsichtlich dieser städtebaulichen Lagekategorien ergibt für den derzeitigen Einzelhandelsbestand in der Stadt Lüdenscheid das nachfolgend skizzierte Bild.

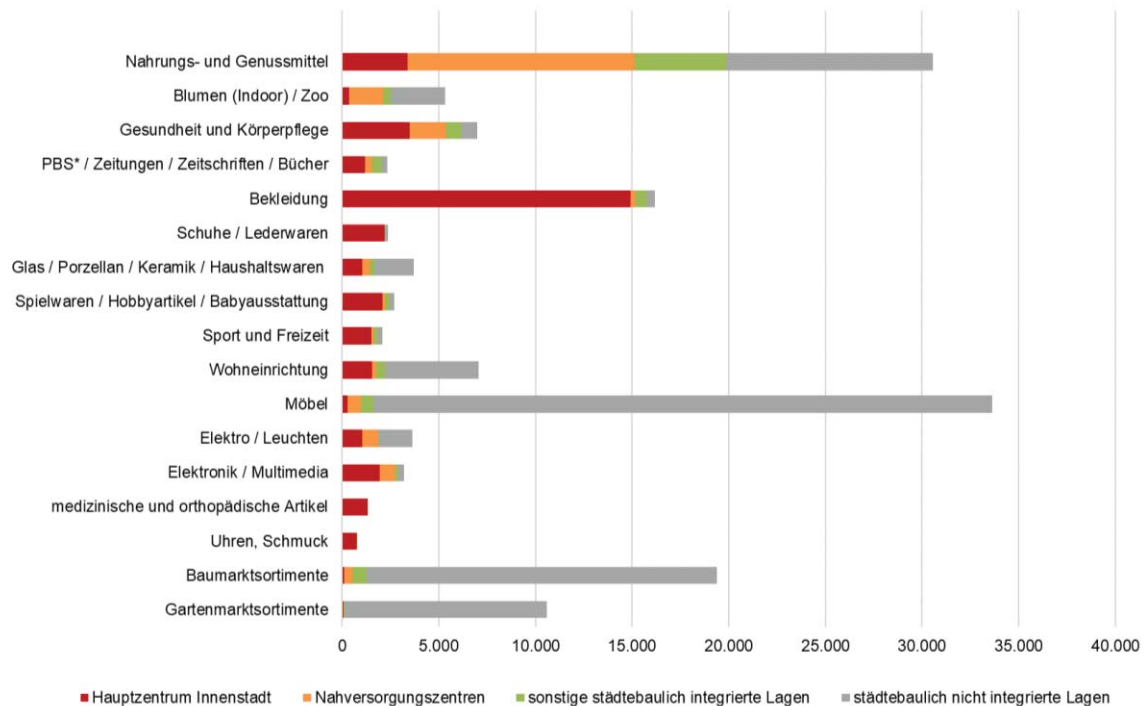
Abbildung 11: Verteilung des Einzelhandels nach Lagen



Quelle: Darstellung Junker + Kruse, Grundlage Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021

Bei Betrachtung der Angebotsstandorte zeigt sich, dass mit 49 % knapp die Hälfte aller Einzelhandelsbetriebe Lüdenscheids im Hauptzentrum Innenstadt liegen. Weiterhin befinden sich gut ein Drittel (34 %) der Betriebe außerhalb des Hauptzentrums Innenstadt in städtebaulich integrierter Lage – elf Prozent in den Lüdenscheider Nahversorgungszentren und 23 % in sonstigen städtebaulich integrierten Lagen. Während Betriebe in einer städtebaulich nicht integrierten Lage mit 17 % den geringsten Anteil in der Verteilung der Lüdenscheider Einzelhandelsbetriebe einnehmen, weisen sie mit 56 % den höchsten Anteil an der Gesamtverkaufsfläche auf.

Eine nach Warengruppen differenzierte Darstellung zur Verteilung der Verkaufsflächen nach Lagen geben Abbildung 12 bzw. Tabelle 10:

Abbildung 12: Verteilung der Verkaufsflächen (in m²) nach Lagen und Warengruppen

Quelle: Darstellung Junker + Kruse, Grundlage Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; gerundete Werte.

* PBS = Papier / Büroartikel / Schreibwaren

Hinweis: Nahversorgungszentren Bräuckenkreuz, Bromberger Straße / Bräuckenstraße, Buckesfelder Straße / Unterm Friedhof, Heedfelder Straße und Kölner Straße.

Tabelle 10: Verteilung der Verkaufsflächen (in m²) nach Lagen und Warengruppen

Warengruppe	Verkaufsfläche in m²				
	Hauptzentrum Innenstadt	Nahversorgungszentren	sonstige städtebaulich integrierte Lagen	städttebaulich nicht integrierte Lagen	gesamt
Nahrungs- und Genussmittel	3.400	11.750	4.750	10.650	30.550
Blumen (Indoor) / Zoo	350	1.800	350	2.850	5.350
Gesundheit und Körperpflege	3.500	1.900	800	800	7.000
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1.200	350	500	300	2.350
überwiegend kurzfristiger Bedarf	8.400	15.750	6.050	14.650	45.200
Bekleidung	14.900	300	550	450	16.150
Schuhe / Lederwaren	2.150	-	50	150	2.350
GPK* / Haushaltswaren	1.000	400	250	2.000	3.700
Spielwaren / Hobbyartikel	2.100	100	250	250	2.700

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ²				
	Hauptzent- rum Innen- stadt	Nahversor- gungszent- ren	sonstige städtebau- lich inte- grierte Lagen	städtebau- lich nicht integrierte Lagen	gesamt
Sport und Freizeit	1.500	100	250	250	2.100
überwiegend mittelfristiger Bedarf	21.700	950	1.300	3.100	26.950
Wohneinrichtung	1.550	200	500	4.800	7.050
Möbel	250	700	650	32.050	33.650
Elektro / Leuchten	1.050	800	50	1.700	3.650
Elektronik / Multimedia	1.950	800	150	350	3.200
medizinische und orthopädi- sche Artikel	1.350	-	-	-	1.350
Uhren / Schmuck	750	-	-	-	750
Baumarktsortimente	100	400	750	18.150	19.400
Gartenmarktsortimente	50	-	50	10.450	10.600
überwiegend langfristiger Bedarf	7.050	2.900	2.150	67.500	79.550
Sonstiges	100	-	-	-	100
gesamt	37.200	19.600	9.850	85.210	151.900

Quelle: Grundlage Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; gerundete Werte.

* PBS = Papier / Büroartikel / Schreibwaren, GPK = Glas/ Porzellan / Keramik

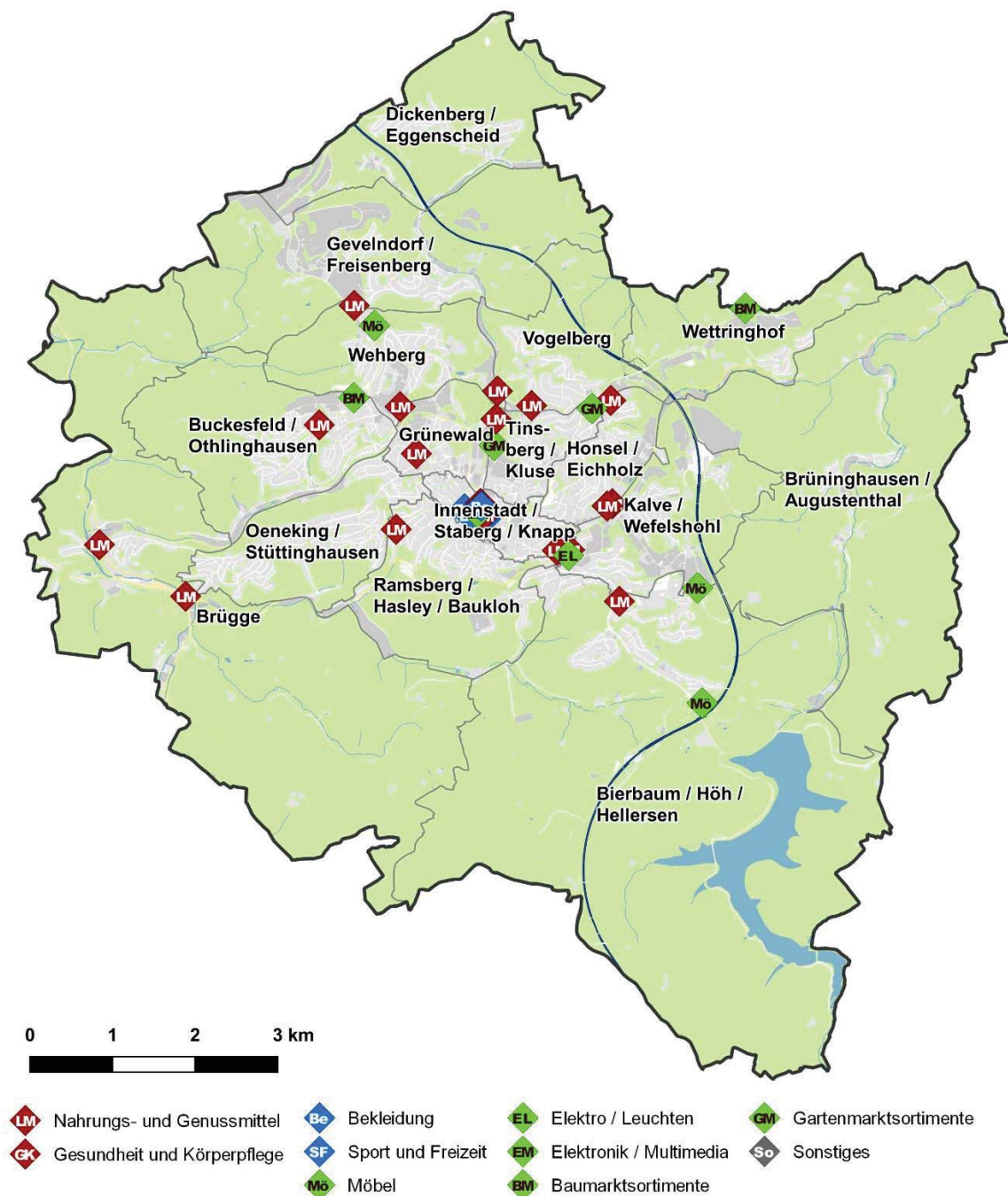
5.3 Großflächiger Einzelhandel

Der großflächige Einzelhandel ist, in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel, bauplanungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Dazu gehören u. a. Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte, Fachmärkte sowie auch Einkaufszentren. Die Einstufung als großflächiger Betrieb nach § 11 (3) BauNVO erfolgt ab einer Verkaufsfläche von 800 m²; dies entspricht einer Bruttogeschossfläche von rund 1.200 m².

Dem allgemeinen Strukturwandel im Einzelhandel folgend, wird auch in Lüdenscheid die Einzelhandelsstruktur zunehmend durch großflächige Betriebsformen geprägt. Im Allgemeinen treten einzelne Warengruppen, wie die Bereiche Möbel oder Bau- und Gartenmarktsortimente, aber auch zentrenprägende Warengruppen, wie Bekleidung und Elektronik / Multimedia, dabei besonders hervor. So sind großflächige Anbieter in Lüdenscheid ebenfalls mit unterschiedlichen Kernsortimenten anzutreffen, dazu gehören zentrenrelevante Sortimente wie Bekleidung, Elektronik / Multimedia, Sport und Freizeit sowie nicht zentrenrelevante Angebote wie Möbel und Bau- und Gartenmarktsortimente. Grundsätzlich ist festzuhalten, dass Betriebe dieser Art zu einer attraktiven und umfassenden Sortiments- und Betriebsformenmischung beitragen. Jedoch

können zu groß dimensionierte und / oder peripher – sowohl innerhalb des Stadtgebietes als auch in Nachbarkommunen – angesiedelte Betriebe negative Folgewirkungen für die Zentrenfunktion bzw. deren Entwicklungsperspektiven implizieren. Dementsprechend sind insbesondere großflächige Fachmärkte mit zentrenrelevanten Sortimenten in städtebaulich nicht integrierten Lagen vor dem Hintergrund einer Sicherung und Stärkung der Innenstadt bzw. der wohnungsnahen Grundversorgung kritisch zu sehen.

Karte 5: Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots in der Stadt Lüdenscheid



Quelle: Darstellung Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Kartengrundlage Stadt Lüdenscheid, Fachdienst Stadtplanung und Geoinformationen, 2020; Land NRW – MÄRKISCHER KREIS (2017) Datenlizenz Deutschland - Namensnennung - Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0).

- Aktuell existieren in der Stadt Lüdenscheid **34 großflächige Anbieter**²⁴ mit einer **Verkaufsfläche** von rund **104.600 m²**. Obwohl diese Betriebe nur knapp 9 % aller Betriebe darstellen, entfällt auf sie mit rund 69 % und damit gut zwei Drittel des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots.
- Mit **17 Betrieben** entfällt die Mehrzahl der großflächigen Betriebe auf die Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** mit einer Verkaufsfläche von rund 21.400 m². Dazu zählen vor allem die strukturprägenden Lebensmittelanbieter: Die Verbrauchermärkte EDEKA Kantim, Hit und Rewe (2 Filialen), die Supermärkte EDEKA Preller, Mix Markt sowie Rewe (3) und die Lebensmitteldiscounter Aldi (3), Lidl (3), Netto Marken-Discount sowie Penny.
- Eine Vielzahl der großflächigen Betriebe weist Möbel- sowie Bau- und Gartenmarktsortimente als Kernsortimente auf. Dabei handelt es sich um üblicherweise – und so auch in Lüdenscheid – großformatige flächenintensive Angebotsformen, die vorzugsweise an städtebaulich nicht integrierten, autokundenorientierten Standorten angesiedelt sind.
- Insgesamt sechs der großflächigen Betriebe hat die Warengruppe Bekleidung als Kernsortiment. Diese Betriebe befinden sich im Hauptzentrum Innenstadt.

5.4 Leerstände

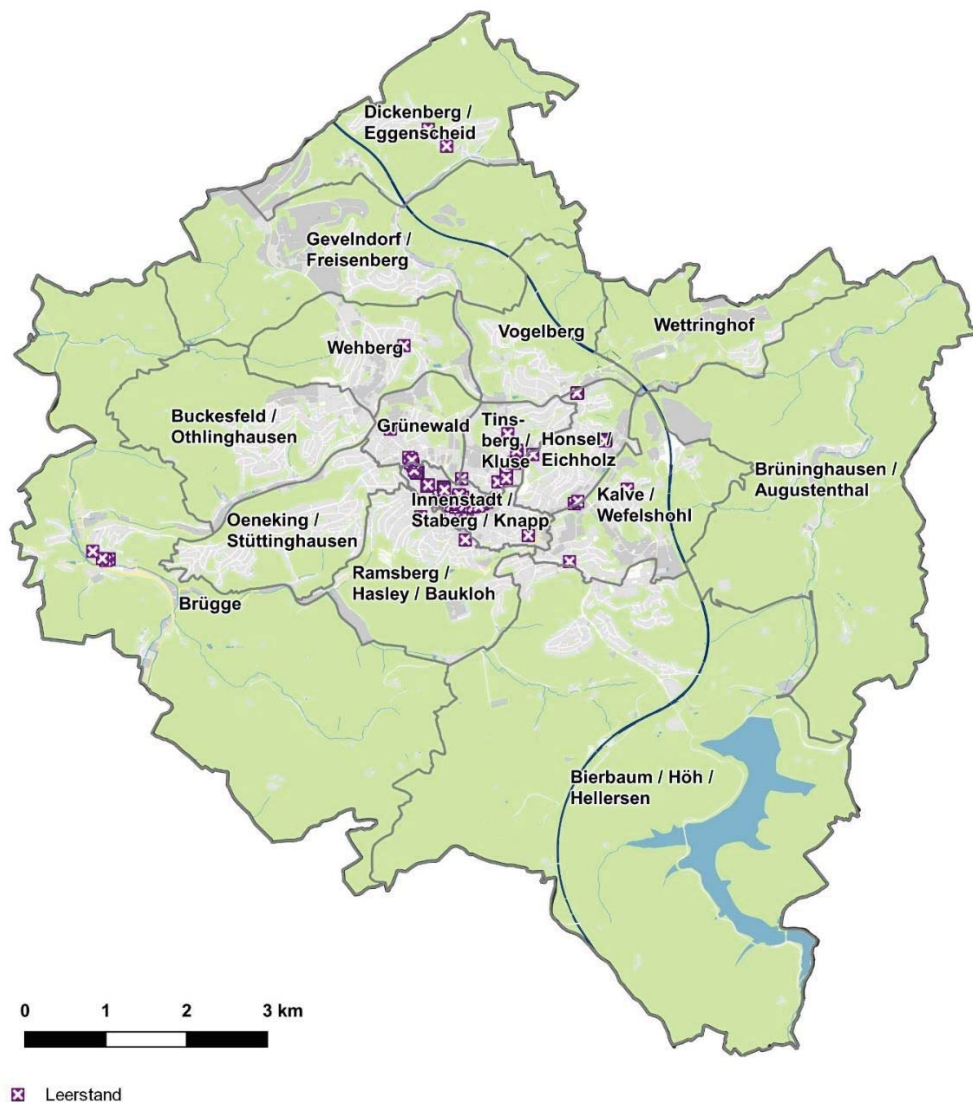
Zum Erhebungszeitpunkt bestehen im gesamten Stadtgebiet 78 Leerstände von Ladenlokalen mit einer Verkaufsfläche²⁵ von insgesamt rund 12.000 m². Dies entspricht einer **Leerstandsquote** von rund 17 % der Ladenlokale und ca. 7 % der Verkaufsfläche. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Einzelhandelsstruktur immer einer gewissen Fluktuation und Veränderungen unterliegt. Zur Ableitung von Handlungsstrategien ist daher generell eine vertiefende Analyse der Leerstände²⁶ insbesondere im Hinblick auf ihre Lage, Größe, Dauer und potenzielle Folgenutzung (für Einzelhandel oder andere Nutzungen) notwendig.

²⁴ Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Die Einstufung als großflächiger Betrieb erfolgte bislang nach § 11 (3) BauNVO ab einer Bruttogeschossfläche von rund 1.200 m². Die relevante Rechtsprechung besagt dazu, dass der Tatbestand der Großflächigkeit ab einer Verkaufsfläche von 800 m² zutrifft (vgl. Urteil vom 24.11.2005: BVerwG 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05).

²⁵ Flächenwert der Leerstände ist geschätzt, da die Ladenlokale teilweise nur bedingt einsehbar bzw. messbar waren.

²⁶ Eine differenzierte Analyse der Leerstände ist nicht Gegenstand der vorliegenden Untersuchung.

Karte 6: Leerstände in der Stadt Lüdenschaid



Quelle: Darstellung Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Kartengrundlage Stadt Lüdenschaid, Fachdienst Stadtplanung und Geoinformationen, 2020; Land NRW – MÄRKISCHER KREIS (2017) Datenlizenz Deutschland - Namensnennung - Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0).

Ein Hauptaugenmerk ist besonders auf leerstehende Ladenlokale im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt zu legen. Dauerhafte Leerstände können, je nach Ausmaß hier zum Funktions- bzw. Attraktivitätsverlust einzelner Lagen oder gar des gesamten Zentrums beitragen. Im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt standen zum Zeitpunkt der Erhebung (02 und 06/2021) insgesamt 36 Ladenlokale und damit rund 16 % der Betriebe leer. Während der Großteil des Leerstands kleinflächige Ladengrößen betrifft, stehen im Hauptzentrum Innenstadt insbesondere das leerstehende Forum am Sternplatz mit geschätzten 4.000 m² Verkaufsfläche heraus sowie das ehemalige Bekleidungskaufhaus (Sinn) in der Wilhelmstraße / Ecke Altenaer Straße. Weiterhin befindet sich nach der Insolvenz des Kaufhauses Adler mit einer Verkaufsfläche von knapp 2.000 m² ein weiterer großflächiger Leerstand zentral an der Schillerstraße 3.

Hinweis: Die Erarbeitung des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Lüdenscheid stand unter dem Einfluss der Corona-Pandemie. Die Situation hatte sich nach den einschneidenden Maßnahmen zum Kontaktverbot und zur Schließung von Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben zum Zeitpunkt der Erhebungen noch nicht gänzlich entspannt. Vor diesem Hintergrund wird eine weitere Verschärfung der Leerstandssituation erwartet, die aktuell zudem durch die Energiekrise, Inflation und Ukraine-Krieg und vor allem auch durch die lokalen Einschränkungen aufgrund der Sperrung der A 45 beeinflusst wird. Eine Beobachtung der Leerstandssituation sowie Aktualisierung der Daten wird im Zuge eines Leerstandsmanagements durch die Stadt Lüdenscheid empfohlen.

5.5 Angebotsschwerpunkte in Lüdenscheid

Zu den prägenden Angebotsschwerpunkten im Lüdenscheider Stadtgebiet gehören die Innenstadt sowie die Nahversorgungszentren. Diese werden funktional und räumlich ergänzt durch die Nahversorgungsstandorte sowie Sonderstandorte. Nachfolgend werden die Standorte unter strukturellen und städtebaulichen Gesichtspunkten beschrieben und bewertet. Einen wichtigen Bestandteil der Versorgungsstruktur im Stadtgebiet stellt zudem die Grundversorgungssituation in den Stadtbezirken dar, welche anschließend in Kapitel 5.7 analysiert wird.

Grundlage bei der Auswahl der Bereiche stellt das Einzelhandelskonzept 2013 dar. Die Veränderungen, die sich in der Zwischenzeit eingestellt haben, beispielsweise aufgrund der Entwicklungen in den Nahversorgungszentren Bräuckenkreuz oder Bromberger Straße / Bräuckenstraße (2013: Berliner Straße / Bräuckenstraße) sowie bezüglich der Grundversorgung in Brügge, wurden berücksichtigt.

5.5.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt ist Teil der Lüdenscheider Innenstadt. Er stellt das Hauptzentrum (zentraler Versorgungsbereich) der Stadt Lüdenscheid dar. Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt bildet einen wichtigen siedlungsräumlichen, wirtschaftlichen, kulturellen sowie auch sozialen Mittelpunkt. Er ist vor allem geprägt durch eine Nutzungsmischung aus Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie und Wohnen.

Erreichbarkeit des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt

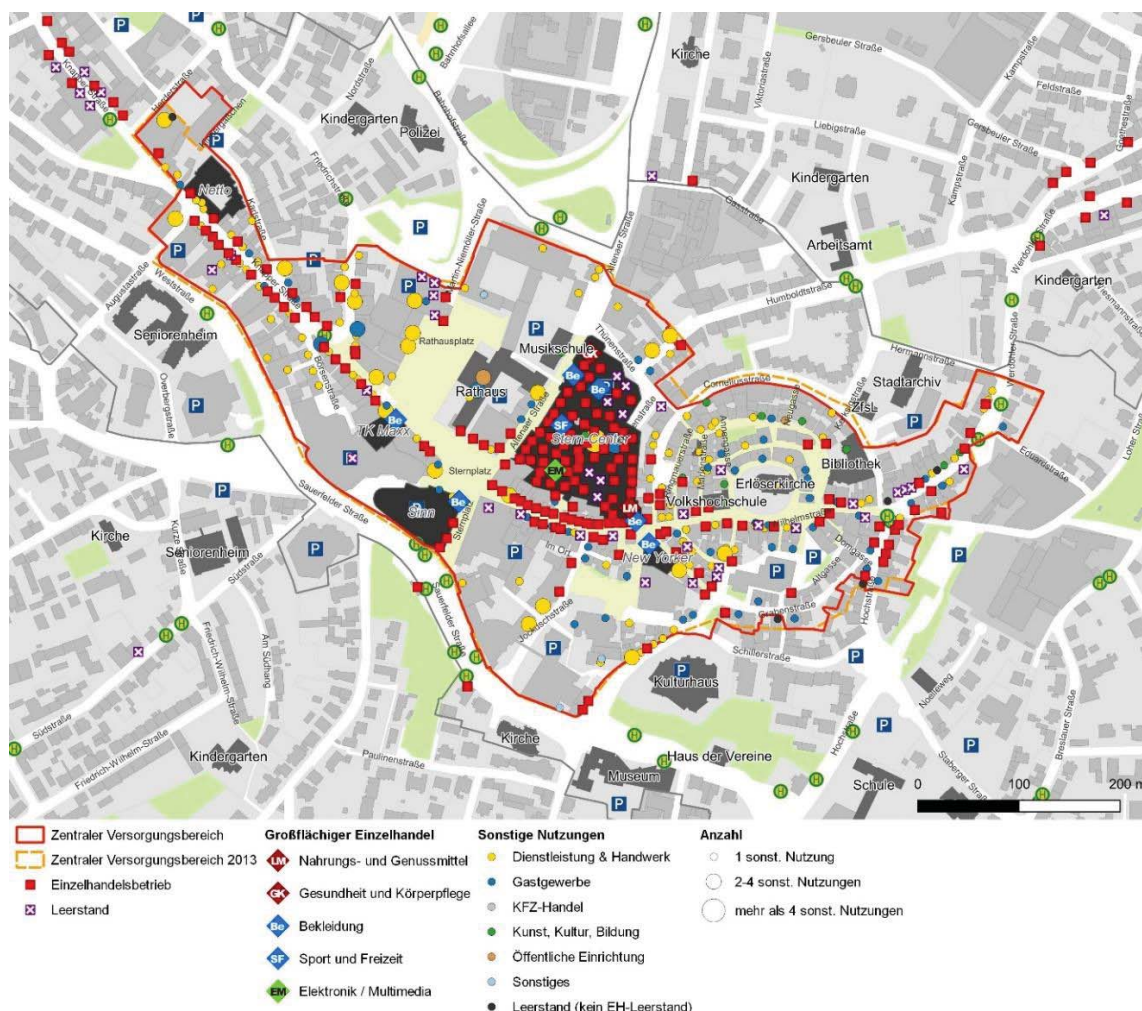
Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt ist sowohl mit dem Pkw (über die Bahnhofsallee, die Altenaer-, Humbold-, Knapper Straße, Kölner Straße, Sauerfelder oder Hochstraße) und mit dem öffentlichen Nahverkehr (Buslinien, Hauptbahnhof nördlich in fußläufiger Erreichbarkeit) als auch mit dem Fahrrad oder zu Fuß über die umliegenden Straßenzüge erreichbar. Stellplatzangebote für Fahrräder bieten Fahrradabstellanlagen, für den motorisierten Individualverkehr befinden sich insbesondere in den Parkhäusern Parkpalette Turmstraße, Parkhaus Rathausplatz, Parkhaus Weststraße und Tiefgarage Stern-Center sowie straßenbegleitend in den umliegenden Straßen. Die Gewährleistung der Erreichbarkeit der Innenstadt und somit auch der Einkaufsinnenstadt Lüdenscheid besitzt grundsätzlich im Rahmen der Stadtentwicklung in Lüdenscheid

einen sehr hohen Stellenwert. So bestehen Überlegungen hinsichtlich einer autofreien Innenstadt, mehr Tempo-30-Zonen und Radwegen, zu einem optimierten ÖPNV-Angebot und genügend Lademöglichkeiten für Elektrofahrzeuge.²⁷ Diese Pläne stehen derzeit jedoch unter dem Einfluss der Sperrung der A45 aufgrund der maroden Rahmede-Talbrücke (seit 02.12.2021). Es wurden Umleitungstrecken im Lüdenscheider Stadtgebiet eingerichtet, die häufig stark belastet sind und somit die Erreichbarkeit – auch der Lüdenscheider Innenstadt – aus kommunaler wie auch regionaler Sicht – erheblich beeinträchtigen.

Einzelhandelssituation

Die räumliche Verteilung des Besatzes an Einzelhandelsbetrieben sowie sonstigen Nutzungen wird in Karte 7 dargestellt.

Karte 7: Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz im zentralen Versorgungsbereich Lüdenscheider Innenstadt



Quelle: Darstellung Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Kartengrundlage Stadt Lüdenscheid, Fachdienst Stadtplanung und Geoinformationen, 2020; Land NRW – MÄRKISCHER KREIS (2017) Datenlizenz Deutschland - Namensnennung - Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0).

²⁷ Quelle: Pressemitteilung der Stadt Lüdenscheid vom 07.02.2020, Zahlreiche Ideen für Nachhaltigkeit in Lüdenscheid

Die nachstehende Tabelle 11 zeigt die Angebotsverteilung im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt nach Verkaufsflächen, Anzahl der Betriebe und dem Anteil an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche nach Warengruppen.

Tabelle 11: Angebotsseitige Kenndaten im zentralen Versorgungsbereich Lüdenscheid der Innenstadt nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anzahl der Betriebe***	Anteil an der ge- samtstädtischen Verkaufsfläche
Nahrungs- und Genussmittel	3.400	35	11,0 %
Blumen (Indoor) / Zoo	350	3	7,7 %
Gesundheit und Körperpflege	3.500	16	50,5 %
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1.200	8	37,1 %
überwiegend kurzfristiger Bedarf	8.400	62	18,5 %
Bekleidung	14.900	43	92,3 %
Schuhe / Lederwaren	2.150	8	92,1 %
GPK** / Haushaltswaren	1.000	4	27,7 %
Spielwaren / Hobbyartikel	2.100	5	77,6 %
Sport und Freizeit	1.500	4	72,2 %
überwiegend mittelfristiger Bedarf	21.700	64	80,5 %
Wohn Einrichtung	1.550	9	21,9 %
Möbel	250	2	< 1,0 %
Elektro / Leuchten	1.050	-	28,9 %
Elektronik / Multimedia	1.950	14	60,2 %
medizinische, orthopädische Artikel	1.350	16	100 %
Uhren / Schmuck	750	16	98 %
Baumarktsortimente	100	-	< 1,0 %
Gartenmarktsortimente	50	-	< 1,0 %
überwiegend langfristiger Bedarf	7.050	57	8,8 %
Sonstiges	100	1	100%
gesamt	37.200	184	24,5 %

Quelle: Berechnung Junker+Krise, Grundlage: Junker + Krise. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Stadt Lüdenscheid. Stabsstelle Demografie/Sozialplanung; gerundete Werte, Abweichung in den Summen rundungsbedingt,

* Papier / Büroartikel / Schreibwaren; ** Glas / Porzellan / Keramik; *** Anzahl der Betriebe mit entsprechendem Kernsortiment

In der quantitativen Betrachtung des Warenangebotes lässt sich Folgendes feststellen:

- Die 184 Einzelhandelsbetriebe des Hauptzentrums Innenstadt haben gemeinsam eine Gesamtverkaufsfläche von rund 37.200m². Dies entspricht einem Anteil an der Gesamtverkaufsfläche Lüdenscheids von ca. 24,5 %.

- Zu den funktionstragenden und frequenzbringenden Betriebe zählen die großflächigen Bekleidungsgeschäfte Sinn (rund 2.600 m² Verkaufsfläche), TK Maxx (rund 2.250 m² Verkaufsfläche), C&A (rund 2.200 m² Verkaufsfläche), H&M (rund 1.400 m² Verkaufsfläche) und New Yorker (rund 950 m² Verkaufsfläche), Saturn (rund 2.300 m² Verkaufsfläche), Müller (rund 2.150 m² Verkaufsfläche), Rewe (rund 1.350 m² Verkaufsfläche), Intersport Voswinkel (rund 1.000 m² Verkaufsfläche) sowie Woolworth (rund 900 m² Verkaufsfläche).
- Der quantitative Schwerpunkt des Angebotes liegt in den Warengruppen der überwiegend mittelfristigen Bedarfsstufe. Hier tritt die innerstädtische Leitbranche Bekleidung mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 14.900 m² besonders hervor. Dies entspricht bezogen auf das gesamtstädtische Einzelhandelsangebot in dieser Warengruppe einem Anteil von 92,3 %. Hohe Anteile am gesamtstädtischen Angebot können auch die Warengruppen Schuhe / Lederwaren (92,1 %), Spielwaren / Hobbyartikel (77,6 %) sowie Sport und Freizeit (72,2 %) erzielen. Die absoluten Werte der Verkaufsflächen bewegen sich um rund 1.500 m² in der Warengruppe Sport und Freizeit, rund 2.100 m² in der Warengruppe Spielwaren / Hobbyartikel sowie rund 2.150 m² in der Warengruppe Schuhe / Lederwaren.
- Darüber hinaus bilden die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit und Körperpflege einen weiteren quantitativen Angebotsschwerpunkt im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt (Nahrungs- und Genussmittel rund 3.400 m² Verkaufsfläche, Gesundheit und Körperpflege rund 3.500 m² Verkaufsfläche) auf.
- Grundsätzlich sind Angebote über alle Warengruppen vorhanden. Teilweise weisen einzelne Warengruppen nur eine geringe Breite und Tiefe auf, was darauf zurückzuführen ist, dass diese nur als Rand- oder Nebensortiment oder in sehr kleinen Betriebseinheiten von nur einem oder wenigen Kernsortimentsanbietern angeboten werden. Hierzu gehören beispielsweise Möbel sowie Bau- und Gartenmarktsortimente.
- Der Einzelhandel im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt setzt rund 177 Mio. Euro um. Das entspricht mehr als einem Drittel des Gesamtumsatzes in der Stadt Lüdenscheid und unterstreicht die besondere Versorgungsbedeutung der Innenstadt. Korrespondierend mit der Verkaufsflächenausstattung liegen Schwerpunkte dabei in der Warengruppe Bekleidung mit rund 54 Mio. Euro sowie in den Warengruppen Gesundheit und Körperpflege, Elektronik und Multimedia sowie Nahrungs- und Genussmittel.

Die Lüdenscheider Innenstadt erstreckt sich entlang der Knapper Straße über den Rathausplatz, den Sternplatz und der Wilhelmstraße bis in die Oberstadt. Die einzelnen Teilbereiche weisen charakteristische städtebauliche und funktionale Strukturen auf, die nachfolgend unter besonderer Berücksichtigung der Einzelhandelssituation dargestellt werden:

Der Bereich „Vordere“ und „Hintere“ Knapper Straße mit überwiegend kleinteiligen Baustrukturen.

Die Knapper Straße ist verkehrsberuhigt ausgebaut und ansprechend gestaltet. Sie ist – mit Ausnahme des Lebensmitteldiscounter Netto Marken-Discount am westlichen Ende – geprägt durch kleinflächige Einzelhandelsbetriebe. Neben Einzelhandelsnutzungen im Erdgeschoss existieren zahlreiche Dienstleistungsbetriebe mit einem Schwerpunkt in der Gesundheitswirtschaft.

Darüber hinaus bestehen zahlreiche gastronomische Angebote. Sie prägen zusammen das Straßenbild und tragen zu einer insgesamt lebendigen Atmosphäre in der Straße bei. Zum Zeitpunkt der Erhebung waren lediglich zwei kleinere Leerstände zu verzeichnen. Grundsätzlich hat sich die Nutzungssituation, seit einer erfolgreichen Beseitigung der noch 2005 zu verzeichnenden Leerstände, weiter gefestigt, was insbesondere auch darauf zurückzuführen ist, dass einzelhandelsaffine Nutzungen in Transformationsprozesse einbezogen werden.

Das Einzelhandelsangebot im Bereich der Knapper Straße umfasst insgesamt rund 3.500 m² Verkaufsfläche. Es handelt sich hier um kleinflächige Einzelhandelsbetriebe zu denen aber auch einige Fachmärkte bzw. Fachgeschäfte, wie Rossmann, Netto Marken-Discount und NKD gehören, die eine Magnetfunktion für diesen Geschäftsabschnitt der Innenstadt entwickeln. Als Standortvorteil für die Betriebe und auch Dienstleister ist hervorzuheben, dass diese direkt mit dem Kfz erreichbar und Stellplätze vor den Geschäften vorhanden sind.

Insgesamt übernimmt die Knapper Straße als Ergänzung der Hauptgeschäftslage (City) teilweise auch eine Grundversorgungsfunktion.

Der von Großstrukturen dominierte City-Bereich um Sternplatz und Rathaus sowie die Hauptlage in der Wilhelmstraße mit dichtem Einzelhandelsbesatz und dem Stern-Center.

Der Hauptgeschäftsbereich der Innenstadt erstreckt sich entlang der Fußgängerzone und weist zwei unterschiedliche Bereiche auf. Zum einen den Bereich um das Rathaus, welcher durch weitläufige Platzanlagen mit großformatigen, modernen Gebäuden geprägt ist. Zum anderen der Sternplatz der einen Übergangsbereich vom Rathausplatz zur Wilhelmstraße darstellt. Dominierende Einzelhandelsbausteine sind hier das Stern-Center und das Textilkaufhaus Sinn Leffers. Das „Forum am Sternplatz“ und der große Kaufhaus-Leerstand (ehemals P&C) an der Ecke Sternplatz / Wilhelmstraße stellen weiterhin einen Schwachpunkt in diesem Kernbereich der Innenstadt dar.

In östlicher Richtung schließt sich die Wilhelmstraße mit einem dichten Einzelhandelsbesatz an. Ein innenstadttypischer Branchenmix, unterschiedliche Angebotsqualitäten und eine überwiegend ansprechende Außendarstellung erfüllen die Anforderungen an die Hauptlage. Tiefenentwicklungen des Einzelhandels in Richtung Schillerstraße und dort lokalisierte, attraktive, innerstädtische Plätze mit Gastronomieangeboten sind weitere hochwertige Stadtbausteine dieses City-Bereiches. Die weitläufigen Raumfolgen am Rathaus stehen dabei in reizvollem Kontrast zur Enge und Intimität der Wilhelmstraße und der sich anschließenden Altstadt und verleihen der Innenstadt von Lüdenscheid eine großstädtische Komponente. Der kleinteilige, dichte Besatz an der Wilhelmstraße bis zur Schillerstraße sowie das städtebaulich wie einzelhandelsseitig gut integrierte Einkaufszentrum Stern Center und das Textilkaufhaus Sinn Leffers sind nach wie vor eine wichtige Stütze des Geschäftszentrums.

Insgesamt sind in diesem Bereich rund 30.000 m² Verkaufsfläche angesiedelt. Damit ist gegenüber 2013 ein leichter Rückgang der Verkaufsfläche zu bemerken. Zum Zeitpunkt der Erhebung ist dies vor allem auf den Leerstand des Textilkaufhauses Adler, mehrere Leerstände innerhalb des Stern-Centers sowie an der Nordseite des Rathausplatzes zurückzuführen.

Gezielte Maßnahmen zur Aufwertung des öffentlichen Raumes bzw. der Aufenthaltsqualität im Rahmen des Integrierten Handlungskonzeptes umfassen im Bereich untere Wilhelmstraße bis Anfang Sternplatz einen Austausch des Pflasters sowie die Erneuerung von Mobiliar (u. a. Fahrradständer, Mülleimer). Eine Fertigstellung ist bis Anfang 2024 vorgesehen.

Die Altstadt mit historischen Strukturen und einer eher beschaulichen Atmosphäre.

Der Abschnitt der Wilhelmstraße östlich der Schillerstraße besticht vor allem durch eine intime Atmosphäre und durch die historische weitgehend intakte Bebauungsstruktur. Der Einzelhandel weist mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 2.600 m² Verkaufsfläche eine geringe Dichte auf. Es kommt zu einer Häufung von Leerständen in der östlichen Wilhelmstraße. Der Einzelhandel hat hier eine den sonstigen Nutzungen deutlich untergeordnete Bedeutung. Die Verkaufsflächen der Einzelhandelsbetriebe und auch der Leerstände bewegen sich unterhalb der Großflächigkeit. Es fehlen frequenzerzeugende Magnetbetriebe, die zu einer zusätzlichen Attraktivität beitragen könnten.

Die sich bereits 2013 abzeichnenden Entwicklungen halten an und bestätigen weiterhin den Trend, dass künftig nicht alle Ladenlokale mit Einzelhandel nachgenutzt werden können. Neben kleineren Fach- und Spezialgeschäften stellen derzeit u. a. Gastronomie und Cafés Nutzungsalternativen für das sehr individuelle und teilweise hochwertige, städtische Umfeld dar. Aufgrund der geringen Einzelhandelsdichte ist der Geschäftsbereich in der Altstadt als Nebenlage einzuordnen.

Auch im Bereich der Altstadt, Obere Wilhelmstraße bis Hochstraße und Parkpalette haben Umbauarbeiten im öffentlichen Raum in jüngster Zeit zu einer Verbesserung der Aufenthaltsqualität beigetragen (Barrierefreiheit durch einen 1,5 m breiten geglätteten Pflasterbereich; Möblierung u. a. mit Bänken, Mülleimern, Fahrradständern).

Versorgungsfunktion des Hauptzentrums Innenstadt

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt übernimmt mit seinem typischen innerstädtischen, auf Stadtebene dominierenden, Einzelhandelsangebot mit Schwerpunkten in zentrenrelevanten Sortimenten wie Bekleidung, Schuhe / Lederwaren, Sport und Freizeit, Elektronik / Multimedia sowie Nahrungs- und Genussmittel und Gesundheit und Körperpflege Angebotes, aufgrund der zentralen Lage und guten Erreichbarkeit eine Versorgungsfunktion für das gesamte Stadtgebiet. Teilweise hohe Zentralitäten, z. B. in den Warengruppen Bekleidung oder Gesundheit und Körperpflege implizieren zusätzlich eine über die Stadtgrenzen hinausgehende Magnetwirkung des Hauptzentrums Innenstadt.

Insgesamt ist festzuhalten, dass die Innenstadt von Lüdenscheid nach wie vor eine attraktive Gesamtstruktur aufweist, sowohl auf städtebaulichem Feld als auch aus einzelhandelsrelevanter Sicht. Historische und neuzeitliche Strukturen bilden reizvolle Kontraste. Der Einzelhandel weist in einer konzentrierten räumlichen Anordnung ein breites Angebotsspektrum auf. Die Gastronomie bietet zahlreiche interessante Anlaufpunkte, die in der Innenstadt verteilt sind. Erhöhter Handlungsbedarf zeichnet sich insbesondere hinsichtlich der Nachnutzung des leerstehenden

Kaufhauses am Sternplatzes und einer Transformation der Nutzung im Bereich Altstadt / östliche Wilhelmstraße ab.

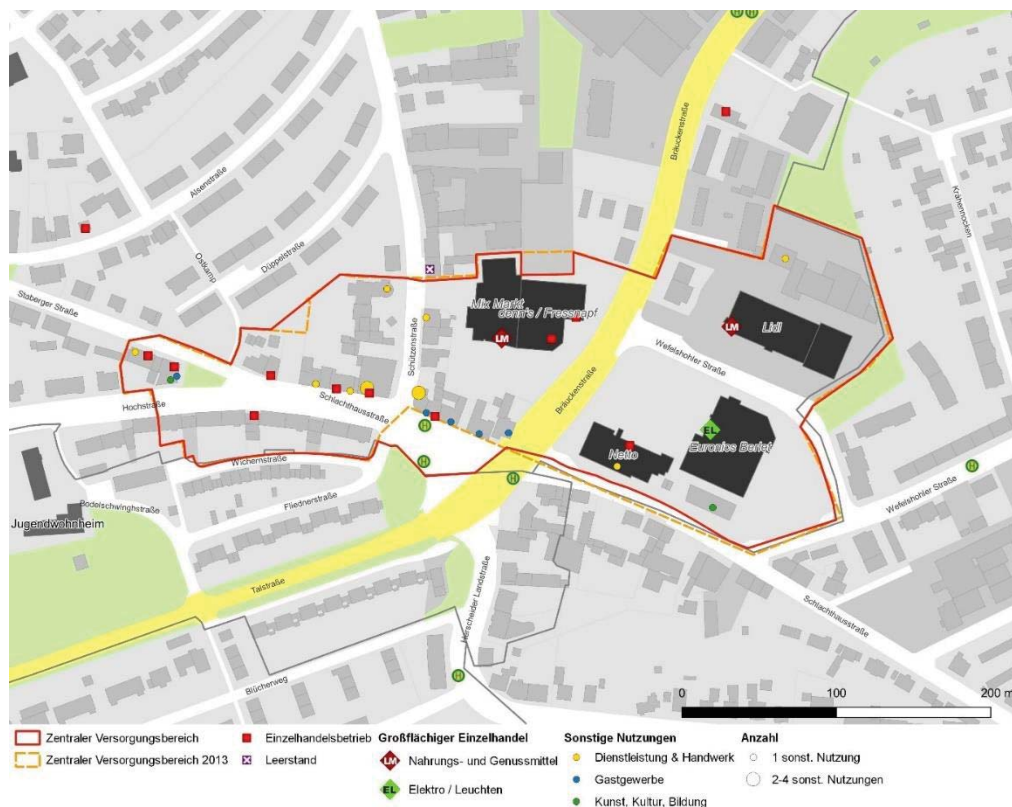
5.5.2 Nahversorgungszentrum Bräuckenkreuz

Die Bräuckenstraße stellt eine städtische Einfallstraße dar. Im Kreuzungsbereich Bräuckenstraße / Hochstraße / Talstraße / Herscheider Landstraße und auch im weiteren Verlauf Richtung Norden sind unterschiedliche z. T. großflächige Einzelhandelsbetriebe angesiedelt. Der Einzelhandel profitiert hier besonders von der autokundenorientierten Lage.

Erreichbarkeit des zentralen Versorgungsbereiches Bräuckenkreuz

Der zentrale Versorgungsbereich Bräuckenkreuz befindet sich im Südosten des Lüdenscheider Stadtbezirks Innenstadt / Staberg / Knapp. Die Bundesstraße 229 (Bräuckenstraße) führt ebenso wie die Talstraße, Hochstraße und Herscheider Landstraße auf den zentralen Versorgungsbereich zu und bilden das sogenannte Bräuckenkreuz. Eine entsprechend gute Erreichbarkeit für den Individualverkehr ist damit gegeben. Eine direkt im zentralen Versorgungsbereich befindliche, von mehreren Buslinien angefahrne Bushaltestelle, stellt zudem eine gute Einbindung in das Netz des öffentlichen Personennahverkehr dar. Von den umliegenden Wohngebieten ist Bräuckenkreuz zudem auch zu Fuß erreichbar.

Karte 8: Nutzungen im Nahversorgungszentrum Bräuckenkreuz



Quelle: Darstellung Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Kartengrundlage Stadt Lüdenscheid, Fachdienst Stadtplanung und Geoinformationen, 2020; Land NRW – MÄRKISCHER KREIS (2017) Datenlizenz Deutschland - Namensnennung - Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0).

Einzelhandelssituation

Die räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe sowie sonstigen Nutzungen wird in Karte 8 dargestellt. Tabelle 12 zeigt die Angebotsverteilung im Nahversorgungszentrum Bräuckenkreuz nach Verkaufsflächen, Anzahl der Betriebe und dem Anteil an der gesamtstädtischen Einzelhandelsverkaufsfläche nach Warengruppen.

Tabelle 12: Angebotsseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur im Nahversorgungszentrum Bräuckenkreuz

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anzahl der Betriebe***	Anteil an der ge- samtstädtischen Verkaufsfläche
Nahrungs- und Genussmittel	3.150	7	10,6 %
Blumen (Indoor) / Zoo	900	2	18,1 %
Gesundheit und Körperpflege	300	1	4,4 %
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	100	-	3,9 %
überwiegend kurzfristiger Bedarf	4.450	10	10,0 %
Bekleidung	50	-	< 1,0 %
Schuhe / Lederwaren	-	-	-
GPK** / Haushaltswaren	100	-	2,3 %
Spielwaren / Hobbyartikel	100	-	4,1 %
Sport und Freizeit	100	1	4,3 %
überwiegend mittelfristiger Bedarf	300	1	1,2 %
Wohn Einrichtung	< 50	1	< 1,0 %
Möbel	250	-	< 1,0 %
Elektro / Leuchten	800	1	22,1 %
Elektronik / Multimedia	750	-	22,7 %
medizinische, orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	-	-
Baumarktsortimente	< 50	-	< 1,0 %
Gartenmarktsortimente	-	-	-
überwiegend langfristiger Bedarf	1.800	2	2,3 %
Sonstiges	-	-	-
gesamt	6.600	13	4,4 %

Quelle: Berechnung Junker+Kruse, Grundlage: Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Stadt Lüdenscheid. Stabsstelle Demografie/Sozialplanung; gerundete Werte, Abweichung in den Summen rundungsbedingt * Papier / Büroartikel / Schreibwaren; ** Glas / Porzellan / Keramik; *** Anzahl der Betriebe mit entsprechendem Kernsortiment

In der quantitativen Betrachtung des Warenangebotes lässt sich Folgendes feststellen:

- Mit einer Verkaufsfläche von ca. 6.600 m² entfallen rund 4,4 % der Gesamtverkaufsfläche der Stadt Lüdenscheid auf die insgesamt 13 Einzelhandelsbetriebe im Versorgungsbereich Bräuckenkreuz.
- Gegenüber 2013 ist die Gesamtverkaufsfläche des Nahversorgungszentrums angewachsen, was insbesondere auf die Verlagerung und Erweiterung des Lebensmitteldiscounters Lidl vom Standort Brombergstraße in den zentralen Versorgungsbereich Bräuckenkreuz zurückzuführen ist.
- Zu den funktionstragenden Anbietern und somit wichtigen Frequenzerzeugern im zentralen Versorgungsbereich Bräuckenkreuz gehören die Lebensmitteldiscounter Lidl und Netto Marken-Discount, der Lebensmittelvollsortimenter Mix Markt und der Biosupermarkt denn's. Darüber hinaus ergänzen der Elektronikfachmarkt Euronics Berlet sowie der Zoofachmarkt Fressnapf das Angebot im zentralen Versorgungsbereich.
- Quantitative Schwerpunkte des Verkaufsflächenangebotes liegen in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel (rund 3.150 m² Verkaufsfläche), Blumen (Indoor) / Zoo (900 m²), Elektro / Leuchten (800 m²) sowie Elektronik / Multimedia (750 m²).
- Der Einzelhandel im Nahversorgungszentrum Bräuckenkreuz setzt rund 39 Mio. Euro um. Das entspricht rund 8 % des Gesamtumsatzes in der Stadt Lüdenscheid. Korrespondierend mit der Verkaufsflächenausstattung und Versorgungsfunktion liegt der Schwerpunkt dabei in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit rund 26 Mio. Euro.

Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums Bräuckenkreuz

Das Nahversorgungszentrum Bräuckenkreuz stellt für das südliche Stadtgebiet Lüdenscheids einen prägenden Einkaufsstandort dar. In erster Linie übernimmt es aufgrund seiner Lage eine Grundversorgungsfunktion für die Stadtbezirke Bierbaum / Höh / Hellersen (4.200 Personen) und Ramsberg / Hasley / Baukloh (8.000 Personen). Für rund 5.000 Einwohner, insbesondere aus den Stadtbezirken Innenstadt / Staberg / Knapp, Kalve / Wefelshohl sowie Ramsberg / Hasley / Baukloh, ist das Nahversorgungszentrum innerhalb von maximal 600m zu erreichen. Über die Grundversorgungsfunktion der Anwohner hinaus, hat insbesondere der Elektronikfachmarkt eine über dieses Einzugsgebiet hinausreichende Versorgungsbedeutung und ist als Wettbewerbsstandort zum innerstädtischen Einzelhandel einzustufen.

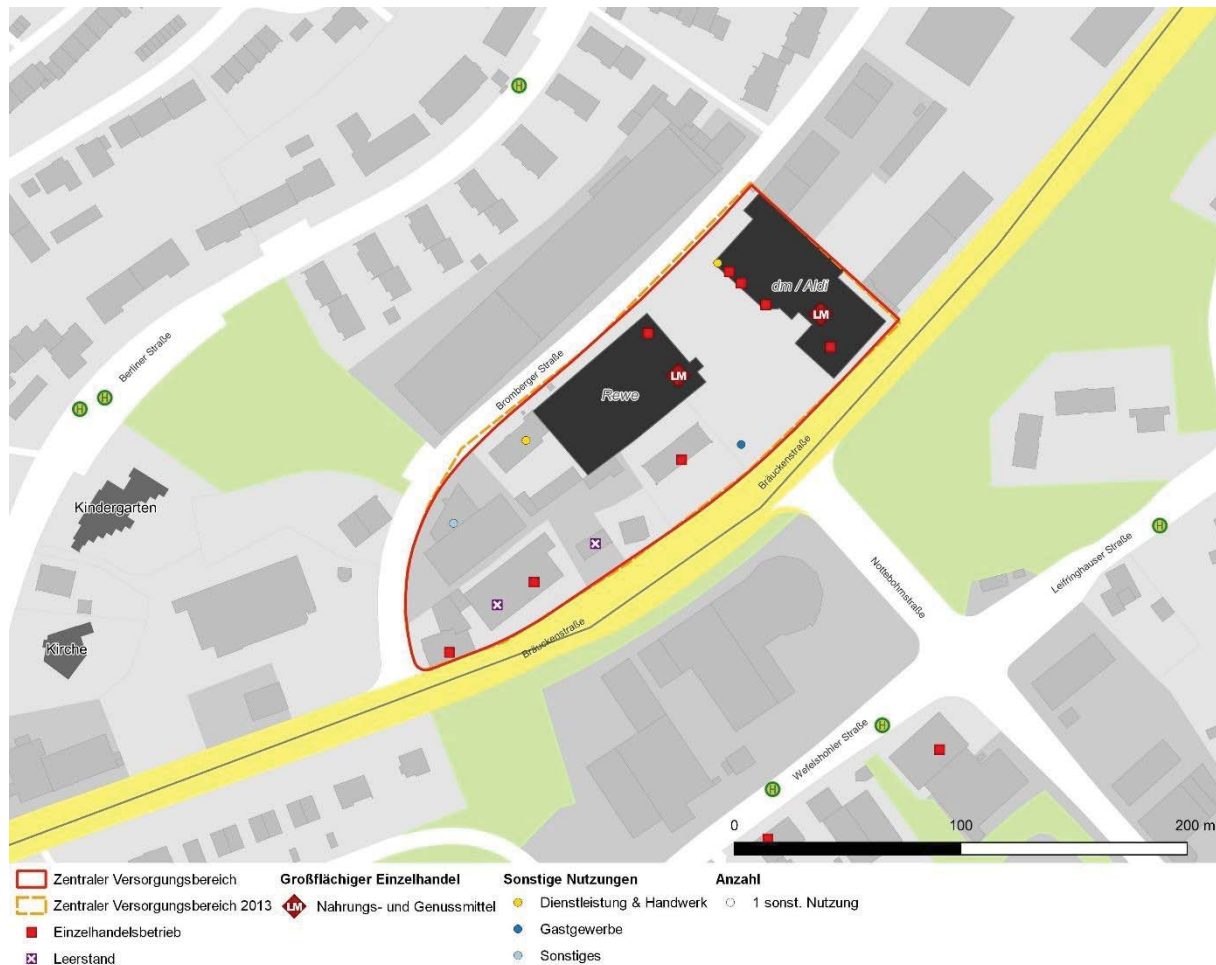
5.5.3 Nahversorgungszentrum Bromberger Straße / Bräuckenstraße

Das Nahversorgungszentrum Bromberger Straße / Bräuckenstraße liegt östlich der Einmündung Bromberger Straße / Bräuckenstraße. Es erstreckt sich zwischen der Bromberger Straße und der Bräuckenstraße.

Erreichbarkeit des zentralen Versorgungsbereiches Bromberger Straße / Bräuckenstraße

Durch die Bundesstraße 229 / Bräuckenstraße ist das Nahversorgungszentrum Bromberger Straße / Bräuckenstraße besonders aus dem Nordosten und dem Südwesten sehr gut mit dem Kfz erreichbar. Mit dem Bus ist das Nahversorgungszentrum durch die Linien 44 und 48 erreichbar. Darüber hinaus besteht ein Bezug zu den sich westlich und nördlich anschließenden Wohnsiedlungsbereichen.

Karte 9 Nutzungen im Nahversorgungszentrum Bromberger Straße / Bräuckenstraße



Quelle: Darstellung Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Kartengrundlage Stadt Lüdenscheid, Fachdienst Stadtplanung und Geoinformationen, 2020; Land NRW – MÄRKISCHER KREIS (2017) Datenlizenz Deutschland - Namensnennung - Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0).

Einzelhandelssituation

Die räumliche Verteilung des Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatzes wird in Karte 6 dargestellt. Tabelle 13 zeigt die Angebotsverteilung im zentralen Versorgungsbereich Bromberger Straße / Bräuckenstraße nach Verkaufsflächen, Anzahl der Betriebe und dem Anteil an der gesamtstädtischen Einzelhandelsverkaufsfläche nach Warengruppen.

Tabelle 13: Angebotsseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur im Nahversorgungszentrum Bromberger Straße / Bräuckenstraße

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anzahl der Betriebe***	Anteil an der ge- samtstädtischen Verkaufsfläche
Nahrungs- und Genussmittel	2.550	5	8,3 %
Blumen (Indoor) / Zoo	100	1	1,7 %
Gesundheit und Körperpflege	550	1	8,2 %
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	100	1	3,1 %
überwiegend kurzfristiger Bedarf	3.300	8	7,3 %
Bekleidung	150	-	< 1,0 %
Schuhe / Lederwaren	< 50	-	< 1,0 %
GPK** / Haushaltswaren	150	-	3,7 %
Spielwaren / Hobbyartikel	< 50	-	< 1,0 %
Sport und Freizeit	-	-	-
überwiegend mittelfristiger Bedarf	300	-	1,2 %
Wohn Einrichtung	< 50	-	< 1,0 %
Möbel	100	1	< 1,0 %
Elektro / Leuchten	< 50	-	< 1,0 %
Elektronik / Multimedia	50	-	1,1 %
medizinische, orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	-	-
Baumarktsortimente	300	1	1,6 %
Gartenmarktsortimente	-	-	-
überwiegend langfristiger Bedarf	500	2	< 1,0 %
Sonstiges	-	-	-
gesamt	4.100	10	2,7 %

Quelle: Berechnung Junker+Krusse, Grundlage: Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Stadt Lüdenscheid. Stabsstelle Demografie/Sozialplanung; gerundete Werte, Abweichung in den Summen rundungsbedingt, * Papier / Büroartikel / Schreibwaren; ** Glas / Porzellan / Keramik; *** Anzahl der Betriebe mit entsprechendem Kernsortiment

Das Nahversorgungszentrum übernimmt anteilig die Versorgungsfunktion für die Stadtbezirke Honsel / Eichholz (6.100 Einwohner) und Kalve / Wefelshohl (4.750 Einwohner).

In der quantitativen Betrachtung des Warenangebotes lässt sich Folgendes feststellen:

- Mit rund 4.100 m² Verkaufsfläche und 10 Betrieben nimmt das Nahversorgungszentrum bezogen auf die Gesamtverkaufsfläche der Stadt Lüdenscheid einen Anteil von 2,7 % ein.
- Gegenüber 2013 ist ein deutlicher Verkaufsflächenzuwachs zu verzeichnen, der auf die Neuordnung des Einzelhandels zurückzuführen ist, in dessen Zuge zeitgemäße, funktionstragende Einzelhandelsbausteine am Standort etabliert wurden. Dazu gehören der Lebensmittelvollsortimenter Rewe (rund 1.350 m² Verkaufsfläche) mitsamt Getränkemarkt (rund 400 m² Verkaufsfläche), der Lebensmitteldiscounter Aldi (rund 1.050 m² Verkaufsfläche)

sowie der Drogeriemarkt dm mit rund 500 m² Verkaufsfläche. Kleinere Fachmärkte ergänzen das Angebot.

- Mit rund 2.550 m² Verkaufsfläche bestimmt die Warengruppe der Nahrungs- und Genussmittel das Angebot des Nahversorgungszentrums. Weitere größere Verkaufsflächenanteile haben die Warengruppen Gesundheit- und Körperpflege (rund 550 m² Verkaufsfläche) und Baumarktsortimente (rund 350 m² Verkaufsfläche).
- Der Einzelhandel im Nahversorgungszentrum Bromberger Straße / Bräuckenstraße setzt rund 22 Mio. Euro um. Das entspricht rund 4 % des Gesamtumsatzes in der Stadt Lüdenscheid. Korrespondierend mit der Verkaufsflächenausstattung und Versorgungsfunktion liegt der Schwerpunkt dabei in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit rund 17 Mio. Euro.

Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrum Bromberger Straße / Bräuckenstraße

Die Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrum Bromberger Straße / Bräuckenstraße ist auf die Stadtbezirke Honsel / Eichholz und Kalve / Wefelshohl (jeweils anteilig) sowie dem Stadtbezirk Brüninghausen / Augustenthal ausgerichtet. Es wird seiner Versorgungsaufgabe mit einem stabilen nahversorgungsrelevanten Angebot gerecht.

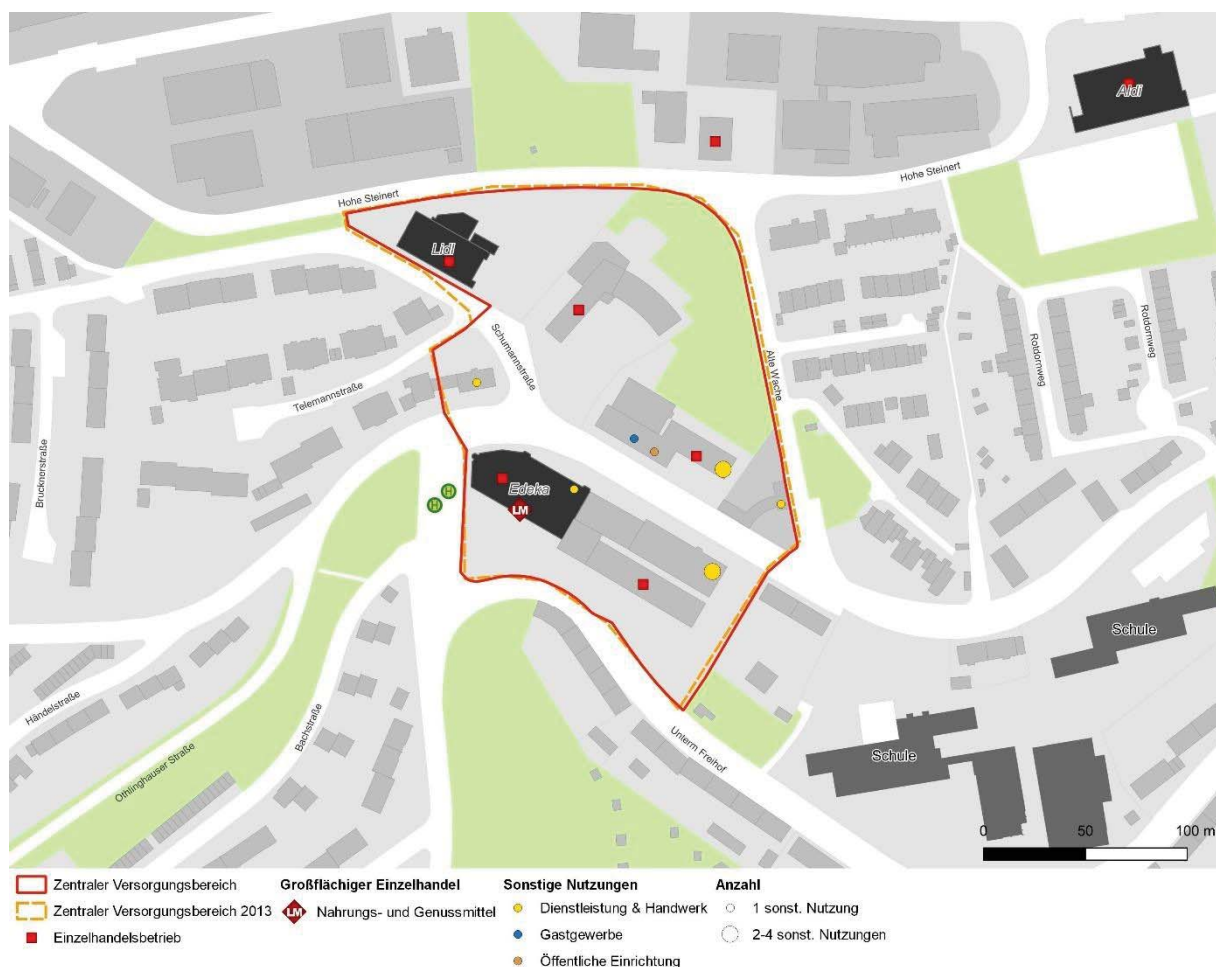
5.5.4 Nahversorgungszentrum Buckesfelder Straße / Unterm Freihof

Im Stadtbezirk Buckesfeld, integriert im nördlichen Teil des Wohnsiedlungsgebietes, sind im Bereich Buckesfelder Straße / Unterm Freihof / Schumannstraße insgesamt rund 2.800 m² Verkaufsfläche angesiedelt. Die seit vielen Jahren etablierten, funktionstragenden Märkte an diesem Standort sind ein Lebensmittelvollsortimenter (Edeka) und ein Lebensmitteldiscounter (Lidl). Weitere nahversorgungsrelevante Anbieter (u. a. Getränkemarkt, Bäckerei) ergänzen das Angebot. Den Lebensmittelmärkten sind Sammelparkplätze zugeordnet.

Erreichbarkeit des zentralen Versorgungsbereiches Buckesfelder Straße / Unterm Freihof

Das Nahversorgungszentrum befindet sich an der Schumannstraße und der Buckesfelder Straße. Eine Erreichbarkeit mit dem Kfz ist insbesondere für Bewohnerinnen und Bewohner des angrenzenden Siedlungsgebietes gegeben. Die, in unmittelbarer Nähe zum Nahversorgungszentrum gelegene Bushaltestelle Lüdenscheid Buckesfeld gewährleistet die Erreichbarkeit des zentralen Versorgungsbereiches mit dem öffentlichen Personennahverkehr. Vor allem kann das Nahversorgungszentrum aber auch aus den umliegenden Wohnbereichen fußläufig erreicht werden.

Karte 10: Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz im zentralen Versorgungsbereich Buckesfelder Straße / Unterm Freihof



Quelle: Darstellung Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021. Kartengrundlage Stadt Lüdenschaid, Fachdienst Stadtplanung und Geoinformationen, 2020; Land NRW – MÄRKISCHER KREIS (2017) Datenlizenz Deutschland - Namensnennung - Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0).

Einzelhandelssituation

Die räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe und sonstigen Nutzungen wird in Karte 10 dargestellt. Tabelle 14 zeigt die Angebotsverteilung im Nahversorgungszentrum Buckesfelder Straße / Unterm Freihof nach Verkaufsflächen, Anzahl der Betriebe und dem Anteil an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche nach Warengruppen.

Tabelle 14: Angebotsseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur im Nahversorgungszentrum Buckesfelder Straße / Unterm Freihof

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anzahl der Betriebe***	Anteil an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche
Nahrungs- und Genussmittel	2.500	5	8,0 %
Blumen (Indoor) / Zoo	50	-	< 1,0 %
Gesundheit und Körperpflege	150	-	2,0 %

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anzahl der Betriebe***	Anteil an der ge- samtstädtischen Verkaufsfläche
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	50	1	1,9 %
überwiegend kurzfristiger Bedarf	2.700	6	6,0 %
Bekleidung	< 50	-	< 1,0 %
Schuhe / Lederwaren	-	-	-
GPK** / Haushaltswaren	50	-	1,2 %
Spielwaren / Hobbyartikel	-	-	-
Sport und Freizeit	-	-	-
überwiegend mittelfristiger Bedarf	50	-	< 1,0 %
Wohneinrichtung	-	-	-
Möbel	-	-	-
Elektro / Leuchten	-	-	-
Elektronik / Multimedia	< 50	-	< 1,0 %
medizinische, orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	-	-
Baumarktsortimente	-	-	-
Gartenmarktsortimente	-	-	-
überwiegend langfristiger Bedarf	< 50	-	< 1,0 %
Sonstiges	-	-	-
gesamt	2.800	6	1,8 %

Quelle: Berechnung Junker+Kruse, Grundlage: Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Stadt Lüdenscheid. Stabsstelle Demografie/Sozialplanung; gerundete Werte, Abweichung in den Summen rundungsbedingt,

* Papier / Büroartikel / Schreibwaren; ** Glas / Porzellan / Keramik; *** Anzahl der Betriebe mit entsprechendem Kernsortiment

Das Einzelhandelsangebot des Nahversorgungszentrum stellt einen wesentlichen Bestandteil des wohnungsnahen Versorgungsangebotes für den Stadtbezirk Buckesfeld / Othlinghausen (6.050 Einwohner) dar.

In der quantitativen Betrachtung des Warenangebotes lässt sich Folgendes feststellen:

- Mit rund 2.800 m² Verkaufsfläche und 6 Betrieben nimmt das Nahversorgungszentrum Buckesfelder Straße / Unterm Freihof bezogen auf die Gesamtverkaufsfläche der Stadt Lüdenscheid lediglich einen Anteil von 1,8% ein.
- Zu den funktionstragenden Anbietern und somit wichtigen Frequenzerzeugern im Nahversorgungszentrum Buckesfelder Straße / Unterm Freihof gehören der Lebensmittelvollsortimenter Edeka Preller und der Lebensmitteldiscounter Lidl sowie die jeweils in Standortgemeinschaft zu den Lebensmittelmärkten angesiedelten Getränkemärkte. Eine Bäckerei und ein Zeitschriftenhandel sowie sonstige Nutzungen, insbesondere aus dem Bereich Dienstleistung und Handel, ergänzen das Angebot.

- Quantitative Schwerpunkte des Verkaufsflächenangebotes liegen mit einer Verkaufsfläche von rund 2.500 m² und einem Anteil von ca. 89 % klar in der Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel. Mit Blick auf das Spektrum der Warengruppen ist das Angebot lückenhaft und weist eine Ausrichtung auf den Bereich der überwiegend kurzfristigen Bedarfsdeckung (Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie und Körperpflege) auf.
- Der Einzelhandel im Nahversorgungszentrum Buckesfelder Straße / Unterm Freihof setzt rund 16 Mio. Euro um. Das entspricht rund 3 % des Gesamtumsatzes in der Stadt Lüdenscheid. Korrespondierend mit der Verkaufsflächenausstattung und Versorgungsfunktion liegt der Schwerpunkt dabei in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit rund 15 Mio. Euro.

Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrum Buckesfelder Straße / Unterm Freihof

Mit seinem überwiegend nahversorgungsrelevantem Einzelhandelsangebot erfüllt das Nahversorgungszentrum Buckesfelder Straße / Unterm Freihof die Nahversorgung des Stadtbezirks Buckesfeld / Othlinghausen (anteilig). Über die kurzfristige Bedarfsstufe hinaus hat das Nahversorgungszentrum kein nennenswertes Verkaufsflächenangebot, weißt darüber hinaus aber durchaus ergänzende Nutzungen wie beispielsweise Dienstleistungen und gastronomische Angebote auf.

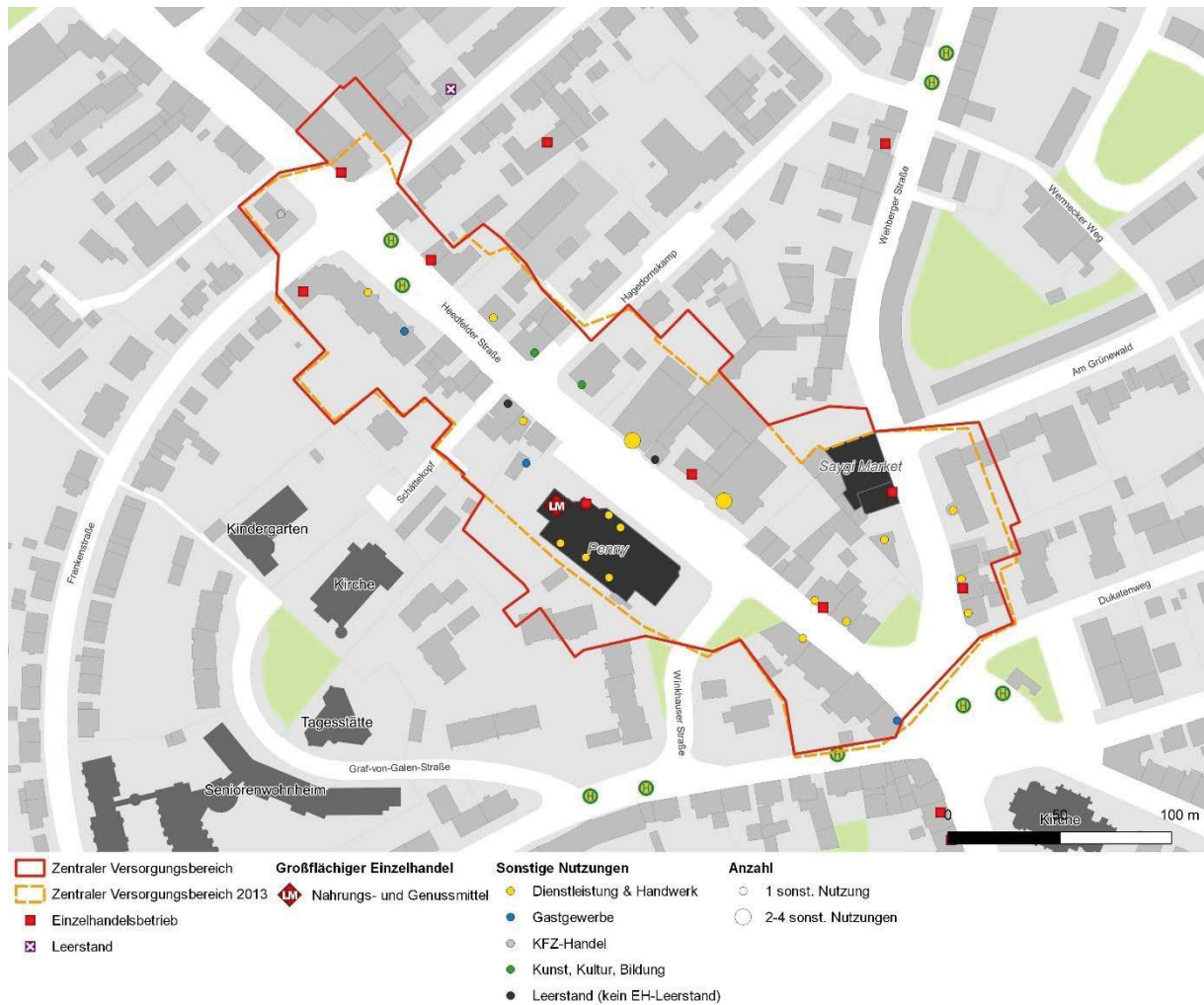
5.5.5 Nahversorgungszentrum Heedfelder Straße

Die Heedfelder Straße stellt eine städtische Ausfallstraße von der Innenstadt in nordwestlicher Richtung dar. Im Abschnitt zwischen Ludwigstraße / Frankenstraße und Winkhauser Straße sind Einzelhandelsbetriebe angesiedelt. Im Umfeld schließen sich unmittelbar Wohnnutzungen an. Der Sortimentsschwerpunkt des Einzelhandelsangebotes liegt im Bereich der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe. Größere Lebensmittelmärkte in diesem Abschnitt sind ein Lebensmitteldiscounter (Penny) sowie ein Supermarkt mit türkisch ausgerichteter Produktpalette (Saygi Market) an der Wehberger Straße. Kleinere Anbieter mit nahversorgungsrelevanten Angeboten (z. B. Bäcker) und auch Fachgeschäfte mit (teilweise) zentrenrelevanten Angeboten (u. a. Wohneinrichtung, Bettwaren / Matratzen) ergänzen das Angebot. Insgesamt umfasst das Verkaufsflächenangebot rund 2.250 m². In diesem Bereich verdichten sich Einzelhandels-, Dienstleistungs- und gastronomische Angebote. So ergänzen u. a. Ärzte, Friseur, Fahrschule sowie gastronomische Anbieter das Einzelhandelsangebot.

Erreichbarkeit des Nahversorgungszentrum Heedfelder Straße

Aufgrund der Lage an der namensgebenden Heedfelder Straße ist das Nahversorgungszentrum besonders aus dem nördlichen Stadtgebiet Lüdenscheids gut mit dem Kfz zu erreichen. Die in den Siedlungsbereich integrierten Lage des Nahversorgungszentrum gewährleistet zudem auch eine gute fußläufige Erreichbarkeit. Mehrere Bushaltestellen im Zentrum bzw. an das Zentrum angrenzend bieten eine Einbindung in das Netz des öffentlichen Personennahverkehr.

Karte 11: Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz im zentralen Versorgungsbereich Heedfelder Straße



Quelle: Darstellung Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Kartengrundlage Stadt Lüdenscheid, Fachdienst Stadtplanung und Geoinformationen, 2020; Land NRW – MÄRKISCHER KREIS (2017) Datenlizenz Deutschland - Namensnennung - Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0).

Einzelhandelssituation

Die räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe und sonstigen Nutzungen wird in Karte 11 dargestellt. Tabelle 15 zeigt die Angebotsverteilung im zentralen Versorgungsbereich Heedfelder Straße nach Verkaufsflächen, Anzahl der Betriebe und dem Anteil an der gesamtstädtischen Einzelhandelsverkaufsfläche nach Warengruppen.

Tabelle 15: Angebotssituation im zentralen Versorgungsbereich Heedfelder Straße nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anzahl der Betriebe***	Anteil an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche
Nahrungs- und Genussmittel	1.350	3	4,4 %
Blumen (Indoor) / Zoo	< 50-	-	< 1,0 %

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anzahl der Betriebe***	Anteil an der ge- samtstädtischen Verkaufsfläche
Gesundheit und Körperpflege	200	2	2,8 %
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	50	-	< 1,0 %
überwiegend kurzfristiger Bedarf	1.600	5	3,5 %
Bekleidung	50	1	< 1,0 %
Schuhe / Lederwaren	< 50	-	< 1,0 %
GPK** / Haushaltswaren	50	-	1,2 %
Spielwaren / Hobbyartikel	-	-	-
Sport und Freizeit	-	-	-
überwiegend mittelfristiger Bedarf	100	1	< 1,0 %
Wohn Einrichtung	200	1	2,5 %
Möbel	300	1	< 1,0 %
Elektro / Leuchten	< 50	-	< 1,0 %
Elektronik / Multimedia	< 50	-	< 1,0 %
medizinische, orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	-	-
Baumarktsortimente	100	1	< 1,0 %
Gartenmarktsortimente	-	-	-
überwiegend langfristiger Bedarf	600	3	< 1,0 %
Sonstiges	-	-	-
gesamt	2.250	9	1,5 %

Quelle: Berechnung Junker+Kruse, Grundlage: Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Stadt Lüdenscheid. Stabsstelle Demografie/Sozialplanung; gerundete Werte, Abweichung in den Summen rundungsbedingt,
 * Papier / Büroartikel / Schreibwaren; ** Glas / Porzellan / Keramik; *** Anzahl der Betriebe mit entsprechendem Kernsortiment

In der quantitativen Betrachtung des Warenangebotes lässt sich Folgendes feststellen:

- Mit rund 2.300 m² Verkaufsfläche und 9 Betrieben nimmt der Nahversorgungszentrum Heedfelder Straße bezogen auf die Gesamtverkaufsfläche der Stadt Lüdenscheid lediglich einen Anteil von 1,5 % ein. Es ist damit das kleinste Nahversorgungszentrum im Stadtgebiet.
- Zu den funktionstragenden Anbietern und somit wichtigen Frequenzerzeugern im Nahversorgungszentrum Heedfelder Straße zählen der Lebensmitteldiscounter Penny und der Supermarkt Saygi Market. Wenige, kleinteilige Einzelhandelsbetriebe ergänzen das Angebot.
- Quantitative Schwerpunkte des Verkaufsflächenangebotes liegen in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel (rund 1.350 m² Verkaufsfläche) sowie Möbel (rund 300 m² Verkaufsfläche).
- Der Einzelhandel im Nahversorgungszentrum Heedfelder Straße setzt rund 12 Mio. Euro um. Das entspricht rund 2 % des Gesamtumsatzes in der Stadt Lüdenscheid. Korrespondierend

mit der Verkaufsflächenausstattung und Versorgungsfunktion liegt der Schwerpunkt dabei in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit rund 10 Mio. Euro.

Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums Heedfelder Straße

Die Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums konzentriert sich besonders auf den Stadtbezirk Grünewald (4.750 Einwohner). Die Wettbewerbssituation ist durch die Nähe zur Innenstadt bestimmt. Der Einzelhandelsbesatz entwickelt eine über den reinen Nahbereich hinausgehende Versorgungsbedeutung.

5.5.6 Nahversorgungszentrum Kölner Straße

Im Bereich der Kölner Straße südlich der Einmündung Germanenstraße besteht das Nahversorgungszentrum Kölner Straße, welches in jüngerer Zeit mit modernen Einzelhandelsbausteinen stabil aufgestellt wurde. Eine Lebensmitteldiscounter (Aldi), ein Lebensmittelvollsortimenter (Rewe) und ein Drogeriemarkt (dm) stellen die funktionstragenden Einzelhandelsbausteine dar.

Karte 12: Einzelhandelsbesatz im zentralen Versorgungsbereich Kölner Straße



Quelle: Darstellung Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Kartengrundlage Stadt Lüdenscheid, Fachdienst Stadtplanung und Geoinformationen, 2020; Land NRW – MÄRKISCHER KREIS (2017) Datenlizenz Deutschland - Namensnennung - Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0).

Erreichbarkeit des zentralen Versorgungsbereiches Kölner Straße

Durch Lage an der Erschließungsstraße Kölner Straße und der Germanenstraße sowie einem angemessenen Angebot an Parkplätzen ist das Nahversorgungszentrum Kölner Straße gut mit dem Kfz erreichbar. Jeweils wenige Meter außerhalb des Nahversorgungszentrums befinden sich drei Bushaltestellen, welche die Erreichbarkeit mit dem ÖPNV ermöglichen. Aufgrund der unmittelbaren Nähe zu der angrenzenden Wohnbebauung ist ebenfalls eine gute fußläufige Erreichbarkeit gegeben.

Einzelhandelssituation

Die räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe sowie sonstigen Nutzungen wird in Karte 12 dargestellt. Tabelle 16 zeigt die Angebotsverteilung im zentralen Versorgungsbereich Kölner Straße nach Verkaufsflächen, Anzahl der Betriebe und dem Anteil an der gesamtstädtischen Einzelhandelsverkaufsfläche nach Warengruppen.

Tabelle 16: Angebotsseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur im Nahversorgungszentrum Kölner Straße

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anzahl der Betriebe***	Anteil an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche
Nahrungs- und Genussmittel	2.200	3	7,1 %
Blumen (Indoor) / Zoo	750	-	14,2 %
Gesundheit und Körperpflege	700	1	10,0 %
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	50	1	2,4 %
überwiegend kurzfristiger Bedarf	3.700	5	8,1 %
Bekleidung	50	-	< 1,0 %
Schuhe / Lederwaren	-	-	-
GPK** / Haushaltswaren	100	-	3,0 %
Spielwaren / Hobbyartikel	-	-	-
Sport und Freizeit	-	-	-
überwiegend mittelfristiger Bedarf	150	-	< 1,0 %
Wohn Einrichtung	-	-	-
Möbel	-	-	-
Elektro / Leuchten	-	-	-
Elektronik / Multimedia	< 50	-	< 1,0 %
medizinische, orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	-	-
Baumarktsortimente	-	-	-
Gartenmarktsortimente	-	-	-
überwiegend langfristiger Bedarf	< 50	-	< 1,0 %
Sonstiges	-	-	-

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anzahl der Betriebe***	Anteil an der ge- samtstädtischen Verkaufsfläche
gesamt	3.850	5	2,5 %

Quelle: Berechnung Junker+Kruse, Grundlage: Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Stadt Lüdenscheid. Stabsstelle Demografie/Sozialplanung; gerundete Werte, Abweichung in den Summen rundungsbedingt,

* Papier / Büroartikel / Schreibwaren; ** Glas / Porzellan / Keramik; *** Anzahl der Betriebe mit entsprechendem Kernsortiment

In der quantitativen Betrachtung des Warenangebotes lässt sich Folgendes feststellen:

- Mit rund 3.850 m² Verkaufsfläche und 5 Betrieben nimmt Nahversorgungszentrum Kölner Straße bezogen auf die Gesamtverkaufsfläche der Stadt Lüdenscheid einen Anteil von 2,5 % ein.
- Die beiden strukturprägenden Lebensmittelanbieter Rewe und Aldi sowie die Einzelhandelsbetriebe Das Futterhaus und dm bilden die frequenzerzeugenden sowie funktionstragenden Betriebe des Nahversorgungszentrums.
- Quantitative Schwerpunkte des Verkaufsflächenangebotes liegen in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel (rund 2.200 m² Verkaufsfläche), Blumen (Indoor) / Zoo (rund 750 m² Verkaufsfläche) und Gesundheit und Körperpflege (rund 700 m² Verkaufsfläche).
- Der Einzelhandel im Nahversorgungszentrum Kölner Straße setzt rund 22 Mio. Euro um. Das entspricht rund 4 % des Gesamtumsatzes in der Stadt Lüdenscheid. Korrespondierend mit der Verkaufsflächenausstattung und Versorgungsfunktion liegt der Schwerpunkt dabei in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit rund 15 Mio. Euro.

Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums Kölner Straße

Das Nahversorgungszentrum übernimmt anteilig die Versorgungsfunktion für den Stadtbezirk Ramsberg / Hasley / Baukloh (8.000 Einwohner) sowie (anteilig für) den direkt angrenzenden Stadtbezirk Oneking / Stüttinghausen (6.300 Einwohner), welcher über keinen strukturprägenden Lebensmittelanbieter verfügt. Mit den modernisierten Einzelhandelsbausteinen wird das Nahversorgungszentrum seiner Versorgungsaufgabe gerecht.

5.6 Nahversorgungssituation (gesamtstädtisch)

Einen besonderen Stellenwert innerhalb der Einzelhandelsstruktur, aber auch im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge, nimmt die Nahversorgung ein. Unter Nahversorgung, beziehungsweise wohnungsnaher Grundversorgung, wird in diesem Zusammenhang die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden.

In der Praxis wird als Indikator zur Bewertung der Nahversorgungssituation einer Kommune insbesondere das Angebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel herangezogen.

Neben der rein quantitativen Betrachtung ist darüber hinaus auch die Analyse der strukturellen bzw. qualitativen (Betriebsformenmix) sowie räumlichen (Erreichbarkeit) Aspekte unerlässlich.

Tabelle 17: Kennziffern zum Lebensmittelangebot in den Lüdenscheider Stadtbezirken

Stadtbezirk	Einwohner 31.12.2021	Anzahl Be- triebe, Kern- sortiment NuG	Verkaufsfläche Kernsortiment NuG (in m ²) **	Verkaufsfläche NuG pro Ein- wohner (in m ²) **
Bierbaum / Höh / Hellersen	4.222	3	1.000	0,24
Brügge	2.774	7	3.000	1,07
Brüninghausen / Augustenthal	1.313	-	-	-
Buckesfeld / Othlinghausen	6.074	8	3.150	0,52
Dickenberg / Eggenscheid	2.808	2	300	0,10
Gevelindorf / Freisenberg	3.658	1	150	0,04
Grünewald	4.737	8	2.300	0,49
Honsel / Eichholz	6.094	12	5.100	0,84
Innenstadt / Staberg / Knapp	6.243	49	6.950	1,11
Kalve / Wefelshohl	4.728	3	200	0,04
Oeneking / Stüttinghausen	6.318	1	50	-
Ramsberg / Hasley / Baukloh	7.998	10	2.700	0,34
Tinsberg / Kluse	7.312	13	800	0,11
Vogelberg	3.374	3	1.000	0,29
Wehberg	4.809	11	3.900	0,81
Wettringhof	847	1	50	0,04
gesamt	73.309	132	30.550	0,42

Quelle: Stadt Lüdenscheid. Stabsstelle Demografie/Sozialplanung; Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021, gerundete Werte.

* NuG = Nahrungs- und Genussmittel (d. h. Lebensmittel, Getränke, Back- und Fleischwaren etc.)

** gerundete Werte, Abweichung in den Summen rundungsbedingt

Die gesamtstädtische Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel beläuft sich auf 0,42 m² / Einwohner. Dieser weist auf eine gute, quantitative Versorgung der Lüdenscheider Bevölkerung insgesamt hin und bewegt sich im Bereich des Bundesdurchschnitts (0,40 - 0,45 m² Verkaufsfläche / Einwohner in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel). Bei einer Betrachtung der Kennzahlen der einzelnen Stadtbezirke wird deutlich, dass die Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel deutliche

Unterschiede aufweist. Mit einer Verkaufsflächenausstattung von 1,11 bzw. 1,07 m² / Einwohner (Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel) treten die Stadtbezirke Innenstadt / Staberg / Knapp sowie Brügge deutlich hervor. Buckesfeld / Othlinghausen, Grünewald, Honsel / Eichholz und Wehberg weisen ebenfalls überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel auf. Alle übrigen Stadtbezirke weisen geringere Verkaufsflächenausstattungen auf.

Strukturelle Angebotsausstattung

Im Hinblick auf die Bewertung qualitativer Aspekte der Grundversorgung werden folgende strukturprägende Betriebstypen mit einem Kernsortiment in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel unterschieden, die – nicht zuletzt auch vor dem Hintergrund einer entsprechenden Tragfähigkeit – nicht alle in Lüdenscheid vertreten sind:

Tabelle 18: Betriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel

Betriebsform	Erläuterung
Lebensmitteldiscounter	Selbstbedienung, umschlagstarke Artikel, Niedrigpreispolitik, z. B. Aldi, Penny, Lidl, Netto Marken-Discount. Heutige Marktzutrittsgröße in der Regel 800-1.000 m ² Verkaufsfläche.
(Lebensmittel-) Supermarkt	Selbstbedienung, Lebensmitteleinzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m ² , Lebensmittel einschließlich Frischwaren, i. d. R. Bedienungstheken, Non-Food-Anteil nicht über 25 % der Gesamtverkaufsfläche. Derzeit übliche Größenordnung: 1.200 - 1.500 m ² Verkaufsfläche.
Verbrauchermarkt	Großflächiger Einzelhandelsbetrieb, Verkaufsfläche mind. 1.500 m ² , Selbstbedienung, breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort meist autokundenorientiert.
SB-Warenhaus	Einzelhandelsgroßbetrieb, Selbstbedienung, Verkaufsfläche mind. 5.000 m ² , umfassendes Sortiment mit Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, Non-Food-Anteil bis zu 40 % der Verkaufsfläche, Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z. B. Real).

Quelle: Darstellung Junker+Kruse

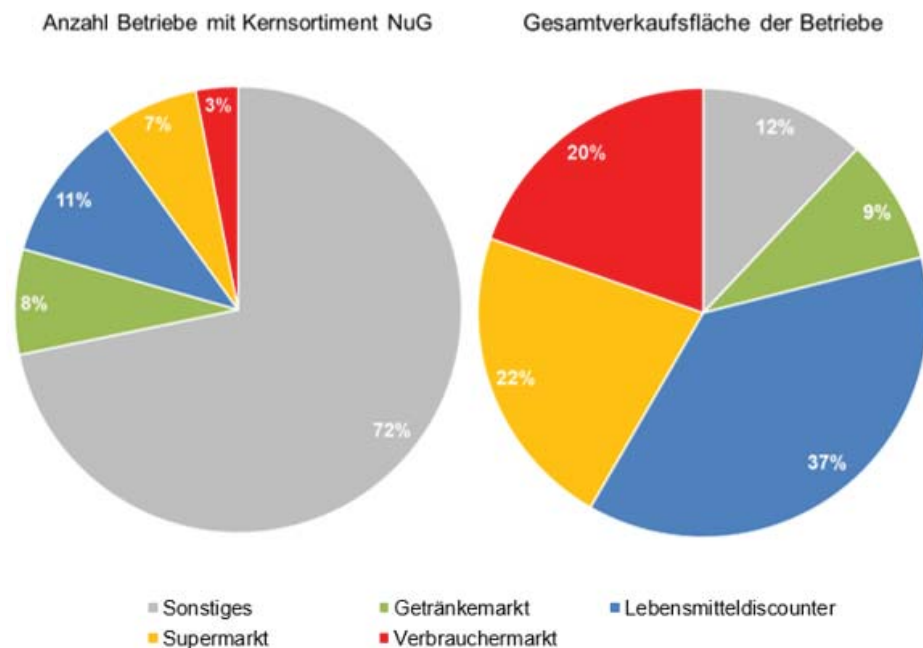
Darüber hinaus ergänzen üblicherweise Lebensmittel-SB-Läden / -märkte (kleine Selbstbedienungs-Lebensmittelgeschäfte mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche) sowie Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckereien, Fleischereien) das Grundversorgungsangebot einer Stadt. Besonders in Siedlungsbereichen mit einer geringen Mantelbevölkerung²⁸ können diese kleinflächigen Angebotsbausteine einen wichtigen Beitrag zur wohnungsnahen Grundversorgung leisten.

Der **aktuelle Betriebsformenmix** der Stadt Lüdenscheid in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel umfasst

²⁸ Unter Mantelbevölkerung versteht man die Bevölkerung im Nahbereich eines Einzelhandelsbetriebes, hier: eines Lebensmittelmarktes.

- vier Verbrauchermärkte,
- acht Lebensmittelsupermärkte sowie
- 14 Lebensmitteldiscounter.

Abbildung 13: Anteile der Anzahl der Betriebe und der Gesamtverkaufsfläche von Einzelhandelsbetrieben mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel (NuG) nach Betriebstypen



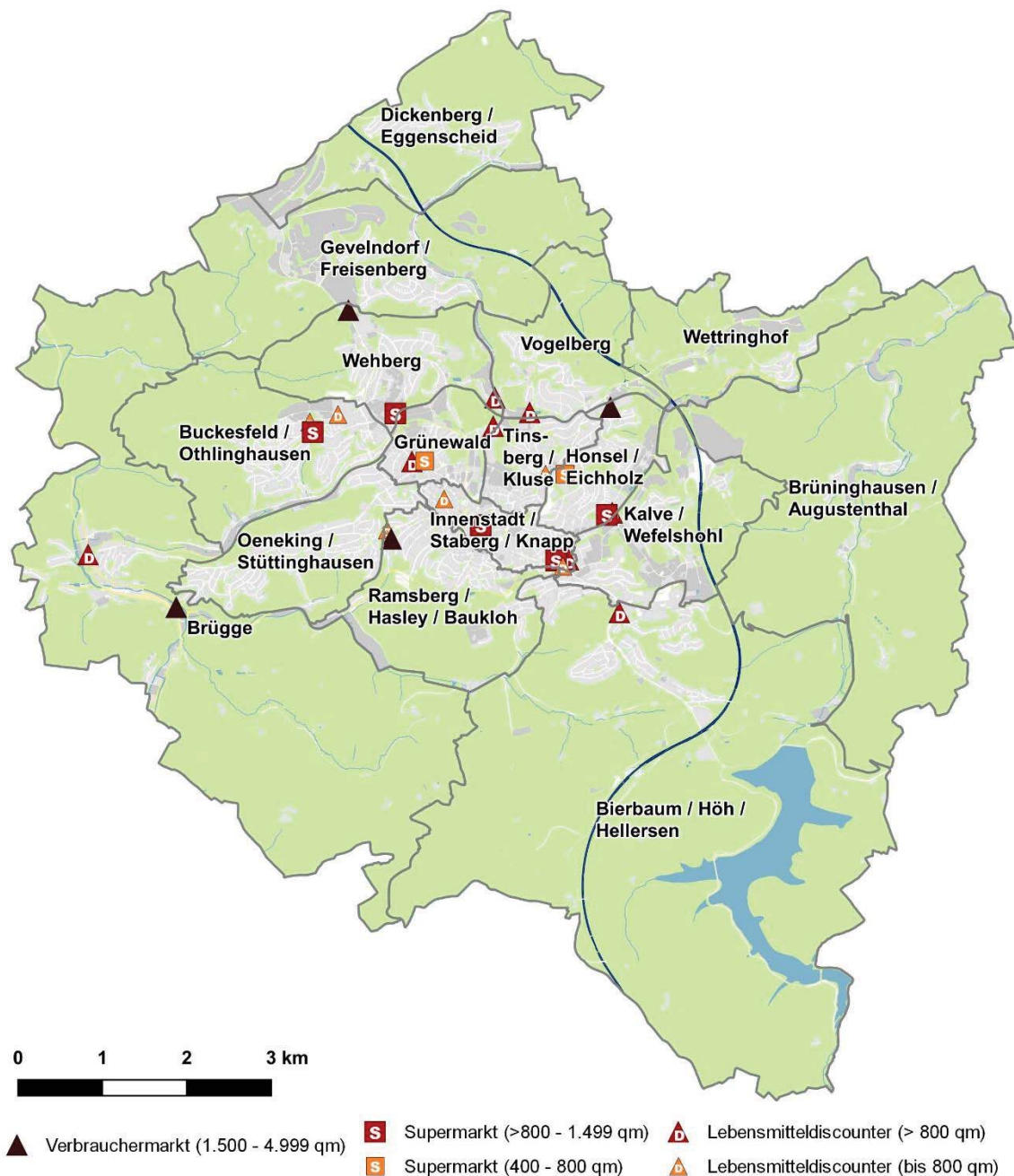
Quelle: Darstellung Junker + Kruse; Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021.

Der gesamtstädtische Betriebstypenmix der Betriebe mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel ist in Abbildung 13 unter Berücksichtigung der Kriterien Anzahl der Betriebe sowie Gesamtverkaufsflächen der Betriebe dargestellt. Bezogen auf die Gesamtverkaufsfläche treten die Lebensmitteldiscounter mit einem Anteil von 37 %, die Supermärkte mit 22 % die Verbrauchermärkte mit 20 % hervor. Die strukturprägenden Lebensmittelmärkte nehmen damit gemeinsam mit knapp 80 % das Gros der Gesamtverkaufsfläche der Betriebe ein. Sonstige Betriebe haben einen Anteil von 12 %, während Getränkemarkte einen Anteil von 9 % erreichen.

Betrachtet man die Anzahl der Lebensmittelbetriebe, so fällt auf, dass im Bereich der strukturprägenden Lebensmittelanbieter die Lebensmitteldiscounter mit einem Anteil von 11 % vor den Supermärkten und den Verbrauchermärkten (8 % bzw. 3 %) liegen. Hinsichtlich der kleinflächigen Betriebe, dazu zählen u. a. auch Betriebe des Lebensmittelhandwerks, zeigt sich ein bundesweit typisches Bild mit einem hohen Anteil an der Anzahl der Betriebe (72 %) der Kategorie Sonstiges.

Räumliche Angebotsausstattung

Karte 13: Einzelhandelsbetriebe (> 400 m² Verkaufsfläche) mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel in Lüdenscheid

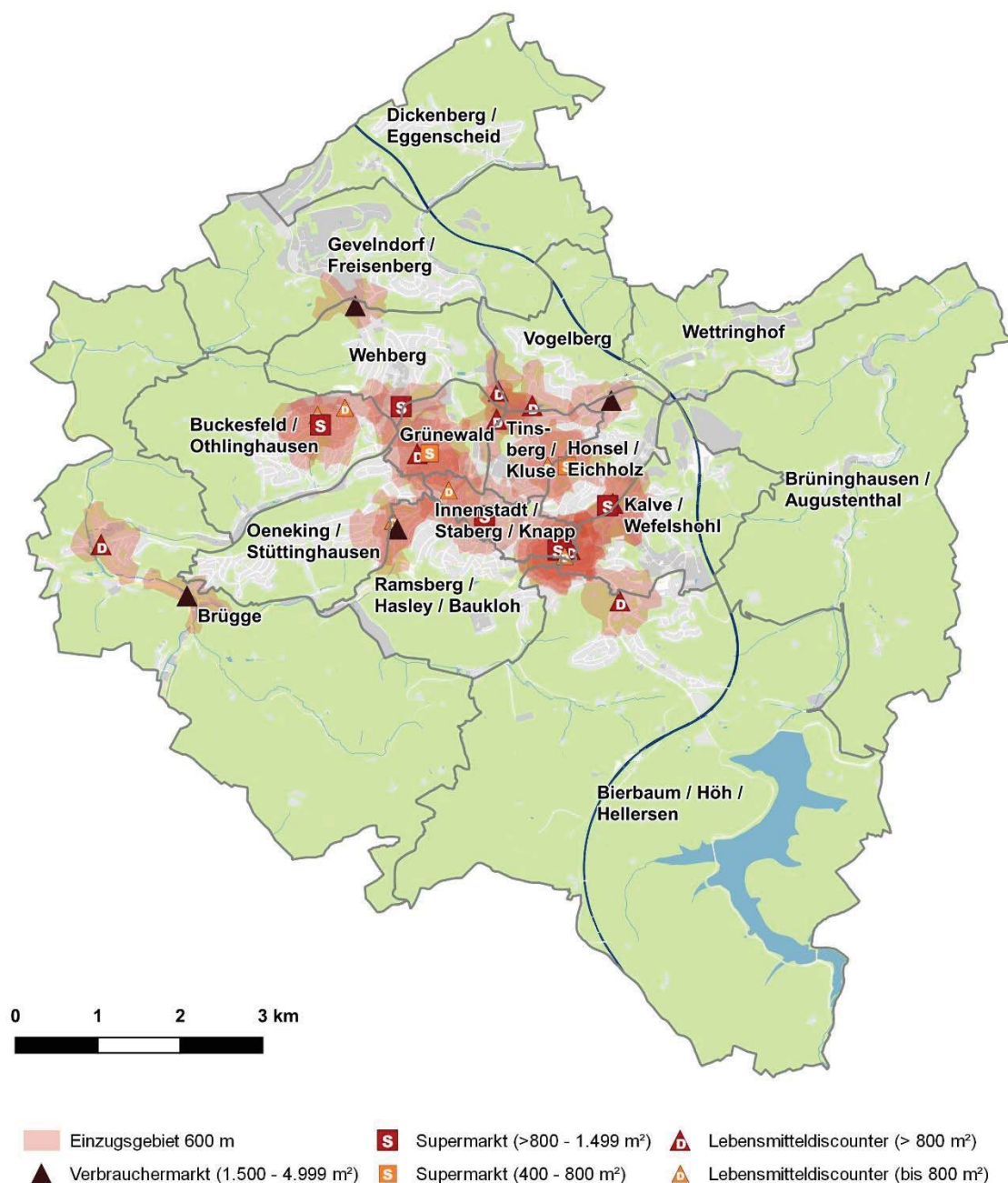


Quelle: Darstellung Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Kartengrundlage Stadt Lüdenscheid, Fachdienst Stadtplanung und Geoinformationen, 2020; Land NRW – MÄRKISCHER KREIS (2017) Datenlizenz Deutschland - Namensnennung - Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0).

Karte 13 stellt die Verteilung der strukturprägenden Lebensmittelmärkte ab einer Verkaufsfläche von 400 m² in Lüdenscheid dar. Mit sieben der insgesamt 27 strukturprägenden Lebensmittelmärkten im Lüdenscheider Stadtgebiet weist der Stadtbezirk Innenstadt / Staberg / Knapp das quantitativ größte Angebot auf (vier Supermärkte, drei Discounter). Auch die Stadtbezirke Honsel / Eichholz (vier Strukturprägende Lebensmittelmärkte), Buckesfeld / Othlinghausen,

Wehberg, Grünewald (jeweils drei) sowie Ramsberg / Hasley / Baukloh und Brügge (je zwei) weisen gleich mehrere Strukturprägende Lebensmittelmärkte auf. In den Stadtbezirken Bierbaum / Höh / Hellersen, Vogelberg sowie Tinsberg / Kluse befindet sich jeweils einer.

Karte 14: Räumliche Verteilung der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in Lüdenscheid mit 600 m-Isodistanzen²⁹



Quelle: Darstellung Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Kartengrundlage Stadt Lüdenscheid, Fachdienst Stadtplanung und Geoinformationen, 2020; Land NRW – MÄRKISCHER KREIS (2017) Datenlizenz Deutschland - Namensnennung - Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0).

²⁹ Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckereien und Fleischereien) werden in diesem Zusammenhang nicht dargestellt.

Im Hinblick auf eine möglichst flächendeckende und wohnortnahe Grundversorgung muss neben der quantitativen Ausstattung in den Stadtbezirken vor allem die **siedlungsräumliche Integration und fußläufige Erreichbarkeit der Lebensmittelanbieter als Bewertungsmaßstab** herangezogen werden. Einen Überblick über die räumliche Versorgungssituation in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel gibt Karte 14, die alle **strukturprägenden Lebensmittelanbieter**³⁰ und deren fußläufiges Einzugsgebiet darstellt. Aufgrund der verkehrlichen, topographischen und siedlungsräumlichen Gegebenheiten in Lüdenscheid wurde dazu eine maximale **fußläufig Entfernung** zwischen Wohn- und Angebotsstandort von **600 m** zugrunde gelegt, was im Mittel einem noch akzeptablen Fußweg von rund 5 Minuten Dauer und somit einer kritischen Zeit-Distanz-Schwelle entspricht.³¹

Dabei ist – aus heutiger Sicht – die Anwendung von Einzugsradien tendenziell ungenau, da tatsächliche Wegelängen unberücksichtigt bleiben und somit das fußläufige Einzugsgebiet der strukturprägenden Lebensmittelbetriebe regelmäßig überschätzt wird. Aus diesem Grund werden sogenannte Isodistanzen zur Bewertung der fußläufigen wohnungsnahen Grundversorgung herangezogen, denen tatsächliche Wegstrecken zugrunde liegen.

Eine differenzierte Betrachtung der quantitativen, strukturellen und räumlichen Versorgungssituation in den Lüdenscheider Stadtbezirken wird in den nachfolgenden Kapiteln 5.7.1 bis 5.7.16 vorgenommen.

³⁰ Lebensmittelmärkte ab 400 m² Verkaufsfläche

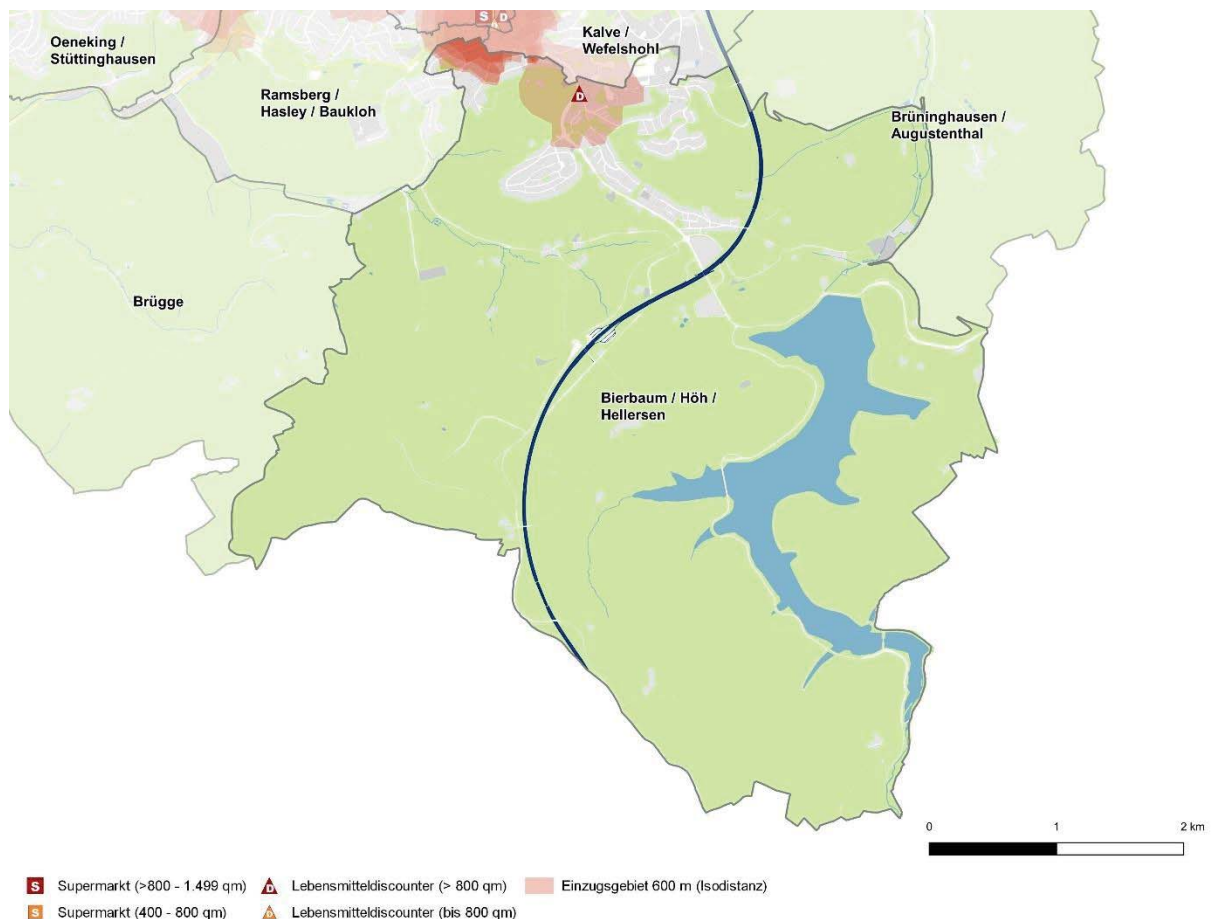
³¹ Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben ein Entfernungsmaß von ca. 500 bis 1.000 m als von den Kunden maximal akzeptierte fußläufige Distanz ermittelt. Dabei handelt es sich um eine kritische Zeit-Wege-Schwelle für Fußgängerdistancen. Dieser Radius ist allgemein anerkannt als anzusetzende Entfernung zwischen Wohnstandorten und Standorten mit Grundversorgungsangeboten.

5.7 Nahversorgungssituation in den Stadtbezirken

5.7.1 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Bierbaum / Höh / Hellersen

Der Stadtbezirk Bierbaum / Höh / Hellersen ist der südlichste und zugleich flächenmäßig größte Stadtbezirk Lüdenscheids. Er schließt am südöstlichen Rand an den Hauptsiedlungsbereich Lüdenscheids an. Die Siedlungsfläche liegt im nördlichen Bereich des Bezirks, weite Teile werden forstwirtschaftlich genutzt. Östlich der Nord-Süd-verlaufenden Autobahn A45 liegt die Versetal-sperre.

Karte 15: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Bierbaum / Höh / Hellersen



Quelle: Darstellung Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Kartengrundlage Stadt Lüdenscheid, Fachdienst Stadtplanung und Geoinformationen, 2020; Land NRW – MÄRKISCHER KREIS (2017) Datenlizenz Deutschland - Namensnennung - Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0).

Bevölkerung im Stadtbezirk 2021:	4.222 Personen
Nahversorgung, quantitativ:	rund 1.000 m ² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel, Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel 0,24 m ² / Einwohner
Nahversorgung, strukturell:	Lebensmitteldiscounter Aldi (rund 1.200 m ² Verkaufsfläche)
Nahversorgung, räumlich:	Die Randbereiche des zusammenhängenden Wohnsiedlungsbereiches im Norden des Stadtbezirks sowie südlicher liegende Streulagen werden nicht durch die 600 m-Isodistanz abgedeckt.
Verkehrliche Anbindung:	teilweise Erreichbarkeit zu Fuß, mit dem Kfz über Herscheider Landstraße, Anbindung an das ÖPNV-Netz der Stadt Lüdenscheid, nächste Haltestelle zum Lebensmittelmarkt Höh (Abzweig Krankenhaus), Linien 42 (werktags, tagsüber im 30-Minuten Takt) und 52
Veränderung zu 2013:	Bevölkerungsabnahme von ca. 6,1 %, bei einer gleichzeitigen Zunahme der Verkaufsfläche von Nahrungs- und Genussmitteln. Dies resultiert in einer Zunahme der Verkaufsfläche pro Einwohner um 0,11 m ² .

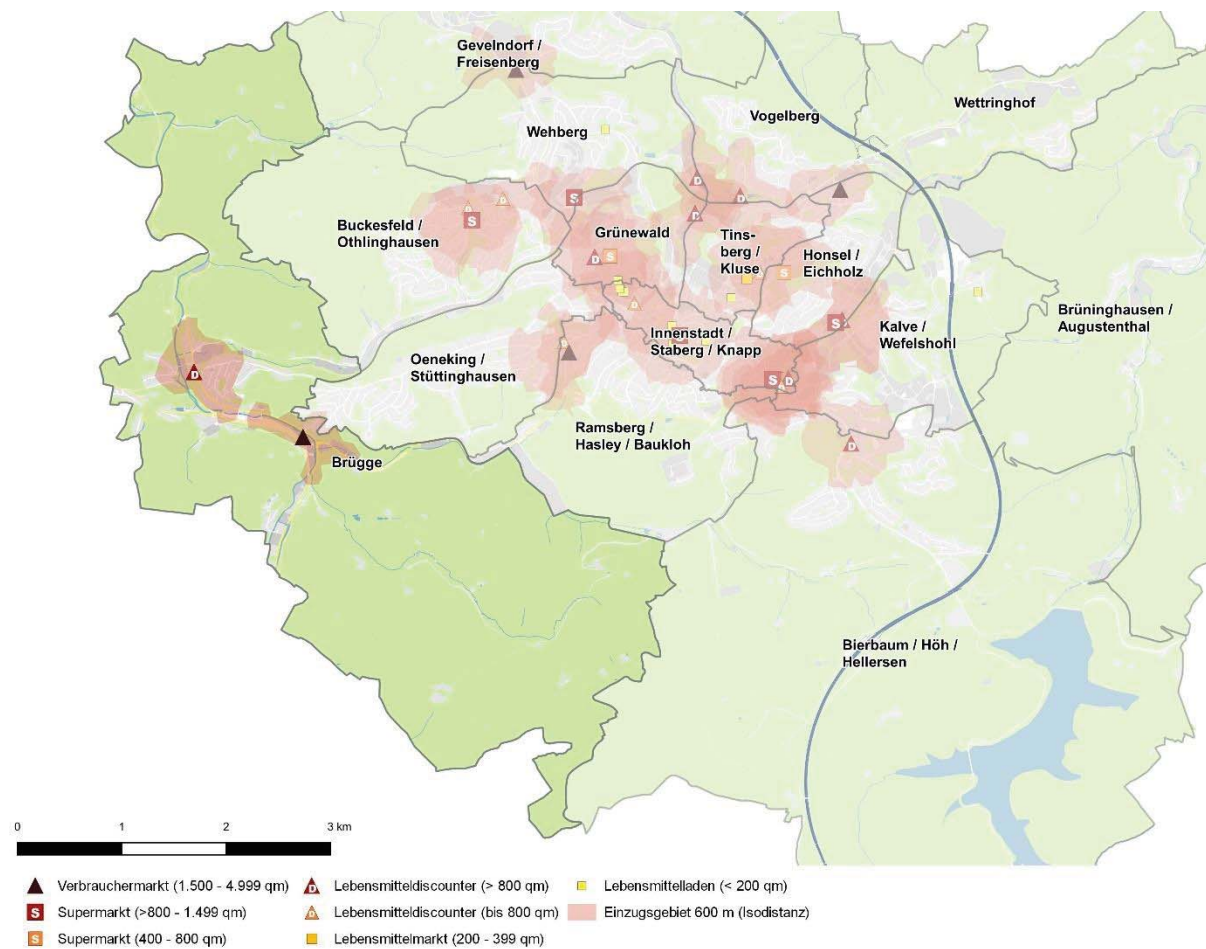
Bewertung

- Die Verkaufsflächenausstattung ist bezogen auf den gesamtstädtischen Durchschnitt (0,42 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) und den bundesdurchschnittlichen Ausstattungswert (0,40 – 0,45 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) unterdurchschnittlich.
- Es ist eine Erreichbarkeit mit dem ÖPNV wie auch dem Kfz gegeben. Zur Grundversorgung nutzt ein großer Teil der Bevölkerung ein Kfz.
- Den Möglichkeiten der Verbesserung der Situation sind durch die siedlungsstrukturellen Gegebenheiten Grenzen gesetzt.
- Nach einer marktgerechten Aufstellung des Lebensmitteldiscounters ist die Versorgungssituation stabil. Es besteht kein akuter Handlungsbedarf.

5.7.2 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Brügge

Im Osten des Lüdenscheider Stadtgebietes liegt der Stadtbezirk Brügge. Der von dem Haupt-siedlungsgebiet im Zentrum Lüdenscheids abgegrenzte Siedlungsbereich Brügges weist eine z. T. kompakte Siedlungsstruktur aber auch Tal- und Streulagen auf. Besonders im südlichen Teil des Stadtbezirks befinden sich große Flächen forstwirtschaftlicher Nutzung.

Karte 16: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Brügge



Quelle: Darstellung Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Kartengrundlage Stadt Lüdenscheid, Fachdienst Stadtplanung und Geoinformationen, 2020; Land NRW – MÄRKISCHER KREIS (2017) Datenlizenz Deutschland - Namensnennung - Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0).

Bevölkerung im Stadtbezirk 2021: 2.774 Personen

Nahversorgung, quantitativ: rund 3.000 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel, Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel 1,07 m² / Einwohner.

Nahversorgung, strukturell: Verbrauchermarkt EDEKA Kantimm (rund 1.600 m² Verkaufsfläche) und Discounter Lidl (großflächig, rund 850 m² Verkaufsfläche).

Nahversorgung, räumlich:	Die Hauptsiedlungsbereiche des Stadtbezirks werden durch die 600 m-Isodistanzen abgedeckt, vereinzelte Streulagen befinden sich außerhalb dieser.
Verkehrliche Anbindung:	teilweise Erreichbarkeit zu Fuß, Kfz über Volmestraße, Anbindung an das ÖPNV-Netz der Stadt Lüdenscheid, nächste Haltestellen zu Lebensmittelmärkten Schade und Winkhausen, Linien 134 (werktags, tagsüber im 30-Minuten Takt) und 57
Veränderung zu 2013:	Leichter Bevölkerungsrückgang von ca. 3 %. Die Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel konnte sich im Stadtbezirk, insbesondere durch die Eröffnung des Verbrauchermarktes EDEKA Kantimm im Jahr 2020, mehr als verdreifachen, sodass der Stadtbezirk, hinter dem Stadtbezirk Innenstadt / Staberg / Knapp, die zweitgrößte Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner aufweisen kann.

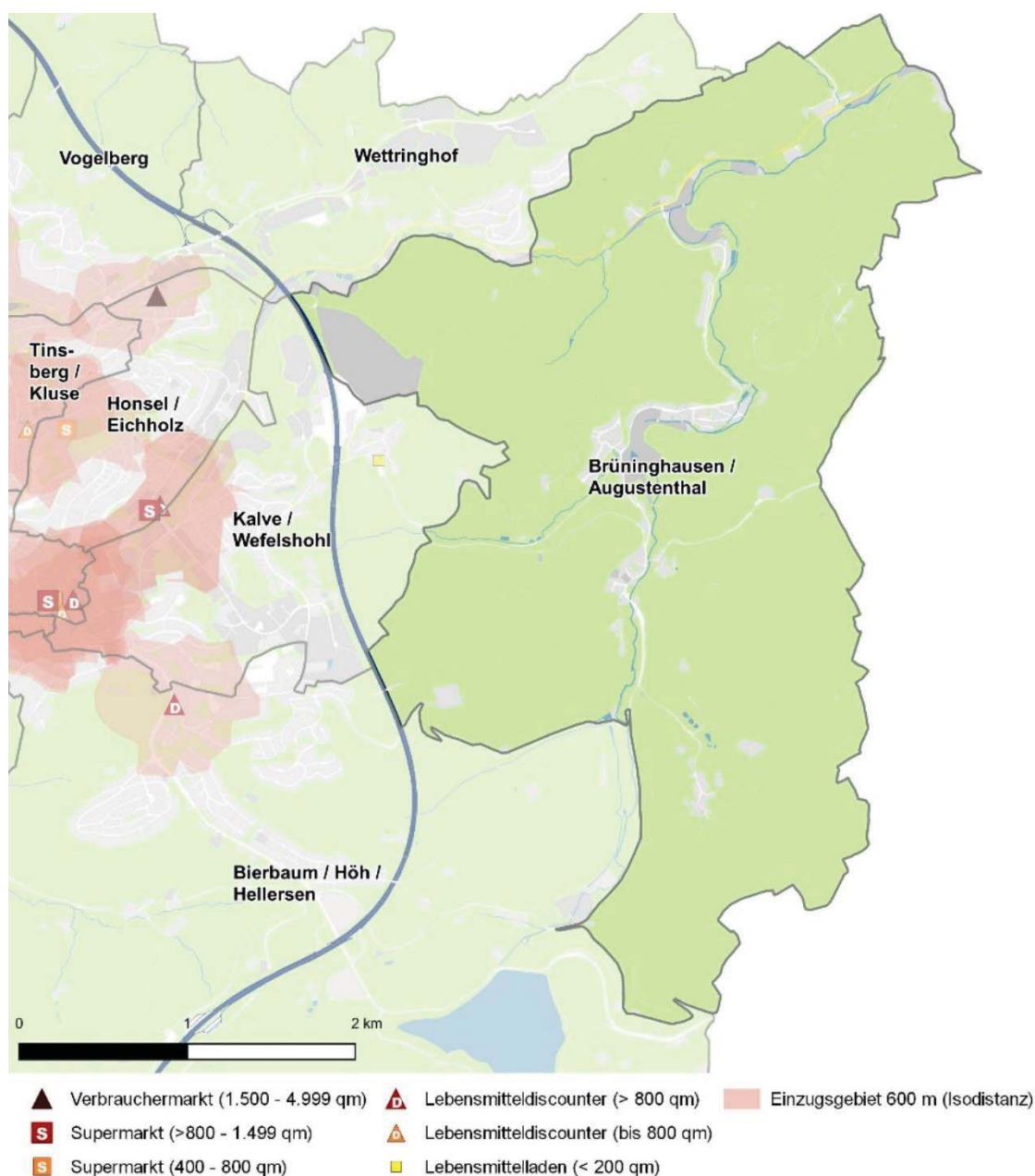
Bewertung

- Die Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ist mit einem Wert von 1,07 m² / Einwohner bezogen auf den gesamtstädtischen Durchschnitt (0,42 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) und den bundesdurchschnittlichen Ausstattungswert (0,40 – 0,45 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) deutlich überdurchschnittlich.
- Die Ansiedlung des Verbrauchermarktes Edeka an der Talstraße hat zu einer Verbesserung der Grundversorgung in Brügge wie auch im angrenzenden Stadtbezirk Oeneking / Stüttinghausen beigetragen.
- Es ist eine Erreichbarkeit der Lebensmittelmärkte mit dem ÖPNV wie auch dem Kfz gegeben. Zur Grundversorgung nutzt ein großer Teil der Bevölkerung ein Kfz.
- Es besteht kein akuter Handlungsbedarf.

5.7.3 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Brüninghausen / Augustenthal

Der Stadtbezirk Brüninghausen / Augustenthal ist der östlichste Stadtbezirk Lüdenscheids. Die Siedlungsstruktur des Stadtbezirkes ist räumlich weit von dem Hauptsiedlungsbereich der Stadt entfernt und verläuft sehr linear entlang der Verse. Die Westlich des Stadtbezirksgebietes verlaufende Autobahn 45 bildet eine städtebauliche Zäsur. Mit ca. 1.300 Bewohnern ist Brüninghausen / Augustenthal nach Wettringhof der einwohnermäßig zweitkleinste Stadtbezirk Lüdenscheids

Karte 17: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Brüninghausen / Augustenthal



Quelle: Darstellung Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Kartengrundlage Stadt Lüdenscheid, Fachdienst Stadtplanung und Geoinformationen, 2020; Land NRW – MÄRKISCHER KREIS (2017) Datenlizenz Deutschland – Namensnennung – Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0).

Bevölkerung im Stadtbezirk 2021:	1.313 Personen
Nahversorgung, quantitativ:	./.
Nahversorgung, strukturell:	Kein Anbieter vorhanden
Nahversorgung, räumlich:	Keine räumliche Abdeckung durch 600 m-Isodistanz.
Verkehrliche Anbindung:	keine Erreichbarkeit von Lebensmittelmärkten zu Fuß, Erreichbarkeit nächstgelegener Standorte von Lebensmittelmärkten über die Werdohler Landstraße bzw. mit dem ÖPNV beispielsweise über die Buslinie 61 (werktags, tagsüber im 30-60 Minuten Takt)
Veränderung zu 2013:	Rückgang der Einwohnerzahlen von ca. 5,6 %. Wie im Jahr 2013 kann der Stadtbezirk keine Verkaufsfläche des Sortimentes Nahrungs- und Genussmittel aufweisen.

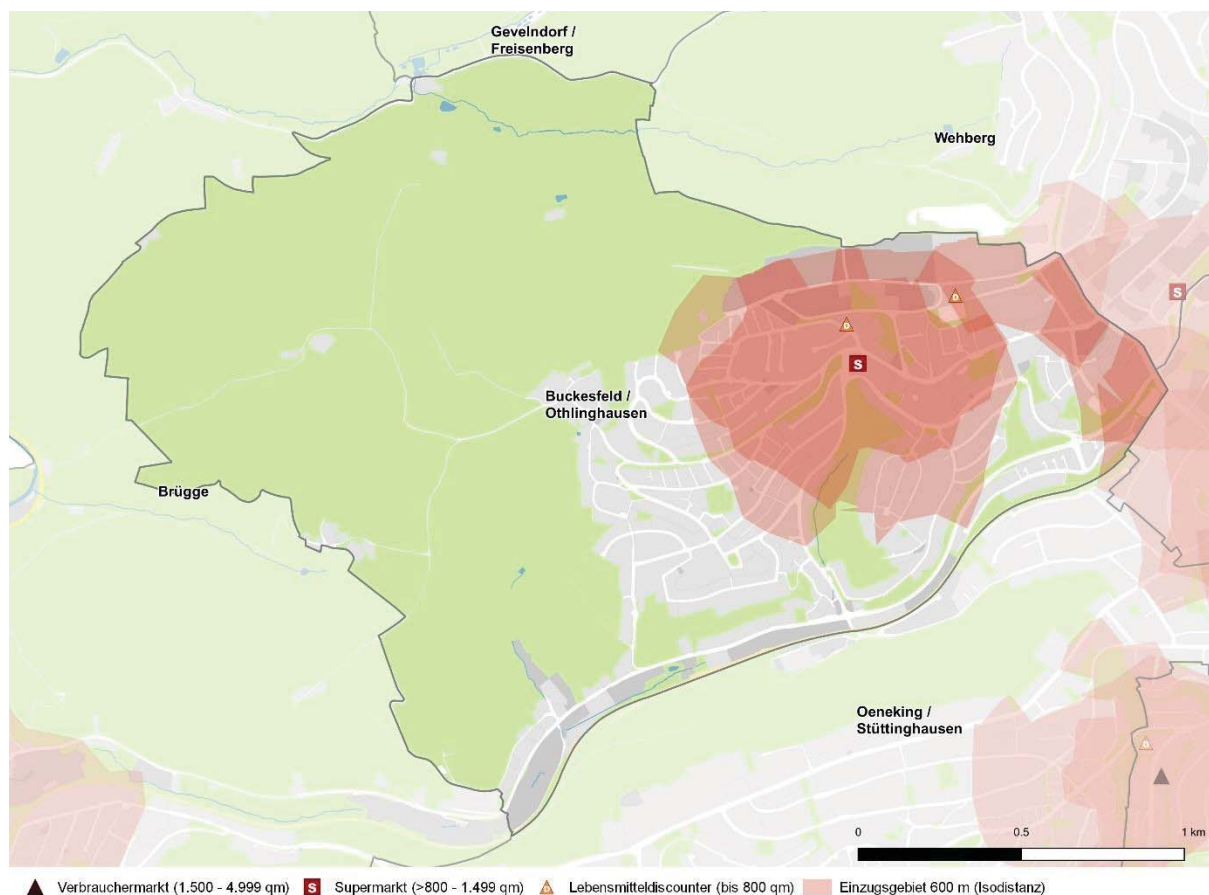
Bewertung

- Die Mantelbevölkerung stellt sich hinsichtlich der Ansiedlung eines strukturprägenden Lebensmittelmarktes als zu gering dar.
- Die Versorgungssituation ist bezogen auf den gesamtstädtischen (0,37 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) und bundesdurchschnittlichen Ausstattungswert (0,35-0,40 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) unzureichend, jedoch auch ohne ausreichendes Potenzial für die Ansiedlung eines strukturprägenden Lebensmittelmarktes.
- Für die Bevölkerung des Bezirks ist die Nutzung eines Kfz zum Einkauf von Lebensmitteln weitgehend unabdingbar.

5.7.4 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Buckesfeld / Othlinghausen

Nordwestlich des Stadtzentrums gelegen und an das Hauptsiedlungsgebiet angrenzend befindet sich der Stadtbezirk Buckesfeld / Othlinghausen. Während die Siedlungsflächen nahezu vollständig im östlichen Teil liegen, ist der westliche Teil des Stadtbezirks durch Wald- und Feldflächen geprägt.

Karte 18: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Buckesfeld / Othlinghausen



Quelle: Darstellung Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Kartengrundlage Stadt Lüdenschaid, Fachdienst Stadtplanung und Geoinformationen, 2020; Land NRW – MÄRKISCHER KREIS (2017) Datenlizenz Deutschland - Namensnennung - Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0).

Bevölkerung im Stadtbezirk 2021: 6.074 Personen

Nahversorgung, quantitativ: Rund 3.150 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel,
Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel 0,52 m² / Einwohner

Nahversorgung, strukturell: Supermarkt EDEKA Preller (großflächig, rund 1.050 m² Verkaufsfläche) und zwei Lebensmitteldiscounter Aldi und Lidl (nicht großflächig, jeweils rund 750 m² Verkaufsfläche)

Nahversorgung, räumlich:	Westlich sowie südlich gelegene Randbereiche des Haupt-siedlungsbereiches im Stadtbezirk sowie Randlagen werden nicht durch die 600 m-Isodistanzen abgedeckt.
Verkehrliche Anbindung:	gute Erreichbarkeit zu Fuß, Kfz über Buckesfelder Straße, Anbindung an das ÖPNV-Netz der Stadt Lüdenscheid, nächste Haltestelle zu Lebensmittelmärkten Buckesfeld, Li-nien 40 und 41 (werktags, tagsüber im 15- und 30-Minuten Takt)
Veränderung zu 2013:	Verglichen mit den anderen Stadtbezirken geringer Bevölke-rungsrückgang von ca. 1,7 %. Verkaufsflächenausstattung stabil.

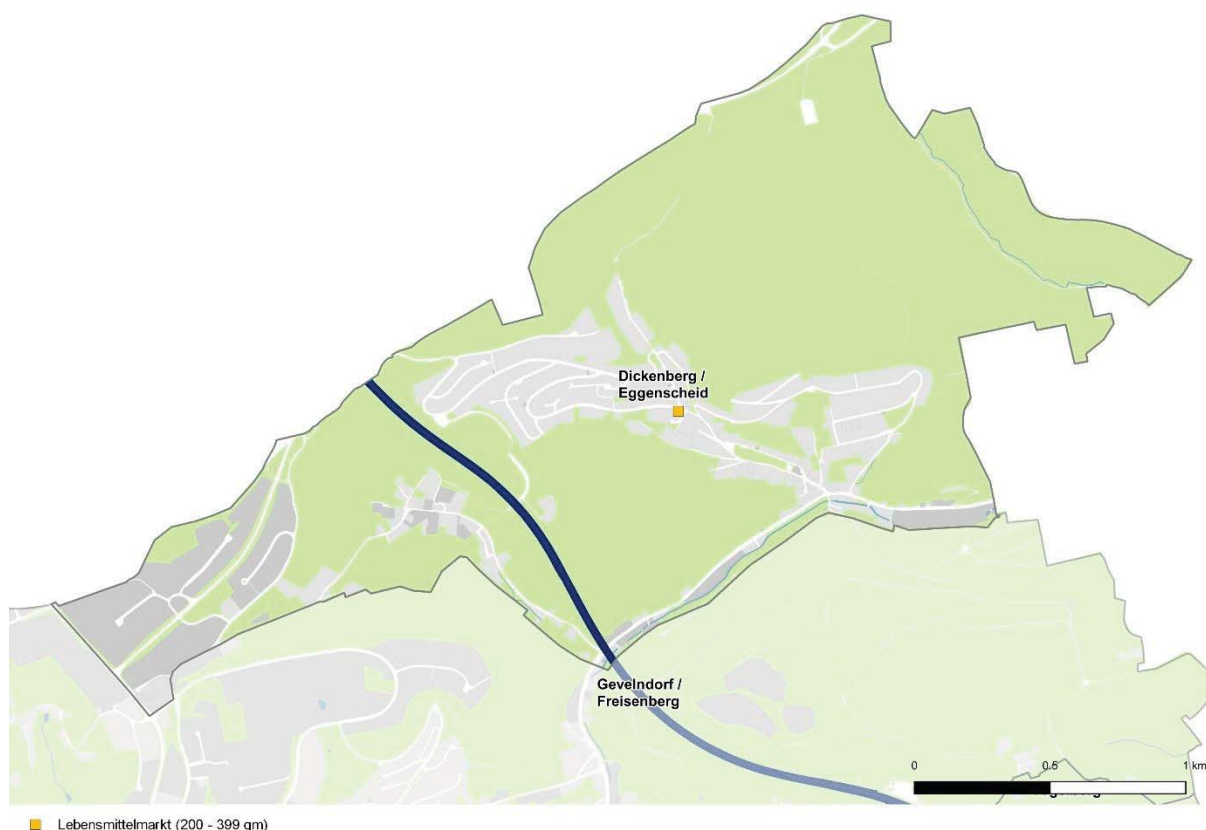
Bewertung

- Die Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ist mit ei-nem Wert von 0,52 m² / Einwohner bezogen auf den gesamtstädtischen Durchschnitt (0,42 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) und den bundesdurch-schnittlichen Ausstattungswert (0,40 – 0,45 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmit-tel / Einwohner) überdurchschnittlich.
- Strukturprägende Märkte in marktgängigen Größenordnungen bieten im zentralen Versor-gungsbereich einen stabilen Angebotsbaustein zur wohnungsnahen Versorgung. Der Stand-ort weist eine gute Erreichbarkeit auf.
- Insgesamt stellt sich die Versorgungssituation gut dar, sodass kein akuter Handlungsbedarf besteht.

5.7.5 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Dickenberg / Eggenscheid

Der Stadtbezirk Dickenberg / Eggenscheid liegt in nördlicher Randlage des Lüdenscheider Stadtgebietes. Der Siedlungsbereich ist räumlich abgegrenzt von dem Hauptsiedlungsbereich. Der Verlauf der Autobahn A45 bildet eine städtebauliche Zäsur und grenzt den Stadtbezirk von dem übrigen Stadtgebiet ab.

Karte 19: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Dickenberg / Eggenscheid



Quelle: Darstellung Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Kartengrundlage Stadt Lüdenscheid, Fachdienst Stadtplanung und Geoinformationen, 2020; Land NRW – MÄRKISCHER KREIS (2017) Datenlizenz Deutschland - Namensnennung - Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0).

Bevölkerung im Stadtbezirk 2021: 2.808 Personen

Nahversorgung, quantitativ:	Rund 300 m ² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel, Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel 0,10 m ² / Einwohner
Nahversorgung, strukturell:	Ein Lebensmittelmarkt (rund 250 m ² Verkaufsfläche).
Nahversorgung, räumlich:	Keine räumliche Abdeckung durch 600 m-Isodistanz.
Verkehrliche Anbindung:	keine fußläufige Erreichbarkeit von strukturprägenden Lebensmittelmärkten, Erreichbarkeit nächstgelegener Standorte von

Lebensmittelmärkten über die Altenaer Straße bzw. mit dem ÖPNV beispielsweise über die Buslinien 37, 53 und S1 (werktags, tagsüber im 15-30 Minuten Takt)

Veränderung zu 2013: Seit 2013 sank die Zahl der Einwohner um rund 5 %. Verkaufsflächenausstattung weitgehend stabil.

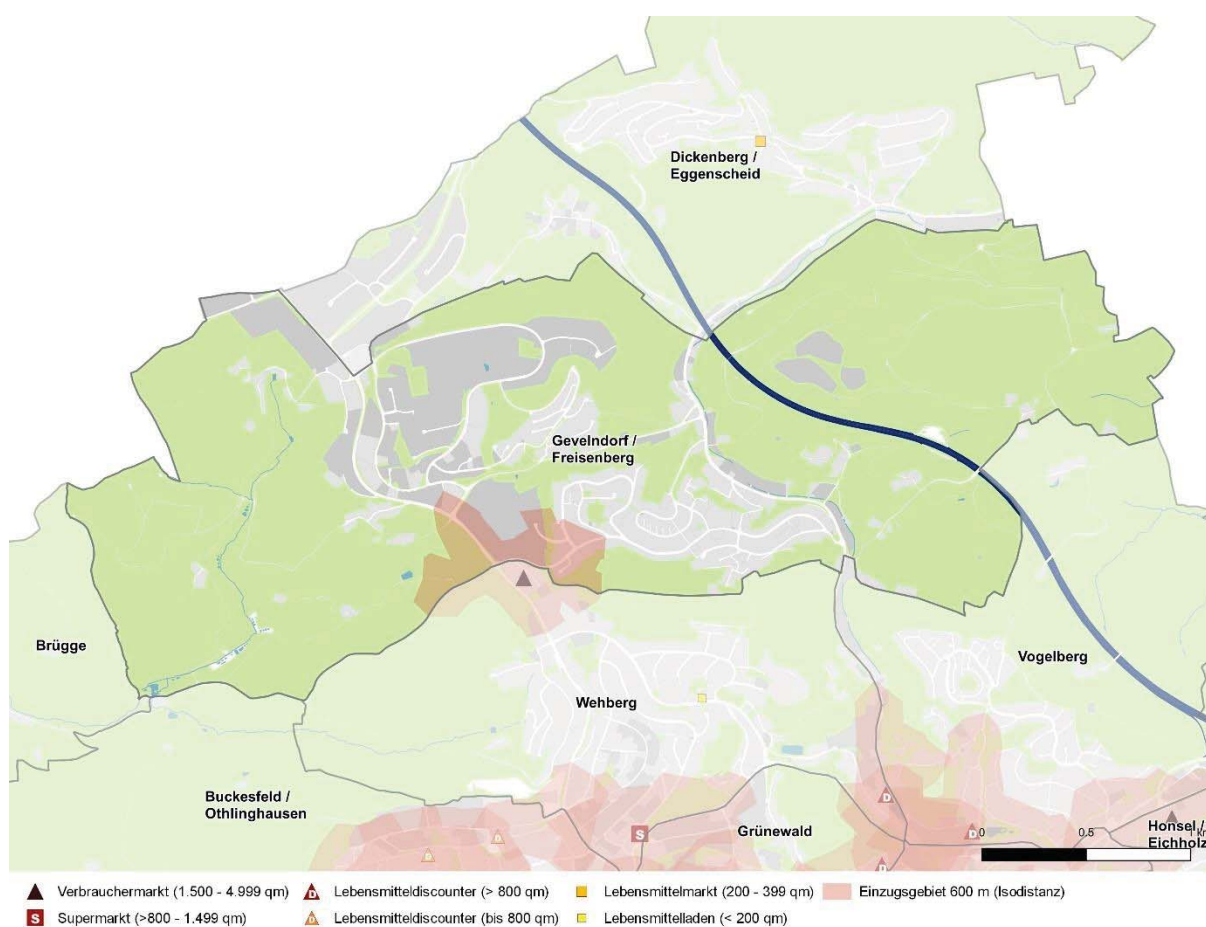
Bewertung

- Die Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ist mit einem Wert von 0,10 m² / Einwohner bezogen auf den gesamtstädtischen Durchschnitt (0,42 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) und den bundesdurchschnittlichen Ausstattungswert (0,40 – 0,45 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) deutlich unterdurchschnittlich.
- Insbesondere unter quantitativen Aspekten ist die Versorgungssituation unzureichend.
- Vor dem Hintergrund der geringen Mantelbevölkerung besteht allerdings aus rein absatzwirtschaftlicher Sicht keine Entwicklungsperspektive für die Ansiedlung eines strukturprägenden Lebensmittelmarktes.
- Für die Bevölkerung des Stadtbezirks ist die Nutzung eines Kfz zum Einkauf von Lebensmitteln weitgehend unabdingbar.

5.7.6 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Gevelndorf / Freisenberg

Der Stadtbezirk Gevelndorf / Freisenberg liegt im nordwestlichen Stadtgebiet. Der Siedlungsbe-
reich ist deutlich abgesetzt vom Hauptsiedlungskörper der Stadt Lüdenscheid. Hinsichtlich der
Versorgungssituation ist zu berücksichtigen, dass im südlich anschließenden Stadtbezirk Weh-
berg ein Verbrauchermarkt (Brockhauser Weg) angesiedelt ist, dessen Einzugsbereich in den
Stadtbezirk Gevelndorf / Freisenberg hineinreicht.

**Karte 20: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadt-
bezirk Gevelndorf / Freisenberg**



Quelle: Darstellung Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Kartengrundlage Stadt Lü-
denscheid, Fachdienst Stadtplanung und Geoinformationen, 2020; Land NRW – MÄRKISCHER KREIS (2017)
Datenlizenz Deutschland - Namensnennung - Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0).

Bevölkerung im Stadtbezirk 2021: 3.658 Personen.

Nahversorgung, quantitativ: Rund 150 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel,
Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs-
und Genussmittel 0,04 m² / Einwohner.

Nahversorgung, strukturell: Kein Anbieter vorhanden.

Nahversorgung, räumlich:	Lediglich geringe Teile des Siedlungsgebietes im Stadtbezirk werden von der 600 m-Isodistanz eines Verbrauchermarktes abgedeckt.
Verkehrliche Anbindung:	sehr eingeschränkte, fußläufige Erreichbarkeit des nächstgelegenen strukturprägenden Lebensmittelmarktes (Wehberg), Erreichbarkeit nächstgelegener Standorte von Lebensmittelmärkten über den Brockhauser Weg mit Kfz bzw. mit dem ÖPNV, beispielsweise über die Buslinie 42 (werktags, tagsüber im 30 Minuten-Takt)
Veränderung zu 2013:	Der Stadtbezirk Gevelndorf / Freisenberg erfuhr von 2013 neben dem Bevölkerungsrückgang von ca. 5,9 %. Die Verkaufsflächenausstattung ist weiterhin deutlich unterdurchschnittlich.

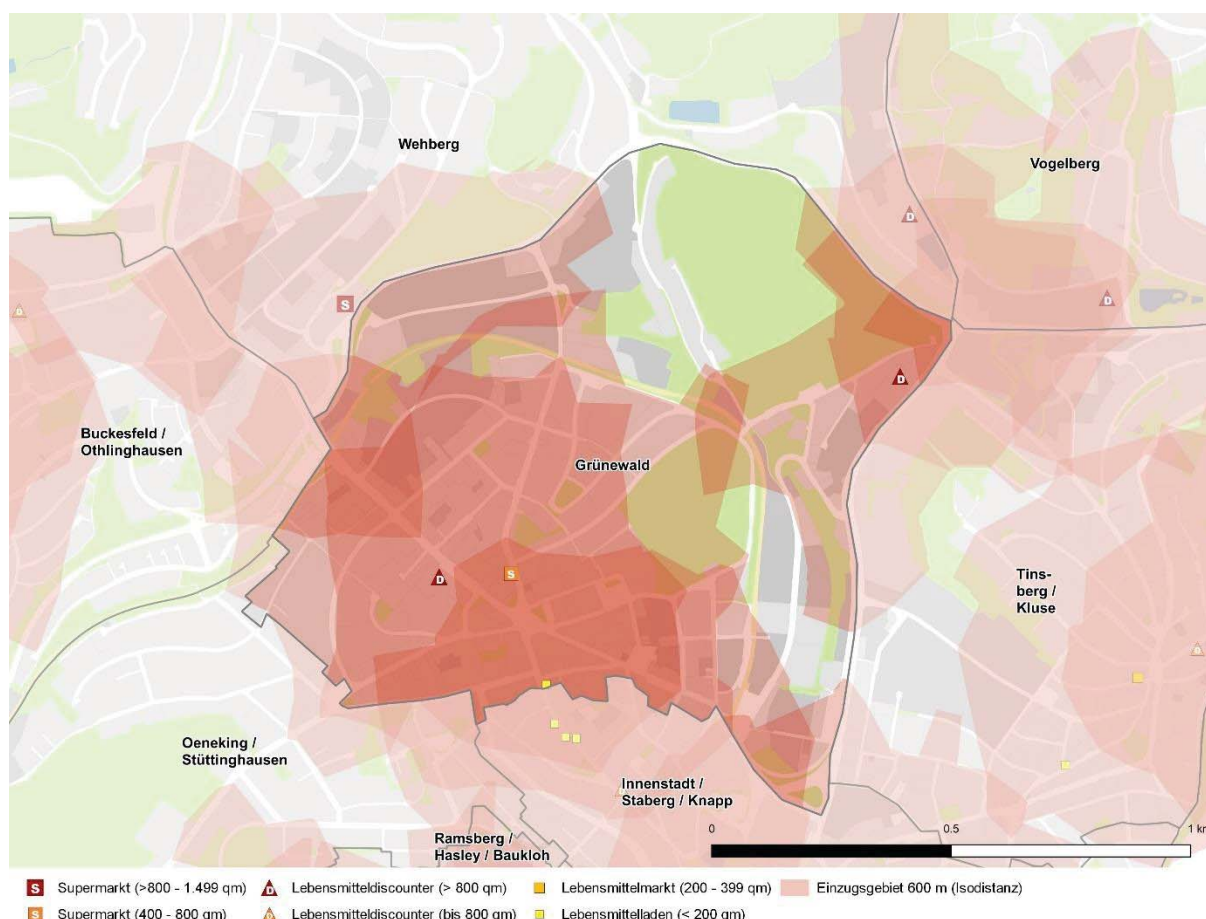
Bewertung

- Die Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ist mit einem Wert von 0,04 m² / Einwohner bezogen auf den gesamtstädtischen Durchschnitt (0,42 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) und den bundesdurchschnittlichen Ausstattungswert (0,40 – 0,45 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) deutlich unterdurchschnittlich.
- Das quantitative Versorgungsdefizit in der Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ist vor dem Hintergrund des Standortes des Verbrauchermarktes am Brockhauser Weg zu relativieren. Es bleibt aber dennoch ein räumliches Defizit für das Gros des Wohnsiedlungsbereiches im Stadtbezirk.
- Für die Bevölkerung des Stadtbezirks ist die Nutzung eines Kfz zum Einkauf von Lebensmitteln weitgehend unabdingbar.
- Es ist derzeit kein akuter Handlungsbedarf ablesbar, da es sich vor allem um strukturelle Schwächen (Lage der Anbieter) handelt. Aufgrund der sich ergebenden Wettbewerbssituation ist die zusätzliche Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes in städtebaulich wünschenswerter Lage weiterhin eher unwahrscheinlich.

5.7.7 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Grünewald

Der Stadtbezirk Grünewald befindet sich zentral im Hauptsiedlungsbereich der Stadt Lüdenschaid und grenzt nördlich an den Stadtbezirk Innenstadt / Staberg / Knapp. Nahversorgungsstandorte gewährleisten das nahversorgungsrelevante Angebot, dabei sind die Standorte insbesondere auch auf Kunden ausgerichtet, die mit dem Kfz zum Einkaufen fahren.

Karte 21: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Grünewald



Quelle: Darstellung Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Kartengrundlage Stadt Lüdenschaid, Fachdienst Stadtplanung und Geoinformationen, 2020; Land NRW – MÄRKISCHER KREIS (2017) Datenlizenz Deutschland - Namensnennung - Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0).

Bevölkerung im Stadtbezirk 2021: 4.737 Personen

Nahversorgung, quantitativ: Rund 2.300 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel, Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel 0,49 m² / Einwohner.

Nahversorgung, strukturell: Ein Supermarkt mit internationalem Sortiment (nicht großflächig, ca. 650 m²) sowie Lebensmitteldiscounter Penny (großflächig, rund 900 m² Verkaufsfläche) im zentralen

	Versorgungsbereich Heedfelder Straße sowie der großflächige Lebensmitteldiscounter Lidl (rund 950 m ² Verkaufsfläche)
Nahversorgung, räumlich:	Bis auf vereinzelte Streulagen sind alle Siedlungsbereiche des Stadtbezirks von 600 m-Isodistanzen abgedeckt.
Verkehrliche Anbindung:	gute fußläufige Erreichbarkeit der strukturprägenden Lebensmittelmärkte im zentralen Versorgungsbereich, Erreichbarkeit der Standorte von Lebensmittelmärkten über den Heedfelder Straße mit Kfz bzw. mit dem ÖPNV (Haltestelle Christuskirche), beispielsweise über die Buslinie 42 (werktags, tagsüber im 30 Minuten-Takt)
Veränderung zu 2013:	Die Einwohnerzahl des Stadtbezirks sank seit 2013 um ca. 1,8 %, die Gesamtverkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel stieg leicht an, was auf die Anpassung der Betriebsgröße des Lebensmitteldiscounters zurückzuführen ist.

Bewertung

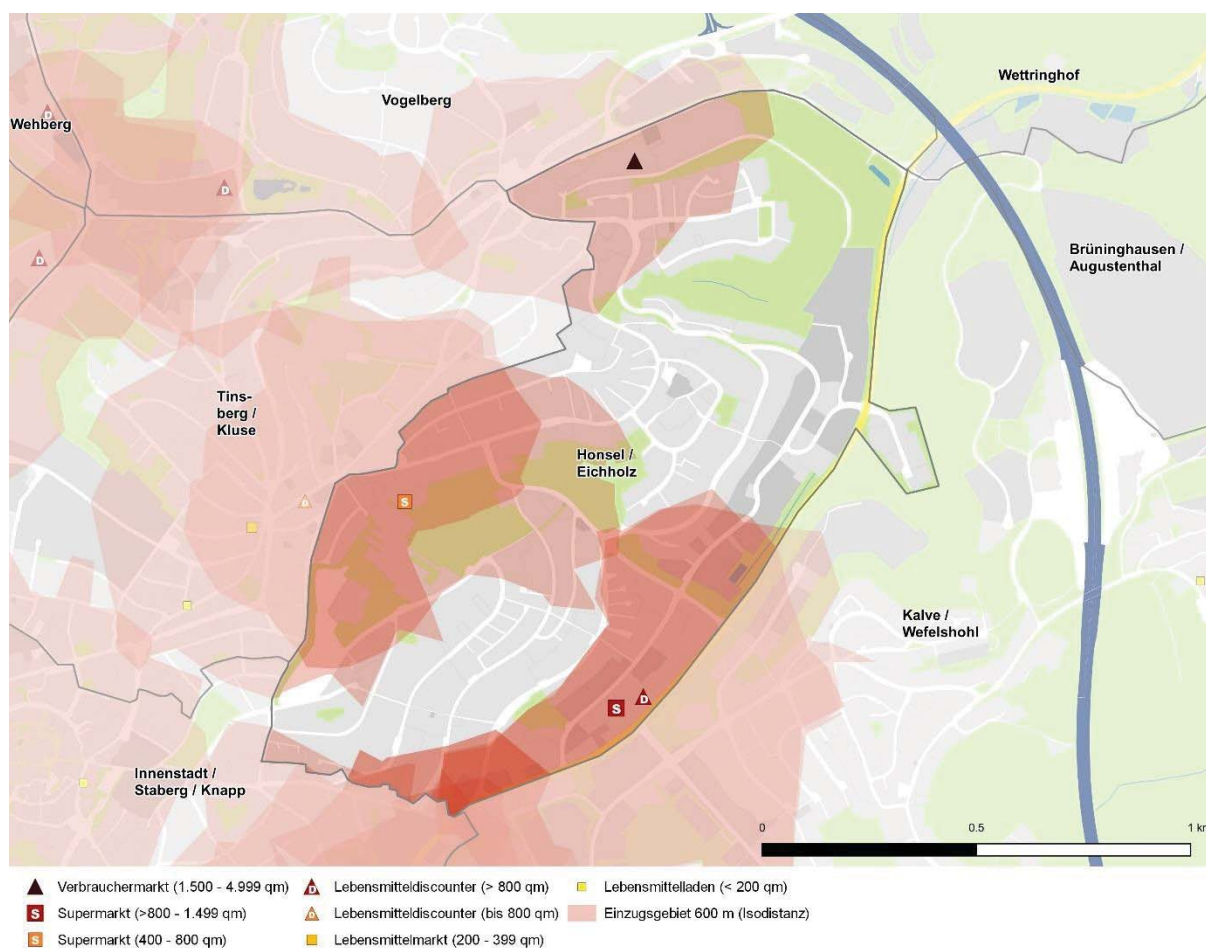
- Die Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ist mit einem Wert von 0,49 m² / Einwohner bezogen auf den gesamtstädtischen Durchschnitt (0,42 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) und den bundesdurchschnittlichen Ausstattungswert (0,40 – 0,45 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) leicht überdurchschnittlich.
- Der Lebensmitteldiscounter im zentralen Versorgungsbereich (Penny) ist inzwischen modern aufgestellt. Der Supermarkt weist eine unterdurchschnittliche Verkaufsfläche für diesen Betriebstyp auf (es handelt sich aber auch nicht um einen typischen Filialisten, sondern um einen Anbieter mit türkisch ausgerichteter Produktpalette).
- Aufgrund der insgesamt guten quantitativen sowie räumlichen Versorgungssituation besteht kein Handlungsbedarf.

5.7.8 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Honsel / Eichholz

Im östlichen Teil des Hauptsiedlungsgebietes der Stadt Lüdenscheid befindet sich der Stadtbezirk Honsel / Eichholz. Zu den prägenden Einzelhandelsstrukturen gehören der zentrale Bereich Bromberger Straße / Bräuckenstraße (Nahversorgungszentrum, u.a. mit Lebensmitteldiscounter, Lebensmittelvollsortimenter sowie Drogeriemarkt). Daneben sind weitere Lebensmittelanbieter vor allem in unterschiedlichen Streulagen anzutreffen.

Größter Anbieter mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment im Stadtbezirk ist der Verbrauchermarkt Hit. Er liegt dezentral am nördlichen Rand des Stadtbezirks und ist auf Kunden, die mit dem Kfz zum Einkaufen kommen ausgerichtet. Schließlich ist noch ein türkischer Supermarkt zu nennen, der im westlichen Bereich des Stadtbezirks liegt.

Karte 22: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Honsel / Eichholz



Quelle: Darstellung Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Kartengrundlage Stadt Lüdenscheid, Fachdienst Stadtplanung und Geoinformationen, 2020; Land NRW – MÄRKISCHER KREIS (2017) Datenlizenz Deutschland - Namensnennung - Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0).

Bevölkerung im Stadtbezirk 2021: 6.094 Personen.

Nahversorgung, quantitativ: Rund 5.100 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel,

	Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel 0,84 m ² / Einwohner.
Nahversorgung, strukturell:	Verbrauchermarkt Hit (rund 1.800 m ²) im nördlichen Stadtbezirksgebiet, der großflächige Supermarkt Rewe (rund 1.350m ² Verkaufsfläche) sowie der großflächige Lebensmitteldiscounter Aldi (rund 1.050 m ² Verkaufsfläche) im zentralen Versorgungsbereich NVZ Bromberger Straße / Bräuckenstraße. Im westlichen Stadtbezirksgebiet befindet sich ein nicht großflächiger Supermarkt mit internationalem Sortiment (rund 500 m ² Verkaufsfläche).
Nahversorgung, räumlich:	Große Teile des Siedlungsbereiches insbesondere im Zentrum sowie im Süden des Stadtbezirks sind nicht von 600 m-Isodistanzen abgedeckt.
Verkehrliche Anbindung:	teilweise gute fußläufige Erreichbarkeit der strukturprägenden Lebensmittelmärkte (u. a. im zentralen Versorgungsbereich), Erreichbarkeit der Standorte von Lebensmittelmärkten u. a. über die Bräuckenstraße mit Kfz bzw. mit dem ÖPNV, beispielsweise über die Buslinie 47 und 48 (werktags, tagsüber im 30 Minuten-Takt)
Veränderung zu 2013:	Bevölkerungsrückgang von ca. 4,1 %. Die Gesamtverkaufsfläche stieg gegenüber 2013 um rund 600m ² an. In diesem Zeitraum eröffnete der großflächige Supermarkt Rewe im Nahversorgungszentrum Bromberger Straße / Bräuckenstraße. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung steigerte sich um 0,12 m ² .

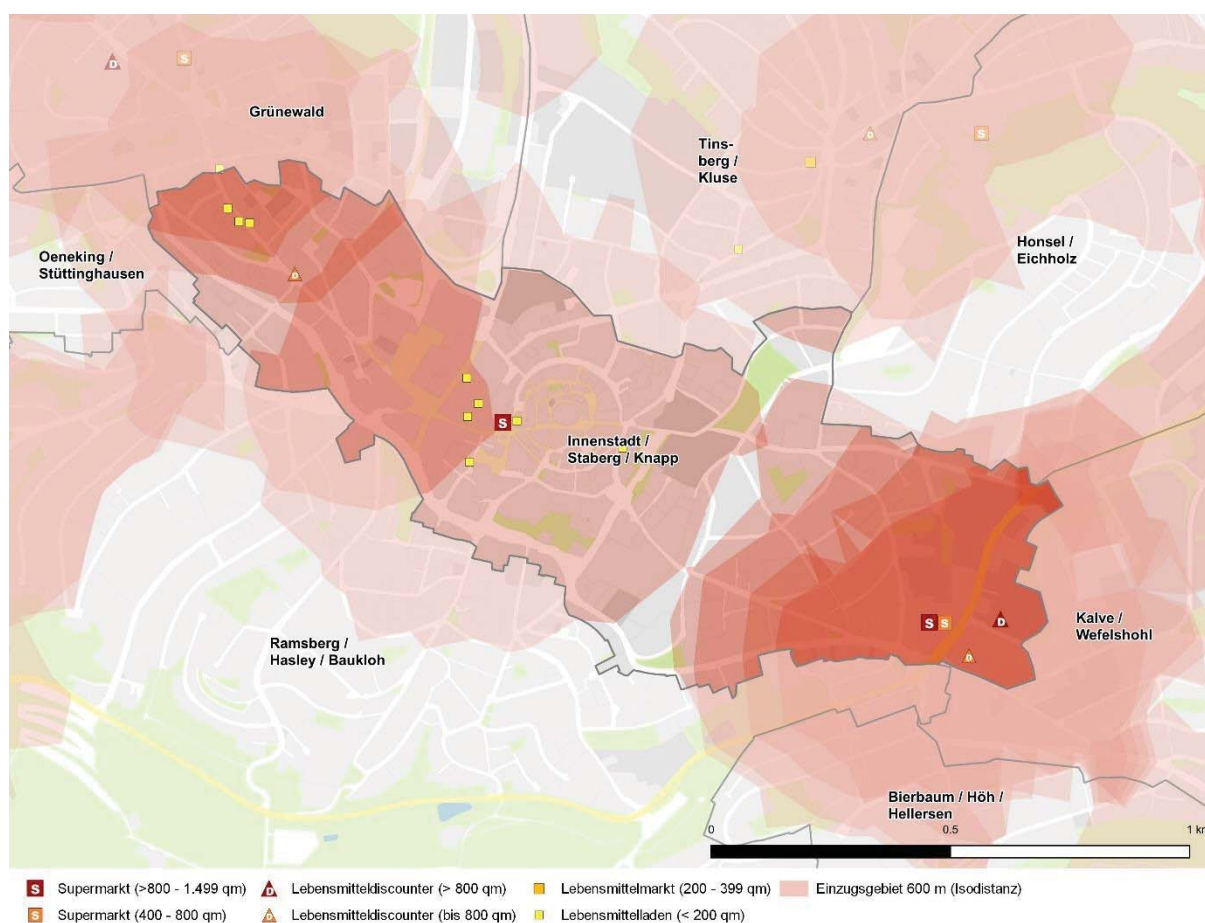
Bewertung

- Die Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ist mit einem Wert von 0,84 m² / Einwohner bezogen auf den gesamtstädtischen Durchschnitt (0,42 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) und den bundesdurchschnittlichen Ausstattungswert (0,40 – 0,45 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) deutlich überdurchschnittlich.
- Die Versorgungsfunktion der Anbieter reicht teilweise deutlich über den Stadtbezirk hinaus.
- Einzelne Standorte sind besonders auch auf Kunden ausgerichtet, die mit dem Kfz zum Einkaufen kommen. Dies ist vor dem Hintergrund der Versorgungsfunktion für die Stadtbezirke Kalve / Wefelshohl sowie Brüninghausen / Augustenthal zu berücksichtigen.
- Es besteht derzeit kein akuter Handlungsbedarf.

5.7.9 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Innenstadt / Staberg / Knapp

Der Stadtbezirk Innenstadt / Staberg / Knapp befindet sich im Zentrum des Lüdenscheider Hauptsiedlungsbereiches. Zu den prägenden Einzelhandelsstrukturen gehört die Innenstadt mit einem Lebensmitteldiscounter sowie einem Verbrauchermarkt im Einkaufszentrum Stern-Center. Darüber hinaus ist der zentrale Bereich Bräuckenkreuz (in östlicher Randlage des Stadtbezirks) mit einem Lebensmittelvollsortimenter, zwei Lebensmitteldiscountern und einem Biosupermarkt zu nennen.

Karte 23: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Innenstadt / Staberg / Knapp



Quelle: Darstellung Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Kartengrundlage Stadt Lüdenscheid, Fachdienst Stadtplanung und Geoinformationen, 2020; Land NRW – MÄRKISCHER KREIS (2017) Datenlizenz Deutschland - Namensnennung - Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0).

Bevölkerung im Stadtbezirk 2021: 6.243 Personen

Nahversorgung, quantitativ: Rund 6.925 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel,
Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel 1,11 m² / Einwohner.

Nahversorgung, strukturell:	Im Nahversorgungszentrum Bräuckenkreuz befinden sich der großflächige Supermarkt Mix Markt, welcher ein internationales Sortiment anbietet (rund 1.000 m² Verkaufsfläche), der Biomarkt denn's (rund 450 m² Verkaufsfläche) sowie die Lebensmitteldiscounter Lidl (rund 1.500 m² Verkaufsfläche) und Netto Marken-Discount (rund 750 m² Verkaufsfläche). Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt befinden sich der großflächige Supermarkt Rewe (rund 1.350 m² Verkaufsfläche) sowie der Lebensmitteldiscounter Netto Marken-Discount (rund 550 m² Verkaufsfläche³²) sowie verschiedene Lebensmittelläden und Fachgeschäfte. Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche befinden sich drei Lebensmittelläden mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 200 m².
Nahversorgung, räumlich:	Ausgenommen einer kleinen Fläche im Zentrum des Stadtbezirks ist die gesamte Siedlungsfläche durch 600 m-Isodistanzen abgedeckt.
Verkehrliche Anbindung:	teilweise gute fußläufige Erreichbarkeit der strukturprägenden Lebensmittelmärkte (u. a. in den zentralen Versorgungsbereichen Innenstadt und Bräuckenkreuz), Erreichbarkeit der Standorte von Lebensmittelmärkten u. a. über die Bräuckenstraße oder die Knapper Straße mit Kfz bzw. mit dem ÖPNV, beispielsweise über die Buslinien 40, 42, 44 und 54 (werktags, tagsüber im 30 Minuten-Takt, u. a. Haltestellen Bräucken oder Rathausplatz)
Veränderung zu 2013:	Geringer Bevölkerungsrückgang mit ca. 1,5 %, die Gesamtverkaufsfläche wuchs um ungefähr 1.800 m² auf knapp 8.000 m² an. Der Zuwachs an Verkaufsfläche konzentrierte sich insbesondere auf das Nahversorgungszentrum Bräuckenkreuz, in welchem seit 2013 der großflächige Discounter Lidl und denn's Biomarkt eröffneten.

Bewertung

- Die Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ist mit einem Wert von 1,11 m² / Einwohner bezogen auf den gesamtstädtischen Durchschnitt (0,42 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) und den bundesdurchschnittlichen Ausstattungswert (0,40 – 0,45 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) deutlich überdurchschnittlich.

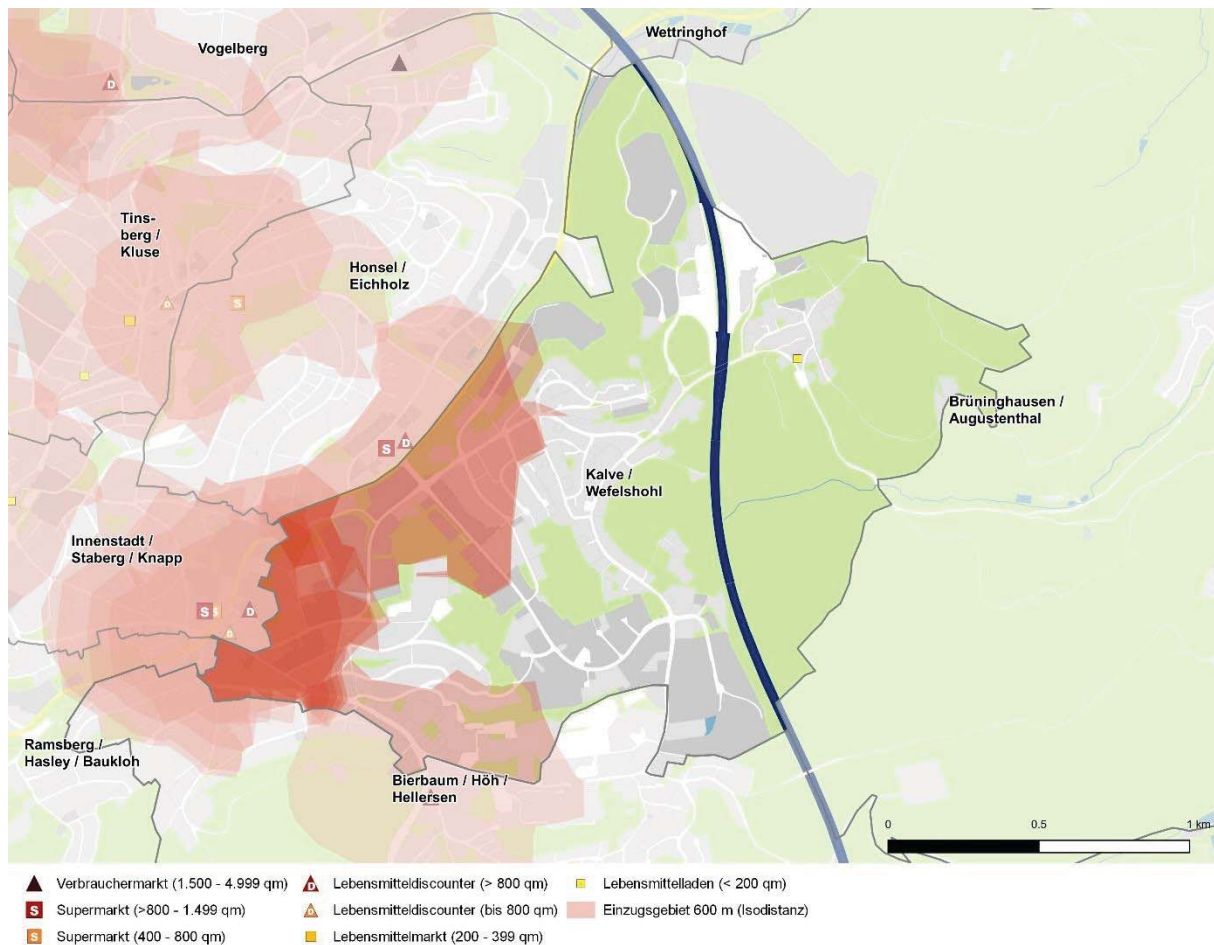
³² Ein Umbau des Netto-Marken-Discount fand während der Bearbeitung der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes statt.

- Aufgrund der Angebotsausstattung in den zentralen Versorgungsbereichen wird eine über den Stadtbezirk hinausreichende Versorgungsbedeutung entwickelt. So hat der Einzelhandel in der Innenstadt eine teilweise gesamtstädtische Bedeutung und dient auch der Nahversorgung der Bevölkerung des Stadtbezirks. Mit einem Lebensmittelvollsortimenter, Lebensmitteldiscountern und ergänzendem kleinteiligem Angebot besteht ein differenzierter Betriebstypenmix.
- Akuter Handlungsbedarf ist nicht ablesbar.

5.7.10 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Kalve / Wefelshohl

Östlich an das Hauptsiedlungsgebiet Lüdenscheids grenzt der Stadtbezirk Kalve / Wefelshohl. Während sich die Siedlungsflächen überwiegend im westlichen Teil des Stadtbezirks befinden, ist der östliche Teil von Wald und Feldern geprägt. Am westlichen Rand des Stadtbezirks liegen die zentralen Versorgungsbereiche Berliner Straße / Brückenstraße sowie das Brückenkreuz. Sie übernehmen mit ihrem Einzelhandelsangebot z. T. die Versorgung für diesen Stadtbezirk. Im östlichen Teil des Stadtbezirks verläuft die Autobahn A45.

Karte 24: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Kalve / Wefelshohl



Quelle: Darstellung Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Kartengrundlage Stadt Lüdenscheid, Fachdienst Stadtplanung und Geoinformationen, 2020; Land NRW – MÄRKISCHER KREIS (2017) Datenlizenz Deutschland - Namensnennung - Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0).

Bevölkerung im Stadtbezirk 2021: 4.728 Personen

Nahversorgung, quantitativ: Rund 200 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel, Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel 0,04 m² / Einwohner.

Nahversorgung, strukturell: Ein Lebensmittelladen (rund 50 m² Verkaufsfläche).

Nahversorgung, räumlich:	Lediglich westlich gelegene Siedlungsflächen werden durch 600 m-Isodistanzen abgedeckt.
Verkehrliche Anbindung:	eingeschränkte, fußläufige Erreichbarkeit der nächstgelegenen strukturprägenden Lebensmittelmärkte in benachbarten Stadtbezirken (Honsel/Eichholz oder Innenstadt/Sta-berg/Knapp), Erreichbarkeit nächstgelegener Standorte von Lebensmittel-märkten mit Kfz bzw. mit dem ÖPNV, beispielsweise über die Buslinie 42, 44, 54 (werktags, tagsüber im 30 Minuten-Takt)
Veränderung zu 2013:	Gegenüber 2013 Sank die Einwohnerzahl des Stadtbezirks um rund 3,3 %. Verkaufsflächenausstattung weitgehend stabil.

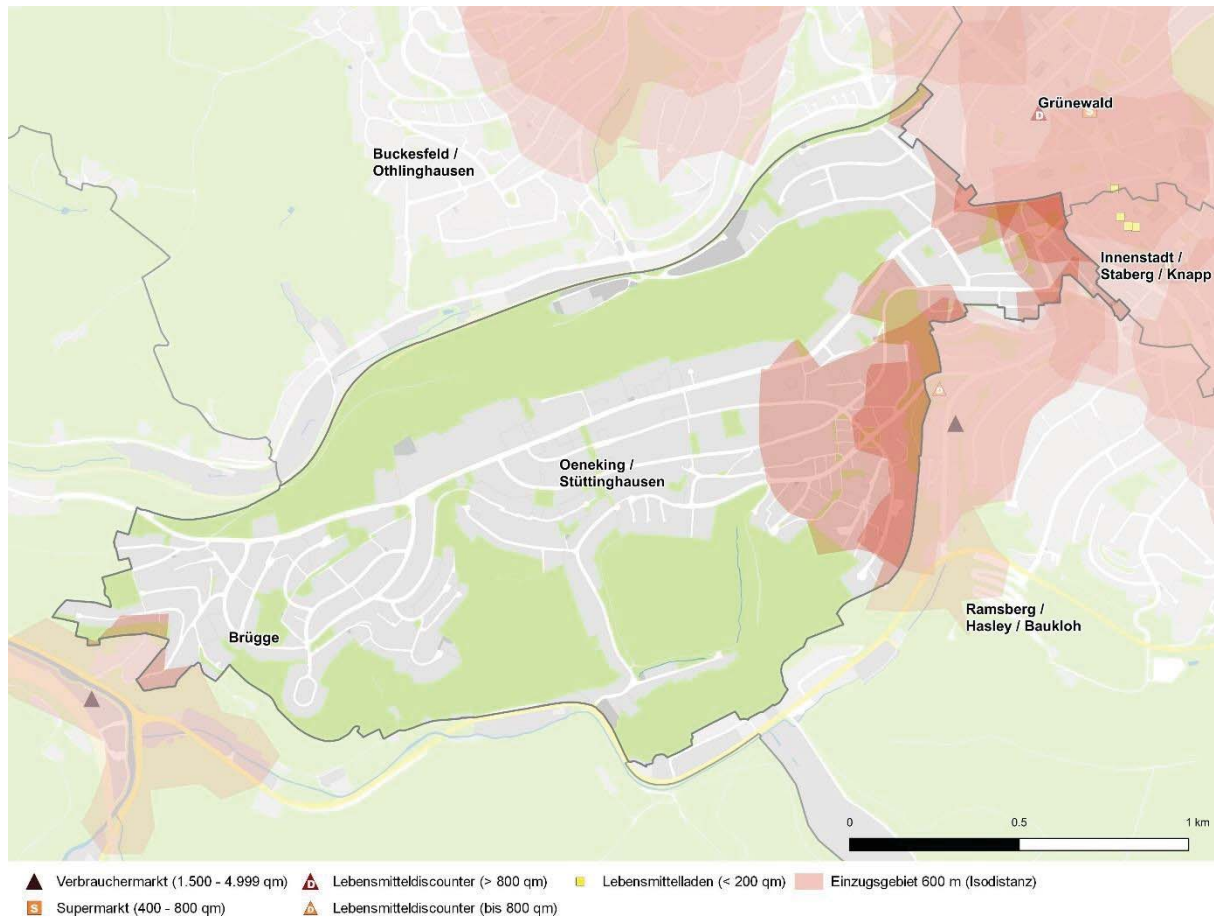
Bewertung

- Die Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ist mit einem Wert von $0,04 \text{ m}^2$ / Einwohner bezogen auf den gesamtstädtischen Durchschnitt ($0,42 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) und den bundesdurchschnittlichen Ausstattungswert ($0,40 - 0,45 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) deutlich unterdurchschnittlich.
- Vor dem Hintergrund der Entwicklungen in den zentralen Versorgungsbereichen Bräuckenkreuz und Bromberger Straße / Bräuckenstraße ergibt sich kein zusätzlicher akuter Handlungsbedarf für den Stadtbezirk. Gleichwohl besteht ein räumliches Defizit für den östlichen Teilbereich des Bezirkes, wo die Mantelbevölkerung für die zusätzliche Ansiedlung eines strukturprägenden Marktes jedoch nicht ausreicht. Somit ist für einen Teil der Bevölkerung des Stadtbezirks die Nutzung eines Kfz zum Einkauf von Lebensmitteln unabdingbar.
- Es besteht grundsätzlich kein akuter Handlungsbedarf.

5.7.11 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Oeneking / Stüttinghausen

Der Stadtbezirk Oeneking / Stüttinghausen liegt im südwestlichen Teil des Hauptsiedlungsbereiches der Stadt Lüdenscheid. Der Siedlungsbereich des Stadtbezirks verläuft linear von West nach Ost. Am östlichen Rand, im Stadtbezirk Ramsberg / Hasley / Baukloh, befindet sich der zentrale Bereich Kölner Straße.

Karte 25: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Oeneking / Stüttinghausen



Quelle: Darstellung Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Kartengrundlage Stadt Lüdenscheid, Fachdienst Stadtplanung und Geoinformationen, 2020; Land NRW – MÄRKISCHER KREIS (2017) Datenlizenz Deutschland - Namensnennung - Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0).

Bevölkerung im Stadtbezirk 2021: 6.318 Personen

Nahversorgung, quantitativ: Rund 50 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel, Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel <0,01 m² / Einwohner.

Nahversorgung, strukturell: Kein Anbieter vorhanden.

Nahversorgung, räumlich:	Ausgenommen westlicher Randgebiete ist ein großer Teil des Siedlungsgebietes im Stadtbezirk nicht durch eine 600 m-Isodistanz abgedeckt.
Verkehrliche Anbindung:	sehr eingeschränkte, fußläufige Erreichbarkeit der nächstgelegenen strukturprägenden Lebensmittelmärkte in benachbarten Stadtbezirken (Brügge und Ramsberg/Hasley/Baukloh sowie Innenstadt/Staberg/Knapp), Erreichbarkeit nächstgelegener Standorte von Lebensmittelmärkten mit Kfz bzw. mit dem ÖPNV, beispielsweise über die Buslinien 47 und 48 (werktags, tagsüber im 30 Minuten-Takt)
Veränderung zu 2013:	Während die Einwohnerzahl seit 2013 um ungefähr 3,3 % abnahm, veränderte sich die Gesamtverkaufsfläche nicht.

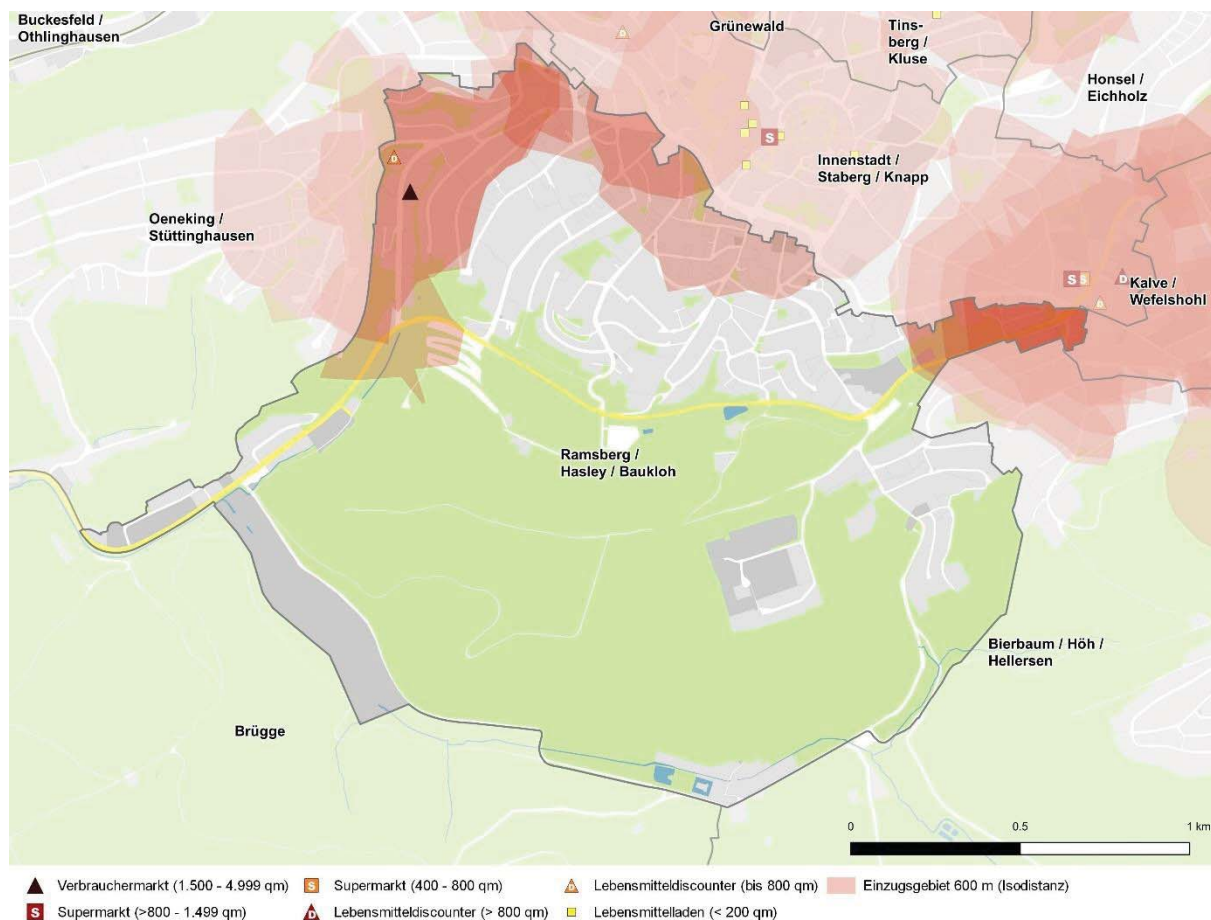
Bewertung

- Die Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ist mit einem Wert von weniger als 0,01 m² / Einwohner bezogen auf den gesamtstädtischen Durchschnitt (0,42 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) und den bundesdurchschnittlichen Ausstattungswert (0,40 – 0,45 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) deutlich unterdurchschnittlich.
- Es zeigt sich zwar eine defizitäre räumliche Versorgungssituation im Stadtbezirk, diese ist jedoch vor dem Hintergrund der Ansiedlung des Lebensmittelvollsortimenters an der Talstraße in Brügge-Ost sowie der Aufwertung des Nahversorgungszentrum Kölner Straße in Randlagen zum Stadtbezirk zu relativieren. Vor diesem Hintergrund sowie unter Berücksichtigung der topografischen und siedlungsstrukturellen Situation ist die Nutzung eines Kfz oder auch des ÖPNV zum Einkauf von Lebensmitteln unabdingbar. Grundsätzlich ist kein zusätzlicher akuter Handlungsbedarf zu konstatieren.

5.7.12 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Ramsberg / Hasley / Baukloh

Der Stadtbezirk Ramsberg / Hasley / Baukloh befindet sich zentral im Stadtgebiet und bildet den mittleren, südlichen Teil des Hauptsiedlungsbereiches der Stadt Lüdenscheid. Das Siedlungsgebiet befindet sich besonders im Nordosten des Stadtbezirkes, im Nordwesten befinden sich besonders Wälder und Felder. Nördlich des Stadtbezirks befindet sich die Innenstadt. Am westlichen Rand des Stadtbezirks ist das Nahversorgungszentrum Kölner Straße lokalisiert.

Karte 26: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Ramsberg / Hasley / Baukloh



Quelle: Darstellung Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Kartengrundlage Stadt Lüdenscheid, Fachdienst Stadtplanung und Geoinformationen, 2020; Land NRW – MÄRKISCHER KREIS (2017) Datenlizenz Deutschland - Namensnennung - Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0).

Bevölkerung im Stadtbezirk 2021: 7.998 Personen

Nahversorgung, quantitativ: Rund 2.700 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel,
Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel 0,34 m² / Einwohner.

Nahversorgung, strukturell:	Im Nahversorgungszentrum Kölner Straße Verbrauchermarkt Rewe (rund 1.700 m ² Verkaufsfläche) sowie der nicht großflächige Lebensmitteldiscounter Aldi (rund 750 m ²).
Nahversorgung, räumlich:	Lediglich Randgebiete an der nördlichen und östlichen Stadtbezirksgrenze werden durch 600 m-Isodistanzen abgedeckt.
Verkehrliche Anbindung:	eingeschränkte, fußläufige Erreichbarkeit der nächstgelegenen strukturprägenden Lebensmittelmärkte im zentralen Versorgungsbereich Kölner Straße sowie teilweise in benachbarten Stadtbezirken (Innenstadt/Staberg/Knapp), Erreichbarkeit nächstgelegener Standorte von Lebensmittelmärkten mit Kfz bzw. mit dem ÖPNV, beispielsweise über die Buslinie 46 (werktags, tagsüber im 30-Minuten-Takt)
Veränderung zu 2013:	Der Stadtbezirk Ramsberg / Hasley / Baukloh verzeichnete mit ca. 1,3 % einen relativ geringen Bevölkerungsrückgang. Verkaufsflächenausstattung weitgehend stabil.

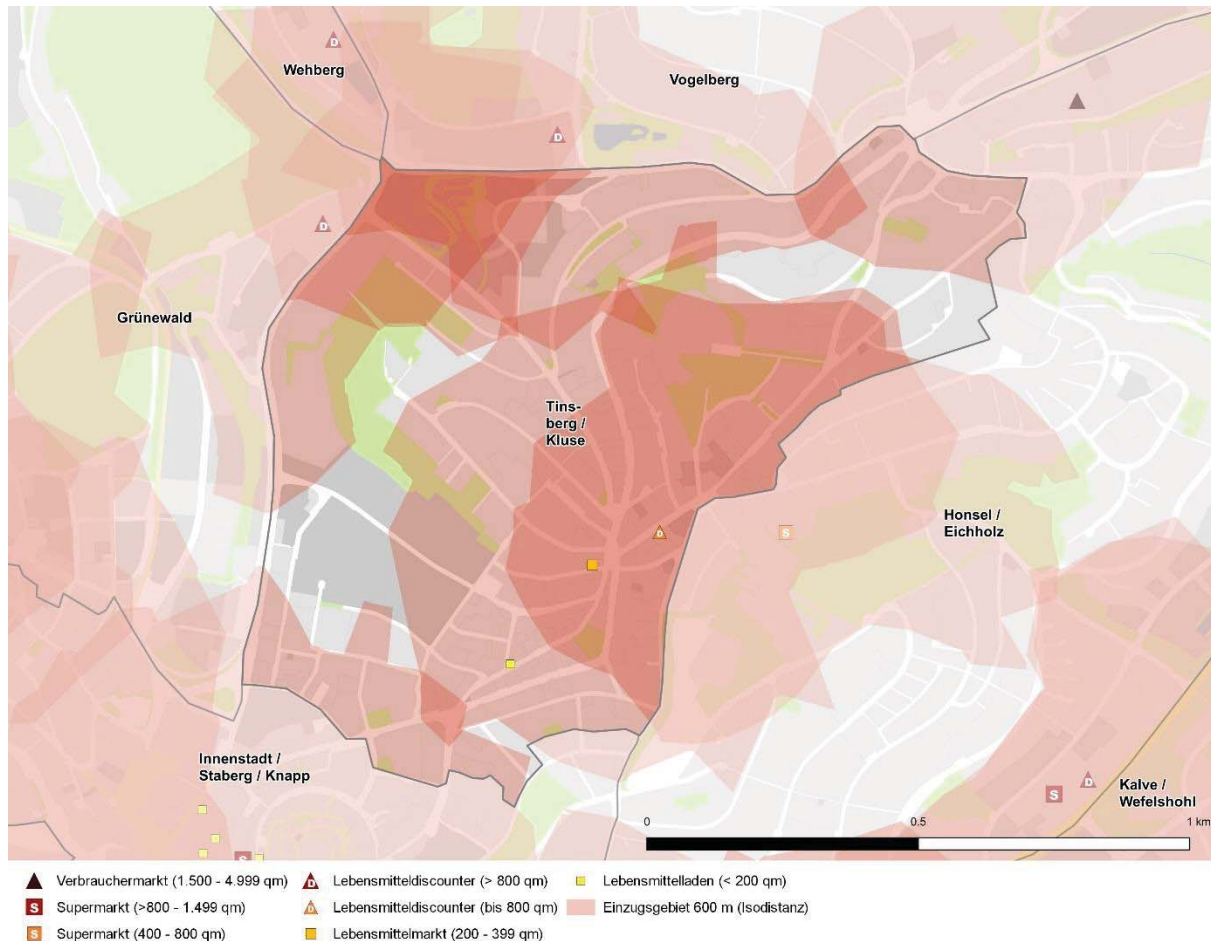
Bewertung

- Die Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ist mit einem Wert von 0,34 m² / Einwohner bezogen auf den gesamtstädtischen Durchschnitt (0,42 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) und den bundesdurchschnittlichen Ausstattungswert (0,40 – 0,45 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) leicht unterdurchschnittlich.
- Die räumliche Versorgungssituation ist eingeschränkt. Das Nahversorgungszentrum Kölner Straße übernimmt aufgrund seiner Lage am westlichen Rand des Stadtbezirks außerdem eine Versorgungsfunktion für den Bezirk Oeneking / Stüttinghausen.
- Im Stadtbezirk Ramsberg / Hasley / Baukloh selbst bieten sich aufgrund der bergigen Topografie sowie der Bebauungsdichte keine Potenziale zur Ansiedlung eines zeitgemäßen, strukturprägenden Lebensmittelmarktes,
- Es besteht kein akuter Handlungsbedarf u. a. aufgrund der jüngeren Entwicklungen im Nahversorgungszentrum Kölner Straße ist der nahversorgungsrelevante Einzelhandel hier zeitgemäß und stabil aufgestellt, zudem ist auch die Nähe zur Innenstadt bzw. zum Nahversorgungszentrum Brückenkreuz sowie die Ansiedlung des Lebensmittelvollsortimenters in Brügge Ost zu berücksichtigen.

5.7.13 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Tinsberg / Kluse

Nördlich der Innenstadt befindet sich zentral gelegen der Stadtbezirk Tinsberg / Kluse. Im Bereich Kluse besteht weiterhin ein Nahversorgungsstandort mit einem Lebensmitteldiscounter.

Karte 27: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Tinsberg / Kluse



Quelle: Darstellung Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Kartengrundlage Stadt Lüdenscheid, Fachdienst Stadtplanung und Geoinformationen, 2020; Land NRW – MÄRKISCHER KREIS (2017) Datenlizenz Deutschland - Namensnennung - Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0).

Bevölkerung im Stadtbezirk 2021: 7.312 Personen

Nahversorgung, quantitativ: Rund 800 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel, Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel 0,11 m² / Einwohner.

Nahversorgung, strukturell: Der nicht großflächige Lebensmitteldiscounter Netto City (rund 400 m² Verkaufsfläche), ein Lebensmittelmarkt (rund 200 m² Verkaufsfläche) sowie ein Lebensmittelladen (rund 50 m² Verkaufsfläche).

Nahversorgung, räumlich: Das Siedlungsgebiet des Stadtbezirks ist zu einem großen Teil durch 600 m-Isodistanzen abgedeckt.

Verkehrliche Anbindung:	teilweise eingeschränkte, fußläufige Erreichbarkeit der nächstgelegenen strukturprägenden Lebensmittelmärkte teilweise in benachbarten Stadtbezirken, Erreichbarkeit nächstgelegener Standorte von Lebensmittelmärkten mit Kfz bzw. mit dem ÖPNV, beispielsweise über die Buslinien 41 und 53 (werktags, tagsüber im 15- und 30-Minuten-Takt)
Veränderung zu 2013:	Mit einem Rückgang von ca. 0,3 % erfuhr der Stadtbezirk Tinsberg / Kluse den geringsten Bevölkerungsverlust aller Lüdenscheider Stadtbezirke, verlor seit 2013 allerdings auch aufgrund der Schließung des Verbrauchermarktes Rewe (ehemals Toom) drei Viertel der Gesamtverkaufsfläche im Sortiment der Nahrungs- und Genussmittel.

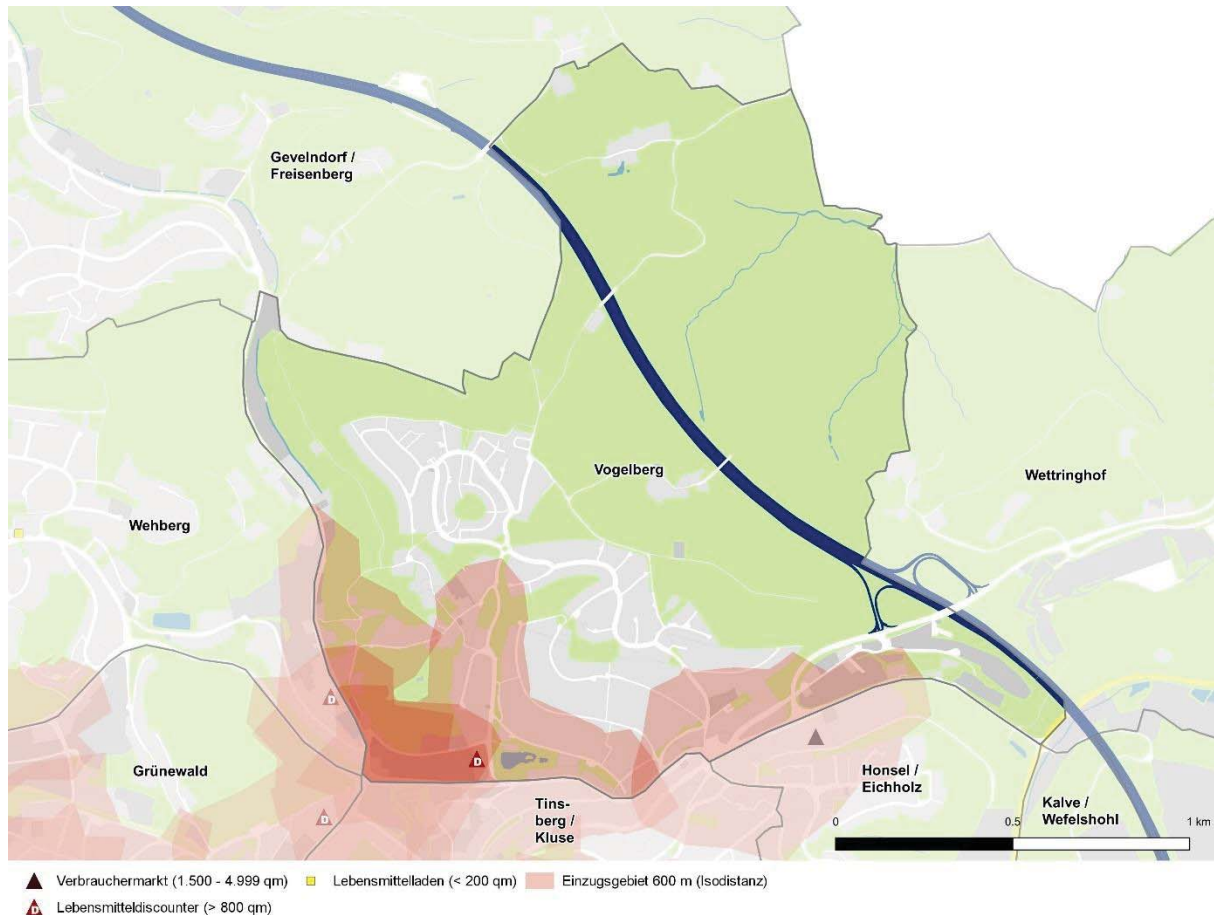
Bewertung

- Die Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ist mit einem Wert von 0,11 m² / Einwohner bezogen auf den gesamtstädtischen Durchschnitt (0,42 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) und den bundesdurchschnittlichen Ausstattungswert (0,40 – 0,45 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) unterdurchschnittlich.
- Auch wenn sich die Erreichbarkeit von Einzelhandelsbetrieben mit dem Kernsortiment aus räumlicher Sicht vergleichsweise gut darstellt, ist zu konstatieren, dass die quantitative Versorgung, nicht zuletzt aufgrund der ausschließlich kleinflächigen Angebote deutlich eingeschränkt ist.
- Durch geplanten Wohnungsbau im Bereich Wiesenstraße (ca. 400 Wohneinheiten, Suchtklinik, Seniorenwohnungen) ergibt sich ein zusätzliches Einwohnerpotenzial, dass im Sinne städtebaulicher Zielvorstellung wohnungsnah versorgt werden muss.
- Derzeit ist davon auszugehen, dass zusätzlich Angebote in benachbarten Stadtbezirken genutzt werden.
- Es besteht Handlungsbedarf zur Sicherung und Stärkung der Nahversorgung im Stadtbezirk (Sicherung bestehender Standorte, Schaffung eines ergänzenden Angebotes in Form einer strukturprägenden Lebensmittelmarktes, mögliche funktionale Ergänzung: Lebensmittelvollsortimenter).

5.7.14 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Vogelberg

Im Nordosten Lüdenscheids, an das Hauptsiedlungsgebiet der Stadt angrenzend befindet sich der Stadtbezirk Vogelberg. Mit dem Kfz ist eine gute Erreichbarkeit des Lebensmitteldiscounters Netto Marken-Discount im Stadtbezirk sowie von Anbietern in benachbarten Stadtbezirken (z. B. Aldi, Altenaer Straße oder HIT, Glatzer Straße) gegeben.

Karte 28: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Vogelberg



Quelle: Darstellung Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Kartengrundlage Stadt Lüdenscheid, Fachdienst Stadtplanung und Geoinformationen, 2020; Land NRW – MÄRKISCHER KREIS (2017) Datenlizenz Deutschland - Namensnennung - Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0).

Bevölkerung im Stadtbezirk 2021: 3.374 Personen

Nahversorgung, quantitativ: Rund 1.000 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel,
Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel 0,29 m² / Einwohner.

Nahversorgung, strukturell: Großflächiger Lebensmitteldiscounter Netto Marken-Discount (rund 1.200 m² Verkaufsfläche).

Nahversorgung, räumlich:	Bis auf Randgebiete im Süden und Westen des Stadtbezirks sind ein großer Teil der Siedlungsflächen nicht durch 600 m-Isodistanzen abgedeckt.
Verkehrliche Anbindung:	eingeschränkte, fußläufige Erreichbarkeit der nächstgelegenen strukturprägenden Lebensmittelmärkte teilweise in benachbarten Stadtbezirken, Erreichbarkeit nächstgelegener Standorte von Lebensmittelmärkten mit Kfz bzw. mit dem ÖPNV, über die Buslinie 53 (werktags, tagsüber im 30-Minuten-Takt)
Veränderung zu 2013:	Seit 2021 nahm die Zahl der Einwohner um knapp 2,8 % ab. Die Verkaufsflächenausstattung ist im Zuge der Erweiterung des Lebensmitteldiscounters gestiegen.

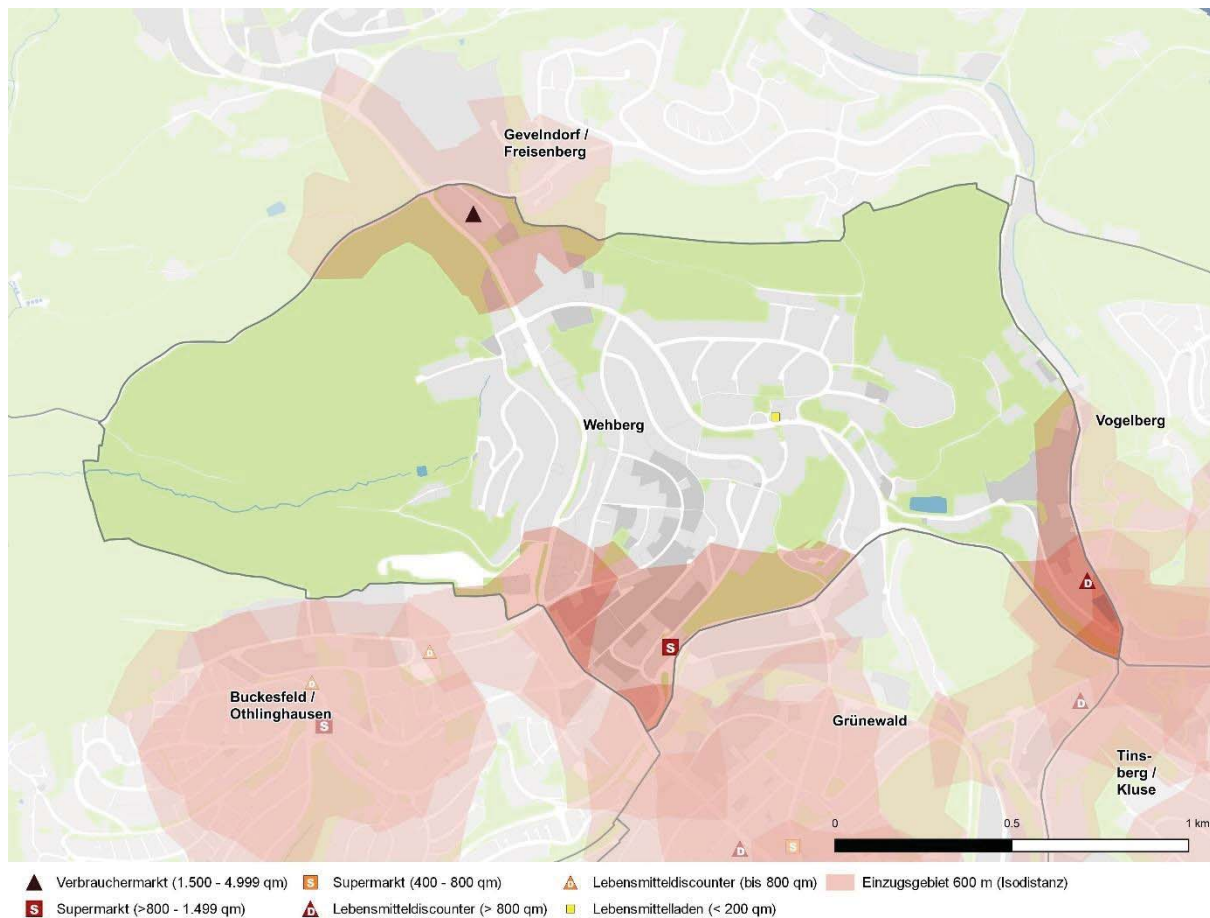
Bewertung

- Die Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ist mit einem Wert von 0,29 m² / Einwohner bezogen auf den gesamtstädtischen Durchschnitt (0,42 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) und den bundesdurchschnittlichen Ausstattungswert (0,40 – 0,45 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) unterdurchschnittlich.
- Unter Berücksichtigung der Angebote in den benachbarten Bezirken ist das quantitative Defizit zu relativieren, dabei ist für den Einkauf von Lebensmitteln die Nutzung eines Kfz für das Gros der Bevölkerung des Bezirks unabdingbar.
- Mit Blick auf das – für die zusätzliche Ansiedlung eines strukturprägenden Marktes nicht ausreichende – Einwohnerpotenzial im Stadtbezirk und die geringe Siedlungsdichte (Einfamilienhaus-Bebauung) besteht kein akuter Handlungsbedarf.

5.7.15 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Wehberg

Im nördlichen Stadtgebiet befindet sich der Stadtbezirk Wehberg. Es sind moderne Lebensmittelmärkte vorhanden, die jedoch an den Randbereichen des Stadtbezirks gelegen sind. Aufgrund der hohen Verkaufsflächenausstattung und auch der Lage der Lebensmittelmärkte entwickelt der Lebensmitteleinzelhandel des Stadtbezirks Wehberg eine über den Stadtbezirk hinausreichende Ausstrahlungskraft, sodass benachbarte Stadtbezirke „mitversorgt“ (u. a. Gevelndorf / Freisenberg; Vogelberg oder Grünwald) werden.

Karte 29: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Wehberg



Quelle: Darstellung Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Kartengrundlage Stadt Lüdenscheid, Fachdienst Stadtplanung und Geoinformationen, 2020; Land NRW – MÄRKISCHER KREIS (2017) Datenlizenz Deutschland - Namensnennung - Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0).

Bevölkerung im Stadtbezirk 2021: 4.809 Personen

Nahversorgung, quantitativ: Rund 3.900 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel,
Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel 0,81 m² / Einwohner.

Nahversorgung, strukturell: Verbrauchermarkt Rewe Ihr Kaufpark (rund 1.650 m² Verkaufsfläche), der großflächige Supermarkt Rewe (rund

	1.200 m ² Verkaufsfläche), der großflächige Lebensmitteldiscounter Aldi (rund 1.100 m ² Verkaufsfläche) sowie ein Lebensmittelladen mit internationalem Sortiment auf rund 100 m ² Verkaufsfläche.
Nahversorgung, räumlich:	Lediglich Randgebiete im Norden, Osten und Süden sind durch 600 m-Isodistanzen abgedeckt. Dem Großteil des Siedlungsgebietes im Zentrum des Stadtbezirks fehlt diese Abdeckung.
Verkehrliche Anbindung:	sehr eingeschränkte, fußläufige Erreichbarkeit der nächstgelegenen strukturprägenden Lebensmittelmärkte in den Randbereichen des Stadtbezirks, Erreichbarkeit von Lebensmittelmärkten mit Kfz bzw. mit dem ÖPNV, beispielsweise über die Buslinie 42 und 44 (werktags, tagsüber im 30-Minuten-Takt)
Veränderung zu 2013:	Bevölkerungsrückgang von ca. 1,7 %, Verkaufsflächenausstattung um ca. 0,06 m ² gestiegen.

Bewertung

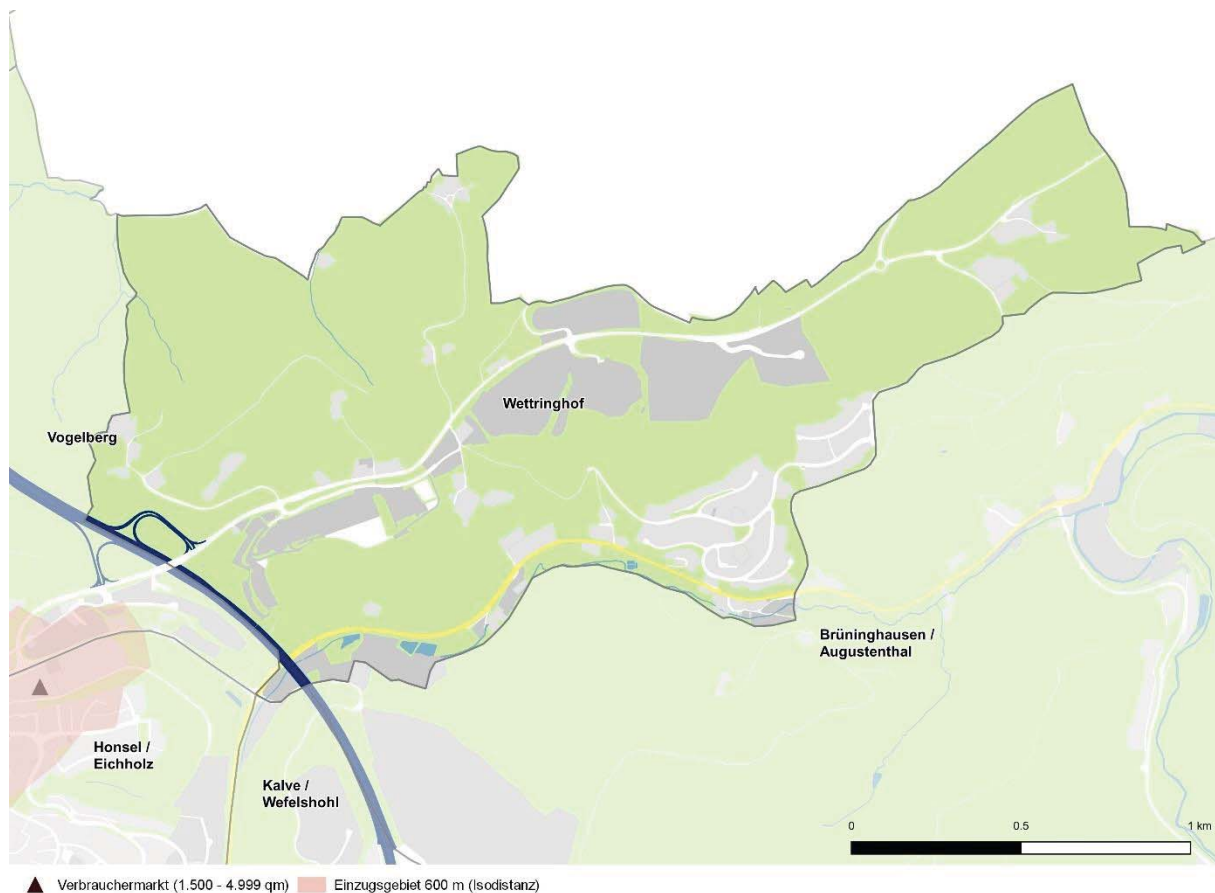
- Die Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ist mit einem Wert von 0,81 m² / Einwohner bezogen auf den gesamtstädtischen Durchschnitt (0,42 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) und den bundesdurchschnittlichen Ausstattungswert (0,40 – 0,45 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) deutlich überdurchschnittlich.
- Es sind räumliche Defizite hinsichtlich der fußläufigen Erreichbarkeit für einen Großteil der zentral im Stadtbezirk gelegenen Wohnsiedlungsbereichen vorhanden. Dabei besteht aus rein quantitativer Sicht durch die großen Lebensmittelmärkte im Norden und Süden des Stadtbezirks eine sehr gute Versorgungssituation. Wenngleich für weite Teile der Bevölkerung des Stadtbezirks ist die Nutzung eines Kfz zum Einkaufen von Lebensmitteln unabdingbar ist.

Grundsätzlich besteht derzeit kein akuter Handlungsbedarf.

5.7.16 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Wettringhof

Am nordöstlichen Stadtrand von Lüdenscheid befindet sich der Stadtbezirk Wettringhof. Mit 847 Einwohnern ist Wettringhof der kleinste Lüdenscheider Stadtbezirk. Vom Hauptsiedlungsbereich abgegrenzt und von Hangbebauung geprägt befindet sich der Siedlungsbereich Wettringens im Süden des Stadtbezirks. Die im Südwesten des Stadtbezirks verlaufende Autobahn 45 bildet eine Städtebauliche Zäsur und grenzt den Stadtbezirk vom zentral gelegenen Stadtgebiet ab.

Karte 30: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Wettringhof



Quelle: Darstellung Junker + Kruse. Unternehmenserhebung Januar, Februar, Juni 2021; Kartengrundlage Stadt Lüdenscheid, Fachdienst Stadtplanung und Geoinformationen, 2020; Land NRW – MÄRKISCHER KREIS (2017) Datenlizenz Deutschland - Namensnennung - Version 2.0 (www.govdata.de/dl-de/by-2-0).

Bevölkerung im Stadtbezirk 2021: 847 Personen

Nahversorgung, quantitativ: Rund 50 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel, Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel 0,04 m² / Einwohner.

Nahversorgung, strukturell: Kein Anbieter vorhanden.

Nahversorgung, räumlich: Keine räumliche Abdeckung durch 600 m-Isodistanz.

Verkehrliche Anbindung:	sehr eingeschränkte, fußläufige Erreichbarkeit der nächstgelegenen strukturprägenden Lebensmittelmärkte in benachbarten Stadtbezirken, Erreichbarkeit von Lebensmittelmärkten mit Kfz bzw. mit dem ÖPNV, beispielsweise über die Buslinie 43 (werktags, tagsüber im 30-Minuten-Takt)
Veränderung zu 2013:	Starker Bevölkerungsrückgang um ca. 8,4 %. Verkaufsfläche sowie Verkaufsflächenausstattung je Einwohner weiterhin auf sehr niedrigem Niveau.

Bewertung

- Die Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ist mit einem Wert von $0,04 \text{ m}^2$ / Einwohner bezogen auf den gesamtstädtischen Durchschnitt ($0,42 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) und den bundesdurchschnittlichen Ausstattungswert ($0,40 - 0,45 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) deutlich unterdurchschnittlich.
- Aus quantitativer und räumlicher Sicht ist die Versorgungssituation als defizitär einzustufen. Vor dem Hintergrund der geringen Mantelbevölkerung besteht allerdings aus absatzwirtschaftlicher Sicht keine Entwicklungsperspektive für die Ansiedlung eines strukturprägenden Lebensmittelmarktes.
- Für die Bevölkerung des Stadtbezirks ist die Nutzung eines Kfz zum Einkaufen von Lebensmitteln in den Nachbarbezirken unabdingbar.
- Es besteht derzeit kein akuter Handlungsbedarf.

5.7.17 Fazit zur Nahversorgungssituation in den Stadtbezirken

- Es ist festzuhalten, dass sich die Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel seit 2013 von $0,37 \text{ m}^2$ VKF NuG / Einwohner, auf $0,42 \text{ m}^2$ / Einwohner weiterentwickelt hat. Sie stellt sich damit durchschnittlich dar. Es besteht eine gute quantitative Versorgungssituation. Dabei sind es vor allem auch strukturelle Verbesserungen (z. B. Modernisierung von Lebensmittelmärkten), die eine Aufwertung und damit positive Entwicklung der Nahversorgungsstruktur in Lüdenscheid bewirkt haben.
- Nahversorgungsrelevante Angebote befinden sich zum einen in zentralen Versorgungsbereichen und zum anderen gibt es ergänzende Standorte. Dabei sind eine weitreichende räumliche Abdeckung und auch fußläufige Erreichbarkeit für einen Großteil der Bevölkerung gegeben. Vor dem Hintergrund der Siedlungsstruktur in der Stadt Lüdenscheid, mit z. T. sehr geringen Siedlungsdichten, Streulagen und Tallagen, spielen die Erreichbarkeit mit dem ÖPNV (Buslinien) und das Kfz erwartungsgemäß eine nicht zu vernachlässigende Rolle bei der Bereitstellung von Standorten mit Lebensmittelmärkten. So sind auch jene Standorte, die

vorrangig von Kunden mit dem Auto angefahren werden ein prägender Baustein innerhalb der Versorgungsstruktur der Stadt Lüdenscheid.

- Hinsichtlich der räumlichen und strukturellen Situation zeigen sich z. T. Defizite. Was die räumliche Versorgungssituation (insbesondere auch mit Blick die fußläufige Erreichbarkeit von Lebensmittelmärkten) angeht, so ist speziell das nördliche Stadtgebiet mit dem Stadtbezirk Dickenberg / Eggenscheid hervorzuheben. Vor dem Hintergrund der geringen Einwohnerzahl (rund 3.000 Personen) besteht hinsichtlich eines strukturprägenden Marktes (Supermarkt, Lebensmitteldiscounter) voraussichtlich nur ein sehr verhaltenes Ansiedlungsinteresse in diesem Bereich.

Der Bezirk Oeneking / Stüttinghausen im westlichen Stadtgebiet kann nunmehr von den Entwicklungen in Brügge Ost (Lebensmittelsupermarkt an der Talstraße) und im Nahversorgungszentrum Kölner Straße profitieren, wenngleich entsprechende Einrichtungen in fußläufiger Erreichbarkeit aufgrund der siedlungsstrukturellen und topografischen Gegebenheiten nicht umsetzbar waren bzw. sind.

Im Stadtbezirk Kluse zeigt sich aufgrund struktureller Defizite und auch mit Blick auf geplante Wohnbauentwicklungen weiterhin eine quantitative Unterversorgung. Im Sinne einer wohnungsnahen Versorgung besteht Handlungsbedarf zur Sicherung und Stärkung eines zeitgemäßen Angebotes.

Räumlich unterversorgte Bereiche zeigen sich zudem in den Stadtbezirken Wehberg sowie Ramsberg / Hasley / Baukloh. Dabei ist zu berücksichtigen, dass in Wehberg die quantitative Versorgung aufgrund großer Supermärkte in Randlage deutlich überdurchschnittlich ist und unter Berücksichtigung der häufigen Nutzung eines Kfz zum Einkaufen in Lüdenscheid das räumliche Defizit zu relativieren ist. In Ramsberg / Hasley / Baukloh kann aufgrund fehlender Potenzialflächen (hohe Bebauungsdichte, Topografie, Siedlungsstruktur) eine wohnungsnah Versorgung nicht realisiert werden. Das Defizit wird insbesondere durch Angebote in den benachbarten zentralen Versorgungsbereichen Kölner Straße und Bräuckenkreuz kompensiert.

5.8 Sonderstandorte des großflächigen Einzelhandels in Lüdenscheid

Bereits im Kapitel 5.3 wurde auf die Bedeutung großflächiger Einzelhandelsbetriebe in Lüdenscheid hingewiesen. An dieser Stelle werden großflächige Betriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment betrachtet, die einen wichtigen Angebotsbaustein in der Einzelhandelsstruktur Lüdenscheids bilden und eine Ergänzung zu den Angeboten in den zentralen Versorgungsbereichen darstellen. Aufgrund der überwiegend flächenintensiven Angebotsformen und der verkehrlichen Anforderungen sind diese Betriebe vor allem an Sonderstandorten außerhalb der Wohnsiedlungsbereiche zu finden. Dabei handelt es sich um Einzelstandorte entsprechender Anbieter. Klassische Fachmarktagglomerationen existieren in Lüdenscheid nicht.

Zu den Sonderstandorten des großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandels (mit mehr als 2.500 m² Verkaufsfläche) gehören:

- Gartencenter Kremer, Altenaer Straße
- Baumarkt Obi, Brunscheider Straße
- Baumarkt Hellweg, Hohe Steinert
- XXXLUTZ Sonneborn, Herscheider Landstraße
- Möbelmarkt POCO, Kalver Straße

5.9 Fazit zur Angebots- und Nachfrageanalyse

- Mit **376 Einzelhandelsbetrieben** auf rund 151.900 m² Verkaufsfläche präsentiert sich die Stadt Lüdenscheid derzeit als gut strukturierter Angebotsstandort mit einer sehr guten quantitativen Angebotsausstattung über fast alle Warengruppen. Umgerechnet auf aktuell rund 73.300 Personen ergibt sich eine Verkaufsflächenausstattung von rund 2,07 m² je Einwohner, was im bundesweiten Vergleich (Bundesdurchschnitt: 1,5 m² / EW) einen überdurchschnittlichen, im Vergleich mit Städten ähnlicher Größenordnung jedoch normalen Wert darstellt.
- Es sind Angebote aus allen Hauptwarengruppen zu finden, insgesamt zeigen sich aus quantitativer Sicht zunächst keine signifikanten Angebotslücken. Angebotsschwerpunkte liegen in den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel, Möbel, Bau- und Gartenmarktsortimente sowie vor allem auch in der innerstädtischen Leitbranche Bekleidung.
- Mit einem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial von ca. 494 Mio. Euro weist Lüdenscheid ein im bundesweiten wie regionalen Vergleich leicht unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau (Kaufkraftkennziffer: 98,73) auf. Demgegenüber steht ein jährlicher Umsatz von rund 504 Mio. Euro im Lüdenscheider Einzelhandel, sodass sich im Verhältnis eine Zentralitätskennziffer von rund 1,02 ergibt. Die Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland, unterstreichen die regionale Ausstrahlungskraft der Stadt Lüdenscheid und entsprechen der landesplanerischen Versorgungsfunktion als Mittelzentrum (mit Teilfunktion eines Oberzentrums). Hohe Zentralitäten und Kaufkraftzuflüsse zeigen sich vor allem in den Branchen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren, Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren, Elektronik und Multimedia, Möbel und Gartenmarktsortimente.
- Bedeutendster Angebotsstandort ist die Lüdenscheider Innenstadt. Diese präsentiert sich grundsätzlich als quantitativ gut ausgestattetes Zentrum mit Angebotskonzentrationen in den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs, insbesondere in den Sortimenten der Warengruppe Bekleidung, Schuhe / Lederwaren und Elektronik / Multimedia. Die Hauptlage des Geschäftszentrums erstreckt sich bandförmig entlang der Achse Knapper Straße, Stern-Platz bis in die Wilhelmstraße. Der quantitative Schwerpunkt liegt im Bereich des Stern-Platzes mit dem Einkaufszentrum Stern-Center und der Neuentwicklung des Textilkaufhauses Sinn Lefers. Die übrigen Bereiche (Knapper Straße sowie Altstadt) stellen Ergänzungslagen dar. Die Zahl der Leerstände im Forum sowie in der Altstadt weisen auf einen Handlungsbedarf zur Stärkung dieser Teilbereiche hin.

- Grundsätzlich positiv zu werten ist das Vorhandensein größerer Magnetbetriebe (Einkaufszentrum, Textilkaufhäuser und Fachmärkte) sowie einer Vielzahl kleinerer Fachgeschäfte in der Lüdenscheider Innenstadt. Insbesondere der inhabergeführte Facheinzelhandel bildet eine Stärke des Standorts. Die Fortführung der bisherigen Entwicklungen der Innenstadt - sowohl städtebauliche Entwicklungen wie auch einzelhandelsrelevante - bieten eine gute Option sich auch weiterhin im regionalen Wettbewerb zukunftsfähig zu positionieren.
- Das Einzugsgebiet des Einzelhandelsstandorts Lüdenscheid reicht vor allem in die benachbarten Kommunen sowie teilweise in das daran angrenzende, ländlich strukturierte Umland, insbesondere in östlicher Richtung. Einer Ausdehnung des Einzugsgebietes nach Norden und Süden sind durch die Wettbewerbsstandorte Dortmund, Hagen und Siegen Grenzen gesetzt.
- Für das Lüdenscheider Stadtgebiet stellt sich mit einer Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel von 0,43 m² / Einwohner eine gute quantitative Versorgungssituation dar. Der Betriebstypenmix ist differenziert und umfasst neben Verbrauchermärkten, Supermärkten und Lebensmitteldiscountern auch kleinere Anbieter (u. a. Fachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe). Vor dem Hintergrund der bewegten Topographie und der Siedlungsstruktur in der Stadt Lüdenscheid, mit z. T. sehr geringen Siedlungsdichten, Streulagen und Tallagen, spielt das Kfz erwartungsgemäß eine nicht zu vernachlässigende Rolle bei der Bereitstellung von Standorten mit Lebensmittelmärkten. So sind auch jene Standorte, die vorrangig von Kunden mit dem Auto angefahren werden ein prägender Baustein innerhalb der Versorgungsstruktur der Stadt Lüdenscheid.
- Klassische Sonderstandorte als Fachmarktagglomerationen existieren in Lüdenscheid nicht. Gleichwohl ergänzen mehrere großflächige Einzelbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment (Möbel-, Bau- und Gartenmärkte) die Angebote in den Lüdenscheider Zentren. Aus quantitativer Sicht ist im Lüdenscheider Einzelhandel ein hoher Verkaufsflächenanteil der Innenstadt sowie ergänzender zentraler Bereiche im Stadtgebiet zu konstatieren. Insbesondere in zentrenrelevanten Angeboten der kurz- und mittelfristigen Bedarfsstufe konnte in der Vergangenheit eine Angebotsverschiebung an überwiegend autokundenorientierte, städtebaulich nicht-integrierte Lagen verhindert werden, was auf die konsequente Ansiedlungs- und Steuerungspraxis der Stadt Lüdenscheid in den vergangenen Jahrzehnten zurück geht. Diese soll auch zukünftig fortgeführt werden.

Es bleibt festzuhalten, dass der Lüdenscheider Einzelhandel aus rein quantitativer Sicht eine gute Angebots- und Nachfragestruktur aufweist. Es bestehen auf den ersten Blick kaum nennenswerte quantitative Angebotsdefizite. Eine differenzierte Betrachtung der Angebotsstruktur unter qualitativen und funktionalen Aspekten zeigt jedoch, dass – trotz einer weitgehend ausgewogenen Struktur – stellenweise Verbesserungspotenzial besteht. Dies betrifft beispielsweise den Optimierungsbedarf hinsichtlich der Betriebsgrößenstruktur. Insgesamt wird Lüdenscheid seiner mittelzentralen Versorgungsfunktion für Stadt und Region momentan gerecht.

Bei zukünftigen Entwicklungen ist vor allem die bestehende funktionale Konzentration des Einzelhandelsangebots auf sich gegenseitig ergänzende Standortbereiche weiter herauszuarbeiten. Insbesondere ist eine qualitative und weitere räumliche Optimierung der Angebotsstruktur in der Innenstadt anzustreben. Dabei sind besondere Maßnahmen zur Transformation der Altstadt

bzw. der der östlichen Wilhelmstraße zu entwickeln und umzusetzen. Der entsprechende Prozess ist durch ein Quartiersmanagement in der Altstadt bereits eingeleitet. Sowohl die Gestaltung des öffentlichen Raumes, ein gezieltes Leerstandsmanagement sowie die Stärkung sonstiger Nutzungen (Kunst, Kultur, Bildung, Gastronomie) dienen einer Erhaltung und Stärkung der Attraktivität der Altstadt und ihrer Nutzungen, vor dem Hintergrund des teilweise rückgängigen Einzelhandelsbesatzes. (siehe dazu auch: mensch-altstadt.de)

Innerhalb der vergangenen Jahrzehnte wurde in Lüdenscheid weitgehend eine konsequente räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung betrieben, die sich an zahlreichen Standorten in entsprechenden bauleitplanerischen Maßnahmen widerspiegelt. Dabei wurde insbesondere auch eine Sicherung und Stärkung der Innenstadt und der Nahversorgungszentren positiv begleitet (z. B. Entwicklung Nahversorgungszentrum Kölner Straße oder Bromberger Straße/Brückenstraße).

Mit Blick auf die zukünftige Stadt-, Einzelhandels- und Zentrenentwicklung ist die ausgesprochen positiv zu wertende Konzentration des Einzelhandelsangebots auf bestimmte städtebaulich-funktionale Zentren zu sichern. Besonders die Attraktivität des Einzelhandelsangebots in der Innenstadt gilt als wichtiges Indiz für die Ausstrahlungskraft und Stärke des Einkaufsstandorts Lüdenscheid. Vor diesem Hintergrund ist der zentrale Versorgungsbereich **Innenstadt als wichtigster Versorgungsstandort im Stadtgebiet** zukünftig zu sichern und zu fördern, ergänzende Standorte sind weiterhin zentrenverträglich zu gestalten.

6 Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Lüdenscheid

Im Folgenden soll eine neutrale Einschätzung der aktuellen mittelfristigen Entwicklungsperspektiven (Prognosehorizont: 2030) des Einzelhandels in Lüdenscheid erfolgen. Für die Stadt als Träger der kommunalen Planungshoheit können entsprechende Aussagen als **Orientierungsrahmen** zur Beurteilung perspektivischer Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen von Einzelhandelsflächen dienen. In die Ermittlung der in den nächsten Jahren voraussichtlich zu erwartenden Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Lüdenscheid fließen folgende Faktoren ein:

Die gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation

Zur Darstellung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation wurde eine umfassende Analyse angestellt (vgl. dazu Kapitel 4 und 5). Dabei fließen der branchenspezifische Verkaufsflächenbestand sowie die einzelhandelsrelevanten Zentralitäten in die Ermittlung künftiger Entwicklungsspielräume ein. Aber auch qualitative Bewertungen der Angebotsstruktur sowie der räumlichen Angebotssituation sind hier von Bedeutung.

Folgende Entwicklungen sind besonders zu berücksichtigen:

Entwicklung einzelhandelsrelevanter Umsatzkennziffern / Flächenproduktivitäten

Die Entwicklung der Flächenproduktivität³³ ist in der Vergangenheit bundesweit durch den ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die hohe Dynamik der Betriebstypenentwicklung deutlich ausdifferenziert. Zudem sind in zahlreichen Betrieben die Grenzrentabilitäten erreicht, was durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben angezeigt wird und mit Marktsättigungstendenzen einhergeht. Durch die damit verbundenen fortschreitenden Konzentrationsprozesse kann deswegen zukünftig zumindest teilweise wieder mit steigenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden. Diese Tendenzen und Perspektiven abwägend, wird für die zukünftige Entwicklung in Lüdenscheid von einer konstanten Flächenproduktivität ausgegangen. Der nominale Umsatz im Lüdenscheider Einzelhandel wird in Abhängigkeit der Entwicklungen einzelhandelsrelevanter Kennwerte, unter Einbeziehung durchschnittlicher Flächenproduktivitäten und dem Einfluss des Onlinehandels voraussichtlich nur gering ansteigen.

Bevölkerungsentwicklung in Lüdenscheid bis 2030

Gemäß amtlicher Statistik (siehe dazu auch Kapitel 4.5) ist die Bevölkerung in der Stadt Lüdenscheid im Zeitraum 2013 - 2021 um rund 2,7 % gesunken. Die Abnahme der Bevölkerung ist dabei nicht so stark vorangeschritten, wie im bestehenden Einzelhandelskonzept prognostiziert. Bis zum Prognosehorizont 2030 wird von einem weiteren Bevölkerungsrückgang von rund

³³ Die Flächenproduktivität bezeichnet den Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes pro m² Verkaufsfläche.

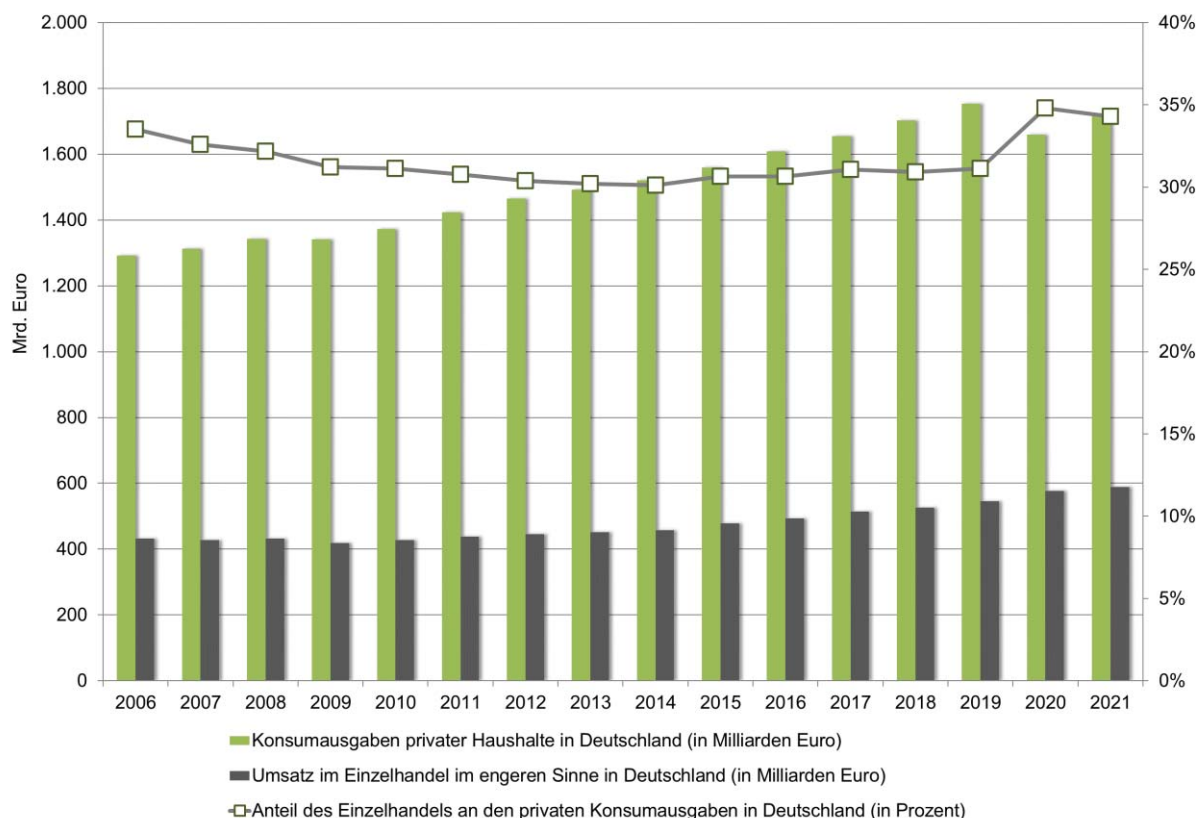
1,6 % (72.000 Einwohner) ausgegangen. Die Bevölkerungsentwicklung ist dabei landesweit und so auch in Lüdenscheld durch eine Zunahme der älteren Bevölkerungsgruppen geprägt.

Entwicklung des privaten Verbrauchs bzw. der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben:

Die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage wird durch die Veränderung der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben beeinflusst. Dabei sind die einzelhandelsrelevanten Ausgaben von folgenden Faktoren abhängig:

- Zum einen von privaten Einkommen bzw. dem daraus resultierenden privaten Verbrauch,
- zum anderen von dem Anteil dieser Ausgaben im Einzelhandel bzw. für spezifische Einzelhandelsprodukte (Ausgabenanteile nach Warengruppen.
- Ein zusätzlicher Faktor, der die Entwicklungsperspektiven des stationären Einzelhandels beeinflusst, ist der Anteil der privaten Ausgaben, die dem Onlinehandel zufließen.

Abbildung 14: Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch (bundesweit)



Quelle: Darstellung Junker+Krusse, Grundlage: Statistisches Bundesamt; Handelsverband Deutschland: Umsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2022 (Einzelhandelsumsatz im engeren Sinne = Einzelhandel ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe und Apotheken); Höhe der Konsumausgaben privater Haushalte in Deutschland von 1991 bis 2021. Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 08/2022)

- Die **Konsumausgaben der privaten Haushalte** – u. a. für Wohnen und Energiekosten – in Deutschland sind in den letzten 10 Jahren um jährlich rund zwei Prozent gestiegen, allerdings in Folge der Corona-Pandemie in 2020 erstmalig wieder gesunken. 2021 setzte dann wieder eine Erholung ein, wenngleich das Vor-Corona-Niveau noch nicht erreicht ist.
- Der **Anteil der Einzelhandelsausgaben** an den privaten Konsumausgaben blieb zwischen 2011 und 2019 relativ konstant (rund 30 bis 31 %). Wobei im Jahr 2020 eine Zunahme auf rund 35 % zu konstatieren ist, was im Zusammenhang mit den Auswirkungen der Corona-Pandemie steht. Im Jahr 2021 ist dieser Anteil wieder leicht auf rund 34 % gesunken.
- Einem Rückgang des Anteils der Einzelhandelsausgaben an den privaten Konsumausgaben hat eine in den letzten Jahren erhöhte Umsatzsteigerung im Einzelhandel entgegengewirkt. Während der **gesamtdesche Einzelhandelsumsatz** ungefähr auf demselben Niveau verblieb, kann seit 2015 ein jährliches Wachstum von 2,5 bis 4,5 % festgestellt werden. Dieser Trend hat sich auch in den Jahren 2020 und 2021 fortgesetzt, ein Effekt der Corona-Pandemie ist daher beim allgemeinen (also branchenübergreifenden) Einzelhandelsumsatz nicht erkennbar.

Die beschriebene Entwicklung steht derzeit nicht nur unter dem Einfluss der Corona-Pandemie sondern auch der Auswirkungen der Inflation, Energiekrise sowie des Ukraine-Krieges. Das bedeutet, dass insgesamt nicht mit einer Zunahme der dem Einzelhandel zur Verfügung stehenden realen³⁴ Kaufkraft zu rechnen ist und inflationsbereinigt tendenziell stagnierende bzw. teilweise auch rückläufige Umsätze anzunehmen sind.

Schließlich sind auch spezifische Entwicklungen in den einzelnen Warengruppen bzw. im Onlinehandel zu berücksichtigen, d. h. es muss eine Prognose erfolgen, die Ausgabenanteile in den einzelnen Warengruppen, die dem stationären Einzelhandel oder anderen Vertriebskanälen potenziell zufließen, berücksichtigt.

Entwicklung des E-Commerce

Bei der Ermittlung künftiger Potenziale in Lüdenscheid ist vor dem Hintergrund der Entwicklungen im Onlinehandel zu berücksichtigen, dass die rechnerischen quantitativen Entwicklungspotenziale, die im Rahmen der Modellrechnung auf dem gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumen basieren, nicht in vollem Umfang vom stationären Einzelhandel abgeschöpft werden. Dieser fällt tendenziell niedriger aus, da ein gewisser Umsatzanteil dem Onlinehandel zufließt, welcher jedoch nicht allein aus „pure-players“ besteht, sondern vor allem auch Multi- und Omni-Channel-Konzepte umfasst. Das heißt, stationäre Einzelhändler nutzen neben dem Angebot und Verkauf ihrer Waren in einem Geschäft vor Ort auch zunehmend andere – online-basierte – Vertriebskanäle. Also: der stationäre Handel vertreibt online oder ein bisher nur online agierender Händler eröffnet ein stationäres Geschäft. Ziel ist es, durch eine Verbindung unterschiedlicher Kanäle ein breites Kundenspektrum zu erreichen (siehe Kapitel 4.1). Folglich fließen die dem

³⁴ Es muss zwischen einer nominalen und der realen Steigerung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft unterschieden werden. Da die nominale Entwicklung die Inflation nicht berücksichtigt, lassen sich aus der Entwicklung keine Rückschlüsse auf zusätzlich absatzwirtschaftlich tragfähige Verkaufsflächenpotenziale ziehen. Daher wird auf inflationsbereinigte Werte zurückgegriffen, die die reale Entwicklung beschreiben.

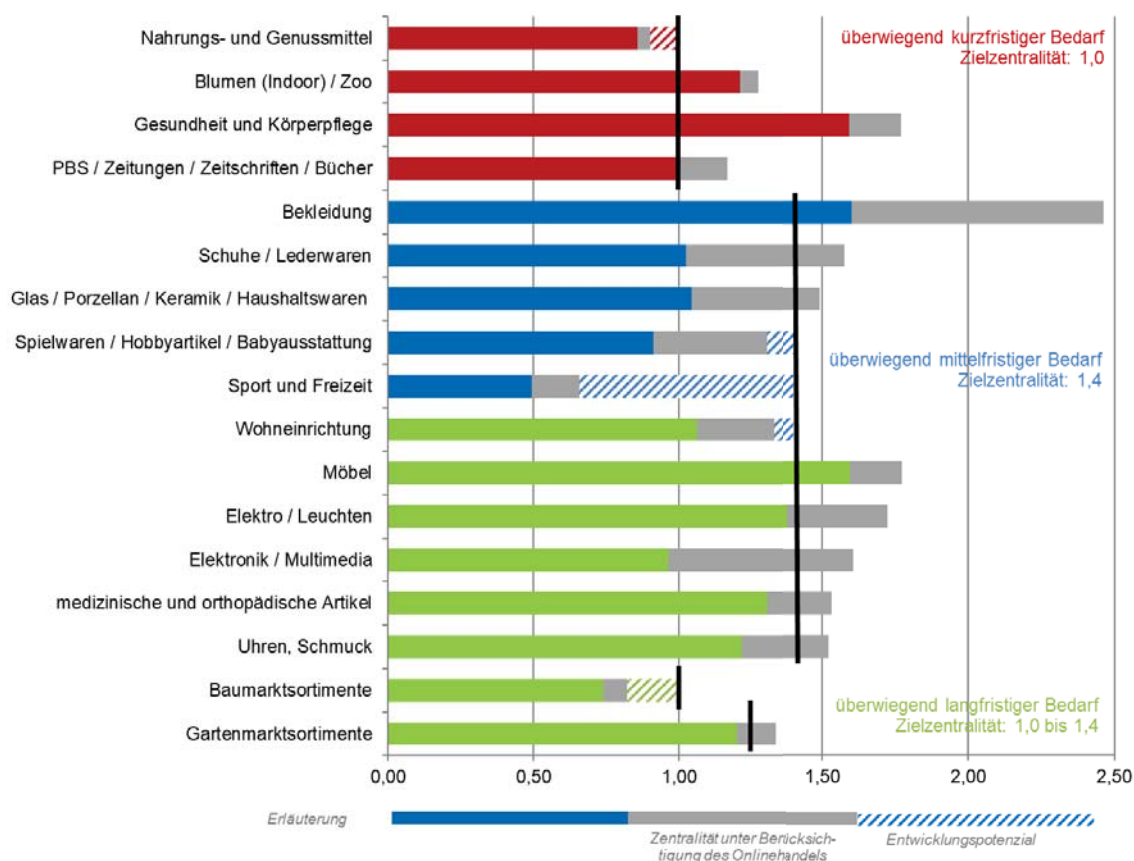
stationären Einzelhandel verlorengehenden Umsätze nicht zu 100 % in den reinen Onlinehandel ab. Über eigene Online-Shops oder Online-Marktplätze (wie z. B. bei den Onlineanbietern eBay oder Amazon) bleibt auch dem stationär präsenten Einzelhandelsunternehmen ein nicht unwesentlicher, einzelhandelsrelevanter Umsatzanteil erhalten.

Einerseits stellt der Onlinehandel zwar unbestritten eine zunehmende Konkurrenz für den stationären (insbesondere auch mittelständischen und inhabergeführten) Einzelhandel dar, andererseits kann die mögliche Verschneidung der einzelnen Vertriebswege zugleich jedoch auch eine Chance für die Entwicklung des stationären Einzelhandels sein. Vor allem gilt es in erster Linie, unter Berücksichtigung neuer Möglichkeiten aufgrund der Digitalisierung, die Stärken des stationären Einzelhandels zu profilieren (u. a. persönliche, qualitativ hochwertige Beratung, direkte Prüf- und Verfügbarkeit des nachgefragten Produktes) und durch eine konsequente räumliche Steuerung des einzelhandelsrelevanten Angebots das städtische Zentrum zu erhalten bzw. weiterzuentwickeln.

Zielzentralitäten für das Jahr 2030

Die Zielzentralität definiert die angestrebte und realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung in der Region unter Berücksichtigung der raumordnerischen Versorgungsfunktion der Stadt Lüdenschaid als Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums sowie der regionalen Wettbewerbssituation bzw. entwicklungshemmender Faktoren, wie dem Onlinehandel.

Abbildung 15: Zielzentralitäten des Einzelhandels in Lüdenschaid (quantitativer Orientierungsrahmen)



Quelle: Darstellung Junker+Krusse auf Basis der errechneten Zentralitätskennziffern in Lüdenschaid

Mit Blick auf die zuvor benannten Aspekte werden folgende Zielzentralitäten definiert:

- Im Hinblick auf eine optimale Grundversorgung der Bevölkerung im Bereich der Warengruppen der überwiegend **kurzfristigen Bedarfsdeckung** wird eine Zielzentralität von 1,0 angenommen. Dieser Wert wird heute in den Warengruppen Blumen (Indoor) / Zoo, Gesundheit und Körperpflege sowie PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher bereits erreicht bzw. sogar überschritten. In der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bestehen aufgrund der rechnerischen Tragfähigkeiten Potenziale für strukturelle Optimierungen, die vor allem mit Blick auf eine Verbesserung der qualitativen Versorgung eingesetzt werden sollten.
- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** wird eine Zielzentralität von 1,4 angenommen, die die mittelfunktionale und teilweise oberfunktionale Versorgungsfunktion der Stadt Lüdenscheid in der Region widerspiegelt. Der angesetzte Wert wird bisher in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren, GPK / Haushaltswaren und Spielwaren / Hobbyartikel erreicht bzw. teilweise annähernd erreicht. Lediglich in der Warengruppe Sport und Freizeit zeigt sich ein rechnerisches Potenzial. Auch diese Warengruppe ist insgesamt durch den Onlinehandel geprägt. Dabei ist jedoch im Teilsortiment Fahrräder und Zubehör in jüngster Zeit ein Wachstum zu verzeichnen, dass auch Auswirkungen auf den stationären Handel hat. Hier kommt es zu Ansiedlungen von großflächigen Fachmärkten, vermehrt außerhalb der Zentren.
- Im **langfristigen Bedarfsbereich** werden über die Warengruppen Zielzentralität von 1,0 bis 1,4 angenommen. Diese werden in der überwiegenden Zahl der Warengruppen bereits heute überschritten. Eine Ausnahme bildet hier die Warengruppe Baumarktsortimente. Hier ist jedoch zusätzlich zu beachten, dass es neben dem klassischen Baumarkt unterschiedliche Vertriebsketten gibt (u. a. Onlinehandel, Handwerk, Großhandel), die zur Deckung des jeweiligen Bedarfs zusätzlich herangezogen werden. Vor diesem Hintergrund und unter Berücksichtigung des Umfangs der rechnerischen Entwicklungspotenziale sind diese vornehmlich als Arrondierungsspielräume für den Bestand anzusehen.

Schlussfolgerungen

Insgesamt ergeben sich in der Stadt Lüdenscheid aus rein quantitativer Sicht nur in wenigen Warengruppen absatzwirtschaftlich tragfähige **Verkaufsflächenpotenziale** in einer relevanten Größenordnung. Das bedeutet jedoch nicht, dass künftig keine Entwicklung mehr stattfinden kann. Unter Berücksichtigung **eindeutiger räumlicher Vorgaben** und eines **nachvollziehbaren wie widerspruchsfreien Sortiments- und Standortkonzeptes** kann eine Entwicklung und Optimierung des einzelhandelsrelevanten Angebotes auch über die ermittelten quantitativen Entwicklungsspielräume hinaus sinnvoll sein. Dies gilt vor allem dann, wenn diese Entwicklung der **Sicherung und Stärkung der wohnungsnahen Grundversorgung** sowie der **Sicherung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche insbesondere auch der Innenstadt** dient. Bei potenziellen Ansiedlungs-, Erweiterungs- oder Verlagerungsvorhaben kommt es demnach auf folgende Aspekte an:

- Ist der avisierte Standort städtebaulich sinnvoll?
- Wie stellen sich die Größe des Vorhabens und der Betriebstyp im gesamtstädtischen Zusammenhang und im Hinblick auf die zugeordnete Versorgungsaufgabe dar?

- Welche Funktion wird der Einzelhandelsbetrieb übernehmen? Werden bestehende Strukturen ergänzt bzw. gestützt und Synergien zu bestehenden Anbietern ausgenutzt?

Jedoch kann zusätzliche Kaufkraft grundsätzlich nur bis zu einem bestimmten Maße und in bestimmten Branchen mobilisiert werden. Werden darüber hinaus Einzelhandelsvorhaben realisiert, führt dies ebenso zu Umsatzumverteilungen innerhalb der lokalen Einzelhandelslandschaft und somit zu Umsatzverlusten bzw. einer Marktverdrängung bestehender Betriebe jeweils in Abhängigkeit der Relevanz eines Vorhabens. Dies trifft besonders auch auf den Lebensmittelbereich zu. Schließlich wird dieser Sortimentsbereich in erster Linie am Wohnstandort nachgefragt, so dass sich eine Überversorgung auch vorrangig auf die entsprechenden Wohnsiedlungsbereiche auswirkt. In der Folge kann es zu Funktionsverlusten von Zentren bzw. Nahversorgungsstandorten sowie zu negativen städtebaulichen Auswirkungen kommen.

Die oben dargestellte (quantitative) Betrachtung der Zielzentralitäten hat somit lediglich einen „Orientierungscharakter“. Erst die Beurteilung eines konkreten Planvorhabens nach

- Art (Betriebsform und -konzept),
- Lage (Standort: Lage im Stadt- und Zentrenkontext) und
- Umfang (teilweiser oder gesamter Marktzugang des ermittelten Verkaufsflächenpotenzials)

erlaubt die Abschätzung der **absatzwirtschaftlichen Tragfähigkeit und städtebaulichen Verträglichkeit** eines Vorhabens.

So bestehen – trotz teilweise bereits hoher Zentralitäten – Möglichkeiten zur funktionalen Ergänzung des Einzelhandelsbesatzes in Lüdenscheid vor allem auch in zentrentypischen Sortimenten, in einzelnen Angebotssegmenten, durch die Ansiedlung weiterer qualitativ attraktiver (Filial-)Betriebe sowie durch die Schaffung moderner Betriebsgrößen und -typen.

Im Sinne des Einzelhandelskonzeptes geht es vor allem um die **räumliche Einzelhandelsentwicklung**. Entsprechend sind **zentrenrelevante Warengruppen** gemäß Lüdenscheider Sortimentsliste **innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt zu konzentrieren**. Während Standorte, die nicht dem Hauptzentrum zugeordnet sind, grundsätzlich kritisch zu beurteilen sind. Denn Vorhaben an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten können zur qualitativen wie räumlichen **Verbesserung und Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsangebots insgesamt**, insbesondere auch im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, beitragen.

Mit dem vorliegenden Einzelhandelskonzept wird eine klare politische und planerische Zielvorstellung fortgeschrieben, die eine räumliche und funktionale Gliederung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung mit einer eindeutigen arbeitsteiligen Struktur ausgewählter Einzelhandelsstandorte auch weiterhin beinhaltet. Dieses Entwicklungskonzept und eine darauf basierende konsequente Anwendung des baurechtlichen und planerischen Instrumentariums ermöglicht auch zukünftig eine zielgerichtete Steuerung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Lüdenscheid und stellt für die verantwortlichen Akteure aus Einzelhandel, Verwaltung und Politik einen langfristigen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen sowie eine wichtige

Argumentations- und Begründungshilfe für die bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung dar.

Es ist festzuhalten, dass die **Einordnung potenzieller Neuvorhaben, Erweiterung oder Umnutzung von Einzelhandelsflächen in einen städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Kontext** unabdingbar ist.

Generell gilt, dass das übergeordnete Ziel die Sicherung und Verbesserung der qualitativen sowie der räumlich strukturellen Angebotssituation ist, was impliziert, dass über zusätzliche Angebote nur nach eingehender Prüfung entschieden werden sollte.

Einzelhandelsansiedlungen sind unter anderem sinnvoll, wenn...

- ... sie die zentralörtliche Funktion Lüdenscheids und die Versorgungssituation in der Stadt sichern und verbessern,
- ... sie den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, die Nahversorgungszentren und die Nahversorgungsstandorte in ihrer Funktion stärken,
- ... sie zu einer räumlichen Konzentration des Einzelhandels an städtebaulich sinnvollen Standorten beitragen,
- ... die wohnortnahe Grundversorgung gesichert und verbessert wird,
- ... neuartige oder spezialisierte Anbieter zu einer Diversifizierung des Angebotsspektrums beitragen.

7 Einzelhandelskonzept Lüdenscheid

7.1 Übergeordnetes Entwicklungsleitbild

Der Einzelhandelsstandort Lüdenscheid soll seinen Potenzialen entsprechend gefördert werden. Insbesondere gilt es, die klare räumliche Angebotsstruktur mit **Konzentration auf bestimmte Standortbereiche** zu bewahren und zu profilieren. Ein besonderer Entwicklungsfokus sollte daher weiterhin auf dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, auf den Nahversorgungszentren sowie einer möglichst wohnortnahen Grundversorgung durch Bereitstellung entsprechender Angebote an ergänzenden, städtebaulich integrierten Nahversorgungsstandorten liegen.

Diese Strategie entspricht dem **Leitbild einer „gesamtstädtischen, räumlich-funktionalen Gliederung“**. Damit wird, der bisherigen Steuerungspraxis folgend, ein klarer räumlicher wie funktionaler Rahmen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung gesetzt, wonach der Einzelhandel in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen, ökonomischen Rahmenbedingungen und in funktionaler Ergänzung auf ausgewählte Einzelhandelsschwerpunkte im Stadtgebiet Lüdenscheids konzentriert wird. Eine stringente Steuerung seitens der Stadt Lüdenscheid innerhalb dieser „Leitplanken“ ermöglicht die Chance einer sinnvollen und zukunftsfähigen räumlich-funktionalen Entwicklung des Einzelhandels.

Das Entwicklungsleitbild zur Einzelhandelsentwicklung in Lüdenscheid ist in sich konsequent und kompatibel mit den übergeordneten Rahmenbedingungen, die vor allem durch den LEP NRW sowie den Einzelhandelserlass NRW gesetzt sind. Durch eine Einzelhandelssteuerung und Stadtentwicklung gemäß diesem Leitbild erfolgen klare räumliche Begrenzungen und Zuweisungen von Einzelhandelsfunktionen im Stadtgebiet. Hierdurch wird eine direkte und stringente Ansprache von Betreibern und Investoren ermöglicht, die auch die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt berücksichtigt.

7.2 Übergeordnete Ziele zur Einzelhandelsentwicklung

Basierend auf der einzelhandelsspezifischen Situation in Lüdenscheid werden, unter Berücksichtigung allgemeiner Entwicklungstrends und Rahmenbedingungen, übergeordnete Ziele zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung formuliert, die das Entwicklungsleitbild konkretisieren (siehe dazu Kapitel 7.1). Dabei handelt es sich um eine Fortführung der städtebaulichen Zielvorstellungen die bereits im Rahmen der Aufstellung des ersten Einzelhandelskonzeptes der Stadt Lüdenscheid im Jahr 2005 benannt wurden und seitdem einen kontinuierlichen und zuverlässigen Rahmen für Planungen und Investitionen im Zusammenhang mit der Stadt- und Einzelhandelsentwicklung in Lüdenscheid darstellen. Es muss dabei explizit darauf hingewiesen werden, dass es bei der Formulierung der Ziele sowie auch der Maßnahmen, die der Umsetzung dieser Ziele dienen, nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu verhindern, sondern die möglichen Entwicklungen im Sinne der Stadtentwicklung auf positiv zu bewertende Standorte bzw. Standortbereiche zu lenken, sodass sowohl neue als auch bestehende Betriebe – unter Berücksichtigung einer geordneten Stadtentwicklung – davon profitieren.

Folgende städtebaulichen Zielvorstellungen im Rahmen der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung gelten in der Stadt Lüdenscheid:

1. Sicherung und Stärkung der mittelzentralen und teilweise oberzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Lüdenscheid

- Bereitstellung eines attraktiven und vielfältigen Einzelhandelsangebotes
- Sicherung und Stärkung der Einzelhandelszentralität (Ausstrahlungskraft)
- Sicherung und Stärkung einer hierarchisch gestuften, arbeitsteiligen Versorgungsstruktur

2. Sicherung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt

- Sicherung und vor allem auch Stärkung der Multifunktionalität der Innenstadt durch einen attraktiven Nutzungsmix (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, öffentliche Verwaltung, Kunst, Kultur, Bildung, soziale Einrichtungen, Wohnen)
- Kunden- und Besucherfrequenzen durch unterschiedliche Nutzungen erhöhen, neben den stationären Angeboten gehören dazu auch Veranstaltungen, Feste (verbunden mit verkaufsoffenen Sonntagen, siehe dazu auch: Kapitel 8.1.1 – Exkurs), Wochenmärkte
- Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum sichern und stärken
- Ansprüche an städtebauliche Qualitäten stellen
- Digitalisierung im Einzelhandel weiterentwickeln

3. Sicherung und Stärkung der Nahversorgung

- Sicherung und Stärkung einer möglichst flächendeckenden Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs durch ein Netz funktionsfähiger Nahversorgungszentren und ergänzender, städtebaulich integrierter Nahversorgungsstandorte (In diesem Sinne sind an bestehenden Standorten in städtebaulich nicht integrierten Lagen nahversorgungsrelevante und zentrenrelevante Sortimente nicht weiter zu entwickeln, sondern auf den Bestand

festzuschreiben. Ggf. können sie durch nicht zentrenrelevante Sortimente ersetzt werden.³⁵⁾

- Dimensionierung der Einzelhandelsbetriebe (Lebensmittelmärkte) in Abhängigkeit von der Versorgungsfunktion / Nachfragepotenzial im funktionalen Versorgungsgebiet
- gute Erreichbarkeit der Standorte für möglichst alle Bevölkerungsgruppen mit unterschiedlichen Verkehrsmitteln (zu Fuß, Fahrrad / E-Bike, Kfz / Motorrad oder mit dem öffentlichen Nahverkehr) gewährleisten
- „Stadt der kurzen Wege“
- Nahversorgungszentren und -standorte auch unter sozialen und kommunikativen Aspekten als Treffpunkte etablieren

4. Sicherung und Stärkung ergänzender Standorte des nicht zentrenrelevanten Einzelhandels

- Einzelhandelsstandorte des großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandels bzw. Einzelhandelsbetriebe mit überörtlicher Bedeutung außerhalb der Zentrenstruktur in Aufgabenteilung und Ergänzung zu den zentralen Versorgungsbereichen zentrenverträglich (weiter-)entwickeln
- Zentrenrelevante Randsortimente restriktiv handhaben und zentrenverträglich gestalten
- Gewerbegebiete für produzierendes, weiterverarbeitendes und reparierendes Gewerbe sichern (gänzlicher oder zumindest Ausschluss des nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Einzelhandels)

Vor dem Hintergrund der aufgezeigten Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Lüdenscheid besteht grundsätzlich keine Notwendigkeit zur Ausweisung von neuen Einzelhandelsstandorten (Agglomerationen) außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, der Nahversorgungsstandorte sowie der bestehenden Sonderstandorte. Eine Öffnung neuer (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der definierten Entwicklungsbereiche (vgl. Kapitel 8) bewirkt in der Regel eine Schwächung bestehender Standortstrukturen und hat ggf. einen ruinösen Wettbewerb zur Folge. Hierbei gilt es vor allem zu berücksichtigen, dass ein einmal für Einzelhandelsnutzungen geöffneter Standort nur sehr schwer anschließend wieder einer anderen Nutzung zugeführt werden kann und somit der Umnutzungsdruck im Falle einer möglichen Einzelhandelsbrache enorm groß werden kann. Die Umsetzung der bestehenden Entwicklungsspielräume ist somit vorwiegend auf die bestehende Standortstruktur auszurichten.

Mit Hilfe einer weiterhin konsequenten Anwendung des Planungsinstrumentariums sollten jene Planungen, die den Entwicklungsspielräumen und Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Lüdenscheid entgegenstehen, ausgeschlossen werden.

7.3 Standortstruktur

Die Einzelhandelsstandorte in Lüdenscheid wurden aufgrund der Erkenntnisse aus der Angebots- und Nachfrageanalyse sowie bestehender stadtentwicklungspolitischer Zielsetzungen unter

³⁵⁾ Siehe dazu auch LEP NRW Ziel 6.5-7 bzw. Erläuterungen im Einzelhandelserlass NRW Kapitel 3.1.7, S. 42 ff

städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten bewertet und in ein arbeitsteiliges, hierarchisches Standortstrukturmodell eingeordnet. Maßgeblichen Einfluss auf die Einordnung eines Standortbereichs in das Standortprofil haben die vorhandenen Nutzungen, insbesondere im Hinblick auf das Einzelhandelsangebot und ergänzende gastronomische und Dienstleistungsangebote (Multifunktionalität) sowie auf künftige Entwicklungsmöglichkeiten. Zu den zu berücksichtigenden städtebaulichen und stadtentwicklungsrelevanten Zielvorstellungen zählen vor allem die Stärkung und der Schutz des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt und die Stärkung einer tragfähigen, wohnortnahen Grundversorgung, die durch eine räumlich möglichst nahe Zuordnung von Versorgungseinrichtungen zu Bevölkerungsschwerpunkten durch die Nahversorgungszentren und Nahversorgungsstandorte gewährleistet werden kann.

Die nachfolgende Abbildung 16 zeigt das Lüdenscheider Standortstrukturmodell. Drei Kategorien stellen dabei die wesentlichen Bestandteile der Lüdenscheider Standortstruktur dar: die zentralen Versorgungsbereiche (Hauptzentrum Innenstadt und die Nahversorgungszentren Bromberger Straße / Bräuckenstraße, Bräuckenkreuz, Buckesfelder Straße / Unterm Freihof, Heedfelder Straße sowie Kölner Straße), die Nahversorgungsstandorte und die (dezentralen) Standorte des großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandels. Sonstige Standorte, die diesen Standortkategorien nicht entsprechen, wie etwa Fachmärkte mit zentrenrelevanten Angeboten oder Lebensmittelmärkte in städtebaulich nicht integrierten Lagen, haben gemäß den städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Lüdenscheid keine Entwicklungsperspektive bzw. genießen Bestandsschutz.

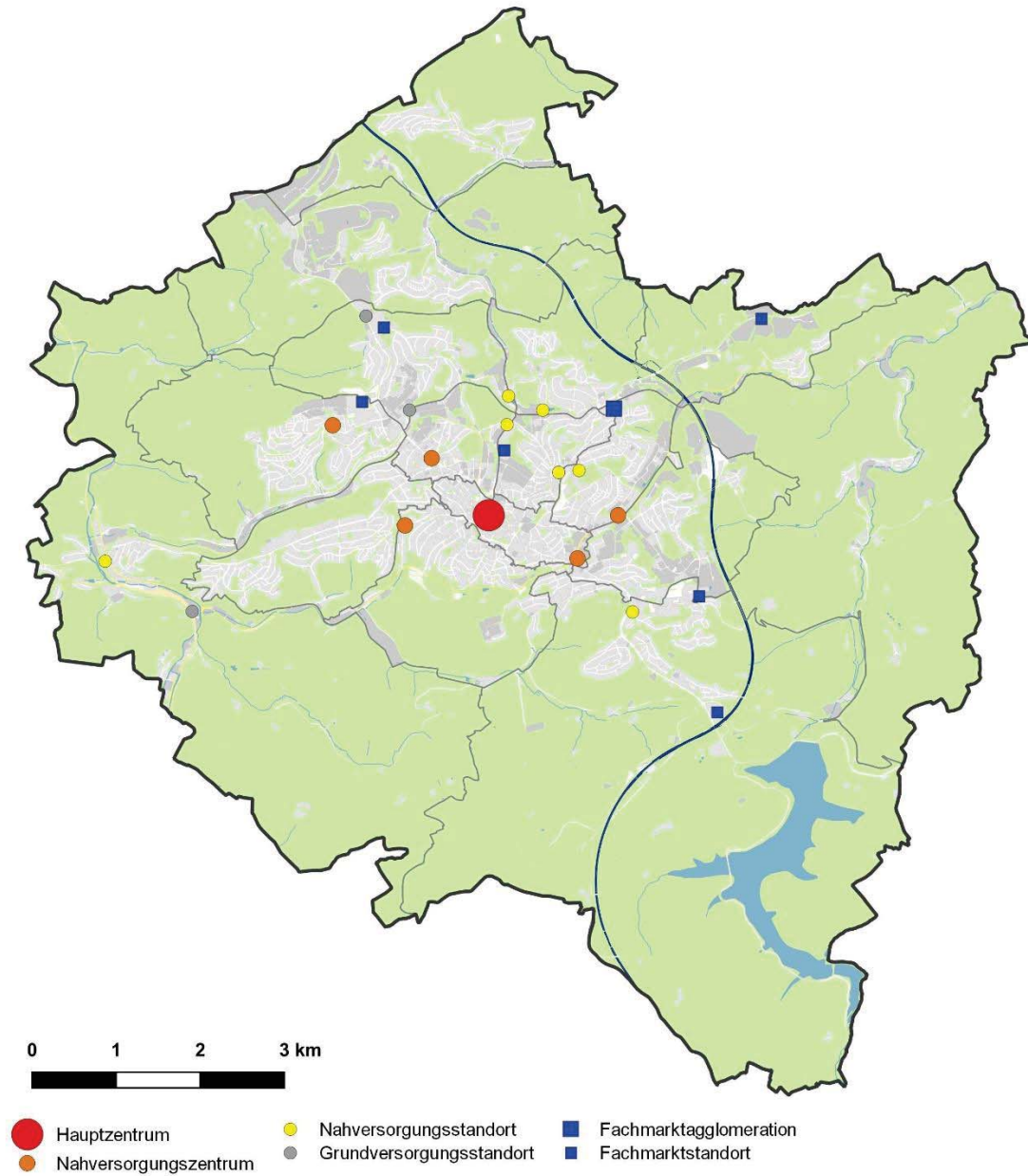
Abbildung 16: Standortstrukturmodell für die Stadt Lüdenscheid



Quelle: Darstellung Junker+Kruse

Die räumliche Verteilung der prägenden Standorte in Lüdenscheid wird in der folgenden Karte 31 abgebildet. Anschließend werden die einzelnen Standorttypen erläutert.

Karte 31: Standortstruktur



Quelle: Darstellung Junker+Kruse

Tabelle 19: Strukturprägende Standorte in der Stadt Lüdenscheid

Standorttyp	Name
Hauptzentrum	Innenstadt
Nahversorgungszentren	Bromberger Straße / Bräuckenstraße Bräuckenkreuz Buckesfelder Straße / Unterm Freihof Heedfelder Straße Kölner Straße
Sonderstandorte	Gartencenter Kremer, Altenaer Straße Baumarkt Obi, Brunscheider Straße Baumarkt Hellweg, Hohe Steinert XXXLUTZ Sonneborn, Herscheider Landstraße Möbelmarkt POCO, Kalver Straße
Nahversorgungsstandorte (städtebaulich integriert)	Lebensmitteldiscounter Lidl, Altenaer Straße (Grünewald) Lebensmitteldiscounter Aldi, Altenaer Straße (Wehberg) Lebensmitteldiscounter Aldi, Herscheider Landstraße (Bierbaum / Höh / Hellersen) Lebensmittelsupermarkt Halk Supermarkt, Honseler Straße (Honsel / Eichholz) Lebensmitteldiscounter Netto, Vogelberger Weg (Vogel- berg) Lebensmitteldiscounter Lidl, Volmestraße (Brügge) Lebensmitteldiscounter Netto City, Worthstraße (Tins- berg / Kluse)
Grundversorgungsstandort (städtebaulich nicht integriert)	Verbrauchermarkt Rewe Ihr Kaufpark, Breitenfeld (Weh- berg) Verbrauchermarkt Rewe Ihr Kaufpark, Brockhauser Weg (Wehberg) Verbrauchermarkt Hit, Glatzer Straße (Honsel / Eichholz) Verbrauchermarkt Edeka, Talstraße (Brügge)

Quelle: Darstellung Junker+Kruse

7.3.1 Zentrale Versorgungsbereiche

Die Einordnung und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche in der Stadt Lüdenscheid folgt definierten Kriterien, welche zunächst erläutert werden. Dabei wurde auch untersucht, ob die im

Rahmen des Einzelhandelskonzeptes (2013) als zentrale Versorgungsbereiche eingeordneten Bereiche derzeit den höchstrichterlich bestätigten Einordnungs- und Abgrenzungskriterien weiterhin entsprechen.

Die zentralen Versorgungsbereiche werden mit ihren räumlichen Abgrenzungen, wesentlichen Merkmalen sowie künftigen Entwicklungsempfehlungen in Kapitel 8.1 dargestellt.

Einordnung und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition eines zentralen Versorgungsbereichs unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven dient als unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung. Sie stellt deshalb ein Pflichtelement des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Lüdenscheid dar. Einem zentralen Versorgungsbereich kommt auch vor dem Hintergrund der Gesetzgebung und Rechtsprechung eine besondere Bedeutung zu. Er nimmt durch die Novellierungen des Baugesetzbuches (BauGB) in den Jahren 2004, 2007 sowie 2011 (und hier insbesondere die neugefassten §§ 2 (2), 34 (3) und 9 (2a) BauGB) im Hinblick auf die Einzelhandelssteuerung eine hervorzuhebende Stellung als schützenswerter Bereich ein.

Im Allgemeinen sind unter zentralen Versorgungsbereichen räumlich abgrenzbare Bereiche einer Kommune zu verstehen, denen aufgrund von Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Dabei kann es innerhalb einer Kommune durchaus mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben, die vor allem in Anhängigkeit von ihrer Ausstattung und Versorgungsaufgabe unterschiedlichen Zentrentypen zu geordnet werden, z. B. Hauptzentrum und Nebenzentren. Auch Grund- und Nahversorgungszentren können zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass in diesen Bereichen mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und / oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, die einen bestimmten Einzugsbereich, wie etwa Quartiere größerer Städte oder auch gesamte kleinere Orte, vorwiegend mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten und gegebenenfalls auch teilweise mit zentrenrelevanten Sortimenten versorgen. Erforderlich ist dabei, dass Grund- und Nahversorgungszentren eine Versorgungsfunktion über den Nahbereich hinaus einnehmen. Zudem muss die Gesamtheit der vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereichs und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sein, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereichs – und sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- und Nahversorgung – zu erfüllen. Diese Voraussetzungen werden auf Grundlage der bestehenden Situation und im Hinblick auf perspektivische Überlegungen in der Stadt Lüdenscheid vom Hauptzentrum Innenstadt und den Nahversorgungszentren erfüllt, welche weiterhin als zentrale Versorgungsbereiche definiert werden.

Sonderstandorte (wie z. B. Fachmarktzentren) und solitäre Nahversorgungsstandorte gehören demnach nicht zu den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen im Sinne der Gesetzgebung, auch wenn sie eine beachtliche Versorgungsfunktion für ihr Umfeld erfüllen können.

Unstrittig – sowohl in der bisherigen Rechtsprechung als auch der aktuellen Literatur – ist, dass sich zentrale Versorgungsbereiche ergeben können aus

- planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen),
- raumordnerischen und / oder städtebaulichen Konzeptionen (wie z. B. dem Zentrenkonzept) oder auch
- tatsächlichen örtlichen Verhältnissen.

Dabei müssen entsprechende Standortbereiche nicht bereits vollständig als zentraler Versorgungsbereich entwickelt sein. Somit ist also auch das Entwicklungsziel ein zu prüfendes Kriterium. Es muss aber zum Genehmigungszeitpunkt eines (in der Regel großflächigen) Einzelhandelsansiedlungs- oder auch -erweiterungsvorhabens im Rahmen von Planungskonzeptionen eindeutig erkennbar sein.

Die **Abgrenzung** sowie funktionale Definition zentraler Versorgungsbereiche unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Lüdenscheid dient als unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung. Vorrangiges Ziel ist dabei die Sicherung / Entwicklung der Lüdenscheider Innenstadt bzw. des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt sowie die Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung unter besonderer Berücksichtigung (städtischer) gewachsener Versorgungsstrukturen (Nahversorgungszentren, Nahversorgungsstandorte). In diesem Zusammenhang sei nochmals darauf hingewiesen, dass im Sinne der aktuellen Rechtsgrundlage (u. a. i. S. v. § 2 (2) BauGB, § 9 (2a) BauGB und § 34 (3) BauGB) sogenannte zentrale Versorgungsbereiche als schützenswerte Bereiche einzustufen sind.

Im Sinne des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Lüdenscheid sollen zentrale Versorgungsbereiche im Stadtgebiet jene Bereiche darstellen, die eine funktionale Einheit mit einem (der Versorgungsbedeutung entsprechenden) breiten Nutzungsspektrum aus den Bereichen Einkaufen, Versorgen und Dienstleistungen bildet.

Die Fixierung der räumlichen Ausdehnung zentraler Versorgungsbereiche ist schließlich ein notwendiger Schritt, um die Voraussetzungen für Dichte, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten und letztendlich Prosperität zu schaffen. Wichtige Abgrenzungskriterien eines zentralen Versorgungsbereichs sind:

Funktionale Kriterien

- Einzelhandelsdichte im Erdgeschoss
- Passantenfrequenz
- Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fahrradfahrer, Fußgänger)
- Multifunktionalität der Nutzungen

Städtebauliche Kriterien

- städtebaulich integrierte Lage

- Baustruktur
- Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsinfrastruktur
- Gestaltung des öffentlichen Raums
- Ladengestaltung und –präsentation

Bei der Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches sind auch künftige Entwicklungsperspektiven (Folgenutzungen angrenzender Flächen, Nachnutzungen von Leerständen etc.) zu berücksichtigen. Hierbei handelt es sich um perspektivische Ansiedlungs- bzw. Ergänzungsflächen, die im unmittelbaren räumlichen Kontext zu bestehenden Einzelhandelslagen im jeweiligen zentralen Versorgungsbereich stehen und diesen – im Falle einer Ansiedlung bzw. Bebauung – sinnvoll ergänzen können. Eine aktuelle Bebauung bzw. eine bestehende Nutzung auf diesen Flächen ist nicht als Ausschlusskriterium zu werten.

Der Vorteil dieser einheitlich zugrunde gelegten Kriterien liegt sowohl in der Transparenz der Vorgehensweise, als auch in der Tatsache, dass für zukünftige Diskussionen und Entscheidungen ein entsprechender Kriterienkatalog vorliegt, sodass im Falle kleinräumiger Veränderungen die Kompatibilität zu einer anderen Abgrenzung in der Regel gewährleistet bleibt.

Abschließend sei in diesem Zusammenhang noch darauf hingewiesen, dass eine Verständigung über die Festlegung eines zentralen Versorgungsbereiches einerseits sowie andererseits auch der ergänzenden Versorgungsstandorte insbesondere im Hinblick auf die bauleitplanerische Feinsteuerung zwingend geboten ist, stellen sie doch die räumliche Bezugsebene für die Differenzierung der einzelhandelsrelevanten Sortimente in zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente dar. Hierfür ist die Herleitung und der Beschluss einer ortsspezifischen Sortimentsliste (sog. Lüdenscheider Sortimentsliste; siehe Kapitel 9) unabdingbar.

Einordnungskriterien zentraler Versorgungsbereiche

Die Einordnung eines **Zentrentyps** geschieht unter Berücksichtigung des Einzelhandels- und ergänzenden Nutzungsangebotes sowie der Versorgungsaufgabe. Hierbei fließen als Kriterien u. a. der Branchenmix, das Betriebstypenangebot, die städtebauliche Situation sowie die Ausstattung mit Dienstleistungsbetrieben, gastronomischen und kulturellen Einrichtungen in die Beurteilung ein.

Hauptzentrum – Es besitzt in Abgrenzung zu Stadtteil- und Nahversorgungszentren eine Versorgungsfunktion für das gesamte Stadtgebiet und teilweise darüber hinaus. Das Einzelhandelsangebot ist in der Regel umfassend und erstreckt sich mit einem differenzierten Branchen- und Betriebstypenmix über die gesamte Palette von Waren zur Deckung des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs. Im Hauptzentrum können grundsätzlich alle groß- und kleinflächigen Vertriebsformen des Einzelhandels vertreten sein. Dazu gehören Einkaufszentren, Warenhäuser, Kaufhäuser, großflächige Lebensmittelmärkte, Fachmärkte und Facheinzelhandel (betreibergeführt sowie filialbetrieben). Das Angebotsniveau ist differenziert und auf unterschiedliche Zielgruppen ausgerichtet. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot durch öffentliche Einrichtungen (z. B. Rathaus), kulturelle Angebote (u. a. Museum, Theater, Bibliothek) sowie ein differenziertes Dienstleistungs- und Gastronomieangebot.

Das Einzelhandelsangebot des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt in Lüdenscheid, der den innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich der Stadt Lüdenscheid darstellt, nimmt einen prägenden Stellenwert in der Stadt Lüdenscheid ein. Vor allem die Angebote der Sortimente des mittelfristigen Bedarfs weisen relevante Bindungsquoten für die Gesamtstadt und darüber hinaus auf. Das Einzelhandelsangebot des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt umfasst sämtliche zentrenrelevanten Sortimente, teils in großer Sortimentsbreite und -tiefe. Ebenso ist die Anzahl und Vielfalt der ergänzenden Nutzungen aus den Bereichen Dienstleistungen, Gastronomie, Kultur oder Bildung (z. B. Stadtbücherei) im Stadtgebiet im Vergleich zu den anderen Standortbereichen prägend, sodass der zentrale Versorgungsbereich Lüdenscheid dem Zentrentyp Hauptzentrum zugeordnet werden kann.

Nahversorgungszentren – Diese zentralen Versorgungsbereiche haben eine Versorgungsfunktion für umliegende Wohnsiedlungsbereiche bzw. Stadtteile/Stadtbezirke sowie deren Teilbereiche. Es überwiegt das Einzelhandelsangebot an Waren zur Deckung des kurzfristigen Bedarfs, mit einem Schwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Angebot. Der Betriebstypenmix ist eingeschränkt, zum typischen Besatz gehören Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Lebensmittelhandwerk. Dienstleistungsbetriebe (i. d. R. Minimalausstattung Finanz- und Gesundheitsdienstleister, einzelhandelsnahe Dienstleister, z. B. Reisebüro) und ein einfaches Gastronomieangebot (Cafés oder Imbisse) ergänzen das Einzelhandelsangebot.

In der Stadt Lüdenscheid erfüllen die Nahversorgungszentren Bromberger Straße / Bräuckenstraße, Bräuckenkreuz, Buckesfelder Straße / Unterm Freihof, Heedfelder Straße, Kölner Straße weiterhin die Anforderungen an zentrale Versorgungsbereiche.

7.3.2 Nahversorgungsstandorte und sonstige Grundversorgungsstandorte

Als Nahversorgungsstandorte qualifizieren sich jene Standorte in städtebaulich integrierter Lage bzw. mit Bezug zu Wohngebieten außerhalb des Nahbereichs eines zentralen Versorgungsbereiches, an denen zumeist ein einzelner strukturprägender Lebensmittelmarkt lokalisiert ist und die in funktionaler und städtebaulicher Hinsicht nicht die Kriterien eines zentralen Versorgungsbereiches erfüllen. Sie dienen im Allgemeinen und so auch in Lüdenscheid der ergänzenden (fußläufigen) Nahversorgung der Bevölkerung, die nicht allein durch die zentralen Versorgungsbereiche geleistet werden kann. Grundsätzlich stellen die (solitären) Nahversorgungsstandorte ein bauplanungsrechtliches Schutzgut dar. Sie sind bei der Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters im Rahmen einer Verträglichkeitsuntersuchung i. S. v. § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Neuansiedlungen und Verlagerungen dürfen sich nicht städtebaulich negativ (im Sinne einer Funktionsgefährdung und einer Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes) auf die wohnungsnahe Versorgung der Bevölkerung auswirken.

In Lüdenscheid sind derzeit folgende Angebotsstandorte als Nahversorgungsstandorte zu definieren³⁶:

- Lebensmitteldiscounter Lidl, Altenaer Straße (Grünewald)

³⁶ aufgeführt sind die Standorte und die jeweiligen funktionstragenden Lebensmittelmärkte ab 400 m² Verkaufsfläche

- Lebensmitteldiscounter Aldi, Altenaer Straße (Wehberg)
- Lebensmitteldiscounter Aldi, Herscheider Landstraße (Bierbaum / Höh / Hellersen)
- Lebensmittelsupermarkt Halk Supermarkt, Honseler Straße (Honsel / Eichholz)
- Lebensmitteldiscounter Netto, Vogelberger Weg (Vogelberg)
- Lebensmitteldiscounter Lidl, Volmestraße (Brügge)
- Lebensmitteldiscounter Netto City, Worthstraße (Tinsberg / Kluse)

Sonstige Grundversorgungsstandorte

Als sonstige Standorte des Lebensmitteleinzelhandels werden Standorte in städtebaulich nicht integrierten Lagen eingeordnet, an denen zumeist ein einzelner strukturprägender Einzelhandelsbetrieb lokalisiert ist. Sie dienen, primär auf Pkw-orientierte Kundschaft ausgerichtet, einer ergänzenden Grundversorgung der Bevölkerung. Da entsprechende Standorte aber aufgrund ihrer Lage keinen vorrangigen Beitrag zur fußläufigen Nahversorgung leisten, stellen sie im Umkehrschluss auch kein bauplanerisches Schutzgut dar.

Im Hinblick auf die Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben sollte auf solche Standorte weiterhin nicht zurückgegriffen werden. Bestehende Standorte besitzen im Sinne der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes Bestandsschutz.

In Lüdenscheid gibt es folgende Standorte, die der Kategorie der Grundversorgungsstandorte zugeordnet werden können. Dabei ist zu berücksichtigen, dass sie insbesondere für die dünner besiedelten Stadtbezirke einen Versorgungsstandort in räumlicher Nähe darstellen.

- Rewe Ihr Kaufpark, Breitenfeld (Wehberg)
- Rewe Ihr Kaufpark, Brockhauser Weg (Wehberg)
- Verbrauchermarkt Hit, Glatzer Straße (Honsel / Eichholz)
- Verbrauchermarkt Edeka, Talstraße (Brügge)
- Lebensmitteldiscounter Aldi Hohe Steinert

7.3.3 Sonderstandorte / Fachmarktstandorte

Standorte für Fachmärkte dienen gemäß der Zielkonzeption (Standortstrukturmodell) der Unterbringung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten. Sie ergänzen mit ihrem Angebot funktional die zentralen Versorgungsbereiche bzw. die Nahversorgungsstruktur. Der Standorttyp der Fachmarktstandorte des großflächigen Einzelhandels zeichnet sich insbesondere durch folgende Merkmale aus:

- städtebaulich nicht integrierte Lage
- gesamtstädtische(s) und z. T. überörtliche(s) Einzugsgebiet(e) / Versorgungsbedeutung,

- Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten, Angebotsschwerpunkte in bestimmten Warengruppen,
- vereinzelt Mehrfachbesatz von Anbietern der gleichen Warengruppe gegeben,
- überwiegend großflächiger Einzelhandel, auch in Standortgemeinschaft,
- i. d. R. kein oder nur sehr geringes Dienstleistungsangebot.

Fachmarktstandorte werden im Einzelhandelskonzept ausgewiesen, wenn sie mehr als 5.000 m² Verkaufsfläche aufweisen. Die großflächigen Angebote sollen eine kommunale und regionale Versorgungsbedeutung entfalten. Idealtypisch ergänzen Fachmarktstandorte die Versorgungsstruktur bei der Bereitstellung einer möglichst flächendeckenden Versorgung. Sie sollen keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die Zentrenstruktur entfalten. Zentrenrelevante Sortimente sollten lediglich als Randsortimente angeboten werden, welche zentrenverträglich zu begrenzen sind. Das impliziert, dass bestehende Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (an solchen Standorten) zum einen Bestandsschutz genießen, zum anderen sollte im Sinne städtebaulicher Zielvorstellungen (insbesondere Zentrenschutz) im Planungsfall eine Umnutzung in Richtung nicht zentrenrelevanter Sortimente gelenkt werden.

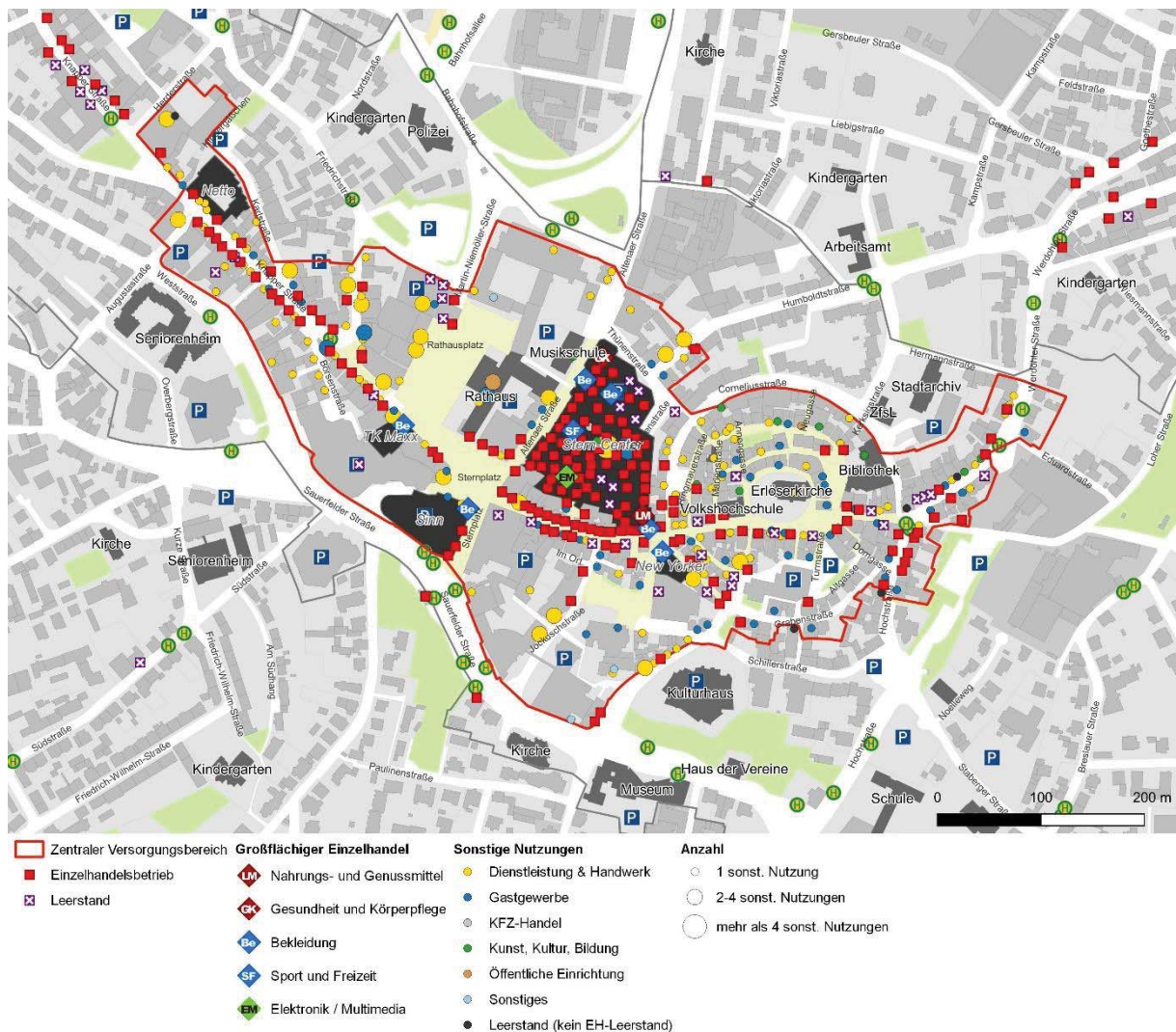
Zu den Sonderstandorten des großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandels gehören in Lüdenscheid (< 2.500 m² Verkaufsfläche):

- Gartencenter Kremer, Altenaer Straße
- Baumarkt Obi, Brunscheider Straße
- Baumarkt Hellweg, Hohe Steinert
- XXXLUTZ Sonneborn, Herscheider Landstraße
- Möbelmarkt POCO, Kalver Straße

8 Entwicklungsbereiche des Einzelhandels Lüdenschaid

8.1 Zentrale Versorgungsbereiche

8.1.1 Innenstadt Lüdenschaid



Lage und Struktur:

- Lage im Stadtbezirk Innenstadt / Staberg / Knapp
- Gliederung in Hauptgeschäftsbereich (Schwerpunkt großflächige Magnetbetriebe, wie Stern-Center und Sinn Leffers) und Nebenlagen (überwiegend kleinteilige innerstädtische Nutzungen)

- Kompakte und stabile Grundstruktur des Hauptgeschäftsbereichs; Hauptlage im Bereich des Sternplatzes, weitere Ausdehnung der Nebengebäude in Richtung Wilhelmstraße und Knapper Straße, Tiefentwicklung im Bereich des Altstadt-kerns

Eine kompakte Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt und speziell des „Hauptgeschäftsbereichs“ ist die notwendige Voraussetzung, um Dichte, eine räumliche Fokussierung auf den Kernbereich und letztendlich Prosperität zu schaffen und zu erhalten. Zu weitläufig bzw. großzügig abgegrenzte Bereiche führen zu deutlichen Brüchen im Geschäftsbesatz, geringerer Dichte und Frequentierung (beispielsweise aufgrund zu langer Wege) und somit zu einem Attraktivitätsverlust der Einzelhandelslagen, die auch städtebauliche Funktionsverluste dieser Standorte nach sich ziehen. Dabei ist stets „von Innen nach Außen“ zu argumentieren, d.h. es ist zu hinterfragen, ob ein funktionaler Bezug einzelner Lagen mit dem eigentlichen Kernbereich des Hauptgeschäftszentrums (und nicht den äußeren Randbereichen) vorhanden bzw. herzustellen ist.

Nutzungsprofil:

- Mit rund 37.200 m² Verkaufsfläche und rund 180 Betrieben bedeutendster Lüdenscheider Einzelhandelsstandort. Positiv zu wertende Konzentration von mehr als einem Viertel aller Lüdenscheider Betriebe und Verkaufsflächen auf den Innenstadtbereich.
- Umfangreiches Angebot aller Warengruppen und Bedarfsstufen vorhanden, Schwerpunkte in den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs, insbesondere Bekleidung, Schuhe / Lederwaren und Elektronik / Multimedia.
- Einkaufszentrum, Kaufhäuser und Fachmärkte als großflächige Magnetbetriebe, vielfältiges kleinteiliges Fachangebot vorhanden. Im Schnitt gute Angebotsmischung und -struktur.
- Ergänzung des Einzelhandelsangebotes durch Dienstleistung, wie z. B. Banken, Versicherungen, Ärzte oder Frisöre und Gastronomiebetriebe.

Erreichbarkeit:

- Großräumig erreichbar über A 45 und B 229 und B 54 (derzeit eingeschränkt aufgrund der Sperrung der A 45).
- Stellplatzangebot durch Parkplätze und -häuser in der Innenstadt z.T. in Randlagen vorhanden.
- ÖPNV-Anschluss durch Lüdenscheider Bahnhof; Schnittpunkt aller Buslinien, Sauerfelder Straße.
- Zum Teil Radwegeverbindungen und fußläufige Erreichbarkeit aus umliegenden Bereichen.

Aufenthaltsqualität:

- Weitgehend ansprechende Gestaltung des öffentlichen Raumes mit Wechsel aus großzügigen Straßen, Plätzen und engen Gassen sorgen im Zusammenspiel mit der attraktiven, z. T. historischen Bebauungsstruktur für ein belebtes Ambiente mit hoher Aufenthalts- und Erlebnisqualität neben großformatigen, modernen Baukörpern.

- Im Zuge der Erneuerung der Innenstadt im Rahmen des Integrierten Handlungskonzeptes Altstadt fand / findet eine Aufwertung des öffentlichen Raumes statt (Pflasterung, teilweise barrierefrei, Möblierungen – Mülleimer, Bänke, Fahrradständer, Herstellung der Barrierefreiheit des Burgspielplatzes).

Versorgungsfunktion:

- Hierarchisch bedeutendster zentraler Versorgungsbereich der Stadt Lüdenscheid; aus siedlungsräumlicher, städtebaulicher und nutzungsstruktureller Sicht wichtigster Einzelhandelsstandort im Stadtgebiet.
- Versorgung der gesamtstädtischen Bevölkerung sowie des mittelzentralen Verflechtungsbereichs der Umlandregion
- Geschäftszentrum innerhalb der multifunktionalen Nutzungsstrukturen der Innenstadt herausragende Stellung als Frequenzbringer, der für die notwendige Lebendigkeit und Urbanität bzw. Attraktivität des Lüdenscheider Zentrums sorgt.

Entwicklungsziele:

- Erhalt, Ausbau und nachhaltige Sicherung einer attraktiven Versorgungsstruktur und -qualität in der Innenstadt mit Fokus auf dem Hauptgeschäftsbereich.
- Arrondierung des Angebotsspektrums und Attraktivitätssteigerung der Innenstadt, insbesondere durch zielgerichtete, branchenspezifische (auch qualitative) Weiterentwicklungen mit Schwerpunkt in zentrenrelevanten Sortimenten. Auch in Branchen mit guten Zentralitäten und Verkaufsflächenausstattungen sind qualitative und räumliche Verbesserungen möglich.
- Positionierung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt gegenüber Wettbewerbsstandorten in der Region durch Weiterentwicklung des Angebots in zentrenprägenden Leitbranchen innerhalb des Hauptgeschäftsbereiches und Ergänzung des Angebotsspektrums um weitere attraktive Anbieter des standardisierten bis höherwertigen Sortiments.
- Revitalisierung des „Forums“ am Sternplatz sowie der derzeit leerstehenden Immobilie.
- Steigerung der Attraktivität und Aufenthaltsqualität der Innenstadt durch Beseitigung der Leerstände in der Altstadt (insbesondere Transformation: Dienstleistungen, Kulturelle Einrichtungen und Gastronomie).
- Sicherung und Stärkung der Knapper Straße mit ihrem eigenen Nutzungscharakter, der Nähe zur Hauptlage sowie der verkehrlichen Anbindung für Kfz sowie den öffentlichen Nahverkehr.
- Fortführung eines gezielten Leerstandsmanagement, welches die Funktionen der einzelnen Quartiere im Blick hat und damit auch neben dem Einzelhandel gezielt sonstigen Nutzungen (z. B. Kunst, Kultur, Bildung, Gastronomie) einen Raum gibt.
- Auch Veranstaltungen, gekoppelt mit verkaufsoffenen Sonntagen sind ein Instrument, dass zur Sichtbarmachung der Innenstadt mit seinen Handelsnutzungen und sonstigen

zentrenrelevanten Angeboten, zur Erhöhung der Passantenfrequenzen und damit auch zur Stärkung der Attraktivität beitragen sollen.

- Aus städtebaulicher Sicht liegen Potenziale zur Steigerung der Aufenthaltsqualität der Innenstadt vor allem auch in der qualitativen Ausstattung des öffentlichen Raumes. Hier ist vor allem das typische Altstadtflair unter Berücksichtigung der Altstadtsatzung weiter zu entwickeln. Dabei sollte das Nebeneinander von Modern und Historisch als attraktives Alleinstellungsmerkmal für die Stadt Lüdenscheid herausgestellt werden.
- Zahlreiche städtebauliche Maßnahmen sind bereits umgesetzt bzw. angestoßen worden. Dabei werden auch verkehrliche Aspekte³⁷ berücksichtigt, wie eine barrierefreie oder barrierearme Anbindung der Oberstadt bzw. der Wilhelmstraße oder die Bereitstellung eines ausreichenden Stellplatzangebotes.

Exkurs: Verkaufsoffene Sonntage als Instrument zur Stärkung der Innenstadt Lüdenscheid

Der stationäre Einzelhandel steht aufgrund der allgemeinen Entwicklungen und Trends im Rahmen der Digitalisierung, des Onlinehandels sowie der Entwicklung dezentraler, autokundenorientierter Standorte unter Druck. Insbesondere in Innenstädten kennzeichnen vielerorts zunehmende Leerstände diese Situation und weisen auf Handlungsbedarf zur Sicherung und Stärkung der Innenstädte im Allgemeinen und der dortigen Handelslagen im Besonderen hin. Verkaufsoffene Sonntage werden im Rahmen möglicher Maßnahmen zur Stärkung der Innenstädte bzw. des innerstädtischen Einzelhandels als ein mögliches Instrument angesehen, jedoch sind sie nach wie vor umstritten. Immer wieder gibt es Auseinandersetzungen zwischen Vertretern des Einzelhandels, Kommunen und Ländern mit Gewerkschaften und Kirchen, in welchem Umfang eine Sonntagsöffnung bei bestimmten Veranstaltungen wie z. B. Stadtfesten möglich ist. Während die Interessensverbände des Einzelhandels betonen, dass Sonntagsöffnungen einen wichtigen Beitrag für das Stadtmarketing leisten, fordern u. a. die Kirchen und die Gewerkschaften die im Grundgesetz verankerte Sonntagsruhe ein. So wurden in der Vergangenheit insbesondere von der Gewerkschaft ver.di immer wieder Klagen gegen kommunale Satzungen oder Verordnungen zu Sonntags- und Feiertagsöffnungen angestrengt und zudem sehr häufig gewonnen.

Eine bundeseinheitliche Regelung zur Sonn- und Feiertagsöffnung besteht nicht. Mit dem Entfesselungspaket I der nordrhein-westfälischen Landesregierung wurde das Ladenöffnungsgesetz NRW zuletzt geändert. Durch sein Inkrafttreten am 30. März 2018 haben sich die rechtlichen Rahmenbedingungen zur Genehmigung von verkaufsoffenen Sonntagen maßgeblich verändert.³⁸

Für die Umsetzung der gesetzlichen Vorschriften hat das Ministerium für Wirtschaft, Innovationen, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen eine „Anwendungshilfe für Kommunen und den Handel im Umgang mit dem neugefassten § 6 LÖG NRW“ herausgegeben. Darin wird u. a. auch der Aspekt aufgezeigt, **dass bei der Herleitung von Sachgründen, die eine Ladenöffnung an Sonn- und Feiertagen rechtfertigen, auch auf ein vorliegendes kommunales Einzelhandelskonzept zurückgegriffen werden kann.**

Rechtliche Rahmenbedingungen

Die rechtliche Grundlage für die Genehmigung von verkaufsoffenen Sonn- und Feiertagen liefert das LÖG NRW. Dieses enthält folgende Kernpunkte zur Ladenöffnung bzw. zu verkaufsoffenen Sonntagen:

³⁷ Eine ausführliche, vertiefende Untersuchung der verkehrlichen Aspekte ist nicht Gegenstand des Einzelhandelskonzeptes.

³⁸ Am 09. Juli 2020 wurde das LÖG NRW im Zusammenhang mit den Auswirkungen der Corona-Pandemie neugefasst. Der Runderlass in der Fassung vom 14. Juli 2020 wurde am 30. September 2020 aufgehoben. Dieser spezielle Sachverhalt wird hier nicht weiter thematisiert.

- Verkaufsstellen dürfen an Werktagen ohne zeitliche Begrenzung geöffnet sein (allgemeine Ladenöffnungszeit)³⁹.
- An jährlich höchstens acht nicht unmittelbar aufeinanderfolgenden Sonn- oder Feiertagen dürfen Verkaufsstellen im öffentlichen Interesse geöffnet sein. (Festsetzung für das gesamte Gemeindegebiet oder bestimmte Bezirke bzw. Ortsteile möglich, innerhalb der Gemeinde nicht mehr als 16 Sonn- und Feiertage je Kalenderjahr)
- Freigabe der Ladenöffnung an verkaufsoffenen Sonntagen ab 13 Uhr bis zur Dauer von fünf Stunden
- bei Freigabe für das gesamte Stadtgebiet höchstens ein Adventssonntag, bei beschränkter Freigabe (z. B. Stadtteile) nicht mehr als zwei Adventssontage je Gemeinde
- Der 1. und 2. Weihnachtsfeiertag, Ostersonntag, Pfingstsonntag, die stillen Feiertage im Sinne des Feiertagsgesetzes NRW (Karfreitag, Allerheiligentag, Volkstrauertag, Totensonntag), der 1. Mai, der 3. Oktober und der 24. Dezember, wenn dieser auf einen Sonntag fällt, sind ausgenommen.
- Der Anlassbezug ist in seiner vorherigen (vor dem 30. März 2018) Form entfallen. Stattdessen werden in § 6 (1) LÖG NRW in nicht abschließender Form weitere Sachgründe aufgeführt, die eine ausnahmsweise Sonn- oder Feiertagsöffnung rechtfertigen und im öffentlichen Interesse liegen:
 - Zusammenhang mit örtlichen Festen, Märkten, Messen oder ähnlichen Veranstaltungen (Sachgrund 1)
 - Erhalt, Stärkung oder Entwicklung eines zukunftsfähigen stationären Einzelhandelsangebotes (Sachgrund 2)
 - Erhalt, Stärkung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche (Sachgrund 3)
 - Belebung der Innenstädte, Ortskerne, Stadt- oder Ortsteilzentren (Sachgrund 4)
 - Steigerung der überörtlichen Sichtbarkeit der Kommune als attraktiver und lebenswerter Standort insbesondere für den Tourismus und die Freizeitgestaltung, als Wohn- und Gewerbestandort sowie Standort von kulturellen und sportlichen Einrichtungen (Sachgrund 5)

Situation in Lüdenscheid

In der Stadt Lüdenscheid gilt gemäß Angaben der Stadt auf der Homepage entsprechend:

Verkaufsstellen dürfen mit Ausnahme der Sonn- und Feiertage von 0.00 bis 24.00 Uhr geöffnet sein (allgemeine Ladenöffnungszeit). Am 24. Dezember dürfen Verkaufsstellen an Werktagen bis 14 Uhr geöffnet sein. Ausnahmen bezüglich Volksfesten, Messen, Märkte und Ausstellungen bleiben unberührt. Anträge auf verkaufsoffene Sonntage können bei der Stadt Lüdenscheid (Recht, öffentliche Sicherheit und Ordnung) gestellt werden. **Im Jahr sind vier verkaufsoffene Sonntage zulässig.**⁴⁰

Die Anwendungshilfe zum Erlass der Verordnung zur Zulassung von Ladenöffnungen an Sonn- und Feiertagen gemäß LÖG NRW des Ministeriums für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen nebst Anlage für Kommunen und Handel⁴¹ wird – nicht zuletzt mit Blick auf die einschlägige, aktuelle Rechtsprechung – ständig aktualisiert (derzeit gültige Fassung Stand Februar 2020). Darin finden sich insbesondere auch Hinweise zur Rolle von kommunalen Einzelhandelskonzepten im Zusammenhang mit den Sachgründen für das Vorliegen eines öffentlichen Interesses im Rahmen der Begründung von verkaufsoffenen Sonn- und Feiertagen.

Einschlägig sind dabei insbesondere die Ausführungen zu den Sachgründen 2, 3 und 4 gemäß § 6 (1) LÖG NRW (s. o.), wonach eine Verkaufsflächenstellenöffnung im öffentlichen Interesse liegt, wenn sie

³⁹ Veranstaltungen wie Late-Night-Shopping an Werktagen, können somit eine Alternative zu verkaufsoffenen Sonntagen darstellen und sind mit dem LÖG NRW vereinbar.

⁴⁰ siehe dazu: <https://www.luedenscheid.de/buergerservice/produkte/> Stichwort: Ladenschluss, Zugriff: 30. Januar 2023

⁴¹ siehe dazu: <https://www.wirtschaft.nrw/loeg-nrw-anwendungshilfe> (Zugriff: 31. August 2020)

dem Erhalt, der Stärkung oder der Entwicklung eines vielfältigen stationären Einzelhandelsangebot (Sachgrund 2), dem Erhalt, der Stärkung oder der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche (Sachgrund 3) und / oder der Belebung der Innenstädte, Ortskerne, Stadt- oder Ortsteilzentren (Sachgrund 4) dient.

Eine wichtige Voraussetzung für die Belastbarkeit der Aussagen im Einzelhandelskonzept ist, dass dieses als städtebauliches Entwicklungskonzept i. S. v. § 1 (6) Nr. 11 BauGB vom Rat der Stadt beschlossen wurde und damit ein abgestimmtes und zielgerichtetes Handeln im Rahmen der Einzelhandelsentwicklung und -steuerung zum Ausdruck gebracht wird. Ein unabdingbarer konzeptioneller Baustein ist darin – aufbauend auf einer einzelhandelsrelevanten, funktionalen und städtebaulichen Analyse – die Einordnung und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche sowie die Formulierung von Entwicklungsempfehlungen, sodass hier ein Rückgriff bezüglich des Sachgrundes 3 stattfinden kann.

Die Stadt Lüdenscheid beabsichtigt mit Sonn- und Feiertagsöffnungen ausschließlich die Sicherung und Stärkung der Innenstadt zu verfolgen. Mit Blick auf die o. g. Sachgründe 2, 3 und 4 zur Ladenöffnung an Sonn- und Feiertagen muss bezogen auf die konkrete, örtliche Situation nachgewiesen werden, dass der Bereich (hier: Innenstadt), für den die Ladenöffnung vorgesehen ist, in besonderer Weise hinsichtlich des Erhalts, der Stärkung sowie der Entwicklung eines vielfältigen stationären Einzelhandelsangebotes bzw. seiner Funktion im Rahmen der Standortstruktur (als zentraler Versorgungsbereich) betroffen ist. Zur Verdeutlichung einer besonderen Problemlage in dem zur Ladenöffnung vorgesehenen Bereich ist es vor allem auch sinnvoll, sich im Besonderen mit der Leerstandssituation bzw. einer Verarmung des Angebotes (Trading down) auseinanderzusetzen. Das Einzelhandelskonzept gibt Hinweise zur Einzelhandelsituation im Allgemeinen und im Besonderen zur Leerstandssituation zum Zeitpunkt der Erarbeitung des Konzeptes (siehe dazu Kapitel 5.4. sowie 5.5.1). Zur Antragstellung verkaufsoffener Sonntage sollten aktuelle Daten, in Abstimmung mit der WKL (Wirtschaftsförderung Kreisstadt Lüdenscheid) und dem LSM (Lüdenscheider Stadtmarketing), die nicht zuletzt über ein Leerstandsmanagement einen Überblick über die Leerstandssituation in der Lüdenscheider Innenstadt besitzen, genutzt werden (ggf. auch Zeitreihen).

Ein Bezug zum Einzelhandelskonzept, vorausgesetzt es ist in sich widerspruchsfrei und wird regelmäßig aktualisiert⁴², kann also wesentliche Anhaltspunkte liefern. Wichtige Anknüpfungspunkte bieten dabei zum einen die **übergeordneten Ziele zur Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Lüdenscheid** (siehe dazu Kapitel 7.2, insbesondere „2. Sicherung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt“ mit dem Verweis darauf, dass verkaufsoffen Sonntage der Umsetzung dieses Ziels förderlich sein können). Zum anderen ist Kapitel 8.1.1 mit der **Darstellung der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt** (als Bezugsraum für die Sonntagsöffnung) und den dort formulierten **Zielen und Empfehlungen zur Sicherung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt** mit seinen Handelsnutzungen und sonstigen zentrenrelevanten Nutzungen heranzuziehen. Dabei sollte auch darauf hingewiesen werden, dass der Entwicklung und Sicherung der Lüdenscheider Innenstadt (=zentraler Versorgungsbereich gemäß Einzelhandelskonzept) durch die Konzentration städtebaulicher und infrastruktureller Investitionen (u. a. jüngste und derzeit noch andauernde Neugestaltung des öffentlichen Raumes, Konzentration eines vielfältigen Angebotes an Einzelhandel, öffentlichen und privaten Dienstleistungen, kulturellen und gastronomischen Angeboten) ein herausragender Stellenwert beigemessen wurde und wird. Dabei wird fortan auch ein hoher qualitativer Anspruch an die Gestaltung des öffentlichen Raumes (u. a. Gestaltung der öffentlichen Plätze, z. B. Sternplatz, Rathausplatz, Rosengarten, Kirchplatz oder auch Gebäude, wie z. B. das Rathaus, gründerzeitliche Fassenden wie am Karusellplatz oder historische Gebäude in der Altstadt, Pflasterung Wilhelmstraße, Schaffung von Barrierefreiheit) gelegt. Daneben zeigen sich aber auch Schwächen aufgrund des teilweisen Rückgangs von Einzelhandel und einer Zunahme bzw. länger andauernden Leerständen, denen ebenfalls begegnet wird (Leerstandsmanagement, Quartiersmanagement (siehe dazu: Förderprojekt in der Altstadt Lüdenscheid, mensch-altstadt.de).

Es wird ausdrücklich darauf hingewiesen, dass die Anknüpfung einer Ladenöffnung an Sonn- und Feiertagen an die Inhalte und Ziele des Einzelhandelskonzeptes nur einen Teilaspekt im Rahmen der Beantragung / Genehmigung darstellt. Diesbezüglich hat das Oberverwaltungsgericht NRW in seinem Beschluss vom 02. November 2018 - AZ 4 B 1580/18 auch darauf hingewiesen hat, „dass das stets gegebene kommunale Interesse an der Steigerung der Einzelhandelsattraktivität einer Gemeinde – auch im Wettbewerb mit Nachbargemeinden – als verfassungsrechtlich hinreichender Sachgrund für die Sonn- und

⁴² siehe dazu: Urteil des OVG NRW vom 17. Juli 2019 – AZ 4 D 36/19.NE, juris RN. 111: Das Einzelhandelskonzept muss unter Berücksichtigung planungsrechtlicher Vorgaben aufgestellt und in der Lage sein, die Einzelhandelsentwicklung im gesamten Gemeindegebiet nachvollziehbar und widerspruchsfrei zu ordnen.

Feiertagsöffnung nicht in Betracht kommt.“ So sind auch in der Lüdenscheider Innenstadt Sonntagsöffnungen – der Rechtsprechung folgend – ausschließlich an größere Veranstaltungen wie beispielsweise örtliche Feste, Märkte, Messen „mit erheblicher Sogwirkung“⁴³ und mit „beträchtlichem Besucheraufkommen“⁴⁴ zu koppeln. In jedem Fall ist die (widerlegbare) Vermutungsregel gemäß § 6 (1) S. 3 LÖG NRW zum Sachgrund 1 (Anlassbezug) zu prüfen, wonach „Das Vorliegen eines Zusammenhangs im Sinne des Satzes 2 Nr. 1 [...] vermutet“⁴⁵ wird, „wenn die Ladenöffnung in räumlicher Nähe zur örtlichen Veranstaltung sowie am selben Tag erfolgt.“⁴⁶ Die übrigen Sachgründe können kumulativ herangezogen werden, um ein verstärktes öffentliches Interesse an der sonn- und feiertäglichen Ladenöffnung zu belegen.

Vermeidbare Fehler

Die Industrie- und Handelskammer zu Köln hat eine Studie zu den Möglichkeiten einer rechtssicheren Beantragung von verkaufsoffenen Sonntagen zu beauftragen. Anhand eines Fallbeispiels aus NRW und einer Auswertung von 35 Rechtsurteilen wurden **zehn vermeidbare Fehler** bei der Beantragung und Genehmigung von verkaufsoffenen Sonntagen identifizieren⁴⁷:

1. „Die räumliche und zeitliche Kopplung der Ladenöffnung mit einer Veranstaltung (Fest, Markt, Messe o. ä.) ist nicht plausibel dargestellt.
2. Der Antrag stellt den Charakter, die Größe und den Zuschnitt der Veranstaltung nicht ausreichend dar.
3. Der verkaufsoffene Sonntag ist nur eine singuläre Maßnahme; die Veranstaltung fügt sich nicht in einen Gesamtprozess zur Stärkung des Stadtteils ein.
4. Die Antragsunterlagen sind nicht ausreichend.
5. Die Veranstaltung stellt keinen Grund für eine Ausnahme dar, da z. B. zu wenige Stände geplant sind oder kein Bezug zu den Sachgründen besteht.
6. Die Gebietsabgrenzung ist zu großzügig.
7. Die Öffnung der Verkaufsstellen steht bei der Werbung für die Veranstaltung im Vordergrund.
8. Die Begründung ist unzureichend; pauschale Hinweise auf Missstände wie z. B. „Trading Down-Prozess“ reichen nicht aus.
9. Die Gemeinde hat keine Plausibilitätsprüfung vorgenommen.
10. Der verkaufsoffene Sonntag scheitert an formalen Rechtsfehlern der Gemeinde.“

⁴³ siehe dazu Beschluss des OVG NRW vom 02. November 2018 – AZ 4 B 1580/18, S. 7

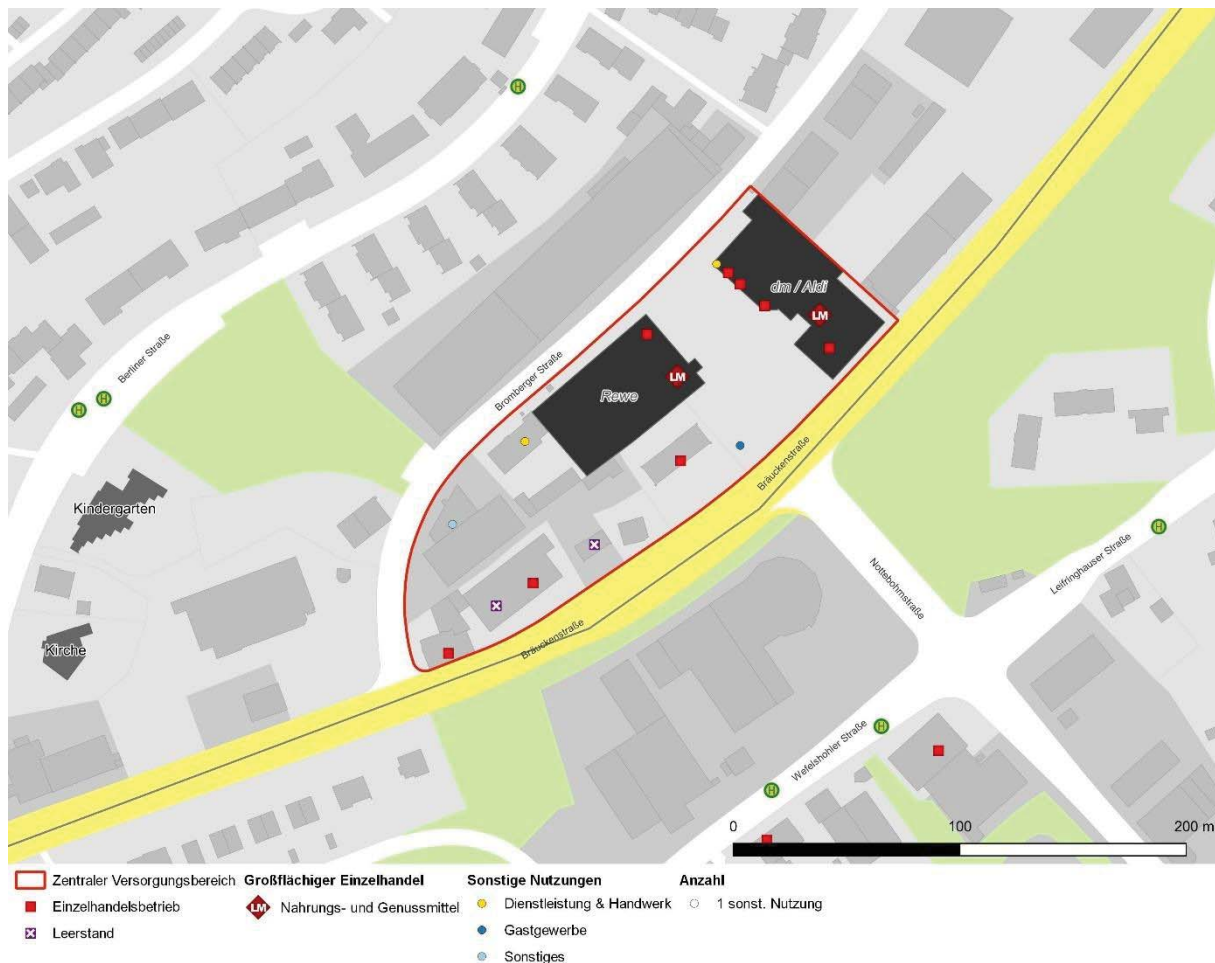
⁴⁴ ebd. S. 22

⁴⁵ siehe dazu Anhang A1

⁴⁶ siehe dazu: LÖG NRW, Anlage zur Anwendungshilfe für die Kommunen und den Handel im Umgang mit dem neugefassten § 6 LÖG NRW, Stand: Februar 2020

⁴⁷ Siehe dazu. <https://blog.cima.de/verkaufsoffene-sonntage-10-vermeidbare-fehler/> (Zugriff: 30. Januar 2023)

8.1.2 Nahversorgungszentrum Bromberger Straße / Bräuckenstraße



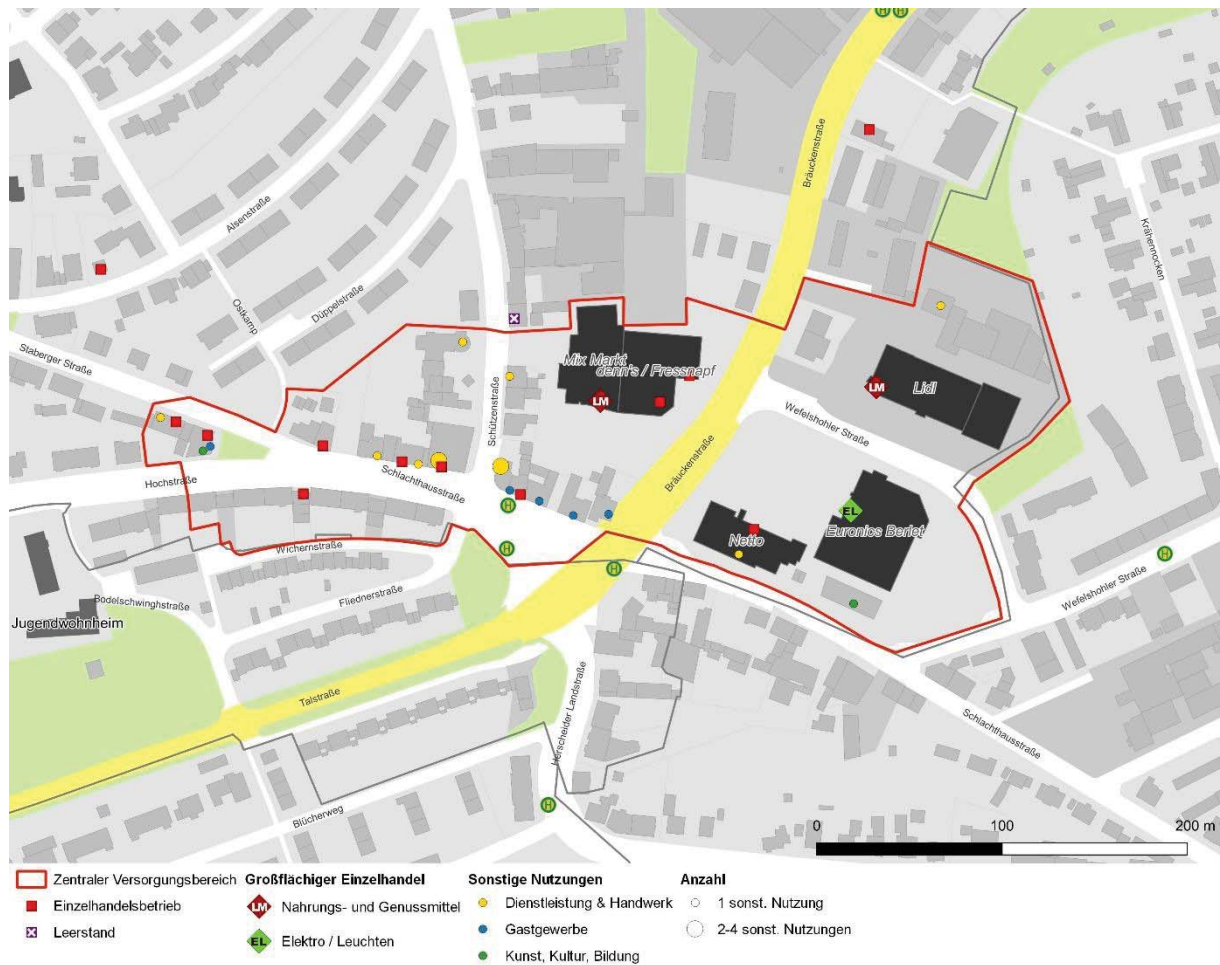
Struktur

- Der aktuelle Bestand weist 6 Einzelhandelsbetriebe mit insgesamt rund 1.900 m² Verkaufsfläche im Verlauf der Bräuckenstraße zwischen Bromberger Straße und Nottebohmstraße auf.
- Es bestehen ein Lebensmitteldiscounter, ein Lebensmittelvollsortimenter sowie ein Drogeriemarkt als Magnetbetriebe. Ergänzende Nutzungen runden das Angebot ab.
- Die Versorgungsfunktion ist auf die Stadtbezirke Honsel / Eichholz; Kalve / Wefelshohl (jeweils anteilig) und Brüninghausen / Augustenthal ausgerichtet. Das Einzugsgebiet umfasst damit derzeit rund 7.000 Personen.
- Aufgrund der Ausstattung und Versorgungsfunktion ist der Bereich als Nahversorgungszentrum einzustufen.

Entwicklungsziele:

Dieser Standort ist künftig als Nahversorgungszentrum zu sichern und zu stärken. Aus verkehrlicher Sicht ist eine Verbesserung der fußläufigen Anbindung, Erreichbarkeit der Bushaltestellen wünschenswert.

8.1.3 Nahversorgungszentrum Brückenkreuz



Struktur

- Der aktuelle Bestand weist 13 Einzelhandelsbetriebe mit insgesamt rund 6.600 m² Verkaufsfläche im Bereich des „Brückenkreuzes“ auf.
- Es bestehen ein Lebensmittelvollsortimenter, ein Biomarkt und zwei Lebensmitteldiscounter sowie ein Elektronikfachmarkt als größte Betriebe in diesem Bereich.
- Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe ergänzen das Angebot.
- Die Versorgungsfunktion ist auf die Stadtbezirke Bierbaum / Höh / Hellersen; Ramsberg / Hasley / Baukloh (jeweils anteilig) ausgerichtet. Das Einzugsgebiet umfasst damit derzeit rund 10.500 Personen.

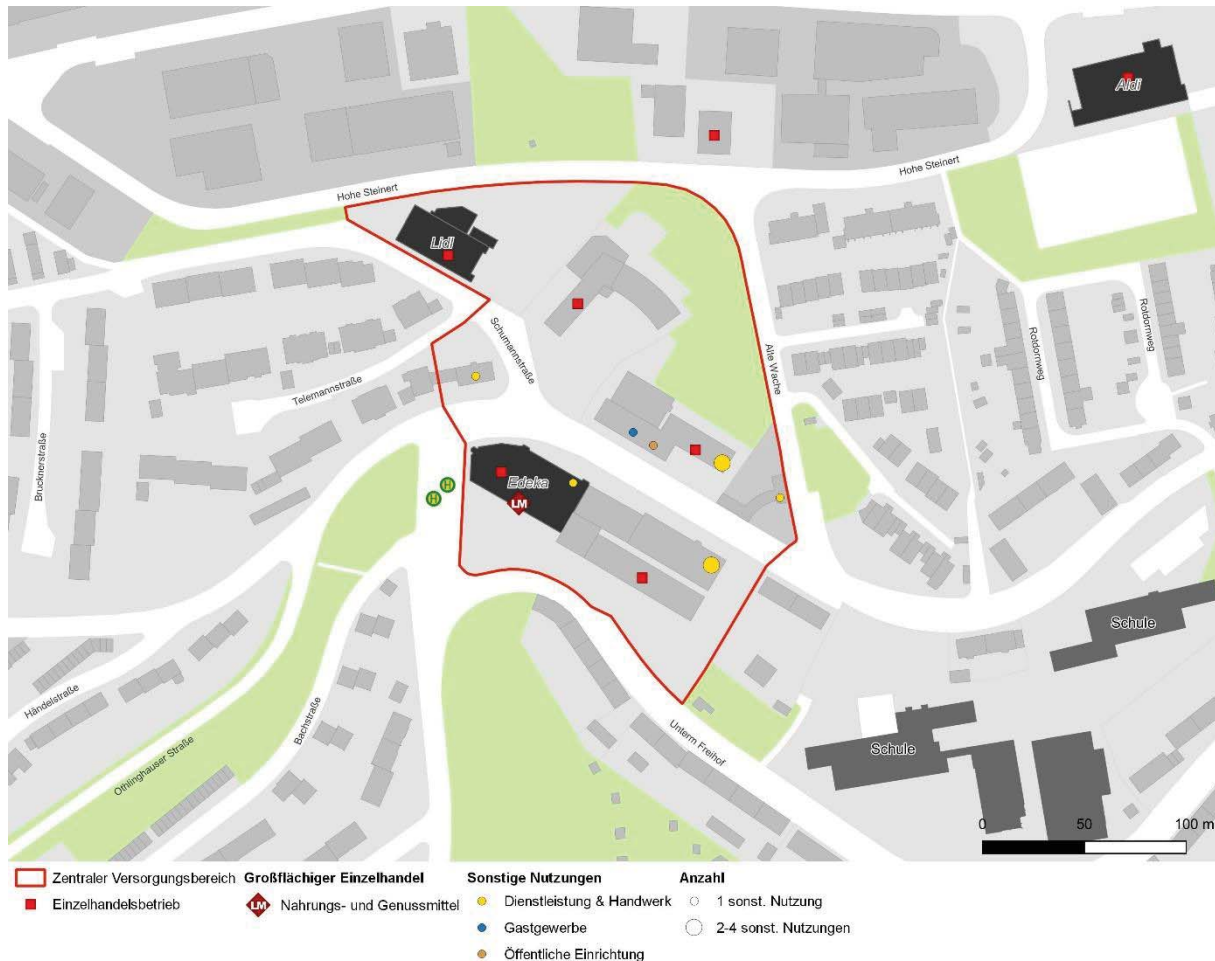
Entwicklungsziele:

Der Standort Brückenkreuz liegt in unmittelbarer Nähe zum Nahversorgungszentrum Bromberger Straße / Brückenstraße aber auch unweit der Innenstadt. Mögliche künftige Entwicklungen sind vor allem auch unter Berücksichtigung dieser Situation zu bewerten.

Dieser Standort ist künftig als Nahversorgungszentrum zu sichern und zu stärken. Dabei genießen bestehende Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten Bestandsschutz.

Eine Weiterentwicklung – insbesondere auch Neuansiedlung – von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten (Kern-)Sortimenten ist mit den Zielen und Ansiedlungsregeln des Einzelhandelskonzeptes nicht vereinbar.

8.1.4 Nahversorgungszentrum Buckesfelder Straße / Unterm Freihof



Struktur

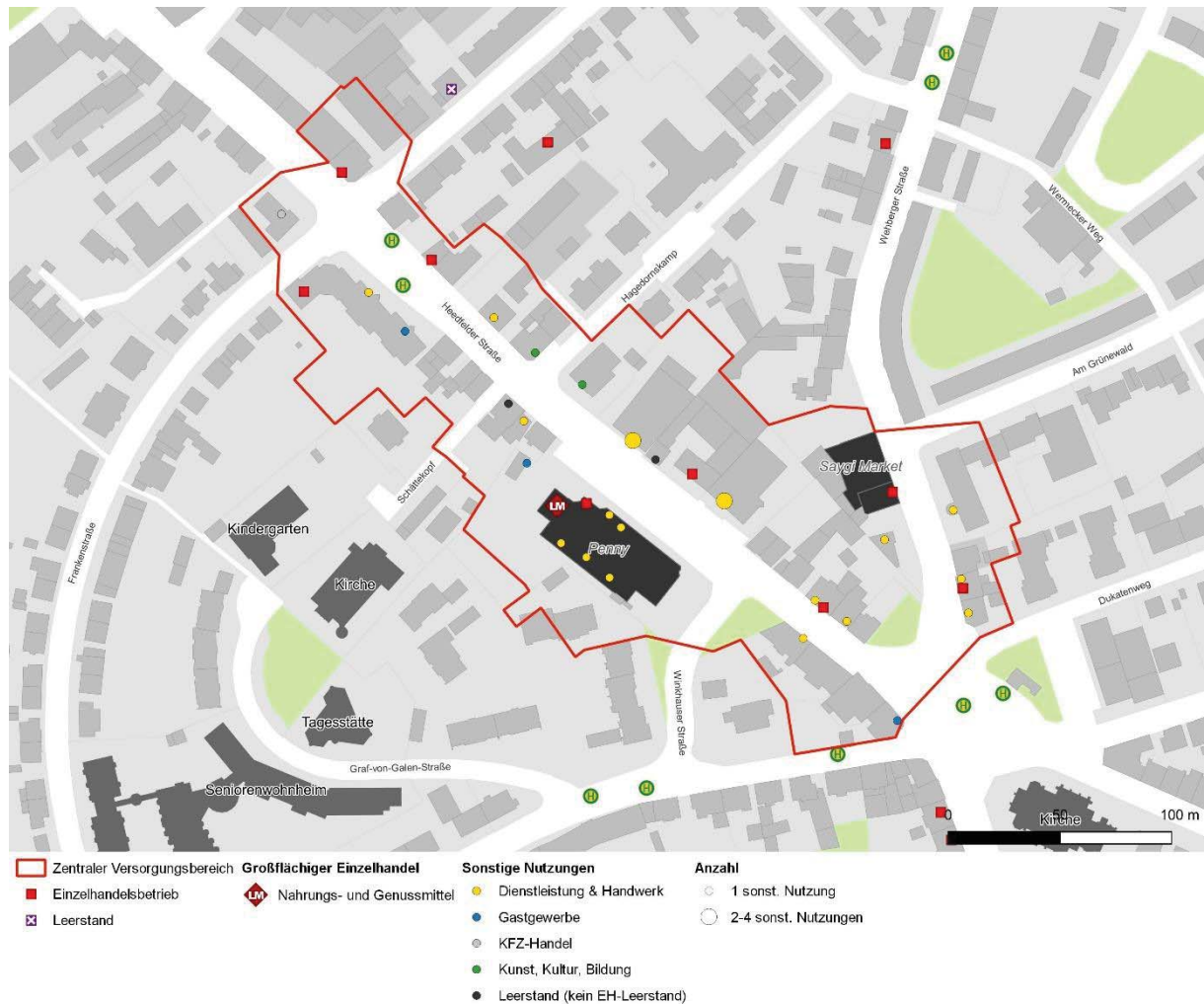
- Der aktuelle Bestand weist 6 Einzelhandelsbetriebe mit insgesamt rund 2.800 m² Verkaufsfläche im Bereich Buckesfelder Straße / Schumannstraße auf.
- Es bestehen ein Lebensmittelvollsortimenter und ein Lebensmitteldiscounter als größte, funktionstragende Betriebe in diesem Bereich.
- Die Versorgungsfunktion ist auf den Stadtbezirk Buckesfeld / Othlinghausen ausgerichtet. Das Einzugsgebiet umfasst damit derzeit rund 6.200 Personen.

Entwicklungsziele:

Der Einzelhandelsbesatz am Standort Buckesfelder Straße / Unterm Freihof ist auf die Nahversorgung im Stadtbezirk Buckesfeld / Othlinghausen ausgerichtet. Er erfüllt seine Versorgungsaufgabe sehr gut. Im Zusammenspiel mit den übrigen Nutzungen stellt sich dieser Bereich als

zentraler Versorgungsbereich (Nahversorgungszentrum) dar. Aufgrund seiner Versorgungsbedeutung im Stadtbezirk sowie der funktionalen und städtebaulichen Ausstattung ist dieser zentrale Versorgungsbereich vor dem Hintergrund der Ziele und Ansiedlungsregeln des Lüdenscheider Einzelhandelskonzeptes zu sichern und zu stärken.

8.1.5 Nahversorgungszentrum Heedfelder Straße



Struktur

- Der aktuelle Bestand weist 9 Einzelhandelsbetriebe mit insgesamt rund 2.250 m² Verkaufsfläche im Bereich Heedfelder Straße zwischen Winkhauser Straße und Frankenstraße auf.
- Es bestehen ein Lebensmitteldiscounter und ein Supermarkt mit türkisch orientierter Produktpalette als größte, funktionstragende Betriebe in diesem Bereich.
- Die Versorgungsfunktion ist auf den Stadtbezirk Grünewald ausgerichtet. Das Einzugsgebiet umfasst damit derzeit rund 4.800 Personen.

Entwicklungsziele:

Der Einzelhandelsbesatz am Standort Heedfelder Straße ist auf die Nahversorgung im Stadtbezirk Grünewald ausgerichtet. Er erfüllt seine Versorgungsaufgabe annähernd gut. Im Zusammenspiel mit den übrigen Nutzungen stellt sich dieser Bereich als zentraler Versorgungsbereich (Nahversorgungszentrum) dar. Aufgrund seiner wohnsiedlungsräumlich integrierten Lage, seiner Versorgungsbedeutung im Stadtbezirk sowie der funktionalen und städtebaulichen Ausstattung ist dieser zentrale Versorgungsbereich vor dem Hintergrund der Ziele und Ansiedlungsregeln des Lüdenscheider Einzelhandelskonzeptes zu sichern und zu stärken.

Das Erscheinungsbild des Nahversorgungszentrums wird aus städtebaulicher Sicht vor allem auch durch die mehrstreifige Heedfelder Straße geprägt. Der öffentliche Raum ist sehr einfach gestaltet. Hier zeigen sich weiterhin mögliche Ansatzpunkte für Verbesserungsmahnahmen.

8.1.6 Nahversorgungszentrum Kölner Straße



Struktur

- Der aktuelle Bestand weist 5 Einzelhandelsbetriebe mit insgesamt rund 3.850 m² Verkaufsfläche im Bereich Kölner Straße, südlich bzw. östlich der Germanenstraße auf.
- Es bestehen ein Lebensmitteldiscounter, ein Lebensmittelsupermarkt sowie ein Drogeriemarkt als funktionstragende Betriebe in diesem Bereich.

- Die Versorgungsfunktion ist auf die Stadtbezirke Oeneking / Stüttinghausen und Ramberg / Hasley / Baukloh (jeweils anteilig) ausgerichtet. Das Einzugsgebiet umfasst damit derzeit rund 7.300 Personen.
- Der Standort ist modern aufgestellt. Überwege gewährleisten die Verbindung zwischen den Nutzungen beidseitig der Kölner Straße.

Entwicklungsziele:

Sicherung des Nahversorgungszentrums.

8.2 Sonderstandorte des nicht zentrenrelevanten Einzelhandels

Außerhalb der Zentren können – neben solitären integrierten Nahversorgungseinrichtungen – einzelne Standorte für (großflächige) Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment als ergänzende **Sonderstandorte** dienen. In den nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten konnten jedoch zunächst keine nennenswerten absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale bzw. allenfalls leichte Arrondierungsspielräume aufgezeigt werden. Zusätzliche Angebotsausweitungen würden somit in erster Linie zu Umverteilungen im Bestand und Verdrängungswettbewerb führen. Das bedeutet, dass in Lüdenscheid in erster Linie eine Sicherung und Weiterentwicklung der bestehenden Sonderstandorte anzustreben ist und aktuell keine dringende Notwendigkeit für die planungsrechtliche Ausweisung weiterer Sondergebietsflächen für solche Nutzungen notwendig ist. Bei eventuellen Neuansiedlungs- oder Verlagerungsabsichten sind ein potenzieller Neustandort und das entsprechende Vorhaben im Einzelfall hinsichtlich der Kompatibilität mit den Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes zu prüfen.

Sowohl für Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umstrukturierungen von solchen Betrieben gilt:

- Im Sinne der Verhinderung einer verschärften Wettbewerbssituation zu den zentralen Versorgungsbereichen ist ein Ausbau des nahversorgungs- und zentrenrelevanten Angebots an solchen Standorten grundsätzlich restriktiv zu behandeln.
- Die Sonderstandorte sind ausschließlich als Ergänzungsstandorte für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsangebote in funktionaler Ergänzung zur Innenstadt zu betrachten.
- Konkrete (insbesondere großflächige) Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben von Betrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment sind im Einzelfall zu prüfen. Hinsichtlich der zentrenverträglichen Gestaltung einer solchen Angebotsausweitung sind die Ansiedlungsregeln des Kapitels 10, insbesondere zur zentrenverträglichen Dimensionierung von Randsortimenten zu beachten. Grundsätzlich besteht momentan keine erkennbare Notwendigkeit für die Ausweisung neuer Sonderstandorte.
- Vorhandene Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb der Zentren genießen Bestandsschutz, ebenso wie die planungsrechtlich genehmigten Verkaufsflächen. Eine

weitere Ansiedlung oder Erweiterung zentrenrelevanten Einzelhandels (über den genehmigten Bestand hinaus), insbesondere in Form großflächiger Betriebe, ist jedoch (auch) zukünftig planungsrechtlich auszuschließen.

- Konzentrationen von Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten, bei denen die einzelnen Betriebe von Synergieeffekten untereinander profitieren können, sind nach Möglichkeit zu fördern, um einzelne Standorte attraktiv zu gestalten.

Zu den Sonderstandorten des großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandels gehören in Lüdenscheid (> 2.500 m² Verkaufsfläche):

- Gartencenter Kremer, Altenaer Straße
- Baumarkt Obi, Brunscheider Straße
- Baumarkt Hellweg, Hohe Steinert
- XXXLUTZ Sonneborn, Herscheider Landstraße
- Möbelmarkt POCO, Kalver Straße

8.3 Grund- und Nahversorgungsstandorte (außerhalb zentraler Versorgungsbereiche)

Die Sicherstellung einer möglichst umfassenden, engmaschigen Nahversorgung in Lüdenscheid ist ein zentrales stadtentwicklungsrelevantes Ziel der Stadt Lüdenscheid und rechtfertigt die räumliche Lenkung entsprechender Investitionen an die städtebaulich dafür geeigneten Standorte. Eine funktionierende Nahversorgung bedeutet, Einkaufsangebote mit Waren des täglichen Bedarfs (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Drogeriewaren, Zeitschriften) und ergänzende Dienstleistungen (z. B. Post, Bank, Reinigung) so dezentral und wohnortnah vorzuhalten, dass eine fußläufige Erreichbarkeit für möglichst viele Einwohner möglich und zumutbar ist.

Da eine solche flächendeckende, wohnungsnahe Grundversorgung innerhalb der Stadt Lüdenscheid nicht ausschließlich über die zentralen Versorgungsbereiche sichergestellt werden kann, decken die **Nahversorgungsstandorte** in städtebaulich integrierter Lage bzw. mit Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen (Grundversorgungsstandorte) räumliche Versorgungslücken ab. Solitäre Nahversorgungsstandorte dienen heute (und perspektivisch) der ergänzenden wohnungsnahen Grundversorgung. Deshalb besitzt die Zielsetzung, eine möglichst flächendeckende, wohnungsnahe Grundversorgung im gesamten Stadtgebiet durch funktionsfähige **ergänzende Grund- und Nahversorgungsstandorte** zu sichern, ebenfalls hohe Priorität.

Nahversorgungsstandorte sind städtebaulich schutzwürdig, weil sie neben den zentralen Versorgungsbereichen einen wichtigen Baustein zur Sicherstellung der wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung darstellen. Sie sind daher bei Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters – unabhängig, ob innerhalb oder außerhalb der Stadt Lüdenscheid – bei einer städtebaulichen Verträglichkeitsprüfung u. a. im Sinne von § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Anders als zentrale Versorgungsbereiche werden sie jedoch nicht räumlich abgegrenzt. Die

Schutzwürdigkeit eines solitären Nahversorgungsstandortes bezieht sich dabei **immer** auf seine ausgeübte Funktion als Nahversorger. Dieser Schutzstatus stellt ausdrücklich keinen Wettbewerbsschutz für Einzelbetriebe oder bestimmte Anbieter dar (**keine wettbewerbliche Schutzfunktion**). Die Schutzwürdigkeit entfällt zum Beispiel, wenn der Bestandsbetrieb am jeweiligen solitären Nahversorgungsstandort dasselbe Einzugsgebiet bedient, wie das zu prüfende Vorhaben, das sich ebenfalls in städtebaulich integrierter Lage befindet. Sonstige (solitäre) Standorte strukturprägender Lebensmittelanbieter in städtebaulich nicht integrierter Lage erhalten diesen städtebaulichen Schutzcharakter nicht, da sie aufgrund ihrer siedlungsräumlichen Randlage nicht primär der verbrauchernahen fußläufigen Versorgung dienen.

In Lüdenscheid können folgende solitäre Nahversorgungsstandorte in städtebaulich integrierter Lage im Stadtgebiet mit strukturprägenden nahversorgungsrelevanten Anbietern (ab 400 m² Verkaufsfläche) definiert werden:

- Lebensmitteldiscounter Lidl, Altenaer Straße (Grünewald)
- Lebensmitteldiscounter Aldi, Altenaer Straße (Wehberg)
- Lebensmitteldiscounter Aldi, Herscheider Landstraße (Bierbaum / Höh / Hellersen)
- Lebensmittelsupermarkt Halk Supermarkt, Honseler Straße (Honsel / Eichholz)
- Lebensmitteldiscounter Netto, Vogelberger Weg (Vogelberg)
- Lebensmitteldiscounter Lidl, Volmestraße (Brügge)
- Lebensmitteldiscounter Netto City, Worthstraße (Tinsberg / Kluse)

Ergänzend dazu sind die Grundversorgungsstandorte in Siedlungsrandlagen einzustufen. Sie nehmen aufgrund ihrer Lage, zu den dünner besiedelten Stadtbezirken einen besonderen Stellenwert als Versorgungsstandorte in räumlicher Nähe ein.

- Verbrauchermarkt Edeka, Talstraße (Brügge)
- Rewe Ihr Kaufpark, Breitenfeld (Wehberg)
- Rewe Ihr Kaufpark, Brockhauser Weg (Wehberg)
- Verbrauchermarkt Hit, Glatzer Straße (Honsel / Eichholz)

9 Lüdenscheider Sortimentsliste

Bei Entscheidungen zu Einzelhandelsentwicklungen ebenso wie bei der Einzelhandelssteuerung in der Bauleitplanung stellt die Lüdenscheider Sortimentsliste eine wichtige, weil unverzichtbare, Ergänzung zu der bereits vorliegenden Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche dar. Eine ortsspezifische Vorgehensweise ist notwendig und zielführend, reicht doch z. B. zum Ausschluss von Warengruppen im Rahmen von Bauleitplanverfahren gerade vor dem Hintergrund der aktuellen Rechtsprechung insbesondere des OVG Münster (Urteile z. B. zu Vorhaben in Rhede und Sundern), die Berufung z. B. auf die Leitsortimente des LEP NRW oder aber auch den Einzelhandelserlass des Landes NRW nicht aus, sondern führt sogar zu einem bedeutenden Abwägungsmangel.

Rechtliche Einordnung von Sortimentslisten

Eine Sortimentsliste ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung richterlich anerkannt. Dabei steht in der Praxis die Zuordnung des sortimentsspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional bestimmten zentralen Versorgungsbereichen (gemäß §§ 2 (2), 34 (3), 9 (2a) BauGB, § 11 (3) BauNVO) im Vordergrund der Betrachtungen.

- In der Bauleitplanung ist die Sortimentsliste für
- Sortimentsbindungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel (insbesondere mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten) und
- bei der Zulässigkeit, dem Ausschluss bzw. der ausnahmsweisen Zulässigkeit des sortimentspezifischen Einzelhandels in unterschiedlichen Baugebieten nach §§ 2 - 9 BauNVO unter Bezugnahme auf § 1 (5) und (9) BauNVO sowie
- sortimentsspezifischen Festsetzungen in einfachen Bebauungsplänen im bislang unbeplanten Innenbereich nach § 9 (2a) BauGB relevant.

Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bau- und Planungsrechts kann mit Hilfe der Sortimentslisten beispielsweise in Misch- und Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel ausgeschlossen und dadurch das Zentrengefüge erhalten und – letztendlich entscheidend – entwickelt und gestärkt werden. Denn für die Zentrenstruktur einer Kommune können nicht nur großflächige (> 800 m² Verkaufsfläche) Einzelhandelsbetriebe oder Einkaufszentren außerhalb der dafür bestimmten zentralen Versorgungsbereiche, sondern auch der nicht großflächige Einzelhandel (bis zu 800 m² Verkaufsfläche) mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten von Bedeutung sein. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Lebensmitteldiscountern oder Fachmärkten mit zentrenrelevanten Kernsortimenten. Diese operieren oft bewusst knapp unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit, um nicht gemäß § 11 (3) BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden.

Bei der Steuerung des Einzelhandels ist immer auf eine gemeindespezifische Sortimentsliste abzustellen, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen aber auch zu den Entwicklungsperspektiven einer Kommune besitzt. Ein Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen zentren- und

nahversorgungsrelevanter Sortimente, wie beispielsweise in Einzelhandelserlassen der Länder oder auch der Verweis auf andere Sortimentslisten (z. B. Kölner Liste) im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung, reicht nicht aus und ist rechtsfehlerhaft.

Sortimentslisten stellen einen wichtigen Bestandteil eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes / Masterplans dar, wobei eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und zur Vermeidung späterer Auseinandersetzungen, auch nicht zentrenrelevanten Sortimenten empfohlen wird.

Begriffsdefinitionen

Da es in der Planungspraxis neben der Diskussion über den eigentlichen Sinn und Nutzen von Sortimentslisten durchaus auch unterschiedliche Definitionen grundlegender Begriffe gibt, wird im Folgenden ein Kriterienkatalog dargelegt, nach dem zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente zu unterscheiden sind.

Tabelle 20: Merkmale zentrenrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente

Kriterium	Merkmale	
	zentrenrelevanter Sortimente	nicht zentrenrelevanter Sortimente
städtebauliche und Einzelhandelsstruktur	notwendig für einen attraktiven Branchenmix hoher Anteil der Verkaufsfläche in den zentralen Versorgungsbereichen (insbesondere Haupt- und Nebenzentren)	nicht prägend für zentrale Versorgungsbe- reiche Lage vornehmlich außerhalb von Zentren, städtebaulich integriert und nicht integriert
Besucherfrequenz	erzeugen und benötigen hohe Besucherfrequenzen, insbesondere auch im Zusammenhang mit der Kopplung von Aktivitäten	erzeugen eigene Besucherfrequenz
Integrationsfähigkeit	vergleichsweise geringer Flächenanspruch	sehr hoher Flächenanspruch (z. B. Möbel) autokundenorientiert
Einzelhandelszentralität	hohe Ausstrahlungskraft, teilweise auch Seltenheit	i. d. R. hohe kommunale und z. T. auch regionale Ausstrahlungskraft
Kopplungsaffinität	werden im Zusammenhang mit anderen Nutzungen im Zentrum aufgesucht (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen etc.)	werden i. d. R. gezielt angefahren, geringe bis keine Koppelungen mit anderen Aktivitäten
Transportfähigkeit	„Handtaschensortimente“, können leicht transportiert werden, d. h. es ist nicht regelmäßig ein privates Kfz erforderlich	können aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit nur eingeschränkt transportiert werden, i. d. R. Kfz notwendig

Quelle: Darstellung Junker+Kruse

- **Zentrenrelevante Sortimente** sind in der Regel für einen attraktiven Branchenmix notwendig und bedürfen einer zentralen Lage, da sie sich nicht nur durch die Erzeugung hoher Besucherfrequenzen und einer großen Ausstrahlungskraft auszeichnen, sondern ihrerseits auch selbst auf andere Frequenzbringer angewiesen sind. Dementsprechend sind solche Sortimente in zentralen Lagen am stärksten vertreten und verfügen idealerweise über eine hohe Seltenheit bzw. Überschussbedeutung. Ferner weisen sie Kopplungsaffinitäten zu anderen Handelsbranchen bzw. Zentrenfunktionen auf (Kopplungsaffinität), haben überwiegend einen relativ geringen Flächenanspruch (Integrationsfähigkeit) und lassen sich häufig als sogenannte „Handtaschensortimente“ Pkw-unabhängig transportieren. Insbesondere den

Warengruppen der mittelfristigen Bedarfsstufe kommt – auch in der Stadt Lüdenscheid – eine hohe Leitfunktion für die Innenstadt zu. Anbieter dieser Sortimente nehmen wichtige Magnetfunktionen für die Standortbereiche und somit die anderen dort ansässigen Betriebe wahr.

- Nahversorgungsrelevante Sortimente dienen der kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfsdeckung. Sie nehmen typischerweise insbesondere in Stadtteil- und Nahversorgungszentren zentrenprägende Funktionen ein. Sie haben dort entsprechend eine wichtige Magnetfunktion. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche kann im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung sinnvoll sein. Unter Berücksichtigung des Einzelfalls sind daher hier sachgerechte Standortentscheidungen mit dem Ziel, eine möglichst verbrauchernahe Versorgung mit Lebensmitteln zu gewährleisten und den Regelungsinhalten des § 11 (3) BauNVO sowie betriebsbedingten Anforderungen zu entsprechen, zu treffen.
- Bei nicht zentrenrelevanten Sortimenten handelt es sich schwerpunktmäßig um solche Waren, die zentrale Standorte nicht prägen und aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten werden (z. B. Baustoffe). Angesichts ihrer meist sehr großen Flächenansprüche (z. B. Möbel) haben diese Sortimente in der Regel – wie auch in Lüdenscheid – für den Einzelhandel in den städtebaulich-funktionalen Zentren keine oder nur eine sehr untergeordnete Bedeutung und besitzen somit im Umkehrschluss keine oder nur sehr geringe Folgewirkung(en) für die zentralen Einkaufsbereiche.

Landesplanerische Vorgaben in NRW

Bei der Aufstellung der ortstypischen Sortimentsliste sind auch die landesplanerischen Vorgaben zur Unterscheidung zentrenrelevanter und nicht zentrenrelevanter Waren zu berücksichtigen. Im Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) sind zentrenrelevante Leitsortimente benannt, die in besonderem Maße die Angebotsstruktur nordrhein-westfälischer Innenstädte prägen. Die Leitsortimente gemäß LEP NRW Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel sind stets zu beachten und unterliegen somit nicht der kommunalen Abwägung. Aufgrund der örtlichen Situation kann eine Kommune diese Liste der zentrenrelevanten Sortimente erweitern.

Leitsortimente gemäß LEP NRW

Zentrenrelevante Leitsortimente (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel

Zentrenrelevante Leitsortimente

- Papier / Bürobedarf / Schreibwaren
- Bücher
- Bekleidung, Wäsche
- Schuhe, Lederwaren

- medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel
- Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik
- Spielwaren
- Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Teilsortimente Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte)
- Elektrogeräte, Medien (=Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto – ohne Elektrogroßgeräte, Leuchten)
- Uhren, Schmuck

Lüdenscheider Sortimentsliste

Die Sortimentsliste stellt einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung der städtebaulichen Leitvorstellungen dar. Kuschnerus/Bischopink/Wirth⁴⁸ stellen im Sinne der Rechtssicherheit folgende Vorgehensweise bei der Erstellung von Sortimentslisten als sachgerecht dar:

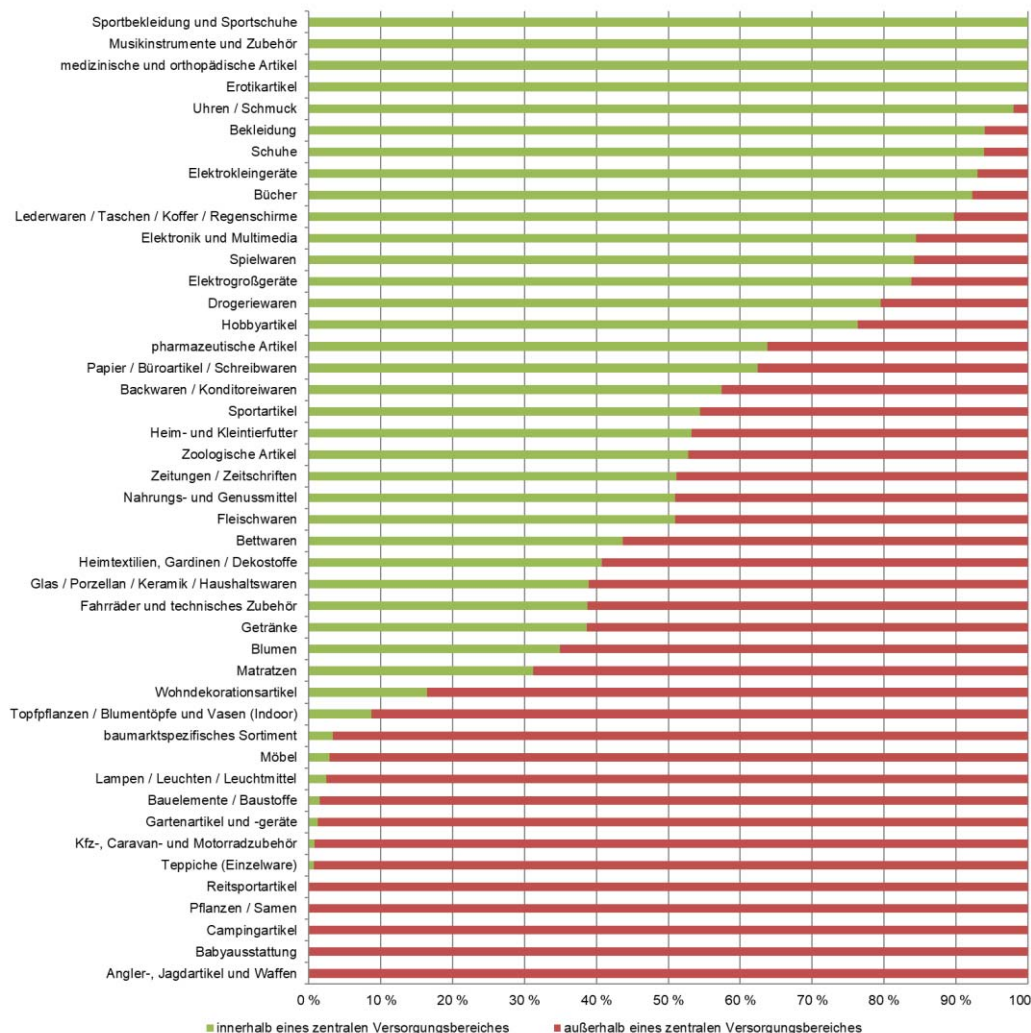
- Die im Rahmen des LEP NRW formulierten zentren- und nahversorgungsrelevanten Leitsortimente sind als wirksame Ziele der Raumordnung zu beachten und daher bindend. Eine ortstypische Sortimentsliste darf hinter diesen landesplanerischen Vorgaben nicht zurückbleiben.
- Im Rahmen der Aufstellung eines gemeindlichen Einzelhandelskonzeptes werden die tatsächlich vorhandenen, typischerweise als zentrenrelevant angesehenen Warensortimente in den zentralen Versorgungsbereichen, die durch die Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen, nach ihrem Umfang ermittelt (Sortimente, Verkaufsflächen).
- Die Aufnahme dieser Sortimente in die Liste der zentrenrelevanten Sortimente unterliegt regelmäßig keinen Bedenken – auch wenn dieselben Sortimente ggf. an anderen, solitären und städtebaulich nicht integrierten Standorten angeboten werden –, sofern entsprechende städtebauliche Zielvorstellungen im Gesamtkonzept formuliert werden, die ein weiteres Angebot dieser Sortimente im zentralen Versorgungsbereich begründen [bzw. im Umkehrschluss darlegen, warum sie außerhalb der Zentren gerade nicht angeboten bzw. entwickelt werden sollen].
- In der Rechtsprechung ist darüber hinaus anerkannt, sogenannte „zentrumsbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gemeindegebieten mit dem Ziel, dem Zentrum eventuelle Neuansiedlungen zur Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität zuzuführen, auszuschließen. Diese Sortimente können als zentrenrelevant in die gemeindespezifische Liste aufgenommen werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzeptes / Einzelhandelskonzeptes notwendig).
- Eine gemeindespezifische Liste kann durchaus mit generellen Auflistungen übereinstimmen, sie kann aber auch zu gewissen Abweichungen gelangen. Entscheidend ist, dass die konkrete Ausgestaltung der gemeindespezifischen Liste auf die örtlichen Verhältnisse

⁴⁸ Vgl. dazu Kuschnerus, U., Bischopink, O., Wirth, A. (2018): Der standortgerechte Einzelhandel. Bonn, Rd.Nr. 521

abgestimmt und im Hinblick auf die sich hieraus ergebenden konkreten städtebaulichen Erfordernisse motiviert ist.

Basierend auf einer differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des Einzelhandels in Lüdenscheid sowie unter Berücksichtigung der im Hinblick auf die Methodik bei der Erstellung von Sortimentslisten dargelegten Kriterien werden die einzelnen, erhobenen Sortimente zunächst aufgrund ihres überwiegenden, zum Zeitpunkt der Erhebung bestehenden Verkaufsflächenanteils in den Lagen innerhalb bzw. außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche aufgeteilt (vgl. Abbildung 17). Zum Teil sind die Sortimente zu Warengruppen aggregiert, wie beispielsweise die Warengruppe Gesundheit- und Körperpflege, welche Einzelsortimente wie Drogeriewaren, Parfümerie- und Kosmetikartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Apothekenwaren⁴⁹ umfasst.

Abbildung 17: Verkaufsflächen nach (ausgewählten) Sortimenten bzw. Warengruppen im Lüdenscheider Stadtgebiet in Anteilen (%) nach Lagen



Quelle: Darstellung Junker+Kruse

⁴⁹ Vgl. dazu auch Tabelle 1, S. 11

Tabelle 21: Sortimentsliste für die Stadt Lüdenschaid

Zentrenrelevante Sortimente	
Nahversorgungsrelevante Sortimente	
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Back- und Konditoreiwaren, Fleischwaren) Drogeriewaren, Körperpflegeartikel Getränke pharmazeutische Artikel ¹ Schnittblumen	
Bekleidung, Wäsche Bücher Elektrokleingeräte Elektronik und Multimedia ³ Erotikartikel Glaswaren, Porzellan, Keramik ⁶ / Haushaltswaren ⁷ Handarbeitsartikel / Kurzwaren / Meterware / Wolle Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe Hobbyartikel ⁸	Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme medizinische und orthopädische Artikel ⁹ Musikinstrumente und Zubehör Papier, Büroartikel, Schreibwaren Schuhe Spielwaren Sportartikel ¹⁰ Sportbekleidung und Sportschuhe Uhren / Schmuck Wohndekorationsartikel ¹¹ Zeitungen / Zeitschriften
Alle anderen Sortimente gelten als nicht zentrenrelevant: Beispiele für nicht zentrenrelevante Sortimente	
Angler-, Jagdartikel und Waffen ⁴ Bauelemente / Baustoffe ¹² baumarktspezifisches Sortiment ¹³ Bettwaren ¹⁴ Campingartikel ¹⁵ Elektrogroßgeräte Fahrräder und technisches Zubehör ⁵ Gartenartikel und -geräte ¹⁶ Kfz ¹⁸ -, Caravan ¹⁹ - und Motorradzubehör Kfz- und Motorradhandel* Kinderwagen Lampen / Leuchten / Leuchtmittel	Matratzen ²⁰ Möbel ²¹ Pflanzen / Samen Reitsportartikel ² Sportgroßgeräte ²² Teppiche (Einzelware) Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen (Indoor) zoologische Artikel, lebende Tiere (inkl. Heimtierfutter und Hygieneartikel für Heim- und Kleintiere)

Erläuterungen

1. nur freiverkäufliche Pharmazeutika
2. ohne Schuhe und Bekleidung
3. dazu gehören u. a.: Bild und Tonträger, Computer und Zubehör, Fotoartikel, Telekommunikation und Zubehör, Unterhaltungselektronik und Zubehör
4. ohne Bekleidung und Schuhe, Waffen = Sportwaffen
5. ohne Schuhe und Bekleidung
6. Glas / Porzellan / Keramik ohne Pflanzgefäße
7. Haushaltswaren umfassen: Küchenartikel und -geräte (ohne Elektrokleingeräte); Messer, Scheren, Besteck, Eimer, Wäscheständer und -körbe, Besen, Kunststoffbehälter und -schüsseln
8. Künstlerartikel / Bastelzubehör (Bastel- und Malutensilien wie Acryl-, Aquarell-, Öl- und Wasserfarben, Bastelmaterial, Klebstoff, Pinsel, Malblöcke, Staffeleien etc.), Sammlerbriefmarken und -münzen
9. dazu gehören u. a.: Hörgeräte, Optik / Augenoptik, Sanitätsartikel
10. Sportartikel / -kleingeräte ohne Sportgroßgeräte

11. Kunstgewerbliche Artikel / Erzeugnisse, Bilder, Bilderrahmen, Kerzenständer, Statuen, Wohnaccessoires, Dekorationsartikel, Ziergegenstände, Kunstblumen und -pflanzen
 12. inkl. Holz
 13. dazu gehören u. a.: Bodenbeläge (inkl. Teppiche, Rollware), Eisenwaren und Beschläge, Elektroinstallationsmaterial, Farben / Lacke, Fliesen, Heizungs- und Klimageräte, Kamine / Kachelöfen, Rollläden / Markisen, Sanitärartikel, Tapeten, Installationsmaterial, Maschinen / Werkzeuge
 14. Bettwaren umfassen u. a. Kissen, Bettdecken, Matratzenschoner
 15. zu Camping- und Outdoorartikeln zählen u. a. Zelte, Isomatten, Schlafsäcke (ohne Caravanzubehör, Bekleidung und Schuhe)
 16. Gartenartikel und -geräte umfassen: Blumenerde, Erden, Torf, Mulch, Bewässerungssysteme, Düngemittel, Garten- und Gewächshäuser, Teichbauelemente und -zubehör; Gartenwerkzeug wie z. B. Schaufeln, Harken, Scheren; Gartenmaschinen wie z. B. Garten- und Wasserpumpen, Hochdruckreiniger, Laubsauger, Motorsägen, Rasenmäher und -trimmer, Vertikutierer; Grillgeräte und -zubehör; Pflanzenschutzmittel, Regentonnen, Schläuche und Zubehör, Großspielgeräte; Pflanzgefäße (Outdoor auch Terrakotta)
 18. Kfz-Zubehör inkl. Autokindersitze
 19. zum Caravanzubehör zählen u. a.: Markisen, Vorzelte, Wohnwagenheizungen
 20. Matratzen ohne Bettwäsche (Heimtextilien)
 21. Möbel inkl. Badmöbel, Küchenmöbel, Büromöbel und Gartenmöbel / Polsterauflagen
 22. Sportgroßgeräte umfassen u. a.: Konditionskraftmaschinen, Großhanteln, Fußball-, Hockey- oder Handballtore, Turnmatten, Billardtische, Rennrodel, Boote
- * Kfz- und Motorradhandel gehört nicht zum Einzelhandel i. e. S. **Bei der Einzelhandelssteuerung in der Bauleitplanung gilt der großflächige Kfz- und Motorradhandel als einzelhandelsrelevante Vorprägung** und wird daher in die Liste der nicht-zentrenrelevanten Sortimente aufgenommen.

Erläuterungen zur Einordnung der nahversorgungsrelevanten Sortimente

Im Bestand liegt in den als **nahversorgungsrelevant** eingestuften Warensortimenten, wie z. B. **Nahrungs- und Genussmittel** und **Gesundheits- und Körperpflege** (mit den entsprechenden Teilsortimenten), der überwiegende Teil der Verkaufsfläche innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Sie besitzen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und in den Nahversorgungszentren eine wichtige Frequenzbringer- und Magnetfunktion auch für andere einzelhandelsrelevante Einrichtungen sowie für sonstige zentrenbedeutsame Nutzungsbausteine und Funktionen. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche kann im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung im Einzelfall sinnvoll sein. Aus diesem Grund sind diese Sortimente als nahversorgungsrelevant (als Spezialfall der zentrenrelevanten Sortimente) einzustufen.

Ebenfalls überwiegend wohnungsnah bzw. auch in den zentralen Versorgungsbereichen und i. d. R. auch im Zusammenhang mit den Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheits- und Körperpflege werden die Sortimente pharmazeutische Artikel, Zeitungen / Zeitschriften sowie Schnittblumen angeboten. Daher sind auch sie als nahversorgungsrelevant (als Spezialfall der zentrenrelevanten Sortimente) einzustufen.

Erläuterungen zur Einordnung der zentrenrelevanten Sortimente

Folgende Sortimente sind als zentrenrelevante Leitsortimente gemäß LEP NRW eingeordnet. Sie weisen jedoch nur zum Teil einen Angebotsschwerpunkt in der Innenstadt auf:

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

Aufgrund ihres Anteils innerhalb der Innenstadt prägen diese Sortimente in besonderem Maße das dortige Einzelhandelsangebot. In Ihrem Zusammenspiel leisten diese Sortimente einen wichtigen Beitrag zur Belebung und Attraktivität der Innenstadt. Sie übernehmen damit eine bedeutende Magnetfunktion für den zentralen Versorgungsbereich. Im Sinne des LEP NRW, Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel, des REHK und auch aufgrund der lokalen Situation bzw. der Weiterführung bestehender städtebaulicher Zielvorstellungen in Lüdenscheid sind daher diese Sortimente (mit allen ihren Teilsortimenten) als zentrenrelevante Sortimente in die Lüdenscheider Sortimentsliste aufzunehmen. In diesem Sinne wird auch das Sortiment Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik als zentrenrelevant eingestuft, obwohl der quantitative Schwerpunkt außerhalb zentraler Versorgungsbereiche liegt.

Die Warengruppe Wohneinrichtungsartikel umfasst verschiedene, unterschiedliche Einzelsortimente, dazu gehören vor allem Bettwaren, Matratzen; Haus- und Heimtextilien, Gardinen; Kunstartikel, Bilder, Rahmen; Teppiche (Einzelware). Aufgrund des bestehenden Angebotes dieser Sortimente an Sonderstandorten (z. B. XXXLUTZ Sonneborn, Poco) ist damit das Gros außerhalb zentraler Versorgungsbereiche bzw. außerhalb der Innenstadt angesiedelt. Während die Sortimente Bettwaren, Matratzen eine geringe zentrentragende Funktion einnehmen und auch aufgrund ihrer Beschaffenheit weniger als typische zentrenrelevante Sortimente einzustufen sind, werden im Sinne städtebaulicher Zielvorstellungen zur Stärkung der Innenstadt die Sortimente **Heimtextilien, Dekostoffe, Haus- und Tischwäsche** (inkl. Gardinen) und **Wohndekorationsartikel** (Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen) als zentrenrelevant eingestuft, da sie insbesondere auch in Form kleinerer Fachgeschäfte (z. B. Gardinenfachgeschäfte, Raumausstatter) einen Beitrag zur Vielfalt des innerstädtischen Angebotes leisten können.

Erläuterungen zur Einordnung der nicht zentrenrelevanten Sortimente

Zu den typischen nicht zentrenrelevanten Sortimenten gehören **Möbel** sowie **Bau- und Gartensortimente**, die üblicherweise, und so auch in der Stadt Lüdenscheid, an dezentralen Standorten bzw. Sonderstandorten in großflächigen Angebotsformen anzutreffen sind. Dies erklärt auch die Dominanz der Verkaufsflächen bzw. Anzahl entsprechender Betriebe außerhalb zentraler Lagen.

Zum Teil aufgrund der örtlichen Situation sowie der Beschaffenheit einzelner Sortimente aber insbesondere auch vor dem Hintergrund städtebaulicher Zielvorstellungen ergeben sich

besondere Begründungszusammenhänge für die Einordnung als nicht zentrenrelevantes Sortiment. Diese werden im Folgenden dargelegt:

Angler-, Jagdartikel, Waffen werden in Lüdenscheid lediglich außerhalb zentraler Lagen angeboten. Aufgrund der starken Spezialisierung und der deutlich untergeordneten funktionalen Bedeutung dieses Sortiments innerhalb der Warengruppe Sportartikel sowie im Rahmen der Einzelhandelsstruktur sind für diese Sortimente durch eine Ansiedlung eines entsprechenden Betriebes auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche keine negativen städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten. Daher wird für diese Sortimente die Einstufung als nicht zentrenrelevantes Sortiment weiterhin beibehalten.

Der Angebotsschwerpunkt des Sortiments **Bettwaren / Matratzen**⁵⁰ liegt vor allem außerhalb zentraler Lagen. Insbesondere handelt es sich dabei um spezielle, kleinflächige Fachmärkte oder die entsprechende Verkaufsfläche entfällt auf das Randsortiment größerer Anbieter, z. B. XXXLUTZ Sonneborn). Aufgrund der örtlichen Verkaufsflächenanteile in bzw. außerhalb zentraler Lagen aber vor allem auch aufgrund der Beschaffenheit des Sortiments Bettwaren / Matratzen (u. a. Raumbedarf, Transportfähigkeit) wird die Einstufung als nicht zentrenrelevant vorgenommen.

Der Verkaufsflächenschwerpunkt im Sortiment **Lampen, Leuchten, Leuchtmittel** liegt als Randsortiment großflächiger Anbieter an den Sonderstandorten (XXXLUTZ Sonneborn, Obi, Hellweg) deutlich außerhalb zentraler Lagen. Somit spiegelt sich auch in Lüdenscheid der Trend wider, dass Lampen und Leuchten in größeren Fachmärkten, wie Möbelhäusern oder Baumärkten (als Randsortiment) angeboten werden. Vor dem Hintergrund der branchenspezifischen Entwicklung sowie dem Angebotsschwerpunkt außerhalb zentraler Lagen wird eine Einstufung von **Lampen, Leuchten, Leuchtmittel** als nicht zentrenrelevant vorgenommen.

Campingartikel, Reitsportartikel wie auch **Sportgroßgeräte**, wurden in der Sortimentsliste als Teilsortiment der Sportartikel spezifiziert aufgeführt. Sie nehmen in zentralen Versorgungsbereichen bzw. in der Innenstadt eine deutlich untergeordnete Stellung ein. Aufgrund der sehr geringen quantitativen (teilweise nur als schmales Randsortiment) wie auch der funktionalen Bedeutung dieser Sortimente im Rahmen des Einzelhandelsangebotes im Stadtgebiet insgesamt bzw. in der Lüdenscheider Innenstadt, ist davon auszugehen, dass eine Ansiedlung eines entsprechenden Betriebes auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche keine negativen städtebaulichen Auswirkungen erwarten ließe. Daher werden diese Teilsortimente als **nicht zentrenrelevante** Sortimente eingestuft. Auch aufgrund ihrer besonderen Angebotscharakteristika (u. a. Platzbedarf, Transportfähigkeit) werden diese Teilsortimente als **nicht zentrenrelevante** Sortimente eingestuft. Diese Einordnung betrifft nicht die im Zusammenhang angebotene Sportbekleidung und -schuhe, diese sind als zentrenrelevant eingestuft.

Das Angebot im Teilsortiment **Fahrräder und technisches Zubehör** ist im Stadtgebiet nur sehr gering ausgeprägt (< 250 m² Verkaufsfläche) Es befindet sich zu weniger als 40 % in zentralen Versorgungsbereichen (Innenstadt, Nahversorgungszentrum Bräuckenkreuz) mit ausschließlich kleinflächigen Angeboten (Betriebsgrößen bis 100 m² Verkaufsfläche) bzw. als Randsortiment.

⁵⁰ Es wird ausdrücklich darauf hingewiesen, dass dieses Sortiment abzugrenzen ist von der Warengruppe Heimtextilien, Dekostoffe, Haus- und Tischwäsche, die als zentrenrelevant eingestuft wird.

Das übrige Angebot – außerhalb der Innenstadt – entfällt auf einen kleinflächigen Anbieter sowie Randsortimente größerer Anbieter (u. a. Hellweg, Obi).

Marktseitig ist dagegen ein Trend zu großflächigen Fachmärkten außerhalb zentraler Lagen zu beobachten (z. B. Megabike, LuckyBike). Derzeit findet in vielen Kommunen und somit nicht zuletzt auch in Lüdenscheid eine intensive Diskussion im Zusammenhang mit der Differenzierung des Sortiments Fahrräder und technisches Zubehör von der übergeordneten Warengruppe Sportartikel statt. Sportartikel besitzen unbestritten, insbesondere unter Berücksichtigung von Sportbekleidung und -schuhen, eine wichtige Magnetfunktion für innerstädtische Zentren. Fachabteilungen und Spezialgeschäfte einzelner Warengruppen tragen darüber hinaus zur Vielfalt des Angebotes bei. Großflächige Anbieter außerhalb zentraler Lagen – mit vergleichbaren Angeboten – verschärfen in der Regel den Wettbewerb. Vielfach ist aber auch zu beobachten, dass die Entwicklungschancen der Anbieter in den Zentren begrenzt sind und diese nach Standorten außerhalb der Zentren streben, an denen sie ihre Waren zeitgemäß anbieten können. Nicht zuletzt auch unter Berücksichtigung der überwiegend kleinteiligen Strukturen in der Innenstadt sowie vor dem Hintergrund der mittelfristigen Sicherung und Stärkung eines modernen Angebotes in diesem Sortiment im Lüdenscheider Stadtgebiet wird das Sortiment Fahrräder und technisches Zubehör als nicht zentrenrelevant eingeordnet (ohne Sportbekleidung und -schuhe).

Kinderwagen stellen ein Teilsortiment des Sortiments Babyausstattung dar, welches in Lüdenscheid ausschließlich außerhalb zentraler Versorgungsbereiche angeboten wird. Aufgrund der geringen zentrenprägenden Bedeutung sowie der Beschaffenheit, der Transportfähigkeit und dem Raumbedarf dieses Sortiments wird dieses auch künftig als nicht zentrenrelevant eingestuft.

10 Ansiedlungsregeln / Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes bilden **stadtentwicklungspolitische Zielvorstellungen für die Stadt Lüdenscheid** die übergeordnete Betrachtungsebene, aus der grundsätzliche Strategien zur künftigen räumlichen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Lüdenscheid abgeleitet werden.

Die als **Grundsätze** formulierten Leitlinien zum zukünftigen Umgang mit Einzelhandelsvorhaben bilden Grundlagen für die Bewertung einzelner Standorte hinsichtlich ihrer Eignung als perspektivische Einzelhandelsstandorte und helfen, potenzielle Ansiedlungs- wie Erweiterungsvorhaben hinsichtlich ihrer Zentrenverträglichkeit zu beurteilen.

Der wesentliche Vorteil dieser **gesamstädtischen Betrachtungsweise** ist, dass mögliche Summenwirkungen von unterschiedlichen Vorhaben, aber auch des bereits vorhandenen Einzelhandelsbestands außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches berücksichtigt werden. Dadurch können Umsatzumverteilungen die städtebauliche Relevanzschwelle – abweichend zur Einzelfallbetrachtung – (z. T. deutlich) übersteigen und somit mögliche negative städtebauliche Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur aufgezeigt werden.

Die nachfolgend aufgeführten Regelungen basieren weitgehend auf der bisherigen Steuerungspraxis in Lüdenscheid und entwickeln diese unter Berücksichtigung der aktuellen Rechtsprechung fort, sodass diese Grundsätze auch zukünftig bei der Neuansiedlung, Verlagerung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben angewandt werden können.

Zur Verbindlichkeit und Anwendung dieser Grundsätze ist vorab Folgendes herauszustellen:

- Die Regeln haben **keine unmittelbare Wirkung**, sondern stellen Grundsätze für die politische Willensbildung und Entscheidungsfindung sowie die Bauleitplanung dar;
- für die Zulässigkeit von Vorhaben ist uneingeschränkt die **bauplanungsrechtliche Situation** maßgebend;
- die Grundsätze betreffen **zukünftige Einzelhandelsentwicklungen**, d. h. sie gelten für Neuansiedlungen, Erweiterungen und Verlagerungen von Betrieben;
- **bestehende** bzw. genehmigte **Einzelhandelsbetriebe** bleiben – bezogen auf den genehmigten Bestand – von den formulierten Regeln unberührt (**Bestandsschutz**).
- Das Einzelhandelskonzept ist mit seinen Zielen und Grundsätzen nach Ratsbeschluss als **städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB** in der Bauleitplanung "zu berücksichtigen". Es löst als solches aber noch keine rechtsverbindlichen Folgen aus. Dies ist nur durch Umsetzung in Bauleitplanungen bzw. in Kombination mit den Vorschriften des Baugesetzbuchs und der Baunutzungsverordnung möglich.

Bei der Umsetzung der städtebaulichen Ziele und Grundsätze dieses Einzelhandelskonzeptes bei Bauleitplanungen, die Vorhaben des großflächigen Einzelhandels betreffen, ist grundsätzlich zu prüfen, welche **Ziele und Grundsätze des Kapitels 6.5 LEP NRW** (Ziele 6.5-1 bis Ziel 6.5-10) zu beachten sind. Diese Prüfung beschränkt sich im Einzelfall nicht allein auf die in den nachfolgenden Kapiteln 10.1.-10.3 benannten Ziele des LEP NRW, Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel (2017).

In der Planungspraxis können die Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes durch die Anwendung der verfügbaren Rechtsinstrumente verwirklicht werden. Neben der Bauleitplanung und der Anwendung der Einfügeklausel des § 34 Abs. 1 BauGB im Allgemeinen stehen folgende spezifische Rechtsinstrumente für die Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels zur Verfügung:

- § 1 Abs. 5 bis 9 BauNVO zur Beschränkung von Arten und Unterarten von Einzelhandelsnutzungen in festgesetzten Baugebieten;
- §11 Abs. 3 BauNVO (Beschränkung der Zulässigkeit des großflächigen Einzelhandels auf Kerngebiete und eigens dafür festgesetzte Sondergebiete);
- § 15 BauNVO (Unzulässigkeit von Vorhaben im Einzelfall, sofern sie nach Anzahl, Lage, Umfang oder Zweckbestimmung der Eigenart des Baugebiets widersprechen);
- § 34 Abs. 3 BauGB (Unzulässigkeit von Vorhaben, von denen schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sind);
- Aufstellung von Bebauungsplänen mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB (Ausschluss oder Einschränkung von bestimmten Arten von Nutzungen – also auch des Einzelhandels) zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden.

10.1 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten



Landesgesetzgebung:

Gemäß Ziel 6.5-1 des LEP NRW, Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel (2017) dürfen Standorte des großflächigen Einzelhandels lediglich im Regionalplan als Allgemeine Siedlungsbereiche ausgewiesenen Bereich dargestellt und festgesetzt werden. Gemäß Ziel 6.5-2 werden Standorte des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (dazu gehören gemäß Anlage 1 auch die gleichzeitig nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheits- und Körperpflegeartikel) ausschließlich den zentralen Versorgungsbereichen zugewiesen. Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne von § 11 (3) BauNVO 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.

Darüber hinaus ist das Beeinträchtigungsverbot gemäß Ziel 6.5-3 zu beachten.

Ausnahmsweise dürfen Sondergebiete für Vorhaben im Sinne von § 11 (3) BauNVO mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten gemäß Ziel 6.5-2 auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dann 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.“



Ziel

Sicherung und Stärkung einer attraktiven, möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung im Stadtgebiet durch Sicherung und Entwicklung eines funktionsfähigen zentralen Versorgungsbereiches sowie von Standorten im Sinne einer verbrauchernahen Versorgung der Lüdenscheider Bevölkerung.

Dieses Ziel steht im Einklang mit den landesplanerischen Vorgaben.

Grundsatz 1: Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

1.1 Standorte für (klein- und großflächige) Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment im Sinne der Lüdenscheider Sortimentsliste sollen **regelmäßig** in den zentralen Versorgungsbereichen liegen.

1.2 (Klein- und großflächige) Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment können **ausnahmsweise** auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereich ermöglicht werden, wenn

- der Standort eine städtebaulich integrierte Lage aufweist und
- das Vorhaben der Nahversorgung dient.

Diese Ausnahmeregelung gilt **nicht** für Standorte innerhalb von GE- / GI-Gebieten.

1.3 Bei künftigen Entwicklungen von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten an städtebaulich nicht integrierten Standorten ist eine Bestandsfestschreibung gemäß Ziel 6.5-7 LEP NRW zu prüfen und ggf. umzusetzen.

Erläuterungen zu Grundsatz 1

Vor dem Hintergrund der formulierten Zielsetzung einer arbeitsteiligen Versorgungsstruktur sowie dem Ausbau bzw. der Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung sollen Einzelhandelsbetriebe (sowohl großflächige als auch kleinflächige) mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment in den zentralen Versorgungsbereichen oder ergänzend an - gemäß Einzelhandelskonzept bestehenden oder potenziellen - Nahversorgungsstandorten liegen.

Um eine Kompatibilität zur „hierarchische Ordnung“ der Standortstruktur mit den zentralen Versorgungsbereichen und ihrer funktionalen Zuordnung zu gewährleisten und darüber hinaus durch ergänzende Nahversorgungsstandorte die Grundversorgung möglichst umfassend und damit auch für alle Bevölkerungsgruppen (mobile und immobile) attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es hierbei sinnvoll und zielführend, die Entwicklung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment in Abhängigkeit von der Zentrenkategorie bzw. dem Kaufkraftpotenzial im zu versorgenden Bereich zu steuern. So soll gewährleistet werden, dass Neuansiedlungen sowie Erweiterungen bestehender Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Angeboten der Sicherung und Stärkung der wohnortnahen Grund- und Nahversorgung dienen und negative städtebauliche Auswirkungen auf die Zentren- sowie Versorgungsstruktur ausgeschlossen werden. Dabei geht es grundsätzlich nicht darum den Wettbewerb an einzelnen Standorten (zentraler Versorgungsbereich sowie auch ergänzenden Nahversorgungsstandorten) auszuschließen, sondern darum, die wohnungsnahe Nahversorgung zu sichern und zu stärken.

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt hat eine Versorgungsaufgabe für das gesamte Stadtgebiet. Die Nahversorgungszentren übernehmen eine Versorgungsaufgabe für die umliegenden Wohnsiedlungsgebiete und die Stadtbezirke bzw. deren Teilbereiche. In städtebaulich integrierten Lagen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiches können klein- und großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sinnvoll und möglich sein, wenn dadurch Versorgungslücken im Naheinzugsbereich geschlossen werden können. Neben der Voraussetzung, dass diese der Nahversorgung der im unmittelbaren Umfeld vorhandenen Wohnbevölkerung dienen, ist hierbei sicherzustellen, dass vom Vorhaben keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche oder die Standortstruktur im Sinne des Einzelhandelskonzeptes ausgehen.

Für die Verkaufsflächendimensionierung von entsprechenden Einzelhandelsbetrieben bietet die Gegenüberstellung von projiziertem Vorhabenumsatz und verfügbarer Kaufkraft im Naheinzugsbereich des Vorhabens sowie die Ermittlung der Distanz des Vorhabens zu den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen eine bewährte Möglichkeit zur Operationalisierung der genannten Kriterien.

Von einem städtebaulich sinnvollen **Nahversorgungsstandort** (Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel) kann demnach ausgegangen werden, wenn

- es sich um einen städtebaulich integrierten Standort handelt, der
- regelmäßig außerhalb des Naheinzugsbereichs des zentralen Versorgungsbereiches liegt, d. h., dass keine mehr als unwesentliche (> 10 %) Überschneidung der 600 m-Isodistanz mit der 600 m-Isodistanz des zentralen Versorgungsbereiches besteht und

- die sortimentspezifische Kaufkraftabschöpfung des Vorhabens im funktionalen Versorgungsgebiet eine Quote von bis zu 35 % - 50 % (Orientierungswert) der sortimentspezifischen Kaufkraft (Nahrungs- und Genussmittel) der Bevölkerung nicht überschreitet.

Als **städtebaulich integrierte Lage** im Sinne des Lüdenscheider Einzelhandelskonzeptes werden Standorte definiert, deren direktes siedlungs- bzw. wohnstrukturelles Umfeld von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist und somit ein Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen besteht, ohne dass städtebauliche Barrieren (wie zum Beispiel Bahngleise, Autobahnen, Hauptverkehrsstraßen ohne geeignete Querungsmöglichkeiten) den Standort von der Wohnbebauung separieren und die fußläufige Erreichbarkeit einschränken.

Als **funktionales Versorgungsgebiet** ist regelmäßig derjenige Bereich zu definieren, den ein Vorhaben fußläufig versorgen soll (600 m-Isodistanz). Um die vorstehende Bedingung zu erfüllen, müsste für moderne Lebensmittelmärkte in einer Größenordnung ab rd. 1.000 m² Verkaufsfläche ein Bevölkerungspotenzial von mindestens rund 5.000 Einwohnern im fußläufigen Einzugsbereich (bzw. funktionalen Versorgungsgebiet) vorhanden sein⁵¹. Bei Nicht-Erfüllung dieser Bedingung wäre ein entsprechender Anbieter auf Kaufkraftzuflüsse von Gebieten außerhalb des direkten Wohnumfeldes angewiesen, was negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsgebiete und die Nahversorgungsstrukturen vermuten ließe und den eingangs formulierten Zielsetzungen somit entgegenstände.

Um auch in Bereichen mit geringer Siedlungsdichte außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches, die ansonsten lediglich über geringfügige bzw. keine eigenständigen Versorgungsstrukturen verfügen, eine zukunftsfähige Nahversorgung zu ermöglichen, kann bei der Einordnung und Bewertung von entsprechenden Vorhaben (Einzelfallprüfung) auf über die rein fußläufige Erreichbarkeit hinausgehende Siedlungsbereiche innerhalb der Stadt Lüdenscheid zurückgegriffen werden. Diese sollen eine räumliche und funktionale Beziehung zu einem potenziellen Standort aufweisen (funktional zugewiesenes Versorgungsgebiet). Demnach ist ein funktionales Versorgungsgebiet anhand nachprüfbarer Kriterien (u. a. siedlungsräumliche Strukturen, verkehrliche Barrieren, Lage und Entfernung zum Zentrum und Nahversorgungsstandorten, Einbindung in das Netz des öffentlichen Nahverkehrs) einzelfallbezogen zu definieren. Dabei ist derzeit im Lüdenscheider Stadtgebiet bei einer einzelhandelsrelevanten Zentralität von 0,83 zwar ein rechnerisches, absatzwirtschaftlich tragfähiges Potenzial vorhanden, jedoch besteht aktuell grundsätzlich kein räumliches Defizit, welches ein Potenzial zur Öffnung eines zusätzlichen Standortes darstellt.

Ein heute marktgängiger **Drogeriemarkt** erfüllt in Lüdenscheid für keinen Standort außerhalb der Innenstadt diese Bedingungen. Folglich sind entsprechende Betriebe **immer in den zentralen Versorgungsbereich** zu lenken.

Die Ausnahmeregelung zum Grundsatz 1 gilt ausdrücklich nicht für Standorte innerhalb von Gewerbegebieten, auch um den Charakter dieser Gebiete zu erhalten und sie für gewerbliche Nutzungen vorzuhalten.

⁵¹ Bei einer Flächenproduktivität von rund 5.000 Euro / m² und einem Anteil der Lebensmittelverkaufsfläche von ca. 80 % (das impliziert regelmäßig einen Anteil des nahversorgungsrelevanten Kernsortiments von rund 90 %).

Eine über den Bestandsschutz hinausgehende Veränderung der bestehenden sowie eine Ansiedlung von zusätzlichen Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten an **städtebaulich nicht integrierten Standorten** sind hingegen konsequent auszuschließen. Insbesondere Standorte innerhalb von Gewerbe- und Industriegebieten (mögliche Ausnahmen: Kioske und „Convenience-Stores“) sind ausdrücklich ausgeschlossen, um den Charakter dieser Gebiete zu erhalten. In Gewerbegebieten können z. B. kleinteilige Anbieter (wie sog. Convenience Stores) und Kioske zur Versorgung der dort arbeitenden Menschen möglich sein.⁵²

In jedem Fall ist bei der möglichen Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebes mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment in städtebaulich integrierter Lage eine Einzelfallbetrachtung unter Einbeziehung der o. a. Indikatoren durchzuführen sowie eine dezidierte Abwägung aller einzelhandelsrelevanten städtebaulichen Belange erforderlich. Ggf. ist im Rahmen einer städtebaulichen Verträglichkeitsstudie i. S. v. § 11 (3) BauNVO nachzuweisen, dass negative städtebauliche Auswirkungen (in Lüdenscheid und anderen Gemeinden) auf zentrale Versorgungsbereiche sowie die wohnortnahe Versorgung nicht zu erwarten sind.

Zulässigkeit von Vorhaben gemäß den landesplanerischen Vorgaben

Durch die Ziele Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes sowie die Operationalisierung der Nahversorgung setzt sich die Stadt Lüdenscheid einen Rahmen zum Umgang mit Vorhaben zur Ansiedlung von Lebensmittelmärkten. Dabei steht vor allem die Sicherung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche sowie die Sicherung und Stärkung einer wohnungsnahen Versorgung im Vordergrund. Sie dienen einer ersten Einordnung eines potenziellen Vorhabens und nicht zuletzt auch mit Blick auf die Entscheidung ggf. ein Bauleitplanverfahren einzuleiten, um es im Sinne städtebaulicher Zielvorstellungen zu ermöglichen oder auch abzuwehren. Schließlich stellt doch das Einzelhandelskonzept entsprechend der systematischen Stellung in § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB als städtebauliches Entwicklungskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen einen Abwägungsbelang dar.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass sich die Zulässigkeit von Vorhaben in Gebieten mit Bebauungsplan entweder nach den Festsetzungen für die Baugebiete gemäß §§ 2 bis 9 BauNVO bzw. nach § 11 (3) BauNVO bei Großflächigkeit sowie im unbeplanten Innenbereich nach § 34 (2) BauGB (ggf. i. V. m. § 11 (3) BauNVO) und § 34 (3) BauGB ergibt.

Kleinflächige Lebensmittelmärkte sind demnach regelmäßig in Kerngebieten (MK), Mischgebieten (MI), Urbanen Gebieten (MU), allgemeinen Wohngebieten (WA), besonderen Wohngebieten (WB), Gewerbe (GE)- und Industriegebieten (GI) zulässig und zur Gebietsversorgung in Kleinsiedlungsgebietes (WS) bzw. ausnahmsweise zur Gebietsversorgung in reinen Wohngebieten (WR) gemäß Baunutzungsverordnung (BauNVO) zulässig. Auch kann sich gemäß § 34 BauGB eine Zulässigkeit von kleinflächigen Lebensmittelmärkten ergeben.

Mit Blick auf die städtebaulichen Zielvorstellungen (Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes) ist jedoch hervorzuheben, dass - in Abwägung gesamtstädtischer Interessen - in

⁵² Ableitbare Größenordnung für einen Lebensmittelladen in einem Gewerbegebiet mit 500 – 1.000 Beschäftigten (gerundete Werte)

bei 500 Beschäftigten	max. 50 m ² Verkaufsfläche
bei 1.000 Beschäftigten	max. 100 m ² Verkaufsfläche

Gewerbe- und Industriegebieten kein Einzelhandel, insbesondere auch kein Lebensmitteleinzelhandel, angesiedelt werden darf. Darüber hinaus sollen Betriebe die Anforderungen an einen Nahversorgungsstandort (s.o.) erfüllen.

Die Ansiedlung **großflächiger Lebensmittelmärkte** sollte jeweils im Zuge einer Einzelfallbetrachtung immer in Abstimmung mit der Genehmigungsbehörde (Bezirksregierung Arnsberg) durchgeführt werden. Die Zulässigkeit großflächiger Lebensmittelmärkte unterliegt dabei den Vorgaben des LEP NRW Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel sowie dem § 11 (3) BauNVO. Entsprechend sind zwei Planungswege zu unterscheiden:

1. Vermutungsregel des § 11 (3) S. 3 BauNVO

Standorte für großflächige Lebensmittelmärkte dürfen gemäß Ziel 6.5-2 LEP NRW nur in (bestehenden oder neu zu entwickelnden) zentralen Versorgungsbereichen liegen. Damit verknüpft ist eine Kerngebiets- oder Sondergebietspflicht für Vorhaben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten i. S. v. § 11 (3) BauNVO, zu denen unter Berücksichtigung der zentrenrelevanten Leitsortimente nach Anlage 1 (Kapitel 6.5, LEP NRW) auch großflächige Lebensmittelmärkte gehören.

Im Planungsfall ist bei einem Vorhaben mit einer Geschossfläche größer 1.200 m² im Rahmen einer typisierenden Betrachtung gemäß § 11 (3) S. 2 BauNVO anzunehmen⁵³, dass Auswirkungen (i. S. v. § 11 (3) BauNVO) von einem solchen Vorhaben ausgehen (Regelvermutung). Im Rahmen einer städtebaulichen Wirkungsanalyse ist zu untersuchen, ob ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen zu erwarten ist, welches einer Zulässigkeit des Vorhabens ggf. entgegenstehen würde. Zur Festsetzung eines städtebaulich verträglichen Vorhabens in einem Kerngebiet oder einem Sondergebiet ist immer ein entsprechendes **Bauleitplanverfahren** durchzuführen.

2. Ausnahmeregelung: Städtebauliche Atypik Nahversorgung

Im Sinne der Ausnahmeregelung gemäß Ziel 6.5-2 LEP NRW kann für ein Vorhaben (großflächiger Lebensmittelmarkt) eine atypische Fallgestaltung geltend gemacht werden. In diesem Fall ist die **Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarktes auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches möglich**, wobei das Vorhaben nicht kern- oder sondergebietspflichtig ist. Es unterliegt, wenn die Gemeinde keine entsprechende Festsetzung beabsichtigt, keinem Bauleitplanverfahren, sondern lediglich einer **Baugenehmigung**.

Es ist - in Abstimmung mit der Genehmigungsbehörde (Bezirksregierung Arnsberg) - dazu immer eine **Einzelfallbetrachtung** durchzuführen bzw. der **Nachweis einer städtebaulichen Atypik** zu erbringen. Für Lebensmittelmärkte (mit einer Geschossfläche von mehr als 1.200 m²) bestehen Anhaltspunkte für eine städtebauliche Atypik (Nahversorgung), wenn

- der Flächenanteil der nicht nahversorgungsrelevanten Sortimente weniger als 10 % der Gesamtverkaufsfläche beträgt,

⁵³ Unterhalb des Wertes der Regelvermutung von 1.200 m² Geschossfläche ist es Aufgabe der Genehmigungsbehörde, im Einzelfall Anhaltspunkte dafür geltend zu machen, dass mit maßgeblichen Auswirkungen zu rechnen ist.

- der Standort städtebaulich integriert ist,
- der Sicherung der verbrauchernahen Versorgung dient und
- hinsichtlich des induzierten Verkehrsaufkommens verträglich eingestuft werden kann.

Dabei ist von einer verbrauchernahen Versorgung auszugehen, wenn die Kaufkraftabschöpfung im fußläufigen Nahbereich nicht mehr als 35 % beträgt.

Erst wenn eine städtebauliche Atypik nachgewiesen ist, ist eine Bewertung potenzieller Auswirkungen durchzuführen. Dies geschieht i. d. R. in Form eines Verträglichkeitsgutachtens (städtebauliche Wirkungsanalyse i. S. v. § 11 (3) BauNVO).

10.2 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten



Landesgesetzgebung:

Gemäß dem Ziel 6.5-1 des LEP NRW, Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel (2017) dürfen Standorte des großflächigen Einzelhandels lediglich in im Regionalplan als Allgemeine Siedlungsbereiche ausgewiesenen Bereich dargestellt und festgesetzt werden. Gemäß dem Ziel 6.5-2 werden Standorte des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten ausschließlich den zentralen Versorgungsbereichen zugewiesen. 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.

Darüber hinaus ist das Beeinträchtungsverbot gemäß Ziel 6.5-3 zu beachten.

Zentrenrelevant sind die Sortimente gemäß Anlage 1 des LEP NRW und weitere von der jeweiligen Gemeinde als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (ortstypische Sortimentsliste).



Ziel

Erhalt und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion und der regionalen Ausstrahlung der Lüdenscheider Innenstadt als bedeutendster Einzelhandelsstandort im Stadtgebiet durch Sicherung und Entwicklung der Einzelhandelszentralität, der Funktionsvielfalt und der Identifikationsmöglichkeiten.

Grundsatz 2: Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (ohne Nahversorgungsfunktion)

2.1 Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe i. S. v. § 11 Abs. 3 BauNVO mit zentrenrelevantem Kernsortiment, aber ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente im Sinne der Lüdenscheider Sortimentsliste, müssen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt liegen.

2.2 Standorte für nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment, aber ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente, müssen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt liegen.

2.3 Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment dürfen nicht in Gewerbe- und Industriegebieten angesiedelt werden.

Erläuterungen:

Um die Zukunftsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt mit seiner Versorgungsfunktion als Hauptgeschäftsbereich zu gewährleisten und so das Standortgefüge innerhalb des Lüdenscheider Stadtgebietes attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend, die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern. Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen demnach zukünftig ausschließlich in den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt gelenkt werden, um diesen Standort in seiner Versorgungsbedeutung zu sichern und weiter zu entwickeln sowie einen ruinösen, städtebaulich schädlichen Wettbewerb der verschiedenen Einzelhandelsstandorte untereinander zu vermeiden. Eine klare Priorisierung muss dabei in Anbetracht seiner Bedeutung auf diesem zentralen Versorgungsbereich liegen. Dies gilt insbesondere für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment.

Eine **räumliche Lenkung** von Einzelhandelsentwicklungen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches im Sinne einer positiven Innenstadtentwicklung ist dabei zu empfehlen. Insbesondere bei Neuansiedlungen von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten folgende Kriterien geprüft werden:

- Die Lage des Vorhabenstandortes, im Hinblick auf die Möglichkeit einer städtebaulichen Verknüpfung mit bestehenden Strukturen zur künftigen Nutzung von Synergien,
- die Größe (Verkaufsfläche) und das Warenangebot (Betriebstyp, Warenangebot) des Vorhabens vor dem Hintergrund einer kommunalen und regionalen Verträglichkeit sowie
- die Funktion im Sinne einer Ergänzung / Diversifizierung des bestehenden Angebotes.

Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass nicht jede zur Verfügung stehende Fläche innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches durch Einzelhandel genutzt werden sollte / muss, sondern im Einzelfall auch andere zentrentypische Nutzungen (wie beispielsweise Dienstleistungen oder Gastronomie) im Sinne einer multifunktionalen Ausrichtung des Zentrums in den Abwägungsprozess eingestellt werden sollten.

Die Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten zum zentralen Versorgungsbereich erfasst auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe. Denn auch diese Betriebe sind funktionsbestimmend für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt. Daher impliziert die Regel einen **grundsätzlichen Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit**

zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt. Die Ansiedlung mehrerer kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt kann in der Summenwirkung dazu führen, dass die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches beeinträchtigt wird. Die Zielsetzung der Erhaltung und Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt erfordert es daher, auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe möglichst und ausschließlich auf diesen zu lenken.

Jedoch sieht der Gesetzgeber unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit (mit Ausnahme des § 34 Absatz 3 BauGB) keinen Prüfbedarf und damit auch keinen expliziten Regelungsbedarf. Trifft dies auf Lebensmittelmärkte in der überwiegenden Mehrheit der Ansiedlungsfälle sogar zu, muss dies für andere zentrenrelevante Sortimente (wie z. B. Bekleidung, Schuhe, Elektronik) klar verneint werden. Fachmärkte mit einer Größenordnung von beispielsweise 500 m² Verkaufsfläche erreichen schnell relativ hohe Verkaufsflächenanteile im Verhältnis zu dem jeweiligen sortimentspezifischen Angebot im betroffenen zentralen Versorgungsbereich, sodass spätestens, in der Summe mehrerer solcher Vorhaben, städtebauliche Folgewirkungen sehr wahrscheinlich wären. Will man dies verhindert wissen, ist die Konsequenz ein gänzlicher Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel in Gebieten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche.

10.3 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten



Landesgesetzgebung:

Sondergebiete für großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen ausgewiesen werden, wenn

- der Standort im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB) liegt (Ziel 6.5-1 LEP NRW) und
- der zu erwartende Gesamtumsatz des Vorhabens die Kaufkraft der Einwohner der Stadt Lüdenscheid in den geplanten Sortimentsgruppen nicht überschreitet (Grundsatz 6.5-4 LEP NRW) und
- der Anteil der zentrenrelevanten Randsortimente unter 10 % der Gesamtverkaufsfläche liegt (Ziel 6.5-5 LEP NRW) und
- die Verkaufsfläche der zentrenrelevanten Randsortimente maximal 2.500 m² umfasst (Grundsatz 6.5-6 LEP NRW).



Ziel

Räumliche Konzentration auch des großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten auf dafür festgesetzte Sonderstandorte und Sicherung einer zukunftsfähigen Arbeitsteilung zwischen Hauptzentrum (Innenstadt), den Nahversorgungszentren und

Sonderstandorten zur Sicherung sowie zum Ausbau einer quantitativ und qualitativ guten Versorgung der Bevölkerung.

Grundsatz 3: Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten

- 3.1 Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten im Sinne der Lüdenscheider Sortimentsliste sollen auf Flächen innerhalb der ausgewiesenen Zentren gelenkt werden, sofern sie zu deren Stabilisierung beitragen, der Funktionsstufe des jeweiligen Zentrums entsprechen und städtebaulich, verkehrlich und funktional verträglich eingeordnet werden können.
- 3.2 Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten können aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs z. T. nicht in die gewachsene Innenstadt integriert werden. Sie dürfen sich daher auch ausnahmsweise an ausgewiesenen Fachmarktstandorten ansiedeln.
- 3.3 Standorte für nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen vorrangig im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt oder in den Nahversorgungszentren liegen.
- 3.4 Zentrenrelevante Randsortimente von großflächigen Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches dürfen bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche einnehmen. Dabei darf die entsprechende Verkaufsfläche insgesamt 800 m² nicht überschreiten.
- 3.5 Zwischen dem Kernsortiment und den Randsortimenten von Fachmärkten muss ein funktionaler Zusammenhang bestehen. Die Zentrenverträglichkeit des Randsortiments ist zu prüfen. Bei Bedarf sind die Randsortimente durch Bauleitplanung und Baugenehmigung so zu begrenzen, dass schädliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich nicht zu erwarten sind. Dies ist in Abhängigkeit von der Art und dem Umfang der geplanten bzw. betriebs-typischen Randsortimente und der Einzelhandelsstruktur im zentralen Versorgungsbereich im Einzelfall zu überprüfen.
- 3.6 Großflächige und nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment gemäß Lüdenscheider Sortimentsliste sollen nicht in Gewerbe- und Industriegebieten angesiedelt werden. (mögliche Ausnahme: Kfz-Handel)

Erläuterungen:

Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne von § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Lüdenscheider Sortimentsliste können im **zentralen Versorgungsbereich** liegen. Bei der nach § 11 (3) BauNVO erforderlichen bauleitplanerischen Zulassungsentscheidung ist im Einzelfall zu prüfen, ob die Ansiedlung eines derartigen Betriebes mit den städtebaulichen Zielsetzungen für den zentralen Versorgungsbereich vereinbart werden kann.

Daneben wird empfohlen, bauleitplanerische Standortentscheidungen für großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment auf städtebaulich geeignete Standorte zu konzentrieren. Voraussetzung hierfür ist, dass der avisierte Standortbereich Bestandteil eines im Regionalplan ausgewiesenen Allgemeinen Siedlungsbereichs (ASB) ist.

Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe ($\leq 800 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche) mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment sind planungsrechtlich auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches möglich (z.B. im MI, GE). Im Sinne der Ziele des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Lüdenscheid sollte vor Öffnung neuer Standorte insbesondere für nicht zentrenrelevanten Einzelhandel die Option einer Konzentration an bestehenden Standorten geprüft werden. Dabei sollen entsprechende Ansiedlungen nicht in Gewerbe- oder Industriegebieten stattfinden.

Zentrenrelevante Randsortimente von großflächigen Einzelhandelsbetrieben im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sind im Rahmen einer Sondergebietsfestsetzung so zu beschränken, dass schädliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich vermieden werden. Dabei dürfen die zentrenrelevanten Randsortimente 10 % der Gesamtverkaufsfläche (Ziel 6.5-5 des LEP NRW), jedoch nicht mehr als maximal 800 m^2 Verkaufsfläche, nicht überschreiten, wobei ggf. weiterführende Beschränkungen für ein Einzelsortiment sinnvoll und notwendig sein können (Einzelfallprüfung erforderlich). Die zulässige Randsortimentsfläche darf nicht von nur einem Sortiment belegt werden. Zwischen dem Kernsortiment und dem Randsortiment muss ein funktionaler Zusammenhang bestehen. In Einzelfällen kann auch eine weitergehende Beschränkung mit Blick auf die Zielsetzungen zur Entwicklung und Erhaltung des zentralen Versorgungsbereiches sinnvoll sein.

In bestehenden Gewerbe- und Industriegebieten ohne Einzelhandelsvorprägung ist der Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten gänzlich (also auch jener unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit) durch entsprechende Festsetzungen auszuschließen. Zum einen können solche Vorhaben die Vorrangstandorte gefährden, zum anderen hat die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben in Gewerbegebieten oftmals eine drastische Erhöhung der Bodenpreise im betroffenen Gebiet und somit einen Wettbewerbsnachteil insbesondere für mittelständische Handwerks- und Gewerbebetriebe zur Folge.

Bestehende großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment unterliegen grundsätzlich dem Bestandsschutz. Eine (wettbewerbsmäßige) Anpassung der Betriebe im Sinne einer Erweiterung der bestehenden Verkaufsflächen oder einer Veränderung der sortimentspezifischen Aufstellung des jeweiligen Betriebes sollte nur im Rahmen von Einzelfallprüfungen und unter Beachtung der Ziele und Grundsätze des fortgeschriebenen Einzelhandelskonzeptes bewertet werden.

10.4 Sonstige Steuerungsregeln

Grundsatz 4: Einzelhandelsagglomerationen

Die räumliche Konzentration mehrerer, selbständiger, auch für sich nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe (**Einzelhandelsagglomeration**) mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen, von denen in der Gesamtheit zentrenschädliche Auswirkungen im Sinne des § 11 (3) BauNVO ausgehen, ist zu vermeiden.

Erläuterung

Für den Begriff Einzelhandelsagglomeration gibt es derzeit keine Legaldefinition. Während man in der Praxis häufig davon ausgeht, dass mit der Formulierung „Einzelhandelsagglomerationen sind Ansammlungen mehrerer, selbständiger Einzelhandelsbetriebe, die in enger Nachbarschaft zueinander liegen“ mehr als zwei Einzelhandelsbetriebe gemeint sind, führt eine Rechtsprechung des Bayerischen Verwaltungsgerichtshofes aus, dass bereits zwei Einzelhandelsbetriebe eine Einzelhandelsagglomeration bilden können (vgl. dazu Urteil des Bayerischen Verwaltungsgerichtshof, 15. Senat vom 28.02.2017, AZ 15 N 15.2042). Die letztgenannte Auffassung wird auch von der Landesregierung NRW sowie der Bezirksregierung Arnsberg (als Genehmigungsbehörde) gestützt.

Dem Einzelhandelskonzept der Stadt Lüdenscheid liegt folgende Definition zu Grunde:

Einzelhandelsagglomerationen sind Ansammlungen von mehreren, selbstständigen Einzelhandelsbetrieben⁵⁴ (außerhalb zentraler Versorgungsbereiche), die in enger Nachbarschaft zueinander liegen und die jeweils für sich betrachtet auch unter der Schwelle der Großflächigkeit im Sinne des § 11 (3) Satz 1 Nr. 2 BauNVO bleiben können, aber in ihrer Gesamtheit / räumlichen Konzentration Auswirkungen wie bei Vorhaben i.S.v. § 11 (3) BauNVO auf zentrale Versorgungsbereiche sowie die (Nah-) Versorgungsstruktur haben können.

In eine **Einzelhandelsagglomeration** sind Einzelhandelsbetriebe einzubeziehen, die

- städtebaulich, funktional bzw. aus Sicht des Kunden aufeinander bezogen gelten, somit
- eine wechselseitige Ergänzung der Sortimente und / oder
- sonstige Synergieeffekte (etwa gemeinsame Nutzung von Werbeanlagen, Zufahrten oder Stellplätzen) erkennen lassen.

Im Einzelfall ist bei der Bewertung eines Vorhabenstandortes außerhalb zentraler Versorgungsbereiche immer auch das Umfeld in die Betrachtungen mit einzubeziehen und zu prüfen, ob eine Einzelhandelsagglomeration vorliegt. Dabei ist es irrelevant, ob die einzelnen Einzelhandelseinrichtungen gleichzeitig oder nacheinander entstanden sind (oder entstehen sollen).

In einem Planungsfall ist bezogen auf Ziel 6.5-8 LEP NRW zu prüfen, ob es sich

⁵⁴ Die Bezeichnung Einzelhandelsbetrieb bezieht sich hier auf einen Hauptbetrieb.

1. durch das Hinzutreten eines Einzelhandelsbetriebes am Vorhabenstandort um das Entstehen, die Verfestigung oder die Erweiterung einer Einzelhandelsagglomeration handelt von der raumordnerische Auswirkungen i.S.v. § 11 (3) BauNVO ausgehen können und
2. ob für die Gemeinde eine Handlungspflicht zum „Entgegenwirken“ gegen das Entstehen bzw. die Verfestigung einer Einzelhandelsagglomeration gegeben ist.

Die durch den LEP NRW in Ziel 6.5-8 den Gemeinden auferlegte Handlungspflicht darf dabei nicht weiter gehen als Ziel 6.5-2 oder Ziel 6.5-5 (LEP NRW). Um dem Entstehen, dem Verfestigen und der Erweiterung von Einzelhandelsagglomerationen entgegen zu wirken soll das bauplanungsrechtliche Instrumentarium (u. a. Einzelhandelsausschluss gemäß § 1 (5) BauNVO, § 1 (9) BauNVO oder Festsetzung Sondergebiet i. S. v. § 11 (3) BauNVO) genutzt werden.

Grundsatz 5: Annexhandel / Werksverkauf

Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben können angesiedelt werden, wenn

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet und
- die angebotenen Waren aus eigener Herstellung auf dem Betriebsgrundstück stammen oder im Zusammenhang mit den hier hergestellten Waren oder mit den angebotenen Handwerksleistungen stehen,
- die Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und
- die Verkaufsfläche des Einzelhandelsbetriebes eine Obergrenze von 400 m² nicht überschreitet.

Grundsatz 6: Zentrenrelevante Randsortimente in nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben; Kioske, Backshops

- 6.1 Zentrenrelevante Randsortimente von nicht großflächigen Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment (Fachgeschäfte / Fachmärkte) außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches dürfen bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche einnehmen. Diese Betriebe unterliegen unter dem Gesichtspunkt des Zentrumschutzes keiner Beschränkung bei der Standortwahl. Bei unerwünschter Agglomeration von Fachgeschäften in solitärer Lage oder in räumlichem Zusammenhang mit Fachmarktstandorten kann Planungsbedarf entstehen.
- 6.2 Kioske, Backshops und ähnliche kleinflächige Einzelhandelsbetriebe können angesiedelt werden, wenn sie der Nahversorgung dienen. In Gewerbegebieten sind Convenience-Stores und Kioske zur Versorgung der dort arbeitenden Menschen möglich.⁵⁵

⁵⁵ Ableitbare Größenordnung für einen Lebensmittelladen in einem Gewerbegebiet mit 500 – 1.000 Beschäftigten (gerundete Werte)

bei 500 Beschäftigten	max. 50 m ² VKF
bei 1.000 Beschäftigten	max. 100 m ² VKF

Grundsatz 7: Bestandsschutz, Erweiterungen und Nutzungsänderungen

- 7.1 Rechtmäßig bestehende Betriebe haben Bestandsschutz. Genehmigungspflichtige Erweiterungen und Nutzungsänderungen (auch Änderungen der zulässigen Sortimente), soweit sie wesentliche Auswirkungen erwarten lassen und nicht durch den Bestandsschutz erfasst werden, sind nach den gleichen Regeln zu beurteilen wie Neuansiedlungen.
- 7.2 Bei einer Verlängerung von Baugenehmigungen ist zu prüfen, ob sich zwischenzeitlich die Genehmigungsvoraussetzungen (insbesondere hinsichtlich der zu erwartenden Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich) geändert haben.

Erläuterung

Die Frage des Bestandsschutzes führt in unterschiedlichen Fallkonstellationen immer wieder zu Diskussionen. In der Bewertung von Vorhaben ergeben sich Konflikte, wenn der baugenehmigte und der ausgeübte Bestand nicht übereinstimmen bzw. das beabsichtigte Vorhaben mit dem baugenehmigten Bestand nicht kompatibel ist. Im Sinne des Einzelhandelskonzeptes gilt grundsätzlich:

Für bereits bestehende bzw. genehmigte Einzelhandelsbetriebe, deren Nutzung bzw. Größenordnung gemäß diesen Regelungen an einem Standort zukünftig nicht mehr zulässig wären, gilt mindestens der **„passive“ Bestandsschutz. Dieser bezieht sich auf den baugenehmigten Bestand und die genehmigte Funktion**⁵⁶. Er erfasst grundsätzlich nicht Bestands- und Funktionsänderungen und erlischt bei Zerstörung oder erheblicher Änderung des Objekts sowie bei Aufnahme einer anderen Nutzung⁵⁷.

Verlagerungen und Veränderung der Nutzung (Vergrößerung oder Verkleinerung der Verkaufsfläche, Veränderung der Sortimentsstruktur) von entsprechenden Einzelhandelsbetrieben, welche aus Betreibersicht im Allgemeinen im Sinne einer Standortsicherung beantragt werden, sind auf Grundlage der Gesamtsituation (Bestand + Planung)⁵⁸ nach den Prüfkriterien zu prüfen. Bei Verlagerungen sollte immer auch ein besonderes Augenmerk auf Altstandorte gerichtet werden. Diese sind zur Vermeidung negativer städtebaulicher Auswirkungen zentrenverträglich – auch mit der Option einer nicht einzelhandelsbezogenen Nutzung – zu überplanen.

Die spezifische und oftmals auch komplizierte bauplanungsrechtliche und bauordnungsrechtliche Sachlage kann die Anwendung der Prüfkriterien einschränken und macht Entscheidungen und Abwägungen vor dem Hintergrund der Ziele des Einzelhandelskonzeptes unabdingbar.

⁵⁶ Erläuternd wird darauf hingewiesen, dass es sich hier um den baugenehmigten Bestand (gemäß Baugenehmigung) und nicht um den bauplanungsrechtlich zulässigen Bestand (gemäß Bebauungsplan) handelt!

⁵⁷ vgl. dazu auch: Kuschnerus, U. (2004): Der sachgerechte Bebauungsplan – Handreichungen für die kommunale Planung, Münster, Rn. 390.

⁵⁸ Die höchstrichterliche Rechtsprechung zu diesem Themenkomplex (Urteil des BVerwG vom 29.11.2005 - 4 B 72/05 (VGH Mannheim)) fordert, dass bei der Erweiterung eines bestehenden Einzelhandelsbetriebes, die kein selbstständiges, abtrennbares Vorhaben, sondern vielmehr eine Änderung einer baulichen Anlage darstellt, das Gesamtvorhaben in seiner durch die Erweiterung geänderten Gestalt geprüft werden muss. Somit ist hierbei nicht allein die Erweiterung in eine Wirkungsanalyse einzustellen, sondern auch der Bestand entsprechend zu bewerten bzw. einzubeziehen.

10.5 Prüfschema zur ersten Bewertung von zukünftigen Einzelhandelsansiedlungs-, Erweiterungs- und / oder Verlagerungsvorhaben im Sinne der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes

Um zukünftig eine Vereinfachung und deutliche Beschleunigung sowohl der Beurteilung als auch dann ggf. erforderlichen formellen Planungsschritte zu ermöglichen, wird ein Prüfschema (Tabelle 22) empfohlen, dass eine **erste Bewertung** von neuen Vorhaben im Hinblick auf ihre Kompatibilität mit dem **Einzelhandelskonzept** und der dort formulierten Standortstruktur sowie den vorgeschlagenen Zielen und Grundsätzen ermöglicht. Den dargestellten übergeordneten Zielen und Grundsätzen folgend, sollen **Ansiedlungen von zentrenrelevantem Einzelhandel grundsätzlich nur im zentralen Versorgungsbereich** realisiert werden (Ausnahmen siehe Grundsätze). Neue Einzelhandelsvorhaben sind daher hinsichtlich ihrer Bedeutung für die Versorgungs- bzw. Standortstruktur in Lüdenscheid zu hinterfragen.

Grundsätzlich sei angemerkt, dass dieses Prüfschema nur eine erste **Grobbewertung** ermöglichen soll und z. B. eine – im Einzelfall erforderliche – **konkrete städtebauliche Wirkungsanalyse in keiner Weise ersetzen kann**.

Tabelle 22: Ansiedlungsempfehlungen¹ gemäß Einzelhandelskonzept nach Lage und Größe (Prüfschema)

Zentrenkategorie	Zentrenrelevantes Kernsortiment		Nahversorgungsrelevantes Kernsortiment		Nicht zentrenrelevantes Kernsortiment	
	kleinflächige EH-Betriebe (≤ 800 m² VKF)	großflächige EH-Betriebe (> 800 m² VKF)	kleinflächige EH-Betriebe (≤ 800 m² VKF)	großflächige EH-Betriebe (> 800 m² VKF)	kleinflächige EH-Betriebe (≤ 800 m² VKF)	großflächige EH-Betriebe (> 800 m² VKF)
Hauptzentrum		ja		ja		ja
Nahversorgungszentren		nein		ja		ja
außerhalb zentraler Versorgungsbereiche (WS-, WA-, WB-, MD-, MI-Gebiete gem. BauNVO)	nein	nein, gem. LEP NRW nicht zulässig	Nachweis der Nahversorgungsrelevanz und Zentrenverträglichkeit		ja	nein
Sonderstandort	nein	nein, gem. LEP NRW nicht zulässig	nein		ja, bei Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf max. 10 % der VKF	
Sonstige solitäre Standorte WR-, GE -, SO- (ohne Einzelhandel) Gebiete gem. BauNVO nicht eindeutige Gebietsstruktur (§ 34.1 BauGB), Prüfung!	nein	nein, gem. LEP NRW nicht zulässig	nein	nein, gem. LEP NRW nicht zulässig	grds. zulässig; Einzelfallprüfung erforderlich, Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente	in GIB gem. LEP NRW nicht zulässig; in ASB grds. zulässig; Einzelfallprüfung erforderlich, Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente

¹ Die Ansiedlungsempfehlungen gelten vorbehaltlich der konkreten bauplanungsrechtlichen Zulässigkeit und der Abwägung mit anderen Belangen im Bauleitplanverfahren sowie der baurechtsrechtlichen Zulässigkeit (vgl. hierzu insbesondere § 11 (3) BauNVO).

² Die Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente ist zentrenvertraglich zu gestalten: Außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt sind sie auf bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche, maximal jedoch 800 m² Verkaufsfläche zu begrenzen, wobei ein Einzelsortiment mit Blick auf die Zielsetzungen zur Entwicklung und Erhaltung der zentralen Versorgungsbereiche ggf. weiter beschränkt sein kann / sollte.

VKF = Verkaufsfläche, EH-Betrieb = Einzelhandelsbetrieb

Quelle: eigene Darstellung

11 Aktualisierung und Fortschreibung

Die hohe Dynamik der Veränderungen im Einzelhandel muss auch im Hinblick auf die Datengrundlage des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Lüdenscheid berücksichtigt werden. Die Lüdenscheider Einzelhandelslandschaft ist, wie auch bundesweit zu beobachten, durch permanente Veränderungen wie Neuansiedlungen, Betriebserweiterungen aber auch Betriebsaufgaben gekennzeichnet. Daraus kann, nicht zuletzt auch im Bereich der Nahversorgung, ein neuer Handlungsbedarf resultieren. Um diesen rechtzeitig erkennen und darauf reagieren zu können, bedarf die Datenbasis bzw. Bestandserhebung des gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes einer regelmäßigen Aktualisierung. Aufgrund der bauordnungsrechtlichen Vorschriften kann dies zumindest für großflächige Einzelhandelsansiedlungen laufend erfolgen.

Die Daten können kontinuierlich in ein zugehöriges Geoinformationssystem eingepflegt werden. Zum anderen ist eine regelmäßige neue Vollerhebung des Lüdenscheider Einzelhandels unumgänglich. Je nach Finanzierbarkeit sollte spätestens alle fünf Jahre eine vollkommene Neuerhebung des Einzelhandelsbestandes vorgenommen werden.

Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes

Das grundsätzliche Ziel des Einzelhandelskonzeptes, die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Lüdenscheid im Sinne einer zentrenorientierten und wohnortnahen Versorgungsstruktur auf die integrierten Standorte der zentralen Versorgung zu lenken, sollte jedoch unabhängig von kurzfristigen Veränderungen Fortbestand besitzen. Dennoch sind aufgrund der hohen Dynamik der im Einzelhandel ablaufenden Prozesse – z. B. im Bereich der Nahversorgung – unvorhergesehene Veränderungen und damit ein Bedarf zur Fortschreibung des Konzeptes nicht auszuschließen. Dieser Bedarf sollte erfahrungsgemäß etwa alle 5 Jahre von der Stadt Lüdenscheid in Absprache mit den Verfahrensbeteiligten und gegebenenfalls mit anderen relevanten Akteuren bewertet werden. Insbesondere die konkretisierten Maßnahmenvorschläge des Konzeptes bedürfen einer Erfolgskontrolle und eventuell einer Fortschreibung. Für das Einzelhandelskonzept kann sich die Notwendigkeit einer Fortschreibung ergeben, wenn sich z. B. Einzelhandelszentralitäten im regionalen und kommunalen Zusammenhang stark verschieben. Erhebliche Veränderungen der gesetzlichen Grundlagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung stellen ebenfalls eine mögliche Ursache für eine Fortschreibung der Konzepte dar.

Von großer Bedeutung ist angesichts der dynamischen Entwicklung von Angebots- und Nachfragestrukturen im Einzelhandel, dass allen Berechnungen und Bewertungen eine möglichst aktuelle Datenbasis zugrunde gelegt werden. Das gilt in besonderem Maß für

- Einwohnerzahlen für die Stadt Lüdenscheid und die umliegenden Städte und Gemeinden,
- sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern (Quelle: u. a. IFH Retail Consultants, Köln),

- Vorhaben zum großflächigen Einzelhandel mit Informationen zu Betreibern, Standort, Betriebsform, Sortiment, Verkaufsfläche, potenziellem Umsatz, Planungsfortschritt und geplantem Eröffnungstermin (Lüdenscheid und Region),
- bestehende Einzelhandelsbetriebe mit Informationen zu Betreibern, Standort, Betriebsform, Sortimenten, Verkaufsfläche, geschätztem Umsatz.

Fortschreibung qualitativer Kriterien

Neben den bereits beschriebenen Daten müssen auch die qualitativen Kriterien in regelmäßigen Zeiträumen (etwa alle 5 Jahre) kritisch überprüft und ggf. an neue Entwicklungen angepasst werden. Dazu zählen insbesondere die

- Anforderungen an Standorte für bestimmte Betriebsformen des großflächigen Einzelhandels (z. B. SB-Warenhäuser / Verbrauchermärkte, Bau- / Gartencenter, Möbel- / Einrichtungshäuser),
- als zentrenrelevant betrachteten Sortimente,
- Festlegungen zur Standortstruktur und zu den zentralen Versorgungsbereichen.

12 Die planungsrechtliche Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

Das Einzelhandelskonzept ist nach Ratsbeschluss als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1(6) Nr. 11 BauGB in der Bauleitplanung "zu berücksichtigen". Es löst als solches aber noch keine rechtsverbindlichen Folgen aus. Dies ist nur durch die Kombination mit den Vorschriften des Baugesetzbuchs und der Baunutzungsverordnung möglich. Die Planungspraxis zeigt zwar, dass die Umsetzung von Einzelhandelskonzepten teilweise auf Schwierigkeiten trifft; bei vollständiger und gezielter Anwendung des Rechtsinstrumentariums ist sie jedoch durchaus möglich.

Im Folgenden wird kurz erläutert, in welcher Weise das Einzelhandelskonzept durch die Anwendung der verfügbaren Rechtsinstrumente verwirklicht werden kann. Neben der Bauleitplanung und der Anwendung der Einfügeklausel des § 34 (1) BauGB im Allgemeinen stehen folgende spezifische Rechtsinstrumente für die Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels zur Verfügung:

- § 1 (5 - 9) BauNVO zur Beschränkung von Arten und Unterarten von Einzelhandelsnutzungen in festgesetzten Baugebieten;
- § 11 (3) BauNVO (Beschränkung der Zulässigkeit des großflächigen Einzelhandels auf Kerngebiete und eigens dafür festgesetzte Sondergebiete);
- § 15 BauNVO (Unzulässigkeit von Vorhaben im Einzelfall, sofern sie nach Anzahl, Lage, Umfang oder Zweckbestimmung der Eigenart des Baugebiets widersprechen);
- § 34 (3) BauGB (Unzulässigkeit von Vorhaben, von denen schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sind);
- Aufstellung von Bebauungsplänen mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB (Ausschluss oder Einschränkung von bestimmten Arten von Nutzungen – also auch des Einzelhandels) zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden).

Im Anschluss an die allgemeingültigen Ausführungen zur Anwendung des bauplanungsrechtlichen Instrumentariums wird in Tabelle 20 ein Überblick über die Entwicklungsziele und die bauplanungsrechtliche Situation der prägenden Einzelhandelsstandorte in der Stadt Lüdenscheid (außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche) gegeben.

12.1 Anwendung des § 1 Absatz 5 bis 10 BauNVO

Nach § 1 (5 - 9) BauNVO können die Standardvorschriften der BauNVO über die Zulässigkeit von Vorhaben in den Baugebieten der §§ 2 - 9 BauNVO individuellen Bedürfnissen angepasst werden, indem bestimmte Vorhaben ausgeschlossen oder nur für ausnahmsweise zulässig erklärt werden. Diese Möglichkeit kann auch dafür genutzt werden, in

bestimmten Baugebieten den zentrenrelevanten Einzelhandel auszuschließen und nur nahversorgungsrelevante Betriebe ausnahmsweise zulässig zu machen. Über § 1 (10) BauNVO können vorhandenen Betriebe über den Bestandsschutz hinausgehende Entwicklungsmöglichkeiten eingeräumt werden (sogenannte Fremdkörperfestsetzung).

Da großflächiger Einzelhandel in aller Regel ohnehin nur in eigens dafür festgesetzten Sondergebieten nach § 11 (3) BauNVO zulässig ist, liegt die Hauptbedeutung der Steuerung über § 1 (5 - 10) BauNVO darin, die Entwicklung des nicht großflächigen Einzelhandels zu steuern – entweder durch die Neuaufstellung von Bebauungsplänen oder durch die Änderung vorhandener Pläne durch Hinzufügung textlicher Festsetzungen. Auch die im Aufstellungsverfahren befindlichen Bebauungspläne sollten hinsichtlich ihrer Übereinstimmung mit dem Einzelhandelskonzept überprüft werden; ggf. sind deren Festsetzungen anzupassen.

12.2 Anwendung des § 11 Absatz 3 BauNVO

Nach § 11 (3) BauNVO sind großflächige Einzelhandelsbetriebe außer in Kerngebieten nur in eigens für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig, wenn sie sich „nach Art, Lage und Umfang auf die Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können.“ Dabei sind u. a. Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich des Betriebs sowie auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu berücksichtigen.

Das Einzelhandelskonzept leistet einen wichtigen Beitrag zur rechtssicheren Anwendung dieser Vorschrift, indem es die zu schützenden zentralen Versorgungsbereiche definiert und die Datengrundlage zur Klärung der Frage liefert, welche Auswirkungen von der Ansiedlung eines bestimmten Betriebs auf die Versorgung der Bevölkerung in dessen Umfeld zu erwarten wären.

12.3 Anwendung des § 15 BauNVO

Das Einzelhandelskonzept kann im Geltungsbereich von Bebauungsplänen dazu beitragen, die „Eigenart des Baugebiets“ zu definieren, zu der sich ein beantragtes Vorhaben nach „Anzahl, Lage, Umfang oder Zweckbestimmung“ nicht in Widerspruch setzen darf. In erster Linie ist für diese Definition allerdings der betreffende Bebauungsplan mit seinen Festsetzungen verantwortlich. Das Einzelhandelskonzept kann hier nur Interpretationshilfe liefern.

12.4 Anwendung des § 34 Absatz 3 BauGB

Für den unbeplanten Innenbereich hat der Gesetzgeber mit der Änderung des Baugesetzbuches durch das Europarechtsanpassungsgesetz Bau 2004 (EAG Bau) die Möglichkeiten

erweitert, die Entwicklung auch von nicht großflächigen Einzelhandelsvorhaben zu steuern. Bis zum EAG Bau 2004 konnten über die Einfügungsklausel des § 34 (1) BauGB nur Auswirkungen des beantragten Vorhabens in seiner "näheren Umgebung" berücksichtigt werden. Seit 2004 können auch "Fernwirkungen" zur Unzulässigkeit eines Vorhabens nach § 34 BauGB führen. Vorhaben des Einzelhandels sind gemäß § 34 (3) BauGB unzulässig, wenn von ihnen „schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sind“. Dies gilt unabhängig davon, ob es sich um einen großflächigen Betrieb im Sinne des § 11 (3) BauNVO handelt oder um einen kleineren Betrieb. Die Überschreitung der Grenze zur Großflächigkeit darf nicht als Indiz dafür verwendet werden, dass schädliche Auswirkungen zu erwarten sind. Dies muss immer im Einzelfall nachgewiesen werden. Das Einzelhandelskonzept kann durch seine Datengrundlage einen solchen Nachweis erleichtern.

Schädliche Auswirkungen im Sinne des § 34 (3) BauGB sind insbesondere dann zu erwarten, wenn der prognostizierte Kaufkraftabfluss aus zentralen Versorgungsbereichen dort zu Ladenleerständen, zu einer Einschränkung der Angebotsvielfalt oder zur Aufgabe eines für den Fortbestand des Zentrums wichtigen „Frequenzbringers" führt, sodass mit einem erheblichen Absinken des Versorgungsniveaus zu rechnen ist. § 34 (3) stellt dabei ausschließlich auf in der Realität bereits vorhandene zentrale Versorgungsbereiche ab. Eine mögliche Beeinträchtigung von lediglich geplanten Zentren kann einem Vorhaben nicht entgegengehalten werden. Ein Einzelhandelskonzept muss also – wie hier geschehen – klare Aussagen dazu treffen, ob definierte zentrale Versorgungsbereiche bereits vorhanden sind oder erst entwickelt werden sollen.

Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Lüdenscheid ist also auch zur Beurteilung von Vorhaben nach § 34 (3) BauGB heranzuziehen. Es benennt die zentralen Versorgungsbereiche, die vor schädlichen Auswirkungen durch Neuansiedlung von Betrieben außerhalb des Zentrums bewahrt werden sollen und grenzt sie ab. Das Konzept definiert zudem die Bedingungen, bei deren Vorliegen Einzelhändler zur Nahversorgung auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zugelassen werden.

12.5 Aufstellung von Bebauungsplänen mit Festsetzungen nach § 9 Absatz 2a BauGB

Da sich der Nachweis der „Zentrenschädlichkeit" eines Projektes im Baugenehmigungsverfahren mit seinen engen Fristen oft nur schwer führen lässt, eröffnete die BauGB-Novelle 2007 zusätzlich die Möglichkeit, durch einen einfachen Bebauungsplan bestimmte Arten von Nutzungen auszuschließen oder auf den Ausnahmetatbestand zu beschränken. § 9 Abs. 2a BauGB lautet:

2a) Für im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34) kann zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden, in einem Bebauungsplan festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der nach § 34 (1 und 2) zulässigen baulichen Nutzungen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden

können; die Festsetzungen können für Teile des räumlichen Geltungsbereichs des Bebauungsplans unterschiedlich getroffen werden. Dabei ist insbesondere ein hierauf bezogenes städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 (6) Nr. 11 zu berücksichtigen, das Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält. In den zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereichen sollen die planungsrechtlichen Voraussetzungen für Vorhaben, die diesen Versorgungsbereichen dienen, nach § 30 oder § 34 vorhanden oder durch einen Bebauungsplan, dessen Aufstellung förmlich eingeleitet ist, vorgesehen sein.

Ein Bebauungsplan, der lediglich Festsetzungen nach § 9 (2a) Satz 1 BauGB enthält, kann gemäß § 13 (1) BauGB im vereinfachten Verfahren aufgestellt werden. Damit kann u. a. von einer frühzeitigen Beteiligung der Öffentlichkeit und der Behörden abgesehen und auf einen Umweltbericht verzichtet werden. Der Geltungsbereich eines Bebauungsplans mit Festsetzungen nach § 9 (2a) BauGB kann aber auch auf ganze Quartiere ausgedehnt werden, die zum Teil bereits mit rechtsverbindlichen Bebauungsplänen überplant sind. Dort ist das identische Regelungsziel der Steuerung des zentrenrelevanten Einzelhandels durch die Einfügung von Festsetzungen nach § 1 (5, 9) BauNVO 1990 zu erreichen. Für derartige „strategische Bebauungspläne“ muss ein Umweltbericht angefertigt werden, da sie nicht nur Festsetzungen nach § 9 (2a) BauGB, sondern auch solche nach der BauNVO enthalten. Der Umweltbericht ist jedoch einfach herzustellen, da von einem Plan zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels die „klassischen“ Umweltschutzgüter (Tiere, Pflanzen, Boden, Wasser, Luft) nicht betroffen sind.

§ 9 (2a) BauGB nimmt ausdrücklich Bezug auf „ein ... städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 (6) Nr. 11 BauGB..., das Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält“. Damit wird verdeutlicht und anerkannt, dass die Aufstellung eines Einzelhandelskonzeptes in aller Regel Voraussetzung für die Aufstellung eines Bebauungsplans mit Festsetzungen nach § 9 (2a) BauGB ist. Die Festsetzungen von Bebauungsplänen zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels werden direkt aus dem Einzelhandelskonzept abgeleitet. Das gesamtstädtische Einzelhandelskonzept rechtfertigt die gesamtstädtische Steuerung des Einzelhandels durch strategische Bauleitplanung. Diese Bauleitplanung kann zweckmäßigerweise auf mehrere Bebauungspläne verteilt werden. Das Einzelhandelskonzept definiert die zentralen Versorgungsbereiche und bietet die Maßstäbe und Argumente dafür, auf welche Weise diese zu schützen sind und wie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung gesichert werden kann.

12.5.1 Definition des „zentralen Versorgungsbereiches“

Der Gesetzesbegriff des „zentralen Versorgungsbereichs“ umfasst grundsätzlich alle Stufen von Zentren. Der Begriff des zentralen Versorgungsbereichs setzt eine Mehrzahl von einander ergänzenden oder konkurrierenden Nutzungen voraus⁵⁹, das Zentrum muss eine eigene städtebauliche Qualität besitzen. Ein einzelner Betrieb stellt kein Zentrum dar, auch

⁵⁹ OVG Nordrhein-Westfalen, Urteil vom 11.12.2006 - 7 A 964/05-. juris.

nicht bei Großflächigkeit. Er darf nicht durch einen Bebauungsplan vor Konkurrenz geschützt werden, auch wenn er eine wichtige Nahversorgungsfunktion hat und sein Verbleib für die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung wünschenswert wäre. Schutz vor Konkurrenz darf kein Ziel der Bauleitplanung sein, daher ist auch eine "Überversorgung" in der Angebotsstruktur kein städtebaulich verwendbares Argument.

Anders als bei der Anwendung des § 34 (3) BauGB könnten über § 9 (2a) BauGB auch Bereiche geschützt werden, die nach der planerischen Konzeption der Stadt in ihren zentralen Funktionen erst noch entwickelt werden sollen. Ein Nukleus sollte allerdings bereits vorhanden sein. Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Lüdenscheid wurden daher nicht nur bereits vollständig, funktionsfähig, vorhandene Zentren benannt und abgegrenzt. Es wurde auch – allerdings mit einem abschlägigen Ergebnis – geprüft, ob andernorts ggf. weitere Zentren zu entwickeln sind.

12.5.2 Möglicher Geltungsbereich von Bebauungsplänen zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels

Festsetzungen nach § 9 (2a) BauGB können nur für unbeplante Innenbereichsflächen gemäß § 34 BauGB getroffen werden. Wie oben bereits erwähnt wurde, kann der Geltungsbereich von strategischen Bebauungsplänen zur Steuerung der Standortfindung des zentrenrelevanten Einzelhandels aber auch die Flächen von rechtsverbindlichen Bebauungsplänen mitumfassen, denen Festsetzungen nach § 1 (5 bis 9) BauNVO hinzugefügt werden sollen. Der jeweilige Bebauungsplan ändert dann als Sammelbepauungsplan die einbezogenen, bereits vorhandenen Bebauungspläne. Nur auf diese Weise lässt sich verhindern, dass sich die Geltungsbereiche vorhandener Bebauungspläne ohne gezielte Festsetzungen zur Zulässigkeit des zentrenrelevanten Einzelhandels in einem sonst nach § 34 BauGB zu beurteilenden Umfeld wie Schlupflöcher auswirken.

Die vordringlichen Geltungsbereiche zur Abwehr von zentrenunverträglichen Einzelhandelsansiedlungen in besonders gefährdeten Bereichen (z. B. Konversionsflächen, aufgegebene Bahnflächen, Gewerbebrachen, Bauflächen an Ausfallstraßen) lassen sich meist aus der örtlichen Gebietsstruktur ableiten.

Schwieriger ist es, weiträumige Teilbereiche strategisch zu überplanen, um bei den in Lüdenscheid gegebenen, potenziellen Ansiedlungsflächen den Erhalt und die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche in allen Problembereichen abzusichern. Hier empfiehlt sich folgendes Vorgehen:

- In einem ersten Schritt sollten die Problembereiche eingegrenzt werden, in denen die vorsorgliche Regulierung der Standortwahl des Einzelhandels nach Maßgabe der Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes durch verbindliche Bauleitplanung sinnvoll und erforderlich erscheint.
- Die dafür aufzustellenden Bebauungspläne sollten dann sachlich getrennt, verfahrensmäßig jedoch gebündelt durch das Aufstellungsverfahren geführt werden.

Die zentralen Versorgungsbereiche müssen innerhalb der Pläne jeweils flächenscharf abgegrenzt werden (siehe dazu auch Kapitel 8.1). Dabei gelten die üblichen Anforderungen an solche Abgrenzungen, insbesondere das Bestimmtheitsgebot: es muss ohne Interpretationsspielraum erkennbar sein, für welche Flächen welche Festsetzungen gelten. Im Regelfall sollte die Abgrenzung nach innen den Flurstücksgrenzen folgen. Nach außen können die Grenzen der Stadt und der Stadtteile verwendet werden.

12.5.3 Festsetzungsinhalte

§ 9 (2a) BauGB eröffnet ebenso wie § 1 (5 bis 9) BauNVO die Möglichkeit, bestimmte Arten von Nutzungen auszuschließen oder auf den Ausnahmetatbestand zu beschränken. Als „Arten von Nutzungen“ kommen sowohl Einzelhandelsbetriebe generell als auch bestimmte Typen von Einzelhandelsbetrieben (etwa Lebensmittelgeschäfte) in Frage. Dabei ist auf in der Realität vorzufindende und im Einzelfall nach objektiven Kriterien eindeutig bestimmbare Typen abzustellen. Die Betriebsform (z. B. Bedienungsladen oder Selbstbedienung, Discounter oder Vollversorger) ist kein zulässiges Kriterium, sondern dem Wettbewerb zu überlassen. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass die Schwelle der „Zentrenschädlichkeit“ für unterschiedliche Sortimente unterschiedlich anzusetzen ist.

Analog zu § 1 (9) BauNVO muss eine Feindifferenzierung der Nutzungsarten städtebaulich begründet sein. Ausgeschlossene Sortimente müssen auch tatsächlich in der jeweiligen örtlichen Situation zentrenrelevant sein. Allerdings dürfen auch Sortimente ausgeschlossen werden, die in den zu schützenden zentralen Versorgungsbereichen noch nicht vertreten sind, wenn ihre Ansiedlung zur Entwicklung dieser Zentren nur dort zulässig sein soll.

Die Bauleitplanung zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels kann für Teile des Geltungsbereichs eines Bebauungsplans jeweils unterschiedliche Festsetzungen treffen, also z. B. für bereits gut versorgte Bereiche oder nicht integrierte Lagen weitergehende Nutzungsbeschränkungen vorsehen als für unterversorgte Stadtteile.

12.5.4 Besondere Anforderungen an die Begründung und Abwägung

In der Begründung der Bebauungspläne ist darzulegen, in welcher Weise deren Festsetzungen dem Erhalt und der Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche dienen und im Interesse der verbrauchernahen Versorgung und der Innenentwicklung liegen. Der Ausschluss bestimmter Arten von Nutzungen muss daraufhin geprüft werden, ob er zur Umsetzung dieser Ziele geeignet, erforderlich und angemessen ist. Dabei kann auf eine schlüssige, städtebaulich begründete Planungskonzeption, insbesondere also auf das Einzelhandelskonzept, zurückgegriffen werden; ein konkreter Gefährdungsnachweis für jede einzelne ausgeschlossene Nutzung ist nicht erforderlich.

Der Ausschluss bestimmter Arten von Einzelhandelsnutzungen kann die Privatnützigkeit des Grundeigentums in erheblichem Maße einschränken, denn die Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebes stellt oft die wirtschaftlichste Verwertungsmöglichkeit eines

Grundstücks dar, z. B. an stark befahrenen Verkehrsstraßen. Diese privaten Belange sind zutreffend zu ermitteln und mit dem ihnen zukommenden Gewicht in die Abwägung einzustellen. Zur frühzeitigen Ermittlung der privaten Belange kann es angeraten sein, auch bei Aufstellung im vereinfachten Verfahren eine frühzeitige Beteiligung der Öffentlichkeit durchzuführen.

Im Rahmen der Planaufstellung ist weiterhin die Frage zu prüfen, ob durch den Bebauungsplan Entschädigungsansprüche ausgelöst werden können. Dies ist grundsätzlich möglich, da das Planungsziel darin besteht, bisher zulässige Grundstücksnutzungen künftig auszuschließen. Allerdings dürfte i. d. R. die Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit der Nutzung abgelaufen sein, sodass nach § 42 BauGB allenfalls Eingriffe in ausgeübte Nutzungen zu entschädigen wären.

13 Verzeichnisse

Abbildungen

Abbildung 1:	Untersuchungsaufbau	26
Abbildung 2:	Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland (2010 bis 2020)	30
Abbildung 3:	Umsatzentwicklung im Einzelhandel (2009 bis 2022)	30
Abbildung 4:	Umsatzentwicklung im Einzelhandel nach Branchen 2020 gegen- über dem Vorjahr	31
Abbildung 5:	Zahl der Unternehmen im Einzelhandel 2009 bis 2020	32
Abbildung 6:	Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im deutschen Einzelhandel 2010 bis 2020.....	33
Abbildung 7:	Online-Umsätze von ausgewählten Warengruppen 2019 bis 2021.....	35
Abbildung 8:	Entwicklung der Einwohnerzahl Lüdenscheids 2009 bis 2021	42
Abbildung 9:	Prognose der Einwohnerzahl Lüdenscheids 2021 bis 2040	42
Abbildung 10:	Verkaufsflächen in der Stadt Lüdenscheid nach Warengruppen (in m²)	51
Abbildung 11:	Verteilung des Einzelhandels nach Lagen	56
Abbildung 12:	Verteilung der Verkaufsflächen (in m²) nach Lagen und Warengruppen....	57
Abbildung 13:	Anteile der Anzahl der Betriebe und der Gesamtverkaufsfläche von Einzelhandelsbetrieben mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel (NuG) nach Betriebstypen.....	84
Abbildung 14:	Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch (bundesweit)	126
Abbildung 15:	Zielzentralitäten des Einzelhandels in Lüdenscheid (quantitativer Orientierungsrahmen).....	128
Abbildung 16:	Standortstrukturmodell für die Stadt Lüdenscheid	135
Abbildung 17:	Verkaufsflächen nach (ausgewählten) Sortimenten bzw. Waren- gruppen im Lüdenscheider Stadtgebiet in Anteilen (%) nach Lagen..	163

Tabellen

Tabelle 1:	Sortimentspezifische Erhebungssystematik Junker + Kruse	18
Tabelle 2:	Definition von Lagekategorien	20
Tabelle 3:	Angebotsbausteine der Nahversorgung (Beispiel).....	24
Tabelle 4:	Einwohner nach Lüdenscheider Bezirken.....	41
Tabelle 5:	Einzelhandelsrelevante, sekundärstatistische Einordnung der Stadt Lüdenscheid und ihrer Nachbarkommunen	44
Tabelle 6:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Lüdenscheid nach Warengruppen	45
Tabelle 7:	Verkaufsflächen und Anzahl der Betriebe nach Warengruppen.....	50
Tabelle 8:	Einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche, Umsatz, Kaufkraft und Zentralität in der Stadt Lüdenscheid nach Warengruppen.....	52
Tabelle 9:	Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots in der Stadt Lüdenscheid	55

Tabelle 10:	Verteilung der Verkaufsflächen (in m ²) nach Lagen und Warengruppen	57
Tabelle 11:	Angebotsseitige Kenndaten im zentralen Versorgungsbereich Lüdenscheider Innenstadt nach Warengruppen	64
Tabelle 12:	Angebotsseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur im Nahversorgungszentrum Bräuckenkreuz	69
Tabelle 13:	Angebotsseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur im Nahversorgungszentrum Bromberger Straße / Bräuckenstraße	71
Tabelle 14:	Angebotsseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur im Nahversorgungszentrum Buckesfelder Straße / Unterm Freihof	74
Tabelle 15:	Angebotssituation im zentralen Versorgungsbereich Heedfelder Straße nach Warengruppen	77
Tabelle 16:	Angebotsseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur im Nahversorgungszentrum Kölner Straße	80
Tabelle 17:	Kennziffern zum Lebensmittelangebot in den Lüdenscheider Stadtbezirken.....	82
Tabelle 18:	Betriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel.....	83
Tabelle 19:	Strukturprägende Standorte in der Stadt Lüdenscheid	137
Tabelle 20:	Merkmale zentrenrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente	160
Tabelle 21:	Sortimentsliste für die Stadt Lüdenscheid	164
Tabelle 22:	Ansiedlungsempfehlungen ¹ gemäß Einzelhandelskonzept nach Lage und Größe (Prüfschema).....	185

Karten

Karte 1:	Lage der Stadt Lüdenscheid im Raum	39
Karte 2:	Siedlungsstruktur der Stadt Lüdenscheid	40
Karte 3:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern	43
Karte 4:	Einzugsgebiet des Lüdenscheider Einzelhandels.....	47
Karte 5:	Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots in der Stadt Lüdenscheid	59
Karte 6:	Leerstände in der Stadt Lüdenscheid.....	61
Karte 7:	Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz im zentralen Versorgungsbereich Lüdenscheider Innenstadt.....	63
Karte 8:	Nutzungen im Nahversorgungszentrum Bräuckenkreuz.....	68
Karte 9:	Nutzungen im Nahversorgungszentrum Bromberger Straße / Bräuckenstraße	71
Karte 10:	Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz im zentralen Versorgungsbereich Buckesfelder Straße / Unterm Freihof	74
Karte 11:	Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz im zentralen Versorgungsbereich Heedfelder Straße	77
Karte 12:	Einzelhandelsbesatz im zentralen Versorgungsbereich Kölner Straße...	79
Karte 13:	Einzelhandelsbetriebe (> 400 m ² Verkaufsfläche) mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel in Lüdenscheid	85
Karte 14:	Räumliche Verteilung der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in Lüdenscheid mit 600 m-Isodistanzen	86
Karte 15:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Bierbaum / Höh / Hellersen.....	88

Karte 16:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Brügge.....	90
Karte 17:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Brüninghausen / Augustenthal	92
Karte 18:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Buckesfeld / Othlinghausen.....	94
Karte 19:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Dickenberg / Eggenscheid	96
Karte 20:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Gevelndorf / Freisenberg.....	98
Karte 21:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Grünewald.....	100
Karte 22:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Honsel / Eichholz	102
Karte 23:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Innenstadt / Staberg / Knapp	104
Karte 24:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Kalve / Wefelshohl.....	107
Karte 25:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Oeneking / Stüttinghausen	109
Karte 26:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Ramsberg / Hasley / Baukloh	111
Karte 27:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Tinsberg / Kluse	113
Karte 28:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Vogelberg.....	115
Karte 29:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Wehberg	117
Karte 30:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Wettringhof.....	119
Karte 31:	Standortstruktur	136

A1 Abkürzungen

Abs.	Absatz
ASB	Allgemeiner Siedlungsbereich
AZ	Aktenzeichen
BauGB	Baugesetzbuch
BauNVO	Baunutzungsverordnung
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht
bzw.	beziehungsweise
EAG Bau	Europarechtsanpassungsgesetz Bau
EHE	Einzelhandelserlass
GE-Gebiete	Gewerbegebiete
GI-Gebiete	Industriegebiete
ggf.	gegebenenfalls
GPK	Glas / Porzellan / Keramik
i. d. R.	in der Regel
i. e. S.	im engeren Sinne
inkl.	inklusive
insb.	insbesondere
i. S. v.	im Sinne von
i. S. d.	im Sinne des
Kap.	Kapitel
Kfz	Kraftfahrzeug
LEP	Landesentwicklungsplan
max.	maximal
MI-Gebiete	Mischgebiete
Mio.	Million
Mrd.	Milliarde
Nr.	Nummer
NRW	Nordrhein-Westfalen
NuG	Nahrungs- und Genussmittel
OVG	Oberverwaltungsgericht
PBS	Papier / Büroartikel / Schreibwaren
S.	Satz
sog.	sogenannt
u. a.	unter anderem
Urt.	Urteil
v. a.	vor allem
vgl.	vergleiche
WA-Gebiete	Allgemeine Wohngebiete
WR-Gebiete	Reine Wohngebiete
z. B.	zum Beispiel
z. T.	zum Teil

A2 Legende

Kartengrundlage

	Siedlungsflächen		Gebäude
	Gewerbeflächen		öffentliches Gebäude
	Freiflächen		Magnetbetrieb
	Gewässer		
	Bahnflächen		
	Verkehrsflächen		

A3 Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

Begriff	Erläuterung
Einzelhandel im engeren Sinne	Absatz von Waren an Endverbraucher ohne Kraftfahrzeughandel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie rezeptpflichtige Apothekenwaren.
Einzelhandelsbetrieb	Ein Einzelhandelsbetrieb ist ein Betrieb, der ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher verkauft. Hierzu zählen u. a. alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Fachgeschäfte, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf von Herstellern an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebes oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Factory-Outlet-Center) erfolgt.
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Verschiedene Institute (GfK, IFH Retail Consultants) ermitteln diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen (jährlich aktualisiert).
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Teileinheit vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf gibt die prozentuale Abweichung der Pro-Kopf-Einzelhandelsrelevanten-Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Die Kennziffern werden z. B. von der Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung (GfK) in Nürnberg oder der IFH Retail Consultants in Köln ermittelt und jährlich aktualisiert.
Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.
Einzelhandelsrelevante Zentralität	Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt / Region stellt ein Kriterium nicht zuletzt für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar, denn sie ist Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, zur lokal gebundenen Kaufkraft zusätzliche Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels anzuziehen. Die Einzelhandelszentralität ist damit eine Maßzahl für den Kaufkraftzufluss oder den Kaufkraftabfluss einer Stadt. Die gesamtstädtische Zentralität sagt jedoch nichts darüber aus, welche räumlichen Teilbereiche einer Stadt / Region zu dieser Zentralität beitragen. Hierzu ist eine weitergehende Analyse erforderlich.
Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer	Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie die

einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine regionale Ausstrahlung hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deutet auf mögliche Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin. Differenziert nach Warengruppen lassen sich auch auf dieser Ebene entsprechende Bewertungen vornehmen.

Fachmarkt

(Großflächiger) Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m² Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder einige wenige Branchen des mittel- oder langfristigen Bedarfs (Non-Food, ausgenommen Kfz-Handel), meist Standorte außerhalb zentraler Einkaufsbereiche mit guter Pkw-Erreichbarkeit (v. a. in Gewerbe- und Sondergebieten, an Ausfallstraßen, im Außenbereich von Städten), Dominanz des Selbstbedienungsprinzips. (Beispiele: Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt, Unterhaltungselektronikfachmarkt, Drogeriefachmarkt).

GPK

Gängige Abkürzung für das Sortiment „Glas / Porzellan / Keramik“.

Großflächiger Einzelhandel

Großflächige Einzelhandelsbetriebe (ab einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m²) unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, da von ihnen (als zu widerlegende Vermutungsregel) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u. a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.

Kaufkraftabfluss

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die am Ort vorhandenen Anbieter nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte / das Umland oder in den Versand- / Internethandel abfließt. Kaufkraftabflüsse zeigen die räumliche Einkaufsorientierung der ansässigen Bevölkerung auf.

Kaufkraftbindung

Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner einer Stadt / Region, der vom örtlichen Einzelhandel gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.

Kernsortiment / Randsortiment

Zwischen den Begriffen Hauptsortiment und Randsortiment besteht insofern eine Wechselbeziehung, da das Randsortiment zu einem spezifischen Kernsortiment lediglich hinzutritt und dieses gleichsam ergänzend durch solche Waren anreichert, die jedenfalls eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein (i. d. R. bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Randsortimente sind damit nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment sachlich zugeordnet sind und diesem hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnet sind.

Lebensmitteldiscounter

Lebensmittelmarkt ohne Bedienungselemente (z. B. Käse- oder Wursttheke) mit deutlich eingeschränkter Artikelzahl (ca. 1.000 bis 3.000 Artikel) im Vergleich zu z. B. Supermärkten (Artikelzahl ca. 7.500). Angebotsschwerpunkte sind Lebensmittel und

Drogerieartikel sowie Randsortimente (Aktionswaren), die einen bedeutsamen Bestandteil der Marketingstrategie von Lebensmitteldiscountern ausmachen; z. B. Aldi, Penny, Lidl, Netto Marken-Discount. Verkaufsfläche ab 800 – 1.300 m².

Lebensmittelvollsortimenter

Im Praxisgebrauch wird der Begriff des „Lebensmittelvollsortimenters“ zur Abgrenzung gegenüber den „Lebensmitteldiscountern“ verwendet. Im Vergleich zum Discounter (rund 1.000 bis 3.000 Artikel) verfügt der Vollsortimenter über Bedienelemente (Wurst- / Käsetheke) und vor allem ein deutlich breiteres und tieferes Sortiment im Schwerpunktbereich Lebensmittel. Das Spektrum der Lebensmittelvollsortimenter reicht von Supermärkten über Verbrauchermärkte bis hin zu SB-Warenhäusern. Diese Betriebsformen unterscheiden sich untereinander vor allem hinsichtlich der Verkaufsflächengröße (400 m² bis teilweise mehr als 10.000 m²) und der Anzahl der angebotenen Artikel (zwischen rund 7.000 bis 60.000 Artikel).

Nahversorgungsrelevantes Sortiment

Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnortnah (auch fußläufig) nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sind (bzw. sollten auch) zentrenrelevant (sein).

Nahversorgungsstandort

Ein Nahversorgungsstandort ist ein (meist solitärer) Einzelhandelsstandort und kann z. B. aus einem Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter bestehen. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit i. d. R. kein zentraler Versorgungsbereich). Ein Nahversorgungsstandort ist lediglich in städtebaulich integrierten Lagen anzutreffen.

Nahversorgungszentrum

Ein Nahversorgungszentrum verfügt über eine erkennbare städtebauliche Einheit (z. B. durch Platz oder Straßengestaltung) und liegt im Siedlungsgefüge integriert in räumlicher Nachbarschaft zu Wohngebieten. Es stellt ein lokales Versorgungszentrum dar, welches überwiegend der Nahversorgung im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung dient. Die Angebotsstruktur wird in der Regel durch einen Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter, Lebensmittelfachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie vereinzelt kleineren Fachgeschäften bestimmt. Darüber hinaus sind zum Teil Dienstleistungsbetriebe, wie beispielsweise Friseur, Bank, Sonnenstudio, angegliedert.

Nicht zentrenrelevante Sortimente

Nicht zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich i. d. R. durch hohen Flächenanspruch, geringe Kopplungsaktivitäten und, aufgrund ihrer Größe, eingeschränkte Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Bau- und Gartenmärkte, Möbelanbieter) keine Bedeutung, sodass sie insbesondere an nicht integrierten Standorten vorhanden sind, an denen sie eine gute verkehrliche Erreichbarkeit und ausreichend große Flächen vorfinden. Ein Gefährdungspotenzial für gewachsene Zentren

ist bei den nicht zentrenrelevanten Sortimenten i. d. R. nicht gegeben.

Problematisch ist in diesem Zusammenhang allerdings der Anteil zentrenrelevanter Kernsortimente, die i. d. R. als ergänzende Sortimente von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten angeboten werden (z. B. GPK / Haushaltswaren in Möbelhäusern) und, je nach Größenordnung, durchaus negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in den zentralen Bereichen einer Stadt haben können.

PBS

Gängige Sortimentsgruppenbezeichnung für „Papier / Büroartikel / Schreibwaren“.

SB-Warenhaus

Einzelhandelsgroßbetrieb mit Bedienungselementen. Verkaufsfläche mindestens 3.000 m² bzw. 5.000 m², umfassendes Sortiment mit Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel (> 50 % Verkaufsflächenanteil); Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z. B. Real, Marktkauf, Kaufland).

Sonderstandort bzw. Ergänzungsstandort

Sonder- / Ergänzungsstandorte des Einzelhandels sind Standorte des i. d. R. großflächigen Einzelhandels. Es handelt sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe sowohl mit zentren- als auch mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten (z. B. Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine autokundenorientierte Lage.

Sortimentsliste (ortstypische)

Eine ortstypische Sortimentsliste ist eins der wesentlichen Steuerungsinstrumente im Rahmen der Bauleitplanung. Sie nimmt eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten vor, um in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional definierten zentralen Versorgungsbereichen vornehmen zu können.

Bei der Erstellung der Sortimentsliste wird der aktuell vorhandene Bestand berücksichtigt; es können allerdings auch zentrenrelevante Sortimente aufgenommen werden, die noch nicht angeboten werden (perspektivisches Kriterium).

Dabei muss eine Sortimentsliste immer auf die stadtspezifische Situation abgestellt werden, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen und den Entwicklungsperspektiven einer Stadt besitzt. Bei der Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste sind zudem die auf Landesebene vorgegebenen Zielaussagen (z. B. durch Landesentwicklungsprogramme oder Einzelhandelserlasse) zu berücksichtigen.

(Städtebaulich) Integrierte Lage

Eine Legaldefinition des Begriffs der „städtebaulich integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Lüdenscheider Einzelhandelskonzeptes werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der Stadt Lüdenscheid integriert und weitestgehend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sind, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreicht, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Dabei werden auch teilintegrierte Standorte, die nicht vollständig von Wohnbebauung umgeben sind, in dieser Kategorie erfasst: Konkret wurden alle Standorte als integriert eingestuft, deren direktes Umfeld in mehr als zwei Himmelsrichtungen von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist,

ohne dass städtebauliche Barrieren wie Autobahnen oder Bahn-
gleise den Standort von der Wohnbebauung separieren.

Supermarkt

Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m² –
max. 1.500 m². Es besteht ein deutlicher Angebotsschwerpunkt (>
80 % der Verkaufsfläche) im Bereich Nahrungs- und Genussmittel
einschl. Frischwaren. Ergänzend werden Waren des täglichen und
kurzfristigen Bedarfs angeboten. Es sind z. T. Bedienungselemente
(Käse- und Wursttheke) sowie Selbstbedienung vorhanden. Dar-
über hinaus wird weitgehend auf Aktionswaren und zentrenrele-
vante Randsortimente verzichtet.

Umsatzkennziffer

Umsatzkennziffern bringen die regionale Verteilung der Einzelhan-
delsumsätze in Deutschland zum Ausdruck. Berechnungsgrundlage
ist die Umsatzsteuerstatistik, wobei diese regional bereinigt werden
muss. Der Umsatz in Euro gibt den gesamten im jeweiligen Gebiet
getätigten Einzelhandelsumsatz an. Der Umsatz pro Kopf gibt einen
Durchschnittsbetrag des Einzelhandelsumsatzes für jeden Einwoh-
ner des Gebietes an. Die Umsatzkennziffer pro Kopf stellt somit die
prozentuale Abweichung des Pro-Kopf-Umsatzes vom Durchschnitt
der Bundesrepublik (Indexwert = 100) dar. Abweichungen über
den Basiswert deuten auf einen umsatzstärkeren Einzelhandel im
Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt hin bzw. eine Abweichung
unterhalb des Basiswertes deutet auf vergleichsweise niedrigere
Umsätze im Einzelhandel in der untersuchten Region hin, und kann
somit Hinweise auf die Attraktivität einer Stadt als Einzelhandels-
standort geben.

Verbrauchermarkt

Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von 1.500 – 3.000
bzw. 5.000 m², breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Ge-
nussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mit-
telfristigen Bedarfs. Angebotsschwerpunkt Nahrungs- und Genuss-
mittel, aber mit zunehmender Größe nehmen die Verkaufsflächen-
anteile von Non-Food-Artikeln zu. Überwiegend Selbstbedienung,
häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Stand-
ort auch autokundenorientiert.

Verkaufsfläche

Gemäß dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 24.11.2005
(BVerwG 4 C 10.04) sind in die Verkaufsfläche eines Einzelhandels-
betriebes auch Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten
werden können, die Vorkassenzonen sowie ein ggf. vorhandener
Windfang einzubeziehen. Ohnehin gilt die Definition, dass Ver-
kaufsfläche diejenige Fläche ist, die dem Verkauf dient, einschließ-
lich der Gänge und Treppen in den Verkaufsräumen, Standflächen
für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen, Schaufenster, und
sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, sowie
Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt
werden.

Verkaufsflächenausstat- tung je Einwohner

Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche (gesamt-
städtisch oder auch branchenspezifisch) bezogen auf die jeweilige Ein-
wohnerzahl (der Stadt / Region) ist ein quantitativer Versorgungsindi-
kator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsge-
bietes.

Zentraler Versorgungsbereich

Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und / oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt.

Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (innerstädtisches Hauptzentrum sowie Stadtteil- / Neben- oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, wobei eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen muss. Innerhalb der Innenstadt setzt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandel und Dienstleistungen ab. Bei dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt handelt es sich somit lediglich um einen Teil der durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt geprägten Innenstadt. Die Innenstadt „als Ganzes“ übernimmt dabei über den Einzelhandel hinausgehende Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur und Erholung.

Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereiches hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind:

Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie). Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung / -präsentation.

Zentrenrelevante Sortimente

Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich durch Besucherfrequenzerzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Warensortimente mit Zentrenrelevanz eine hohe Bedeutung, die mit zunehmender Sortimentsüberschneidung der an den nicht integrierten Standorten geführten Warensortimente geschwächt werden kann. Insbesondere Betriebe, die an dezentralen bzw. städtebaulich nicht integrierten Standorten angesiedelt werden, können durch das Angebot von zentrenrelevanten Sortimenten, d. h. durch Angebotsüberschneidungen bei gleichzeitig wesentlich günstigeren Wettbewerbsbedingungen (Standortvorteile u. a. aufgrund günstiger Miet- bzw. Grundstückspreise; geringen Betriebs- und Personalkosten, besserer (Pkw-) Erreichbarkeit; kostenfreiem Parken), zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Stadtteilzentren beitragen. Die von zentrenrelevanten Sortimenten ausgehenden Gefährdungspotenziale für gewachsene Zentren sind zudem abhängig von der Größe und der zentralörtlichen Bedeutung der Kommune

(z. B. kann der Lebensmitteleinzelhandel in Grundzentren – angesichts der daraus resultierenden Kundenfrequenz, von denen auch Anbieter in anderen Branchen profitieren – durchaus zentrentragend sein). Im Hinblick auf die Verwendung von ortstypischen Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzelfallbezogene bzw. stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z. B. in Form von Positiv-, Negativlisten).

Zielzentralität

Berechnungsgröße zur modelltheoretischen Ermittlung von Entwicklungspotenzialen. Die Zielzentralität definiert eine – gemessen an der Versorgungsfunktion eines Einzelhandelsstandorts – realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung im Einzugsgebiet.