



Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Olpe Endbericht zur Beschlussfassung

Auftraggeber: Stadt Olpe

Projektleitung Monika Kollmar, Niederlassungsleitung

-bearbeitung: Fabian Lüttke, M.Sc. Geogr.

Köln, Juni 2019

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA bzw. des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig. Die GMA übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit der verwendeten Sekundärdaten.



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 0221 / 98 94 38-19
Telefax: 0221 / 98 94 38-19
E-Mail: office.koeln@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Vorbemerkung

Die Stadt Olpe erteilte der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, im Oktober 2017 den Auftrag zur Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelsstandortkonzeptes aus dem Jahr 2011. Ziel der Überarbeitung des Einzelhandelsstandortkonzeptes ist es, die vorhandenen Leitlinien für die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels in Olpe zu überprüfen und ggf. anzupassen.

Der Bericht zur Fortschreibung wurde im Januar 2019 vorgelegt. Die Stadt Olpe hat im Anschluss ein Beteiligungsverfahren von Trägern öffentlicher Belange und Nachbarkommunen durchgeführt; entsprechende Stellungnahmen gingen zwischen März und Mai 2019 ein. Im Wesentlichen wurden hierbei redaktionelle Hinweise sowie Wünsche um Präzisierungen einzelner Sachverhalte eingebracht, die im vorliegenden Endbericht zur Beschlussfassung eingearbeitet wurden.

Sämtliche dem vorliegenden Gutachten zugrundeliegenden Ausgangsdaten wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet und nach neuesten wissenschaftlichen Standards ausgewertet. Die Untersuchung dient der Vorbereitung für kommunalpolitische und bauleitplanerische Entscheidungen. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert, der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität von sekundärstatistischen Daten, u. a. Landesamt für Statistik, MB Research, kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, Juni 2019
KO/LEF-aw

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	6
1. Aufgabenstellung	6
2. Methodische Vorgehensweise	7
3. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung	10
3.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung	10
3.1.1 Starker Rückgang der Einzelunternehmen im Handel	12
3.1.2 Warenhäuser, Fachmärkte und Shoppingcenter	12
3.1.3 Internethandel	12
3.1.4 Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel	14
3.2 Entwicklungen auf Nachfrageseite	15
3.2.1 Demographische Entwicklung	15
3.2.2 Konsumentenverhalten im Wandel	15
3.3 Standortwahl des Einzelhandels und der Kommunen	16
3.4 Mittelfristige Entwicklungstrends	17
4. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel	18
4.1 Bauplanungsrecht	18
4.1.1 Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)	19
4.1.2 Unbeplanter Innenbereich (§ 34 BauGB)	20
4.1.3 Besonderes Städtebaurecht	21
4.2 Landes- und Regionalplanung	21
5. Standortrahmenbedingungen und wesentliche Strukturdaten der Stadt Olpe	24
II. Angebots- und Nachfragesituation	27
1. Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt Olpe	27
2. Einzelhandelsbestand in den Stadtteilen und nach Lagen	29
3. Entwicklung des Einzelhandelsbestandes in Olpe	30
4. Nachfragesituation	33
4.1 Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Olpe	33
4.2 Kaufkraftpotenzial für den Einzelhandel in der Stadt Olpe	35
5. Ausgewählte Versorgungs- und Produktivitätskennziffern	36
5.1 Ausstattungskennziffern	36
5.2 Zentralitätskennziffer	38
6. Bewertung der Nahversorgungssituation	39
6.1 Entwicklung der Nahversorgung	39

6.2	Bewertung der Nahversorgungssituation in der Stadt Olpe	39
III.	Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Olpe	43
1.	Entwicklung der Nachfrageseite	43
2.	Branchenbezogene Entwicklungspotenziale	43
IV.	Fortschreibung Einzelhandelsstandortkonzept Olpe	46
1.	Städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung	46
2.	Sortimentskonzept	47
2.1	Kriterien zentren- / nahversorgungsrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente	48
2.2	Sortimentsliste der Stadt Olpe	49
3.	Standortkonzept	51
3.1	Begriffserklärung „zentraler Versorgungsbereich“	51
3.2	Kriterien zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche	53
3.3	Zentren- und Standortstruktur Olpe	54
3.4	Zentrale Versorgungsbereiche in der Stadt Olpe	58
3.4.1	Innenstadt Olpe (Hauptzentrum)	58
3.4.2	Nahversorgungszentrum Bruchstraße	64
3.5	Sonderstandorte für großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel	69
4.	Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung	72
4.1	Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche	72
4.1.1	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Hauptzentrum)	72
4.1.2	Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Bruchstraße	72
4.2	Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche	73
4.2.1	Sonderstandorte des großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandels:	73
4.2.2	Sonstige städtebaulich nicht integrierte Lagen (v. a. Gewerbe- und Industriegebiete)	73
4.2.3	Städtebaulich integrierte Lagen (z. B. integrierte Streulagen in Wohnquartieren)	74
5.	Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelsstandortkonzeptes	76
	Verzeichnisse	78

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

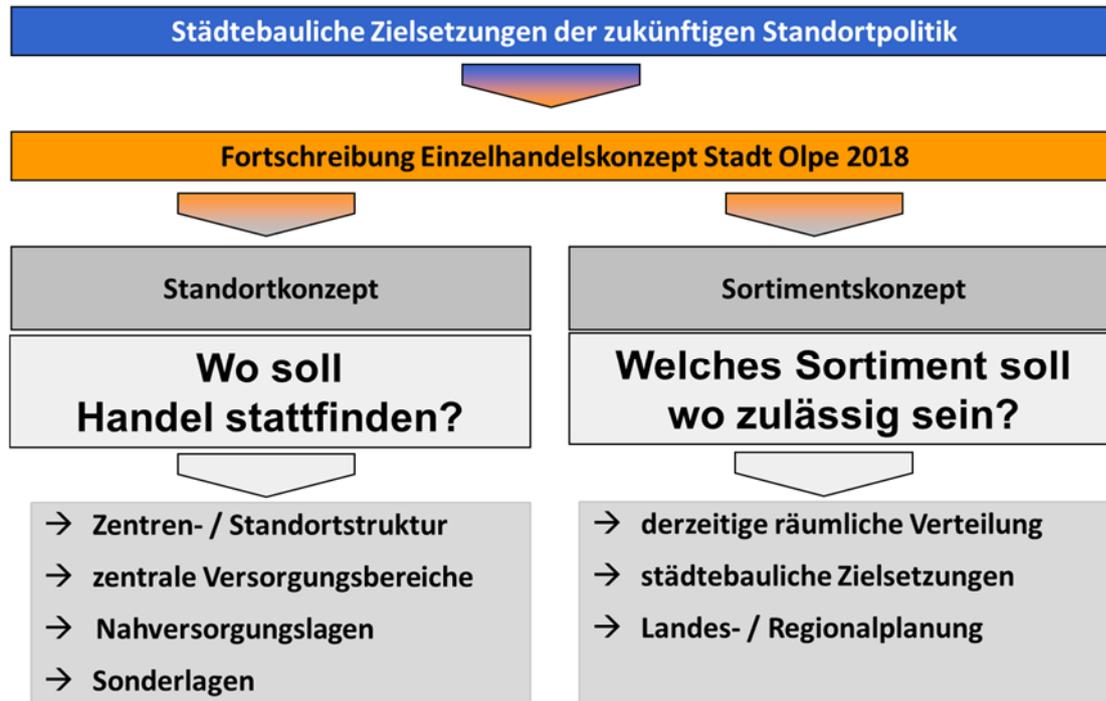
Vor dem Hintergrund der grundsätzlichen Entwicklung im Einzelhandel (v. a. Onlinehandel), der Veränderungen der Angebots- und Nachfragesituation in Olpe sowie veränderter rechtlicher Rahmenbedingungen wird mit dem vorliegenden Gutachten das Einzelhandelsstandortkonzept der Stadt Olpe aus dem Jahr 2011 aktualisiert. Dabei werden die wesentlichen Aussagen (u. a. Definition und Abgrenzung zentrale Versorgungsbereiche, Sortimentsliste für die Stadt Olpe) überprüft, deren Grundlagen aktualisiert und bestehende Branchen- und Standortpotenziale herausgearbeitet.

Für die Erarbeitung der vorliegenden Fortschreibung des Einzelhandelsstandortkonzeptes standen der GMA Daten der Stadt Olpe, des Statistischen Bundesamtes, des Landesbetriebs Information und Technik NRW sowie von MB Research zur Verfügung. Darüber hinaus erfolgte im März und April 2018 eine Bestandsaufnahme des Einzelhandels im Stadtgebiet.

Der vorliegende Bericht umfasst im Wesentlichen folgende Inhalte:

- /// Darstellung der allgemeinen Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung
- /// Darstellung der planungsrechtlichen Rahmenbedingungen zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel
- /// Darstellung und Bewertung des Einzelhandelsangebotes in Olpe; Entwicklung des Einzelhandelsbesatzes seit 2011
- /// Analyse der gegenwärtigen Nachfragesituation
- /// Bewertung der Nahversorgungssituation
- /// Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebotes
- /// Überprüfung und Anpassung der Zielsetzungen für die Einzelhandelsentwicklung in Olpe
- /// Überprüfung und Anpassung der Empfehlungen für die Fortschreibung des Einzelhandelsstandortkonzept Olpe (inkl. Sortimentsliste, Standortkonzeption, branchenbezogene Potenziale)
- /// Überprüfung und Anpassung, Abgrenzung und Begründung der zentralen Versorgungsbereiche
- /// Empfehlungen zur Sicherung der Nahversorgungsstruktur inklusive Steuerungsempfehlungen.

Abbildung 1: Untersuchungsaufbau



GMA-Zusammenstellung 2018

2. Methodische Vorgehensweise

Die vorliegende Untersuchung stützt sich auf eine umfassende Datenbasis. Dabei handelt es sich um überwiegend primärstatistisches Datenmaterial, welches durch die GMA erfasst und ausgewertet wurde. Darüber hinaus standen der GMA sekundärstatistische Daten des statistischen Bundesamtes, von IT.NRW sowie Datenmaterial des Einzelhandelsstandortkonzeptes der Stadt Olpe aus dem Jahr 2011¹ zur Verfügung. Nachfolgend werden die im Rahmen der Erarbeitung des vorliegenden Gutachtens durchgeführten **primärstatistischen Erhebungen** in Kürze vorgestellt.

¹ Fortschreibung des Einzelhandelsstandortkonzeptes für die Stadt Olpe, 2011, GMA.

Die **Angebotssituation** wurde durch eine flächendeckende Vor-Ort-Aufnahme der Verkaufsflächen² aller Einzelhandelsbetriebe im gesamten Stadtgebiet von Olpe erfasst. Die Bestandserhebung des Einzelhandels³ wurde im März / April 2018 durchgeführt. Die Erhebung erfolgte auf Grundlage der GMA-Branchensystematik (38 Sortimentsgruppen). Für die Darstellung und Auswertung der Einzelhandelsdaten wurden die einzelnen Sortimente den in nachfolgender Tabelle 1 aufgeführten Branchen zugeordnet.

Tabelle 1: GMA-Branchensystematik

Branche	Sortimente
Nahrungs- und Genussmittel	Lebensmittel (inkl. Back- und Fleischwaren), Reformwaren, Getränke, Spirituosen, Tabak
Gesundheit, Körperpflege	Drogerie, Kosmetik, Parfümerie- / Apotheker- / Sanitätswaren
Blumen, zoologischer Bedarf	Schnittblumen, Zimmerpflanzen, zoologischer Bedarf
Bücher, Schreib- / Spielwaren	Bücher, Zeitschriften, Schreib-, Papierwaren, Büroartikel (inkl. Büromaschinen), Bastelbedarf, Spielwaren (ohne PC-Spiele), Modellbau
Bekleidung, Schuhe, Sport	Oberbekleidung, Damen-, Herren-, Kinderbekleidung, Schuhe, Lederwaren, Handtaschen, Koffer, Schirme, Hüte, Sport (Bekleidung, Schuhe)
Elektrowaren, Medien, Foto	Elektrohaushaltsgeräte, Telekommunikation (Telefon, Fax, Mobil- und Smartphones), Unterhaltungselektronik (Audio, Video, Spiele, Speichermedien, Foto), Informationstechnologie (Computer, Drucker etc.)
Hausrat, Möbel, Einrichtung	Haushaltswaren (Glas / Porzellan / Keramik), Möbel (inkl. Matratzen), inkl. Gartenmöbel, Badmöbel, Spiegel, Küchenmöbel / -einrichtung, Antiquitäten, Kunst, Rahmen, Bilder, Heimtextilien (Haus-, Tischwäsche, Bettwäsche, Bettwaren, Gardinen, Wolle, Stoffe), Leuchten und Zubehör
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf (inkl. Gartencenter, Pflanzen, Sanitär, Holz, Tapeten, Farben, Lacke), Teppiche, Bodenbeläge (Laminat, Parkett)
Optik / Uhren, Schmuck	Optik, Hörgeräte (inkl. Service-Flächen), Uhren, Schmuck

² Verkaufsfläche wird in dieser Analyse wie folgt definiert: „Verkaufsfläche ist die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Flächen für Warenpräsentation (auch Käse-, Fleisch- und Wursttheken), Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone“ und Windfang. Ebenso zählen zur Verkaufsfläche auch Pfandräume (ohne Fläche hinter den Abgabegeräten), Treppen, Rolltreppen und Aufzüge im Verkaufsraum sowie Freiverkaufsflächen. Nicht dazu gehören reine Lagerfläche und Flächen, die der Vorbereitung / Portionierung der Waren dienen sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc. (vgl. hierzu auch BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005).

³ Dabei ist der „Einzelhandel im engeren Sinne“ bzw. der „funktionale Einzelhandel“ zu verstehen. Dieser umfasst den Absatz von Waren an den Endverbraucher ohne den Handel mit Kraftfahrzeugen, Brennstoffen und verschreibungspflichtigen Apothekerwaren.

Branche	Sortimente
Sonstige Sortimente	Autozubehör (ohne Multimedia), Motorradzubehör, -bekleidung, Sportgeräte (Fahrräder, Camping, u. a.), Sonstiges (Musikalien, Waffen, Gebrauchtwaren, Second-Hand, Münzen, Stempel, Briefmarken, Nähmaschinen)

GMA-Darstellung 2018

Darüber hinaus erfolgte im Rahmen der Einzelhandelsbestandserfassung auch eine Zuordnung der Betriebe zu den folgenden Lagekategorien:

- / zentrale Lagen
 - Lagen in zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Olpe
- / städtebaulich integrierte Lagen
 - Lagen mit zusammenhängender Bebauung und Wohngebietsbezug (ein baulicher Zusammenhang mit der näheren Umgebung besteht in mind. zwei Himmelsrichtungen)
- / städtebaulich nicht integrierte Lagen
 - Lagen mit keinem bzw. nur geringem Wohngebietsbezug (ein baulicher Zusammenhang mit der näheren Umgebung besteht in max. einer Himmelsrichtung)

Zur Darstellung wesentlicher Standortlagen des Einzelhandels in der Stadt Olpe sind über den Einzelhandelsbesatz hinaus weitere Informationen über sonstige innenstadttypische Nutzungsstrukturen von Bedeutung. Zusätzlich zur Einzelhandelserhebung erfolgte eine **Aufnahme der Erdgeschossnutzungen** in der Innenstadt von Olpe und den weiteren zentralen Lagen. Neben den genutzten Einheiten (z. B. Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung) wurden dabei auch leerstehende Ladeneinheiten in einer fortschreibungsfähigen Datei erfasst. Die Auswertung erfolgte auf Basis einer kartografischen Darstellung. Die Ergebnisse der Kartierungen dienen u. a. als wichtige Grundlage der sachgerechten Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche.

Im Rahmen intensiver Vor-Ort-Arbeiten wurden durch Mitarbeiter der GMA auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen der verschiedenen Einzelhandelslagen im Olper Stadtgebiet analysiert und bewertet. Ein besonderer Focus lag dabei auf den **zentralen Lagen**. Die Analyse der städtebaulichen Situation stellt im Zusammenwirken mit den vorhandenen Nutzungen einen unerlässlichen Arbeitsschritt für eine sachgerechte Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche einer Kommune dar.

3. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

Mögliche Entwicklungschancen des Einzelhandels in Olpe können nicht losgelöst von wesentlichen Entwicklungstrends im Handel und bei den Kunden in Deutschland erfolgen, die auch die Standortwahl des Einzelhandels maßgeblich beeinflussen.

Abbildung 2: Wesentliche Einflussfaktoren der Handelsentwicklung



GMA-Darstellung 2018

3.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung

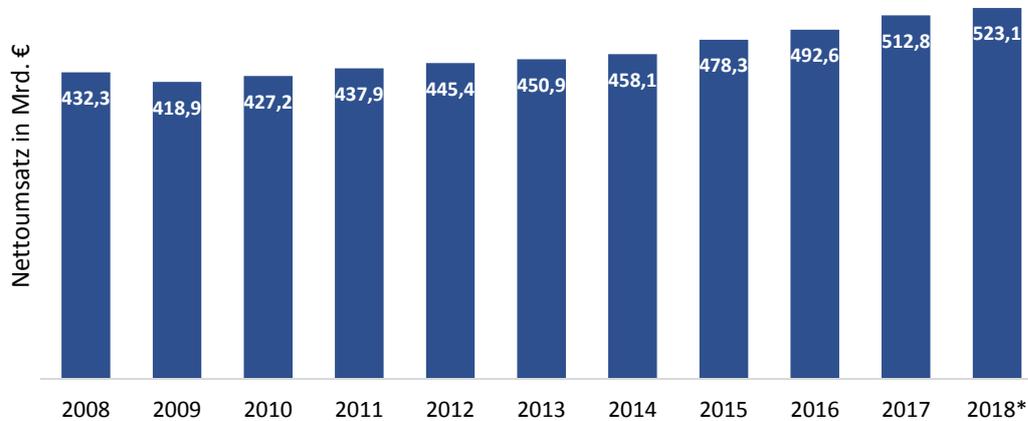
Der volkswirtschaftliche Stellenwert des Handels wird häufig unterschätzt; mit rund 523 Mrd. € Jahresumsatz⁴ (vgl. Abbildung 3) ist der Handel Deutschlands drittstärkste Wirtschaftsgruppe⁵; etwa jeder sechste Arbeitsplatz kann dem Handel zugeordnet werden⁶.

⁴ Quelle: EHI Köln, handelsdaten aktuell 2018.

⁵ Quelle: Destasis, Bruttowertschöpfung nach Wirtschaftsbereichen, 2018.

⁶ gerade in strukturschwächeren Gebieten ist der Einzelhandel oft wichtigster Arbeitgeber.

Abbildung 3: Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes (netto) in Mrd. € in Deutschland (ohne KFZ, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken)

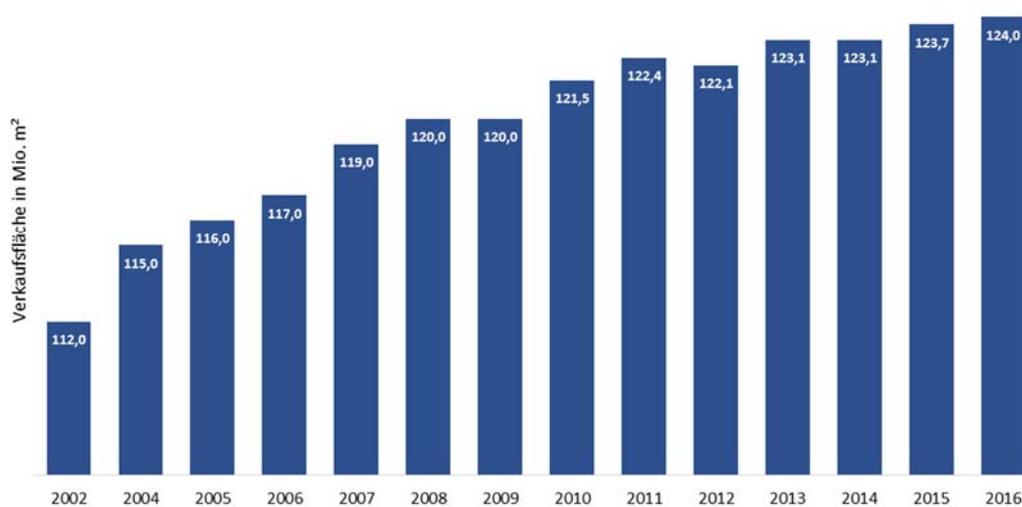


* Prognose

Quelle: EHI Köln, Handelsdaten aktuell 2018, GMA-Darstellung

Der deutsche Einzelhandel war bis 2011 durch eine beachtliche Verkaufsflächenexpansion gekennzeichnet (vgl. Abbildung 4); in den Folgejahren hat sich der Verkaufsflächenzuwachs deutlich verringert und war zwischenzeitlich während der Finanzkrise ab dem Jahr 2011 sogar durch einen leichten Rückgang gekennzeichnet. Deutlich zeigt sich die Finanzkrise in der Betrachtung des Einzelhandelsumsatzes; hier ist 2009 ein Rückgang zu verzeichnen gewesen (vgl. Abbildung 3), der jedoch durch ein kontinuierliches Wachstum bis 2011 ausgeglichen werden konnte.

Abbildung 4: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2002-2016



Quelle: EHI Köln, handelsdaten aktuell 2018, GMA-Darstellung

3.1.1 Starker Rückgang der Einzelunternehmen im Handel

Seit Anfang der 1970er Jahre vollzieht sich im deutschen Einzelhandel ein **Strukturwandel**, der v. a. zu Lasten inhabergeführter Fachgeschäfte geht. Aktuelle Untersuchungen zufolge nahm der Anteil von Einzelunternehmen von rd. 55 % im Jahr 1980 auf aktuell rd. 20 % ab.⁷ Als Gewinner zeigen sich meist filialisierte und discountorientierte Unternehmen sowie Franchisekonzepte, welche ihre größenbedingten, beschaffungsseitigen und logistischen Vorteile nutzen. Der Online-Handel hat den Wettbewerb nochmals intensiviert.

3.1.2 Warenhäuser, Fachmärkte und Shoppingcenter

Die Warenhäuser und der Fachhandel haben ihre Funktion als Leitbetriebe der Innenstädte vielerorts verloren⁸. In den Innenstädten wurden diese durch Handelsmarken (sog. „**Retail Brands**“) aus dem Textilbereich, Elektronikmärkte und neuerdings auch Anbieter des täglichen Bedarfs (Drogeriewaren, auch Nahrungs- und Genussmittel) abgelöst. Auch Neuentwicklungen von **Shoppingcentern** fanden – nicht zuletzt auch aufgrund des restriktiveren Planungsrechts an Grüne-Wiese-Standorten – zunehmend in Innenstädten statt. Betrug der Anteil innerstädtischer Shoppingcenter an allen Shoppingcentern bis 1990 ca. 47 %, wuchs ihr Anteil durch Neueröffnungen auf ca. 85 % zwischen den Jahren 2011 und 2015.⁹ Gerade die Shops in den Centern traten in den Wettbewerb mit ähnlichen Textilangeboten in den Warenhäusern, auch für Shoppingcenter zeichnet sich nach 40 Jahren erfolgreicher Marktbearbeitung ein nachlassendes Wachstum und steigender Revitalisierungsbedarf ab.¹⁰

3.1.3 Internethandel

Während der stationäre Einzelhandel zwischen 2007 und 2017 nur ein leichtes Plus verzeichnete, verdoppelte der Versandhandel (inkl. Online-Handel) seinen Umsatz; der Online-Handel weist sogar eine jährliche Wachstumsrate von 10 % und mehr auf.

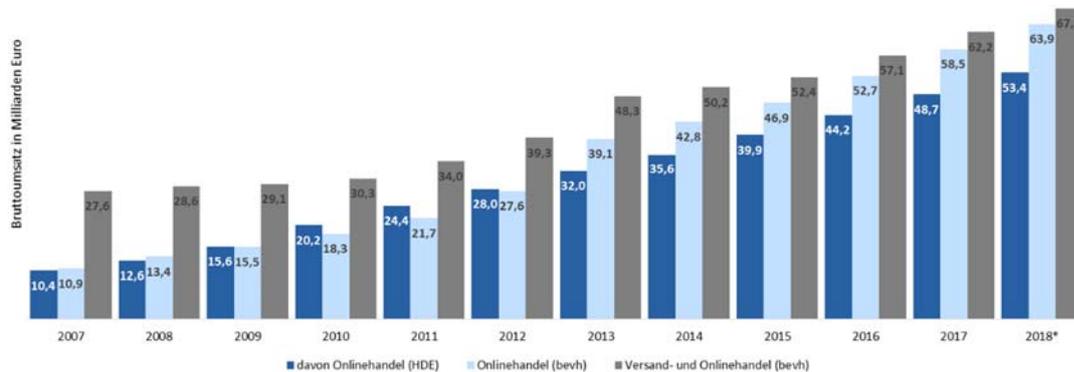
⁷ GMA-Grundlagenforschung.

⁸ Diese Leitfunktion wurde weniger durch den Flächenanteil am Gesamteinzelhandel der jeweiligen Stadt begründet, sondern durch die besondere Anziehungskraft als Betriebstyp im 20. Jahrhundert. G. Hessert zeigt mit der in den 70er Jahren gestarteten Expansion der Warenhäuser in die Kleinstädte und mit den nicht erfüllten wirtschaftlichen Erwartungen an Standorte in Ostdeutschland nach der Wiedervereinigung zwei zentrale Ursachen für den verhaltenen wirtschaftlichen Erfolg des Betriebstyps auf. Vgl. G. Hessert: Standortanforderungen des Warenhauses in Ostdeutschland, Leipzig 2012, S. I ff.

⁹ Quelle: EHI Köln, Handelsdaten aktuell 2016

¹⁰ Vgl. hierzu: GMA und Sonae Sierra: Shoppingcenter-Revitalisierung in Deutschland, Hamburg 2010.

Abbildung 5: Entwicklung der Onlineumsätze in Deutschland

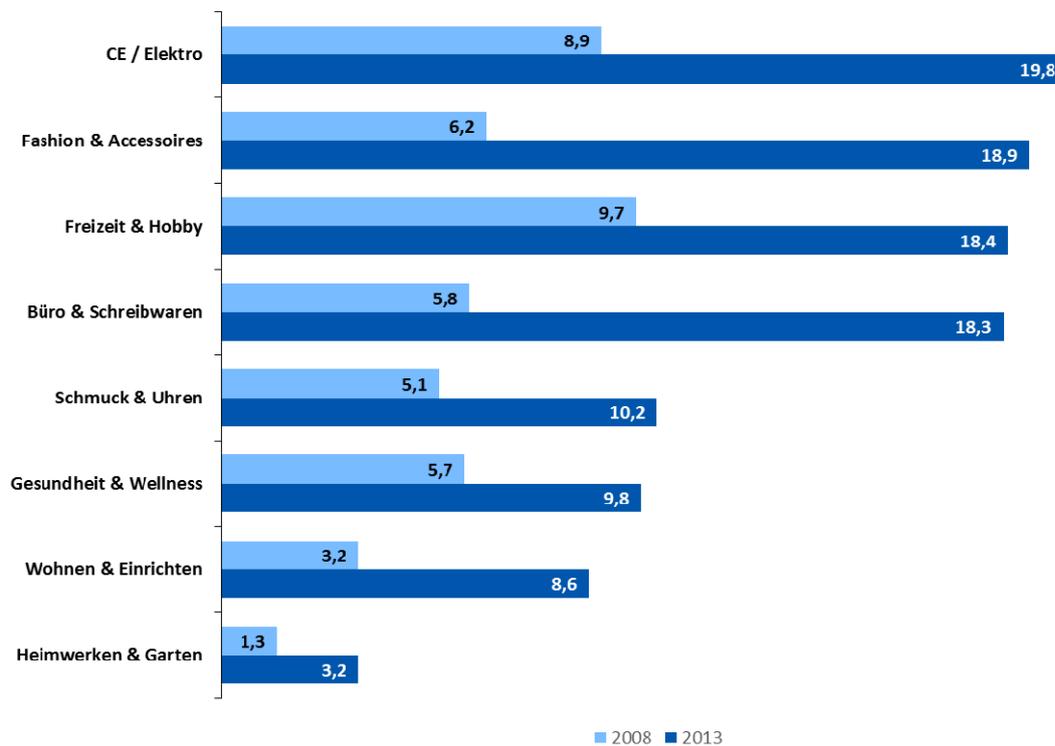


* Daten des bevh als Prognose / Quelle: Handelsdaten aktuell 2018; bevh, GMA-Darstellung 2018

Für das Jahr 2018 geht der bevh von einem Gesamtumsatz für den Versandhandel von 67,3 Mrd. € aus (vgl. Abbildung 5). Vergleicht man den Wert des Online-Handels lt. bevh im Jahr 2017 von 62,2 Mrd. € mit dem Umsatz des gesamten Einzelhandels für 2017, so liegt der Anteil des Online-Handels bei rd. 12 %. Allerdings schwanken die Anteile des Online-Handels je nach Branche stark. Während im Bereich Consumer-Electronics / Elektro und im Bereich Mode Werte von fast 20 % erreicht werden, liegt im Heimwerker- und Gartenbereich der Anteil lediglich bei rd. 3 %. Insbesondere der Lebensmitteleinzelhandel, der einen Großteil der Umsätze im gesamten Einzelhandel repräsentiert, weist mit unter 1 % immer noch sehr geringe Anteile im Online-Handel auf.

Die Übergänge zwischen Online-Handel und stationärem Einzelhandel sind mittlerweile nicht mehr klar abgrenzbar. Viele (stationäre) Einzelhändler bieten mittlerweile auch Onlineshops an, in denen entweder das Gesamtangebot oder zumindest ausgewählte Artikel verfügbar sind. Ziel der sog. Multi- oder Omni-Channel-Strategien des Einzelhandels ist die Verknüpfung der unterschiedlichen Vertriebskanäle. Weiter ist in Großstädten ist zu beobachten, dass auch reine Online-Händler (sog. Pure-Player) in den vergangenen Jahren ein stationäres Netz aufgebaut haben bzw. aufbauen (z. B. Cyberport, Mymuesli, Fashion For Home, Zalando).

Abbildung 6: Anteil Online-Handel am Umsatz einzelner Branchen



Quelle: IFH Köln, Branchenreport Online-Handel 2014, GMA-Darstellung

3.1.4 Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel

Ergänzend zu Supermärkten und Großflächenkonzepten haben sich in Deutschland discountorientierte Angebotsformen entwickelt und fest etabliert. Dabei handelt es sich um Vertriebskonzepte, die auf eine konsequente Niedrigpreispolitik setzen. Sie verfügen aktuell über einen Marktanteil im Lebensmittelsektor von ca. 45 %¹¹. Die anderen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels haben in den vergangenen Jahren hingegen eine unterschiedliche Entwicklung genommen. Supermärkte und SB-Warenhäuser expandierten, kleinere Lebensmittelgeschäfte hingegen verzeichneten einen deutlichen Bedeutungsverlust. So verringerte sich die Anzahl der kleinen Lebensmittelgeschäfte von ca. 11.200 im Jahr 2010 auf etwa 8.650 Geschäfte in 2017¹².

Als **Standorte** für großflächige Discounter, Supermärkte und SB-Warenhäuser werden i. d. R. Lagen mit guter Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr und mit großen Stellplatzkapazitäten präferiert. Im Rückblick begünstigte der Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel lange die größeren Zentren. In den einwohnerschwächeren Gemeinden und Stadtteilzentren fand zunächst in vielen Fällen eine Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes statt, was v.a. im länd-

¹¹ Quelle: EHI Köln, handelsdaten aktuell 2017.

¹² ebd.

lichen Raum zu größeren Wegstrecken führte. Mittlerweile ist mit der fortschreitenden Verdichtung der Filialnetze eine gewisse Umkehrung dieses Trends zu beobachten. So rücken verstärkt auch kleinere Kommunen in den Fokus der Betreiber.

Tabelle 2: Standortanforderungen der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)

Daten	Discounter	Supermarkt	Großer Supermarkt / SB-Warenhaus
Verkaufsfläche	ab 800 m ²	ab 1.200 m ²	ab 2.500 m ²
Sortiment	75 – 80 % Foodanteil	80 – 85 % Foodanteil	60 – 70 % Foodanteil
Artikelzahl	ca. 2.000 – 4.000	ca. 10.000 – 15.000	ca. 25.000 – 50.000
Parkplätze	ab 60 Stück	ab 80 Stück	ab 150 Stück
Grundstück	ab 4.000 m ²	ab 5.000 m ²	ab 7.000 m ²
Kernbevölkerung	ab 3.000 EW	ab 4.000 EW	ab 10.000 EW

Quelle: GMA-Standortforschung 2018, ca.-Werte

3.2 Entwicklungen auf Nachfrageseite

3.2.1 Demographische Entwicklung

Gesellschaftliche sowie demographische Veränderungen vollziehen sich mit großer Regelmäßigkeit, genannt seien etwa die im Rahmen der Demografieentwicklung prognostizierte Schrumpfung der Bevölkerung durch das niedrige Geburtenniveau, die steigende Lebenserwartung und die demographische Alterung oder die wachsende Zahl der Haushalte begleitet von einer Verkleinerung der durchschnittlichen Haushaltsgröße.

Des Weiteren lässt sich in vielen Regionen Deutschlands eine Land-Stadt-Migration feststellen. So verzeichnen Metropolregionen hohe Zuwanderungsgewinne, viele ländliche Räume hingegen Abwanderungsverluste. Ein weiterer Trend in diesem Kontext ist die Abwanderung aus den neuen in die alten Bundesländer. Nachdem sich der Einzelhandel an der lokalen Nachfrage orientiert, ist der kleinräumlichen Analyse und Prognose der Kaufkraftentwicklung hohe Aufmerksamkeit zu schenken¹³.

3.2.2 Konsumentenverhalten im Wandel

Die starke Preisorientierung breiter Bevölkerungsschichten hat zu einer Absenkung des Qualitätsniveaus geführt; gleichzeitig profitieren an machen Standorten auch Anbieter des hochpreisigen Segments von einer in einigen Bevölkerungsteilen gestiegenen Kaufkraft. Zudem lässt sich der Kunde immer weniger in feste Kategorien einpassen. Daher hat sich in den letzten Jahren der

¹³ Gerade großräumliche Bevölkerungsprognosen bilden die lokalen Verhältnisse nur unzureichend ab. Zudem hat sich eine Reihe von Einwohnerprognosen der letzten beiden Dekaden als nicht belastbar erwiesen.

Typus des „**hybriden Verbrauchers**“ herausgebildet (vgl. Abbildung 7). Er erwirbt beim selben Einkaufsgang teure Markenware im Fachhandel und im Anschluss Billigprodukte beim Discounter. Dies führt – in Kombination mit der zunehmenden Mobilität der Bevölkerung – zu einer deutlichen Reduzierung der Kundenbindung im Einzelhandel, die wiederum alternative Bezugsquellen wie z. B. den Online-Handel begünstigt.

Abbildung 7: Konsumtrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers



GMA-Grundlagenforschung 2018

3.3 Standortwahl des Einzelhandels und der Kommunen

Neben Unternehmensprozessen und gesellschaftlichen sowie demographischen Veränderungen hat die **Neubewertung von Standortfaktoren und Standortqualitäten** durch Einzelhandelsunternehmen Veränderungen der Handelslandschaft ausgelöst. Für die **Entwicklung des Einzelhandels in den Innenstädten und Ortszentren** waren in den vergangenen Jahren folgende Trends festzustellen:

- / Die **Konzentration** im Einzelhandel führte in Innenstädten und Ortszentren nicht selten zur Uniformität des Betriebs- und Warenangebotes und zu einer Ausdünnung des Versorgungsnetzes auf leistungsfähige, nachfragestarke Standorte. Als Gegenteil lässt sich die Entwicklung von City-Konzepten beobachten; diese funktionieren jedoch nur in stark frequentierten Innenstädten und Ortszentren.
- / Die große Bedeutung des Online-Handels hat in den deutschen Innenstädten bereits zu Frequenzrückgängen und einem teilweisen Rückgang einzelner Branchen geführt.
- / Die 1b- und 1c-Lagen haben mit einem Bedeutungsverlust zu kämpfen. Hier treten verstärkt **Fluktuation, Mindernutzungen** (z. B. durch Spielhallen) und **Leerstandsbildung** auf.

- Die mittelständischen Anbieter hatten aus unterschiedlichen Gründen deutlich rückläufige Gesamtmarktanteile.

In vielen Kommunen wird die Handelsentwicklung seit langem mit einem kommunalen Einzelhandelskonzept gesteuert. Es werden die zulässigen Gebiete für den Einzelhandel festgelegt und eine sortimentsgenaue Steuerung der Ansiedlung zusätzlicher Handelsflächen vorgenommen¹⁴.

3.4 Mittelfristige Entwicklungstrends

Unter Berücksichtigung der zunehmenden Digitalisierung der Gesellschaft und der damit wachsenden Bedeutung des Online-Handels wird die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels maßgeblich durch das **Zusammenwirken des stationären Handels mit digitalen Vertriebskanäle** bestimmt. Darüber hinaus wird der Einkauf von den Verbrauchern in Zukunft noch stärker unter dem Aspekt seines **Freizeit- und Erlebniswertes** beurteilt. Aktuelle Entwicklungen zeigen, dass der Einzelhandel diesen Trends, zusammen mit gesamtgesellschaftlichen Tendenzen wie dem demographischen Wandel, durch neue Betriebstypen und Präsentationsformen zunehmend Rechnung trägt.

Vor dem geschilderten Hintergrund wird sich die **Entwicklung des Einzelhandels in der mittelfristigen Perspektive** nach Einschätzung der GMA folgendermaßen darstellen:

Optimierung der Multi- / Omni-Channel-Konzepte

Die Verschmelzung des stationären Handels mit verschiedenen digitalen Vertriebskanälen wird in Kombination mit vereinfachten Zahlungsmethoden (u. a. PayPal) und neuen Social-Shopping-Anwendungen, über die der Kunde Punkte o. ä. sammelt oder Coupons erhält (wie z. B. „H&M Club“), zunehmend an Bedeutung gewinnen. Viele Händler setzen mittlerweile auf das Prinzip „Click&Collect“, wobei die Bestellung online abgewickelt wird, die Ware dann aber im nächsten Store abgeholt werden kann. Damit auch mittelständische Einzelhandelsunternehmen Online-Shops oder digitale Schaufenster einrichten können, wurde von einigen Städten Projekte unter dem Namen „Online-City“ oder „Digitale Einkaufsstadt“ ins Leben gerufen.

Showrooming und Vor-Ort-Digitalisierung

Handelsimmobilien werden verstärkt zu Showrooms mit hohem Erlebnis- und Wohlfühlfaktor umgestaltet, bei denen v. a. die Serviceleistungen einen zentralen Punkt darstellen (z. B. McTrek). Gleichzeitig spielen vor Ort auch digitale Medien (z. B. Tablets) als zusätzliche Informationsträger eine Rolle. Zunehmend wird in vielen Stores kostenfreies WLAN angeboten. Dieses Angebot soll auch die Nutzung der Social-Shopping-Anwendungen, welche über das Smartphone zu bedienen sind, erleichtern.

¹⁴ vgl. hierzu: W. Spannowsky, S. Holl: Die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland im Lichte der europäischen Niederlassungsfreiheit; Kaiserslautern 2012.

Verkaufsflächen wachsen moderat

Der Zuwachs weiterer Verkaufsflächen verlief in den zurückliegenden Jahren eher moderat. In einigen Branchen sind Flächenbereinigungen festzuhalten; so wurden in den vergangenen Jahren größere Flächen des Bucheinzelschmieds vom Markt genommen, Elektrofachmärkte eröffnen auf deutlich kleineren Flächen als noch vor 10 Jahren und auch der stationäre Schuhhandel spürt die Konkurrenz des Online-Handels.

Filialisierungswelle hält an

Die Filialisierungstendenz setzt sich in nahezu allen Branchen fort. Dabei wird die Marktbedeutung von Franchiseunternehmen noch wachsen.

Lebensmittelhandel im Wandel

Der wachsende Ausbau des Convenience- und Gastronomie-Angebotes sowie neue Vertriebswege über Lieferdienste und Drive-Ins führen zu einer Erneuerung des klassischen Lebensmitteleinkaufs und fördern die Etablierung neuer Nischenanbieter (u. a. Kochhäuser). Auch in dieser Branche werden Omni-Channel-Konzepte eingesetzt. Neben dem Prinzip „Click&Collect“ können Lebensmittel online bestellt und mit einem Lieferdienst in einer bestimmten Zeitspanne nach Hause geliefert werden.

Fachmärkte und Discounter boomen

Die Umgestaltung der Einzelhandelslandschaft wird auch in den kommenden Jahren v. a. durch Fachmärkte und Discounter bestimmt. Beide Betriebstypen werden ihre Marktanteile weiter ausbauen.

4. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel

4.1 Bauplanungsrecht

Die Raumordnung in Deutschland wird durch das sog. Gegenstromprinzip geprägt. Dabei muss sich die untere Planungsebene (kommunale Planung) an die Vorgaben der überörtlichen Planung (Bundesraumordnung, Landes- und Regionalplanung) halten. Im Gegenzug haben die Kommunen jedoch auch Mitsprache- und Beteiligungsrechte bei der Erstellung der überörtlichen Planung. Zudem können sie durch die Aufstellung von Bauleitplänen und bspw. eines Einzelhandelskonzeptes (hier v. a. Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche und ortsspezifische Sortimentsliste) das Planungsrecht spezifizieren (vgl. Abbildung 8).

Abbildung 8: Gegenstromprinzip



GMA-Darstellung 2018

Städte und Gemeinden haben mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrumentarium zur Hand, mit dem die Standortentwicklung im Einzelhandel gesteuert werden kann; dabei sind zunächst folgende Gebietskategorien grundlegend zu unterscheiden:

4.1.1 Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)

In Gebieten mit Bebauungsplänen kommt es auf deren Festsetzungen an. Werden in Bebauungsplänen die in der BauNVO bezeichneten Baugebiete festgelegt, sind Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe der §§ 2 bis 9 BauNVO – teils ausdrücklich als Läden oder Einzelhandelsbetriebe, teils allgemein als Gewerbebetriebe – in allen Baugebieten vorgesehen:

- /// Sie sind zulässig in allgemeinen und besonderen Wohngebieten sowie in Urbanen Gebieten, Dorf-, Misch-, Gewerbe- und Industriegebieten (§§ 4 bis 9 BauNVO),
- /// in Kleinsiedlungsgebieten und reinen Wohngebieten können sie als Ausnahme zugelassen werden (§§ 2 und 3 Bau NVO).

Für Einzelhandelsgroßbetriebe enthält der **§ 11 Abs. 3 BauNVO** eine Sonderregelung für alle Baugebiete. Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe mit bestimmten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen sind außer in Kerngebieten nur in speziell ausgewiesenen Sondergebieten zulässig. Der letzte Satz des § 11 Abs. 3 beinhaltet eine widerlegbare Regelvermutung. Die konkrete Prüfung hat zweistufig stattzufinden:

- /// Liegt ein großflächiger Handelsbetrieb vor? Wenn ja (i. d. R. über 800 m² Verkaufsfläche) dann:
- /// liegen Auswirkungen vor? Wenn ja: Nur im Kerngebiet oder Sondergebiet zulässig (die Regelvermutung für potenzielle Auswirkungen liegt vor, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet).

Bei der Prüfung der Stufe 1 kann im Ergebnis auch eine sog. atypische Fallgestaltung nachgewiesen werden, d. h. es kann sich um einen Betrieb handeln, der aus städtebaulichen oder betrieblichen Gründen gerade nicht unter die Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO fällt, obwohl er mehr als 800 m² Verkaufsfläche aufweist. Sollte dies der Fall sein und in der zweiten Prüfstufe keine potenziellen Auswirkungen ermittelt werden, sind solche Betriebe auch in anderen Gebietstypen der BauNVO zulässig (z. B. Baustoffhandel in einem Gewerbegebiet oder Lebensmittelhandel in einem Mischgebiet).

4.1.2 Unbeplanter Innenbereich (§ 34 BauGB)

Nach § 34 Abs. 1 BauGB ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und gleichzeitig die Erschließung gesichert ist. Nach § 34 Abs. 2 BauGB ist hinsichtlich der Art der baulichen Nutzung die BauNVO anzuwenden, wenn die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete der BauNVO entspricht. Nach § 34 Abs. 3 BauGB dürfen von den Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein. Im Einzelfall (z. B. Erweiterung) kann vom Erfordernis des Einfügens abgewichen werden.

Das Ziel der gesetzlichen Neuregelung im besagten Paragraphen ist es, durch das Ausfüllen einer Rechtslücke bei Genehmigungsverfahren für großflächige Einzelhandelsvorhaben in Gemengelage im unbeplanten Innenbereich auch hier eine städtebauliche Steuerung ohne Bauleitplanung zu ermöglichen. Dies soll durch die Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere dem Schutz der Angebotsstrukturen in den Kernstadtbereichen und damit deren Attraktivitätserhalt dienen.

Mit der Novellierung des BauGB 2007 hat der Gesetzgeber darüber hinaus die Möglichkeit geschaffen, über § 9 Abs. 2a BauGB im nicht beplanten Innenbereich einen Bebauungsplan aufzustellen, in dem zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen festgelegt oder ausgeschlossen werden können.

4.1.3 Besonderes Städtebaurecht

Das Besondere Städtebaurecht mit den §§ 136 ff. BauGB bietet zudem Städten und Gemeinden die Möglichkeit, im Rahmen von Stadterneuerungs- oder -entwicklungsmaßnahmen die besonderen Vorschriften zur Steuerung anzuwenden. So kann durch die Festlegung von Sanierungsgebieten über die jeweilige Sanierungszielsetzung sehr dezidiert die künftige Entwicklung gerade auch im Einzelhandelsbereich geplant und gesteuert werden. Die Regelungen nach §§ 144 ff. BauGB stellen verschiedene Sachverhalte wie beispielsweise den Verkauf von Liegenschaften oder auch deren Anmietung grundsätzlich unter Genehmigungsvorbehalt.

Neben diesen Rechtstatbeständen sind insbesondere die möglichen Förderungen für baulich investive Maßnahmen und auch die Umgestaltung im öffentlichen Bereich attraktiv. Durch die Programme der städtebaulichen Erneuerung sind Fördermöglichkeiten geschaffen, die gerade auch an private Grundstückseigentümer zur Modernisierung oder Instandsetzung der Gebäudesubstanz weitergegeben werden können.

4.2 Landes- und Regionalplanung

Der Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) ist am 25. Januar 2017 im Gesetz- und Verordnungsblatt des Landes Nordrhein-Westfalen veröffentlicht worden, nachdem der Landtag am 14.12.2016 dem Planentwurf zugestimmt hatte. Am 08. Februar 2017 trat der LEP NRW in Kraft.

„6.5 Großflächiger Einzelhandel

Ziele und Grundsätze

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

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

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

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

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

Zentrenrelevant sind

- die Sortimente gemäß Anlage 1 und

- weitere von der jeweiligen Gemeinde als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (ortstypische Sortimentsliste).

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

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

Abbildung 9: Regelung gemäß LEP NRW für großflächigen Einzelhandel mit zentrenrelevanten Kernsortimenten



GMA-Darstellung 2018

„6.5-3 Ziel Beeinträchtigerungsverbot

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

6.5-4 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche

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

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

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

6.5-6 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente

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

6.5-7 Ziel Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel

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

6.5-8 Ziel Einzelhandelsagglomerationen

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

6.5-9 Grundsatz Regionale Einzelhandelskonzepte

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

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

Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung sind, soweit von § 12 Absatz 3a Satz 1 Baugesetzbuch kein Gebrauch gemacht wird, nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Festlegungen 6.5-1, 6.5-7 und 6.5-8 entsprechen; im Falle von zentrenrelevanten Kernsortimenten haben sie zudem den Festlegungen 6.5-2 und 6.5-3, im Falle von nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten den Festlegungen 6.5-4, 6.5-5 und 6.5-6 zu entsprechen.“

Für das Stadtgebiet von Olpe verweist der rechtskräftige **Regionalplan Arnsberg**, Teilabschnitt Oberbereich Siegen (Kreis Siegen-Wittgenstein und Kreis Olpe) auf das ehem. Landesentwicklungsprogramm (LEPro), welches im Februar 2017 durch den Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) ersetzt wurde.

5. Standortrahmenbedingungen und wesentliche Strukturdaten der Stadt Olpe

Die Stadt Olpe liegt im Westen des Landkreises Olpe und ist in der landesplanerischen Hierarchie in Nordrhein-Westfalen als **Mittelzentrum** ausgewiesen. Derzeit leben in Olpe rd. 25.640 Einwohner¹⁵. Siedlungsstrukturell setzt sich die Stadt aus 42 Stadtteilen zusammen. Der Bevölkerungsschwerpunkt liegt mit rd. 14.925 Einwohnern in der Kernstadt von Olpe. Die nächstgrößeren Stadtteile sind Rhode mit rd. 1.500 Einwohnern sowie Rüblingshausen mit rd. 1.010 Einwohnern. Alle weiteren Stadtteile weisen Einwohnerzahlen zwischen 3 (Bruch) und 993 (Dahl) auf.

Die nächst gelegenen **Oberzentren** befinden sich mit Siegen ca. 30 km südlich, Köln und Bonn ca. 70 km westlich, Hagen ca. 60 km nördlich und Wuppertal ca. 70 km nordwestlich. Die Stadt Olpe grenzt im Norden an das Mittelzentrum Attendorn, im Nordosten an das Mittelzentrum Lenne-stadt, im Osten an das Grundzentrum Kirchhundem, im Südosten an das Mittelzentrum Kreuztal, im Süden an das Grundzentrum Wenden sowie im Westen an das Grundzentrum Drolshagen (vgl. Karte 1).

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** der Stadt Olpe wird im Wesentlichen durch die Autobahn A 4 (Aachen – Olpe) und A 45 (Dortmund – Aschaffenburg) sichergestellt. Darüber hinaus gibt es in der Kernstadt von Olpe auch einen Bahnanschluss, der von der Regionalbahn 92 (Finnentrop – Olpe) angefahren wird. Mehrere Buslinien verbinden Olpe zusätzlich mit den angrenzenden Nachbarstädten und -gemeinden. Der ÖPNV in der Stadt Olpe wird von den Verkehrsbetrieben Westfalen-Süd mit Sitz in Siegen sowie der Oberbergischen Verkehrsgesellschaft (OVAG; Linien im Olpener Stadtgebiet) betrieben.

Die Zahl der **sozialversicherungspflichtig Beschäftigten** am Arbeitsort betrug Mitte 2017 in der Stadt Olpe rd. 14.840 Personen. Die Zahl der Einpendler überstieg die Zahl der Auspendler um ca. 52 % (ca. 5.400 Auspendler stehen ca. 10.250 Einpendlern gegenüber), was die hohe Bedeutung von Olpe als Arbeitsstandort widerspiegelt. Die Verteilung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten auf die einzelnen Wirtschaftszweige zeigt mit ca. 69 % einen Schwerpunkt im Dienstleistungssektor. Im Bereich des produzierendem Gewerbe sind ca. 30,6 % sowie im Bereich Land- und Forstwirtschaft, Fischerei ca. 0,4 % tätig.¹⁶ Im Vergleich dazu waren bezogen auf die gesamte

¹⁵ Quelle: Stadt Olpe, Stand: 30.06.2018, nur Hauptwohnsitze.

¹⁶ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, IT NRW, Stand 30.06.2017.

Bundesrepublik im Jahr 2017 ca. 0,9 % im Bereich Land- und Forstwirtschaft, ca. 25 % im produzierenden Gewerbe und ca. 74 % im Dienstleistungssektor tätig.¹⁷

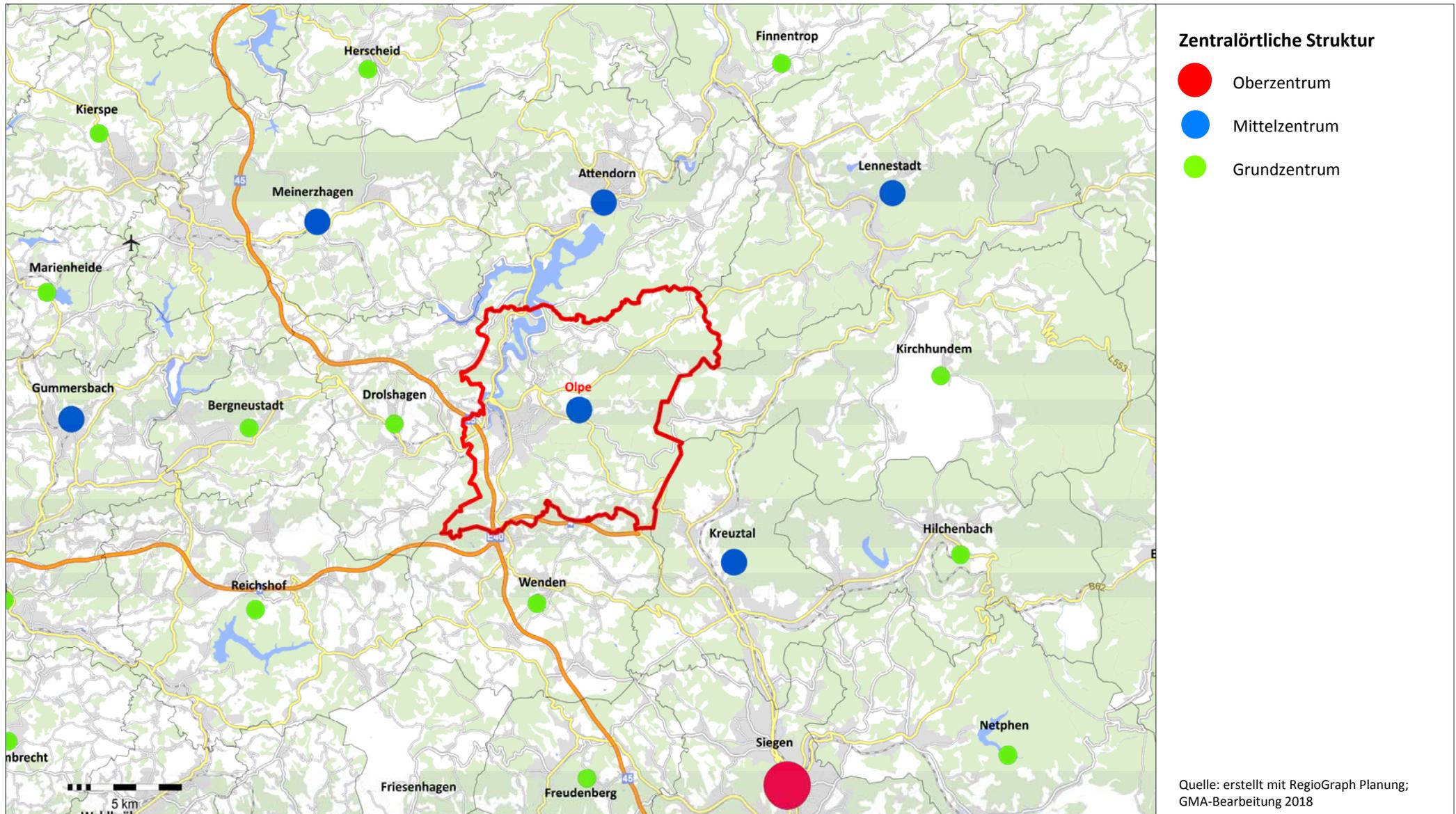
Übersicht 1: Strukturdaten der Stadt Olpe

Merkmal	Daten	
	absolut	in %
Einwohner aktuell¹		
Kernstadt	14.924	58,2
Rhode	1.505	5,9
Rüblinghausen	1.010	3,9
Dahl	993	3,9
sonstige Stadtteile	7.210	28,1
Gesamt	25.642	71,9
Bisherige Einwohnerentwicklung	2007 – 2017	
- Stadt Olpe ²	- 0,1 %	
- Kreis Olpe ³	- 4,5 %	
- Land Nordrhein-Westfalen	- 1,8 %	
Einwohnerprognose	2018 – 2025	
- Stadt Olpe ²	- 1,4 %	
- Kreis Olpe	- 2,6 %	
- Land Nordrhein-Westfalen	- 1 %	
Zentralörtliche Funktion	Mittelzentrum	
einzelhandelsrelevanter Kaufkraftniveau 2018 ⁴	Bundesdurchschnitt = 100	
- Stadt Olpe	- überdurchschnittlich (105,9)	
- Kreis Olpe	- leicht überdurchschnittlich (101,9)	
- Land Nordrhein-Westfalen	- durchschnittlich (99,7)	
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort 30.06.2017 ⁵	ca. 14.840	
Beschäftigtenentwicklung 2008 – 2017 ²		
- Stadt Olpe	- steigend (+ 15,3%)	
- Kreis Olpe	- steigend (+ 12,2%)	
- Land Nordrhein-Westfalen	- steigend (+ 13,4 %)	
Pendlersaldo (30.06.2017) ⁵	+ 4.856	
Arbeitslosenquote Juli 2017 ⁵		
- Stadt Olpe ⁶	n.n.	
- Kreis Olpe	4,0 %	
- Land Nordrhein-Westfalen	7,4 %	

Quelle: ¹ Stadt Olpe, Stand 30.06.2018, ² IT NRW Beschäftigtenstatistik 2000/2017, ³ Daten liegen nur für 2000-2016 vor; IT NRW, Stand 31.12.2015, ⁴ MBR Research 2018, ⁵ Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2017, ⁶ Daten liegen nur auf Landeskreisebene vor.

¹⁷ Quelle: Internetseite Statistisches Bundesamt <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/Indikatoren/LangeReihen/Arbeitsmarkt/lrerw014.html> (Zugriff: 31.07.2018)

Karte 1: Lage der Stadt Olpe und zentralörtliche Struktur



II. Angebots- und Nachfragesituation

1. Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt Olpe

Im März / April 2018 wurde durch GMA-Mitarbeiter eine Aktualisierung der Bestandsdaten des Einzelhandels in Olpe durchgeführt (vgl. Tabelle 3). Zum Zeitpunkt der Erhebungen gab es in der Stadt Olpe **insgesamt**:

- /// 216 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Lebensmittelhandwerks
- /// ca. 67.475 m² Verkaufsfläche
- /// ca. 172,0 Mio. € Bruttoumsatzleistung p. a.

Der Hauptwarengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** sind zugeordnet:

- /// 64 Betriebe (= ca. 30 % aller Betriebe)¹⁸
- /// ca. 12.510 m² Verkaufsfläche (= ca. 19 % der Gesamtverkaufsfläche)¹⁹
- /// ca. 67,8 Mio. € Bruttoumsatzleistung (= ca. 39 % des Gesamtumsatzes)²¹

Auf die Hauptwarengruppe **Nichtlebensmittel** entfallen:

- /// 152 Betriebe (= ca. 70 % aller Betriebe)
- /// ca. 54.965 m² Verkaufsfläche (= ca. 81 % der Gesamtverkaufsfläche)
- /// ca. 104,2 Mio. € Bruttoumsatzleistung (= ca. 61 % des Gesamtumsatzes)

¹⁸ Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

¹⁹ bereinigte Werte, Umsätze und Verkaufsflächen und der Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet.

Tabelle 3: Einzelhandelsbestand nach Branchen (Gesamtstadt Olpe)

Branche	Betriebe*		Verkaufsfläche in m ² *		Umsatz in Mio. €**	
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Nahrungs- und Genussmittel	64	30	12.510	19	67,8	39
Gesundheit, Körperpflege***	15	7	3.355	5	14,7	9
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	9	4	1.625	2	3,6	2
kurzfristiger Bedarf gesamt	88	41	17.490	26	86,1	50
Bücher, Schreib- / Spielwaren	7	3	1.460	2	4,4	3
Bekleidung, Schuhe, Sport	42	19	10.285	15	24,0	14
mittelfristiger Bedarf gesamt	49	23	11.745	17	28,4	17
Elektrowaren	19	9	3.765	6	14,3	8
Hausrat, Einrichtung, Möbel	18	8	11.610	17	17,4	10
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	16	7	20.200	30	18,8	11
Optik / Uhren, Schmuck	16	7	995	1	4,1	2
Sonstiger Einzelhandel	10	5	1.670	2	2,9	2
langfristiger Bedarf gesamt	79	37	38.240	57	57,5	33
Nichtlebensmittel insgesamt	152	70	54.965	81	104,2	61
Einzelhandel insgesamt	216	100	67.475	100	172,0	100

* Bei Mehrbranchenbetrieben wurde die Verkaufsfläche sortimentsgenau aufgeteilt

** bereinigter Umsatz, bei großflächigen Betrieben wurden die Randsortimente den entsprechenden Warengruppen zugeordnet.

*** Im Sortimentsbereich Gesundheit, Körperpflege beziehen sich, im Gegensatz zum Gutachten von 2011, die Umsatzzuweisungen bei den Apotheken nur auf die freiverkäuflichen Arzneimittel / Produkte

GMA-Erhebungen 2018 (ca.-Werte, gerundet)

2. Einzelhandelsbestand in den Stadtteilen und nach Lagen

Differenziert man nach den einzelnen Stadtteilen von Olpe, so sind folgende Einzelhandelsbestandsdaten festzuhalten (vgl. Tabelle 4):

- / Betriebs-, verkaufsflächen- und umsatzbezogen kommt die mit Abstand größte Einzelhandelsbedeutung der Kernstadt Olpe mit ca. 90 % der Betriebe, rd. 87 % der Verkaufsfläche und ca. 93 % des Einzelhandelsumsatzes zu. Damit sind die strukturprägenden Betriebe mit hoher Leistungsfähigkeit in zentraler Lage des Stadtgebietes ansässig. Die Einzelhandelsbedeutung der Kernstadt Olpe hat sich gegenüber der GMA-Untersuchung im Jahr 2011 leicht gesteigert.
- / Eine nur untergeordnete Versorgungsbedeutung ist den Stadtteilen beizumessen. Insgesamt sind nur in 10 Stadtteilen Einzelhandelsbetriebe ansässig. Mit Ausnahme von Sondern sind jeweils weniger als fünf Betriebe vorhanden. Die in Sondern ansässigen sieben, überwiegend kleinstrukturierten Betriebe (zusammen ca. 290 m² VK), sind v. a. auf den Tourismus ausgerichtet.
- / In den weiteren neun Stadtteilen mit Einzelhandelsbesatz sind insgesamt 15 Betriebe vorhanden, die über eine Verkaufsfläche von ca. 8.215 m² (ca. 12 %) verfügen. Darin sind neben einer Reihe von überwiegend kleinstrukturierten Nahversorgungsbetrieben u. a. auch drei großflächige Anbieter (2 Möbelgeschäfte, 1 Fahrradanbieter) enthalten.

Tabelle 4: Einzelhandelsbestand nach Stadtteilen

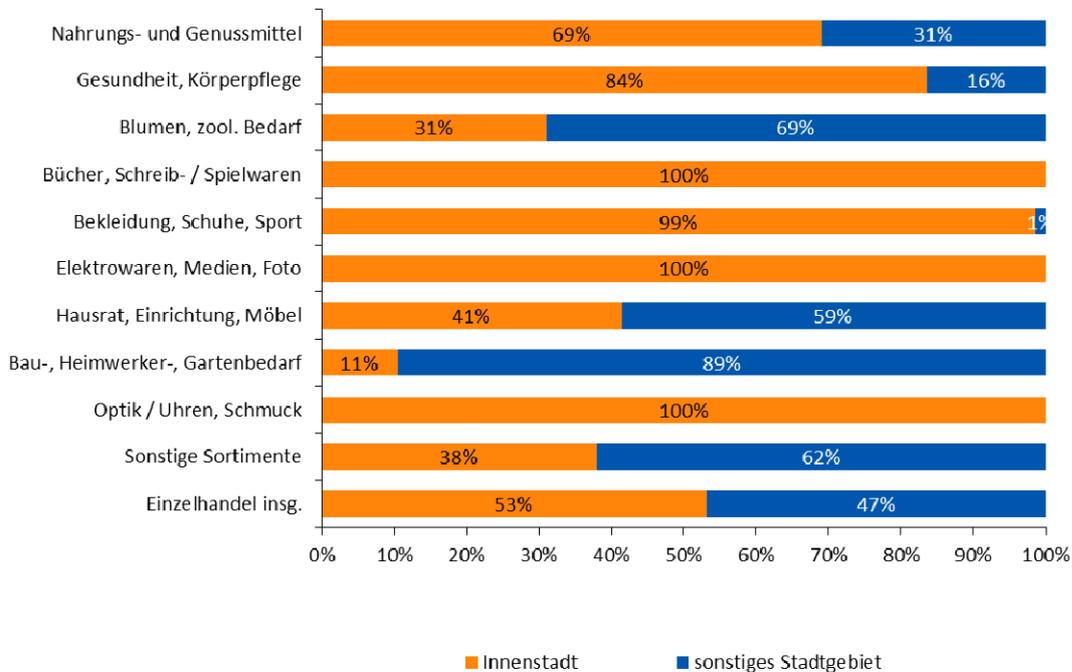
	Betriebe		Verkaufsfläche*		Umsatz (brutto)*	
	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %
Kernstadt Olpe	194	90	58.970	87	160,3	93
Sondern	7	3	290	< 1	1,4	1
übrige Stadtteile	15	7	8.215	12	10,3	6
Olpe gesamt	216	100	67.475	100	172,0	100

* bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet; GMA-Erhebung März / April 2018 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

Bei differenzierter Analyse der Standortverteilung nach Lagen (vgl. Abbildung 10) ist festzustellen, dass bestimmte Warengruppen wie z. B. Bücher, Schreib- / Spielwaren, Bekleidung, Schuhe, Sport oder Elektrowaren, Medien, Foto überwiegend bzw. ausschließlich in der Innenstadt vertreten sind. Dies weist auf die erfolgreiche Anwendung des Steuerungsinstrumentes „Einzelhandelsstandortkonzept“ in der Bauleitplanung auf der einen Seite sowie die grundsätzliche Attraktivität des Einzelhandelsplatzes Innenstadt Olpe auf der anderen Seite hin. Andere Sortimente wie z. B. Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf oder Hausrat, Einrichtung, Möbel sind schwerpunktmäßig au-

ßerhalb der Innenstadt zu finden. Bei diesen Sortimenten handelt es sich v. a. um nicht zentrenrelevante Waren, die in der Regel von Fachmärkten oder Einrichtungshäusern angeboten werden und aufgrund baulicher Strukturen in der Innenstadt keinen ausreichenden Platz finden.

Abbildung 10: Verteilung der Sortimente in der Stadt Olpe nach Lagekategorien



GMA-Erhebung und -Darstellung 2018

3. Entwicklung des Einzelhandelsbestandes in Olpe

Nachfolgend wird eine vergleichende Betrachtung und Bewertung mit den Einzelhandelsdaten aus dem Jahr 2011²⁰ vorgenommen.

Insgesamt ist in der Stadt Olpe zwischen den Jahren 2011 und 2018 ein Rückgang der Einzelhandelsbetriebe zu beobachten. Während 2011 noch 238 Einzelhandelsbetriebe in Olpe vorhanden waren, ging diese Zahl bis 2018 auf 216 Betriebe zurück, im gleichen Zeitraum ist die Verkaufsfläche um rd. 9.350 m² angestiegen. (vgl. Tabelle 5).

²⁰ Fortschreibung Einzelhandelsstandortkonzept für die Stadt Olpe, 2011, GMA.

Tabelle 5: Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Olpe seit 2011

Kriterium	Jahr		Veränderung 2011 – 2018	
	2011	2018	absolut	Tendenz
Anzahl der Betriebe	238	216	- 22	↘
Verkaufsfläche in m ²	58.125	67.475	+ 9.350	↗
Umsatz in Mio. €	149,7	172,0	+ 22,3	↗
Verkaufsfläche je Betrieb in m ²	244	312	+ 68	↗
Verkaufsfläche je 1.000 EW in m ²	2.228	2.608	+ 380	↗
Zentralität	107	113	+ 6	↗

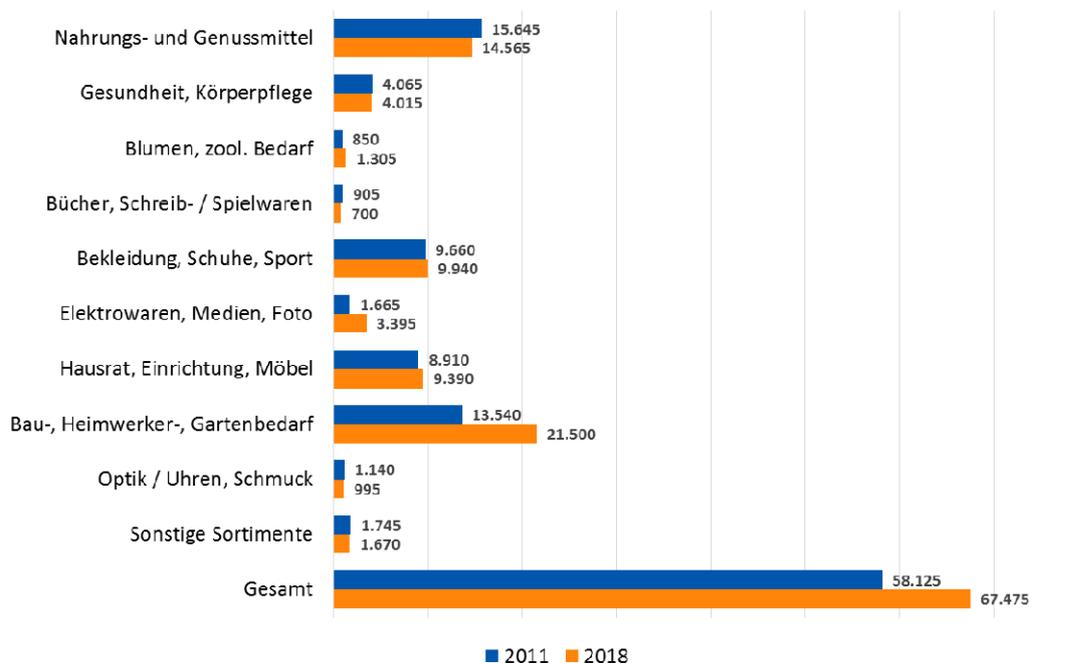
GMA-Zusammenstellung 2018

In Bezug auf die Verkaufsflächenentwicklung der einzelnen Branchen sind folgende Aspekte festzustellen (vgl. Abbildung 11):

- / Betrachtet man die Verkaufsflächenentwicklung in den einzelnen Branchen, so zeigt sich ein sehr heterogenes Bild. Im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** ist die Verkaufsfläche seit 2011 leicht rückläufig (ca. - 7 %). Dies ist v. a. mit dem Wegfall von Aldi und Netto in der Franziskaner-Passage zu begründen. Gleichzeitig hat jedoch der Anbieter Lidl eine zusätzliche Filiale in Olpe eröffnet.
- / In der Branche **Gesundheit / Körperpflege** ist die Verkaufsfläche nur um rd. - 1 % gesunken. Unter anderem ist eine Schlecker-Filiale weggefallen, dafür hat der Anbieter Rossmann seine Verkaufsfläche erweitert.
- / In den Bereichen **Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf** ist die Verkaufsfläche von 850 m² (2011) um rd. 54 % auf rd. 1.305 m² (2018) angestiegen. Diese Veränderung begründet sich v. a. mit der Verlagerung der Fressnapf-Filiale sowie der Ansiedlung des Anbieters Zoo & Co.
- / Im Bereich **Bücher, Schreib- und Spielwaren** ist die Verkaufsflächenausstattung seit 2011 um rd. - 23 % gesunken. Diese Verkaufsflächenreduzierung resultiert v. a. aus dem Wegfall mehrerer Bürobedarfsanbieter.
- / Im Bereich **Bekleidung, Schuhe, Sport** ist die Verkaufsfläche um rd. + 3 % leicht angestiegen. Seit 2011 gab es einige Betriebsaufgaben, jedoch auch verschiedene Neueröffnungen. Eine nennenswerte Ansiedlung ist jedoch nicht festzustellen.
- / Im Sortiment **Elektrowaren, Medien, Foto** ist der Verkaufsflächenanstieg (ca. + 104 %) v. a. durch die Neuansiedlung des Anbieters Expert an der Hugo-Ruegenberg-Straße (Bahnhofsareal) zu erklären und als sehr positive Entwicklung zu bewerten, v. a. im Hinblick auf die steigenden Marktanteile im Online-Handel in diesem Segment.

- Im Bereich **Hausrat, Einrichtung, Möbel** resultiert der Anstieg der Verkaufsfläche um rd. + 5 % maßgeblich durch die Verkaufsflächenerweiterung von Betten Meyer in der Kernstadt von Olpe.
- Im Sortiment **Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf** ist zwischen den Jahren 2011 und 2018 ein Verkaufsflächenanstieg von ca. + 59 % zu beobachten gewesen, der im Wesentlichen auf die Verlagerung und Verkaufsflächenerweiterung des Baumarktes Obi in das Gewerbegebiet In der Trift zurückzuführen ist. Gleichzeitig konnten Teile des Altstandortes im Gewerbegebiet Osterseifen durch den Anbieter Hammer Heimtex nachbelegt werden. Ein Hagebaumarkt am Standort Friedrichsthaler Straße wurde geschlossen²¹.
- Der Verkaufsflächenrückgang im Bereich **Optik / Uhren, Schmuck** (ca. - 13 %) ist auf die Aufgabe von wenigen kleinteiligen Betrieben, v. a. in der Innenstadt, zurückzuführen.
- In Bezug auf die **sonstigen Sortimente** ist ein leichter Rückgang (ca. - 4 %) ebenfalls durch den Wegfall weniger kleinteiliger Anbieter (u. a. Angelgeschäft, Anbieter für Autoteile) zu erklären.

Abbildung 11: Verkaufsflächenvergleich 2011 / 2018



GMA-Berechnungen 2018, Angaben in m² (unbereinigte Verkaufsflächen)

²¹ Die Fläche des ehemaligen Hagebaumarktes wird von dem benachbarten Anbieter Bauking übernommen. Zum Zeitpunkt der Erhebung im März / April 2018 war die Entwicklung der Fläche noch nicht abgeschlossen. Bauking plant an dem Standort seinen Schwerpunkt auf den Baustoffhandel zu fokussieren. Eine zweite Filiale von Bauking an der Bruchstraße wird in absehbarer Zeit komplett aufgegeben.

4. Nachfragesituation

4.1 Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Olpe

Die Abgrenzung des Marktgebietes des Einzelhandelsplatzes Olpe stellt eine wesentliche Grundlage zur Ermittlung des Bevölkerungspotenzials und der damit zur Verfügung stehenden Kaufkraft dar. Als Marktgebiet wird der Raum bezeichnet, in dem sich die Verbraucher zum Einkauf überwiegend auf einen Einzelhandelsstandort orientieren. Bei der Abgrenzung des Marktgebietes der Stadt Olpe wurden folgende Kriterien herangezogen:

- /// Angebotssituation in Olpe
- /// Angebots- bzw. Wettbewerbssituation im Umland
- /// siedlungs- und zentralörtliche Strukturen in Olpe und im Umland
- /// verkehrliche und topografische Gegebenheiten in Olpe und im Umland und die damit zusammenhängenden Zeit-Distanz-Werte.

Vor dem Hintergrund der Angebotssituation in Olpe und der regionalen Wettbewerbssituation ist davon auszugehen, dass sich das Einzugsgebiet des Einzelhandelsstandortes Olpe seit 2011 nicht wesentlich verändert hat. Das Einzugsgebiet des Einzelhandels der Stadt Olpe umfasst neben dem eigenen Stadtgebiet auch die umliegenden Kommunen Attendorn, Wenden und Drolshagen. Derzeit leben im Einzugsgebiet des Olper Einzelhandels ca. 85.190 Personen²², die sich wie folgt auf die Zonen unterschiedlicher Anbindungsintensität verteilen:²³

/// Zone I:	Stadt Olpe gesamt	ca.	25.870 Einwohner
/// Zone II:	Attendorn, Drolshagen, Wenden	ca.	59.320 Einwohner
/// Marktgebiet gesamt		ca.	85.190 Einwohner.

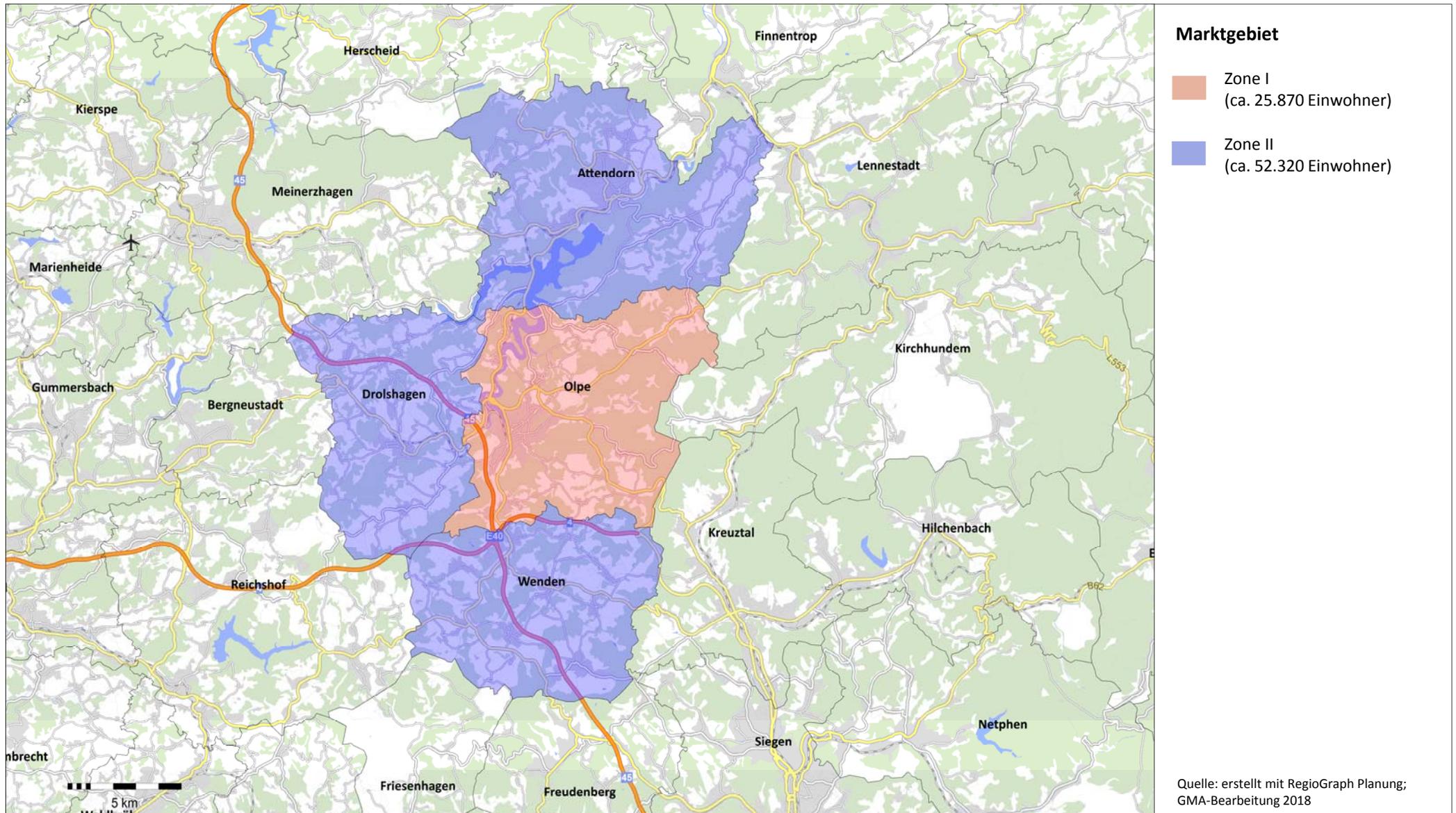
Weitere Nachbarkommunen wie Lennestadt, Kirchhundem und Kreuzthal werden nicht in das Einzugsgebiet des Einzelhandelsstandortes Olpe einbezogen, da sie bereits in deutlicher Entfernung zum Mittelzentrum liegen und deutlich stärkere Einkaufsorientierungen auf den Einzelhandel in der eigenen Gemeinde bzw. auf das Oberzentrum Siegen aufweisen.²⁴ Siegen zieht als starkes Oberzentrum im ländlichen Raum mit einer Vielzahl an Handelsformen Kunden aus weiten Teilen des südlichen Sauerlandes an.

²² Quelle Einwohnerzahlen: Einwohnerstatistik der Hansestadt Attendorn; Einwohnerstatistik Stadt Drolshagen; Einwohnerstatistik der Gemeinde Wenden; Einwohnerstatistik Stadt Olpe; Stand jeweils: 31.12.2017. Werte leicht gerundet.

²³ vgl. Karte 2.

²⁴ So auch den Ergebnissen von Kundenbefragungen im Einzelhandelskonzept Lennestadt abzulesen, in deren Rahmen Olpe in allen abgefragten Sortimenten des aperiodischen Bedarfs lediglich von 2 – 3 % der Befragten als Einkaufsort genannt wird.

Karte 2: Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Olpe



4.2 Kaufkraftpotenzial für den Einzelhandel in der Stadt Olpe

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft (inkl. Apotheken und Ladenhandwerk) pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland derzeit bei ca. € 5.570.

Davon entfallen auf

/// Nahrungs- und Genussmittel ca. € 2.035 p. a.

/// Nichtlebensmittel ca. € 3.535 p. a.

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft der lokale Kaufkraftkoeffizient zu berücksichtigen. Für die Stadt Olpe liegt dieser mit 105,9 über dem Bundesdurchschnitt.²⁵ Auch die in Zone II des Marktgebietes gelegene Stadt Attendorn (108,7) weist einen überdurchschnittlich hohen Kaufkraftkoeffizienten auf. Die Stadt Drolshagen liegt mit 100,8 im Durchschnitt und die Stadt Wenden mit 98,7 leicht unter dem Durchschnitt Deutschlands.

Bei Zugrundelegung der aktuellen Einwohnerwerte und des Kaufkraftniveaus errechnet sich für die **Stadt Olpe** ein jährliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen von rd. **152,5 Mio. €**²⁶; im **Marktgebiet von Olpe** von **ca. 494,0 Mio. €** insgesamt.

Nach Branchen und Bedarfsbereichen differenziert verteilt sich das Kaufkraftvolumen für die Stadt Olpe und das zugeordnete Marktgebiet wie in nachfolgender Tabelle dargestellt²⁷.

²⁵ Verwendung regionaler Kaufkraftkennziffern von MB Research: Werte über 100,0 deuten auf einen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt höheres Kaufkraftniveau, Werte unter 100,0 auf ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Niveau hin.

²⁶ vgl. Tabelle 6, Zone I.

²⁷ Die nachfolgende Tabelle 6 ist lediglich deskriptiv und zum Zeitreihenvergleich mit den Einzelhandelskonzepten 2003 und 2011 gedacht. Hieraus werden keine Flächenpotenziale für den Einzelhandelsplatz Olpe abgeleitet, d. h. planerisch greift Olpe nicht auf die Kaufkraft der Umlandkommunen, vor allem nicht des Mittelzentrums Attendorn, zurück.

Tabelle 6: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. € im Marktgebiet des Einzelhandels der Stadt Olpe

Daten Warengruppen	Kaufkraft in Mio. €				
	Olpe	Attendorn	Drolshagen	Wenden	Gesamt
Einwohner (2017)*	25.869	24.657	13.994	20.666	85.186
Nahrungs- und Genussmittel	55,7	54,5	28,7	41,5	180,4
Gesundheit, Körperpflege	11,1	10,9	5,7	8,3	36,0
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	3,8	3,7	2,0	2,8	12,3
kurzfristiger Bedarf gesamt	70,6	69,1	36,4	52,6	228,7
Bücher, Schreib- / Spielwaren	7,2	7,0	3,7	5,3	23,2
Bekleidung, Schuhe, Sport	19,1	18,7	9,8	14,2	61,8
mittelfristiger Bedarf gesamt	26,3	25,7	13,5	19,5	85,0
Elektrowaren	14,7	14,4	7,6	11,0	47,7
Hausrat, Einrichtung, Möbel	16,6	16,2	8,5	12,4	53,7
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	13,5	13,2	7,0	10,1	43,8
Optik / Uhren, Schmuck	3,2	3,1	1,7	2,4	10,4
Sonstiger Einzelhandel	7,6	7,5	3,9	5,7	24,7
langfristiger Bedarf gesamt	55,6	54,4	28,7	41,6	180,3
Nichtlebensmittel insgesamt	96,8	94,7	49,9	72,2	313,6
Einzelhandel insgesamt	152,5	149,2	78,6	113,7	494,0

* Quelle: Stadt Olpe, Stand: 30.06.2017; Stadt Attendorn, Stadt Drolshagen, Stadt Wenden, jeweils 31.12.2017

** Im Sortimentsbereich Gesundheit, Körperpflege beziehen sich, im Gegensatz zum Gutachten von 2011, die Kaufkraft bei den Apotheken nur auf die freiverkäuflichen Arzneimittel / Produkte.

GMA-Berechnungen 2018 (ca.-Werte, gerundet)

5. Ausgewählte Versorgungs- und Produktivitätskennziffern

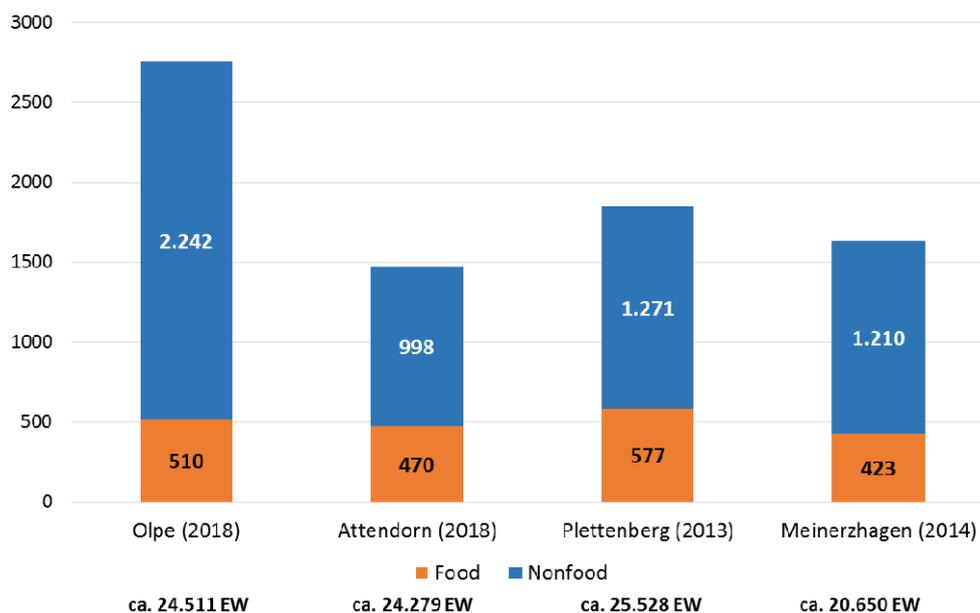
5.1 Ausstattungskennziffern

Die vergleichende Betrachtung ausgewählter Einzelhandelskennziffern ergänzt die absoluten Angaben zum Einzelhandelsbestand und dient der Bewertung des Versorgungsangebotes der Stadt Olpe. Hierzu ist anzumerken, dass dieser Kennziffernvergleich lediglich einen Anhaltspunkt zur Bewertung der Ausstattung eines Einzelhandelsstandortes liefern kann. Es handelt sich hierbei zunächst um eine rein rechnerische Beurteilung des Einzelhandelsbestandes, die erste Rückschlüsse auf die Leistungsfähigkeit, besondere Stärken bzw. Schwächen sowie Entwicklungspotenziale zulässt.

Die quantitative Analyse ist durch eine qualitative Bewertung zu ergänzen, in der die konkreten räumlichen Strukturen des Einzelhandelsstandortes, die Qualität des Angebotes (u. a. Leistungsfähigkeit, Betriebsgrößen- / Betriebstypenstruktur) sowie auch die Wettbewerbssituation im regionalen Umfeld berücksichtigt werden. Diese Detailbetrachtung erfolgt im nächsten Kapitel.

Der **Vergleich der Verkaufsflächenausstattung** in Olpe mit umliegenden Mittelzentren zeigt, dass in Olpe eine überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung besteht (vgl. Abbildung 12).²⁸ So entfällt im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel (Food)** eine Verkaufsflächenausstattung von ca. 510 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner; nach Plettenberg der zweithöchste Wert der Referenzstädte.²⁹

Abbildung 12: Relative Verkaufsflächenausstattung* der Stadt Olpe im Vergleich mit anderen Mittelzentren (Verkaufsfläche pro 1.000 Einwohner)



GMA-Erhebung März / April 2018, Kommunale Einzelhandelskonzepte der jeweiligen Städte: Quellen: Hansestadt Attendorn, Aktualisierung wesentlicher Bausteine des Einzelhandelskonzeptes, Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH; Einzelhandelskonzept für die Stadt Meinerzhagen, Stadt + Handel, 2014; Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Plettenberg, GMA, 2013, Quelle Einwohnerdaten: IT.NRW, Stand jeweils 31.12.2016; GMA-Darstellung 2018

²⁸ Die zugrunde gelegten Daten beruhen auf den jeweiligen kommunalen Einzelhandelskonzepten, die bis in das Jahr 2013 zurückreichen, sowie auf unterschiedlichen Erhebungssystematiken. Daher ist eine direkte Vergleichbarkeit nicht gegeben. Berücksichtigt wurde die Verkaufsfläche des gesamten Einzelhandelsangebotes, sowohl von klein-, mittel- und großflächigen Betrieben.

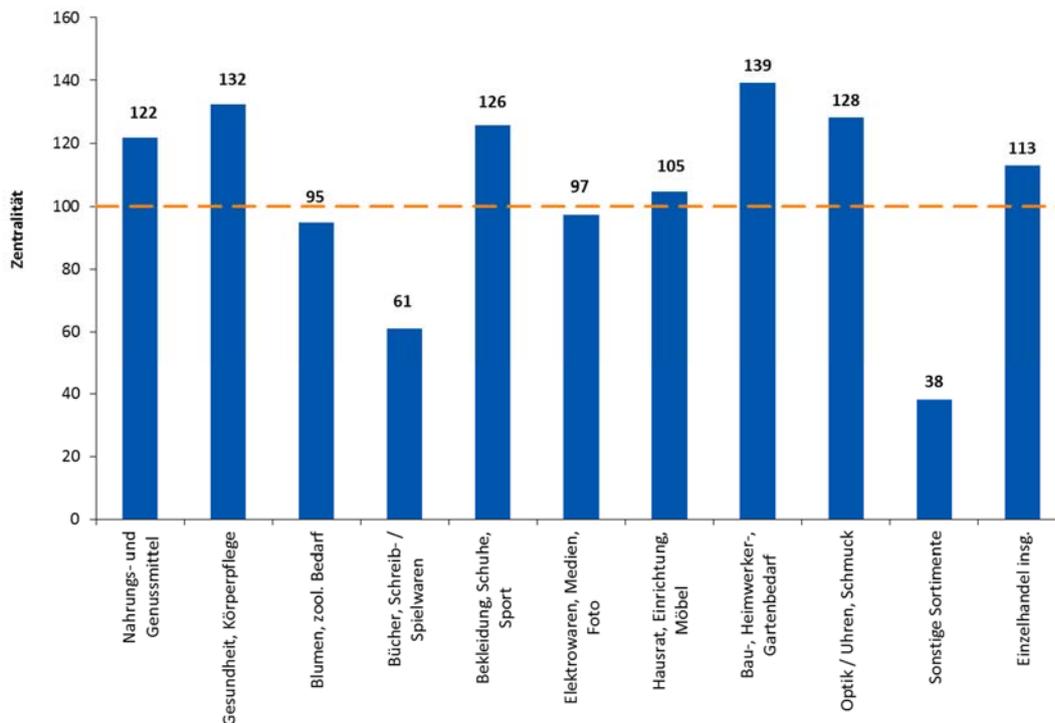
²⁹ Dieser Wert dürfte mittlerweile geringer ausfallen, da der größte Anbieter real seine Filiale in der Innenstadt von Plettenberg aufgegeben hat; mit HIT ein kleinerer Anbieter am Innenstadtrand eröffnet hat.

Im Bereich **Nonfood** liegt Olpe mit ca. 2.242 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner deutlich über dem Bundesdurchschnitt von 1.828 m² je 1.000 Einwohner.³⁰ Im Vergleich zu den Referenzstädten im Sauerland ist die Verkaufsflächenausstattung in Olpe ebenfalls deutlich höher. Auch hier spiegelt sich die Bedeutung des Mittelzentrums für sein ländliches Umland stark wider.

5.2 Zentralitätskennziffer

Die Betrachtung der Einzelhandelszentralität³¹ zeigt, dass in den meisten Branchen im Vergleich zum örtlichen Kaufkraftvolumen in Olpe insgesamt mehr Umsätze getätigt werden. Die Einzelhandelszentralität von insgesamt 113 deutet per Saldo auf Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland hin (vgl. Abbildung 13).

Abbildung 13: Einzelhandelszentralität der Stadt Olpe



100 = ausgeglichene Umsatz-Kaufkraft-Relation; GMA-Berechnungen 2018 (ca.-Werte, gerundet)

Insgesamt betrachtet ist somit die Einzelhandelszentralität der Stadt Olpe für ein Mittelzentrum in der Größenordnung und unter der bereits dargestellten räumlichen Lage im Sauerland als gut zu bewerten.

Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** liegt die Zentralität bei Nahrungs- und Genussmitteln (122) sowie Gesundheit / Körperpflege (132) über dem eigenen Kaufkraftniveau der

³⁰ Quelle: Internetseite EHI handelsdaten, Stand: 2014.

³¹ Die Einzelhandelszentralität stellt den in Olpe getätigten Einzelhandelsumsatz der in Olpe vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gegenüber. Werte über 100 weisen dabei – per Saldo – auf einen Ausstrahlungsüberschuss hin, Werte unter 100 entsprechend auf einen Kaufkraftabfluss.

Stadt Olpe, bei Blumen und zoologischem Bedarf (95) leicht unterhalb (Bundesdurchschnitt = 100).

- /// Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** deutet der Zentralitätswert des Sortiments Bücher, Schreib- und Spielwaren (61) auf Kaufkraftabflüsse hin. Hierbei ist allerdings anzumerken, dass in diesem Sortiment der Online-Handel mittlerweile eine starke Marktposition aufweist. Im Vergleich dazu weist das Sortiment Bekleidung, Schuhe, Sport (126) einen deutlich positiven Zentralitätswert auf, welcher deutliche Kaufkraftzuflüsse von außerhalb signalisiert.
- /// Auch im **langfristigen Bedarfsbereich** sind die Zentralitätswerte der aufgeführten Sortimente durchweg positiv zu bewerten. Außer in den Bereichen Elektrowaren, Medien, Foto (97) sowie sonstige Sortimente (38) liegen die Zentralitätswerte jeweils über 100.

6. Bewertung der Nahversorgungssituation

6.1 Entwicklung der Nahversorgung

Ein wichtiges Ziel der Einzelhandelspolitik in Olpe stellt die Sicherung und Weiterentwicklung der Nahversorgung im Stadtgebiet dar. Die Lebensmittelmärkte stellen dabei die wesentlichen Träger der Nahversorgung dar, wobei zwischen den in Übersicht 2 dargestellten Betriebstypen zu unterscheiden ist.

6.2 Bewertung der Nahversorgungssituation in der Stadt Olpe

Hinsichtlich der Nahversorgungssituation sind zunächst folgende Aspekte festzuhalten:

- /// Insgesamt sichern aktuell 6 Betriebe über 400 m² Verkaufsfläche die Nahversorgungssituation in Olpe. Ergänzend gibt es kleine Anbieter in der Innenstadt (Obst- & Gemüsehandel, Bioladen) sowie in den Stadtteilen (z. B. Hofladen Gerlach in Hof-Siele).
- /// Die Verkaufsflächenausstattung bei Lebensmitteln (Anbieter > 400 m² Verkaufsfläche) pro 1.000 Einwohner liegt aktuell bei ca. 483 m² und damit über dem Bundesdurchschnitt von 435 m² / 1.000 Einwohner.³²
- /// Quantitativ kann die (Nah-) Versorgungssituation in Olpe als gut bewertet werden, auch wenn einzelne Anbieter über eine für heutige Verhältnisse geringe Verkaufsfläche verfügen (z. B. Aldi, Lidl im Gewerbegebiet Osterseifen).

³² EHI, handelsdaten aktuell, 2016.

Übersicht 2: Wesentliche Träger der Nahversorgung und Einordnung der Nahversorgungsfunktion (i. S. der fußläufigen Erreichbarkeit)

Betriebstyp	Verkaufsflächen-größe in m ²	Sortiments-schwerpunkt ¹	durchschnittliche Anzahl der Artikel ¹	Einordnung der Nahversorgungsfunktion
SB-Warenhaus	> 5.000	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 8 %	16.470 (34 %) 7.900 (16 %) 25.400 (50 %) Gesamt: 48.870	aufgrund der meist großen Verkaufsflächen ist der Betriebstyp oft nur schwer in zentralen Lagen integrierbar; spricht weites Einzugsgebiet an, daher häufig nur geringe Nahversorgungsfunktion
Großer Supermarkt	2.500 – 5.000	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 17 %	15.730 (62 %) 4.825 (20 %) 4.450 (18 %) Gesamt: 25.005	aufgrund hoher Flächenanforderungen häufig nur schwer in Wohngebietslagen integrierbar
Supermarkt	1.500 – 2.500	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 21 %	8.995 (76 %) 2.030 (17 %) 805 (7 %) Gesamt: 11.830	maßgeblicher Träger der Nahversorgung; häufig Magnet und Frequenzbringer in Neben- und Nahversorgungszentren und auch kleinen Gemeinden
Discounter	800 – 1.300	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 28 %	1.755 (76 %) 265 (9 %) 275 (15 %) Gesamt: 2.295	in Standort- und Anbieterabhängigkeit teils wichtige Nahversorgungsfunktion
Lebensmittelhandwerk	i. d. R. < 100	Metzgerei- und Bäckereiartikel	keine Angaben	Rückgrat der Nahversorgung, v. a. im ländlichen Raum und in peripher gelegenen Stadtteilen; z. T. inkl. Ergänzungssortimente

¹ in Anlehnung an EHI Handelsdaten aktuell 2018; EHI Retail Institute; GMA-Erfahrungswerte; Werte spiegeln den allgemeinen Markttrend wider.

* Nonfood I-Sortiment: Drogerie, Kosmetik, Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel, Tiernahrung / Tierpflege

** Nonfood II-Sortiment: Sonstiges Nonfoodsortiment (mittel- bis langfristig)

GMA-Darstellung 2018

Die **Bewertung der räumlichen Versorgungssituation** und die Ableitung von Entwicklungspotenzialen für einzelne Stadträume basiert auf einer Analyse der (fußläufigen) Erreichbarkeit / Nahversorgung der einzelnen Lebensmittelmärkte. Diesbezüglich wurde zunächst kartografisch ein 700 m-Radius um die jeweiligen Hauptanbieter gelegt (vgl. Karte 3).

Da es sich bei der Darstellung nach 700-Meter-Nahversorgungsradien lediglich um eine sehr theoretische Betrachtung der Versorgungssituation handeln würde, bei der topografische sowie örtliche städtebauliche Gegebenheiten (z. B. Autobahnen oder Bahntrassen als Zäsur) unberücksichtigt bleiben würden, wird auch die tatsächliche fußläufige 10-Minuten-Netzabdeckung dar-

gestellt, sodass die tatsächlichen siedlungsstrukturellen Gegebenheiten Berücksichtigung³³ finden. Die innerhalb dieser Bereiche lebende Bevölkerung wird als „versorgt“, die außerhalb einer tatsächlichen fußläufigen Entfernung von 700 m zu einem Lebensmittelmarkt wohnhafte Bevölkerung als „nicht versorgt“ klassifiziert. Aufgrund dessen sind folgende Ergebnisse aufzuführen:

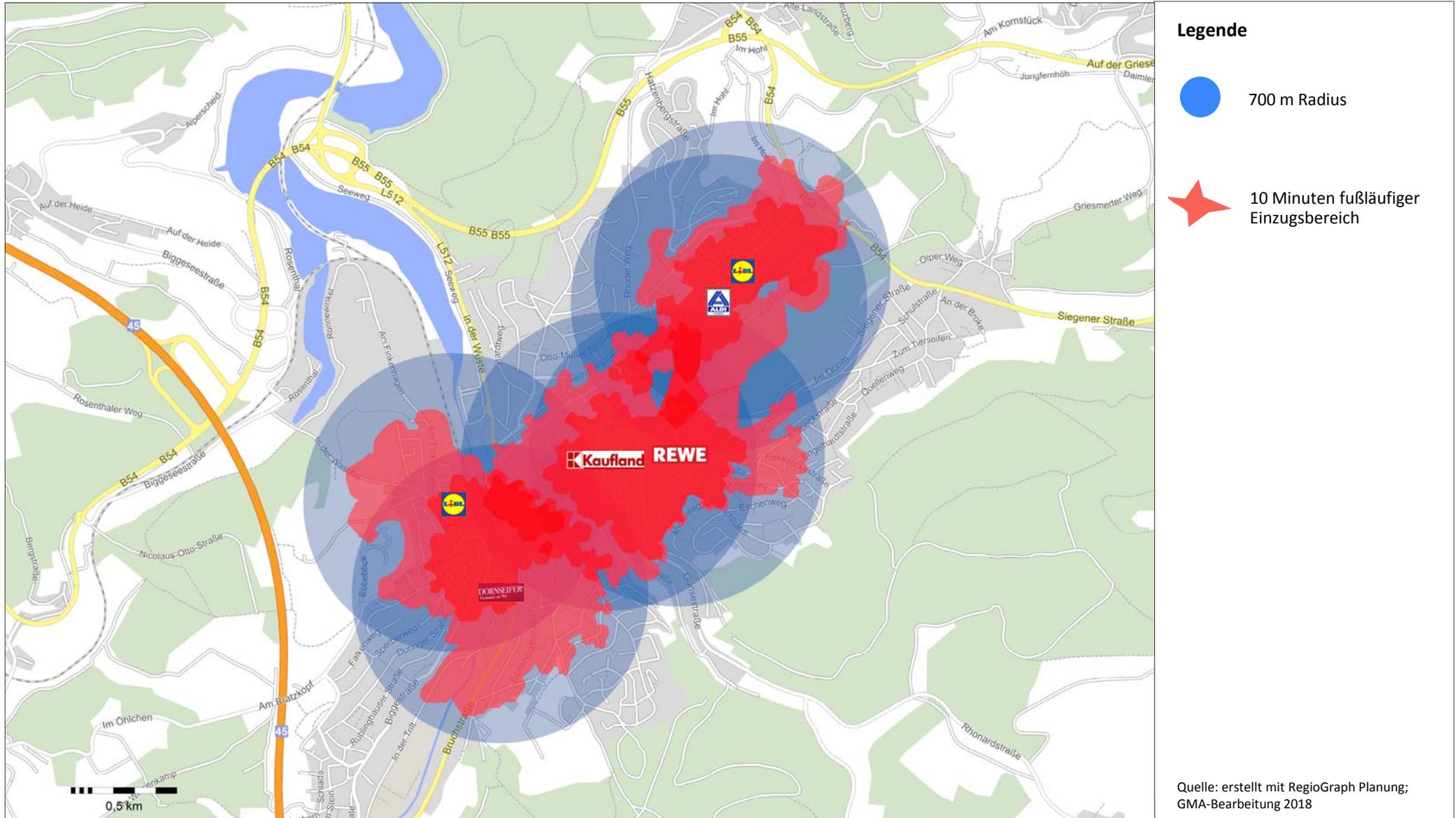
- /// Zunächst ist aufgrund der topografischen sowie siedlungsräumlichen Strukturen in Olpe festzuhalten, dass eine Ansiedlung von Lebensmittelmärkten außerhalb der Kernstadt als unrealistisch einzustufen ist (größte Stadtteile Rhode und Rüblinghausen mit ca. 1.500 Einwohner bzw. 1.000 Einwohner; restliche Stadtteile deutlich kleiner). Die größeren Lebensmittelmärkte befinden sich daher alle in der Kernstadt.
- /// Innerhalb der Kernstadt gibt es neben der Innenstadt (Kaufland, Rewe, Lidl) im nördlich gelegenen Gewerbegebiet Osterseifen (Aldi-Nord, Lidl) sowie im südlichen Bereich an der Bruchstraße (Dornseifers, Getränkemarkt) zwei wichtige Versorgungsstandorte im Lebensmittelhandel.
- /// Die Darstellung des fußläufigen Einzugsgebietes veranschaulicht, dass von einem Großteil des Siedlungsgebietes in der Kernstadt mindestens ein Lebensmittelmarkt fußläufig erreichbar ist. In den Randbereichen ist dies nicht mehr gegeben, was v. a. mit den topographischen Gegebenheiten zu begründen ist. Insgesamt ist die räumliche Versorgungssituation in der Kernstadt von Olpe jedoch als gut zu bewerten.

Aus gutachterlicher Sicht sollte an den etablierten Versorgungsstandorten auch in Zukunft festgehalten werden. In Ergänzung zur Innenstadt erfüllen die im Norden (Gewerbegebiet Osterseifen) und Süden (Bruchstraße) gelegenen Standorte eine wichtige Versorgungsfunktion insbesondere für die angrenzenden Stadtteile und dienen somit auch der Verkehrsentlastung der Innenstadt.

In diesem Zusammenhang ist auf die Planungen des Anbieters Aldi-Nord hinzuweisen. Dieser plant die Ansiedlung einer Filiale auf dem jetzigen Bauking Standort an der Bruchstraße. Hierauf wird im Folgenden noch näher eingegangen.

³³ Die 10 min- fußläufigen Entfernungen werden mit Hilfe einer Geomarketing-Software auf Basis der vorhandenen Straßenzüge berechnet. Dabei werden städtebauliche Gegebenheiten mit einbezogen (z. B. Autobahnen oder Bahntrassen als Zäsur), berücksichtigt werden jedoch größtenteils keine Abkürzen oder „Schleichwege“ (bspw. über Parkflächen oder Grünanlagen).

Karte 3: Nahversorgungssituation in der Kernstadt von Olpe



III. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Olpe

1. Entwicklung der Nachfrageseite

Für den Zeitraum zwischen 2007 und 2017 ist – wie in Kapitel I., 6. dargestellt – für die Stadt Olpe eine weitgehend stabile Einwohnerentwicklung (- 0,1 %) zu verzeichnen. Bis zum Jahr 2025 ist dagegen von einem Bevölkerungsrückgang (- 1,9 %) auszugehen. Auch die weiteren Städte im Marktgebiet, Attendorn (- 2,3 %), Drolshagen (- 2,5 %) und Wenden (- 1,5 %), werden bis zum Jahr 2025 Bevölkerungsrückgänge zu verzeichnen haben. Die Bevölkerungsprognose für den Kreis Olpe geht bis zum Jahr 2025 von einem Bevölkerungsrückgang um ca. - 3,7 % aus³⁴.

Aufgrund des Bevölkerungsrückgangs im Marktgebiet der Stadt Olpe ist daher von einer spürbaren Verringerung der Kaufkraft für den stationären Einzelhandel in den nächsten Jahren auszugehen. Allerdings sind zur Prognose der Kaufkraft neben der Bevölkerungsentwicklung weitere Faktoren wie u. a. die Altersstruktur, die Haushaltsgröße und das Einkommensniveau heranzuziehen. Eine weitere, jedoch schwer kalkulierbare Determinante ist die Entwicklung des Onlinehandels. Aufgrund dessen ist eine verlässliche quantitative Kaufkraftprognose für den stationären Handel nicht möglich.

Ziel der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Olpe sollte der langfristige Erhalt der aktuellen Bestandssituation sein. Dabei steht die Innenstadt als Zentrum mit einer gesamtstädtischen Bedeutung nicht nur für den Einzelhandel sondern auch als ein Ort mit einer sozialen Treffpunktfunktion im Vordergrund.

2. Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

Die bedarfs- und branchenbezogenen Entwicklungspotenziale in Olpe stellen sich in den kommenden Jahren wie folgt dar:

Kurzfristiger Bedarf:

/// Insgesamt ist die Angebotssituation im Bereich **Lebensmittel** als gut zu bewerten. Die Hauptanbieter (drei Vollsortimenter und drei Discounter) befinden sich alle in der Kernstadt von Olpe. Insgesamt herrscht damit ein ausgewogenes Verhältnis von Vollsortimentern und Discountern. Die Anbieter sind hinsichtlich ihrer Verkaufsflächendimensionierung sowie ihres Marktauftritts weitgehend als zeitgemäß zu bewerten. Insbesondere der Anbieter Aldi-Nord im Gewerbegebiet Osterseifen weist deutliche Entwicklungsrückstände auf. Bei den sonstigen wesentlichen Anbietern besteht aktuell kein Handlungsbedarf. Als Ergänzung des Angebotes in der Innenstadt sind weitere

³⁴ Quelle: IT. NRW, Landesbank, Stand: 31.05.2017.

nahversorgungsrelevante Sortimente und Spezialgeschäfte (z. B. Feinkost, Käse) denkbar.

- /// Im Bereich **Gesundheit / Körperpflege** ist hinsichtlich des ermittelten Zentralitätswertes von 132 ein überdurchschnittliches Angebot zu verzeichnen. Alle drei deutschlandweit agierenden Drogeriefachmarktbetreiber (Müller, Rossmann, dm) sind in Olpe vertreten. Hierzu kommen acht Apotheken sowie ergänzend Sanitätshäuser und eine Parfümerie. Positiv zu bewerten ist v. a. die Verlagerung und Erweiterung der Rossmann-Filiale innerhalb der Innenstadt. Handlungsbedarf zur Ansiedlung weiterer Betriebe besteht aktuell bzw. in den nächsten Jahren nicht.
- /// Die Sortimentsgruppe **Blumen und zoologischer Bedarf** weist eine ausgeprägte Angebotssituation auf. Im Bereich Schnittblumen / Zimmerpflanzen sind mehrere Fachgeschäfte sowie Gärtnereien vorhanden. Das Angebot im zoologischen Bedarf wird durch zwei größere Zoofachmärkte (Zoo & Co, Fressnapf) sowie durch das Randsortiment des Raiffeisenmarktes sichergestellt. Bei Schnittblumen / Zimmerpflanzen und im zoologischen Bedarf besteht kein wesentlicher Handlungsbedarf.

Mittelfristiger Bedarf:

- /// Der Sortimentsbereich **Bücher, Schreib- und Spielwaren** weist einen vergleichsweise niedrigen Zentralitätswert (61) auf. Gleichwohl gibt es in der Innenstadt von Olpe mehrere Buchhandlungen (u. a. Weltbild, Buchhandlung Dreimann, Bücherstube Hachmann) sowie zwei kleinere Spielwarenanbieter und ein Fachgeschäft für Schreibwaren. Die Diversifizierung / Erweiterung des Angebotes ist grundsätzlich möglich. Hierbei ist jedoch zu berücksichtigen, dass diese Warengruppe durch die wachsenden Marktanteile des Onlinehandels stark unter Druck steht.
- /// Die Angebotssituation im Sortiment **Bekleidung, Schuhe, Sport** ist in Olpe als ausgeprägt zu bewerten. Differenziert betrachtet sind Herren- und Kindermode jedoch unterrepräsentiert. Ansiedlungen weiterer Anbieter in der Innenstadt wären darstellbar. In den nächsten Jahren sollte die aktuelle Bestandssituation gesichert und, wenn möglich, gestärkt werden.

Langfristiger Bedarf:

- /// Im Sortimentsbereich **Elektrowaren** ist quantitativ eine leicht unterdurchschnittliche Ausstattung hinsichtlich des aktuellen Zentralitätswertes (97) festzustellen. Durch die Ansiedlung des Anbieters Expert wurde die Angebotssituation gegenüber 2011 stark verbessert. Handlungsbedarf in den nächsten Jahren besteht nicht.

- /// In der Warengruppe **Hausrat, Einrichtung, Möbel** ist insgesamt eine zufriedenstellende Angebotssituation festzustellen. Differenziert betrachtet gibt es im Bereich Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik verschiedene Fachangebote (z. B. Teilsortiment von Hanischmacher und Drogeriemarkt Müller) sowie im Niedrigpreissortiment (z. B. TEDi, Restpostenmarkt), alle in der Innenstadt. Im Möbelsegment befinden sich die größeren Anbieter in dezentralen Lagen (z. B. Möbelhaus Zeppenfeld, Möbelhaus Heinrich Bald, PDK Schlafkomfort). Darüber hinaus gibt es kleinere Geschäfte in der Innenstadt (z. B. Quast Wohnen). Im Bereich Heimtextilien / Bettwaren ist das Fachgeschäft Meyer in der Innenstadt zu nennen. Als Ergänzung wäre im Bereich Haushaltswaren die Ansiedlung eines entsprechenden Fachgeschäftes darstellbar.
- /// Im Bereich **Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf** gibt es durch die Hauptanbieter Obi und Raiffeisenmarkt eine sehr gute Angebotssituation. Die Filiale von Hagebaumarkt hat seinen Standort an der Friedrichsthaler Straße verlassen. Zum Zeitpunkt der Erhebung wurde die Fläche gerade vom benachbarten Anbieter Bauking übernommen und baulich aufgewertet. Schwerpunkt an diesem Standort soll zukünftig der Baustoffhandel sein. Die Bauking-Filiale an der Bruchstraße soll hingegen aufgegeben werden³⁵. Das Entwicklungsziel der nächsten Jahre sollte die Sicherung der Bestandssituation sein, Ergänzungen um weitere Fach- und Spezialanbieter (z. B. Gartenmarkt, Fachanbieter für Heimdekor, Holz o. ä.) wären darstellbar.
- /// In der Warengruppe **Optik, Uhren / Schmuck** besteht quantitativ wie auch qualitativ eine sehr gute Ausstattung. Handlungsbedarf existiert aktuell nicht.
- /// Im Bereich **sonstige Sortimente** sind u. a. Radsportanbieter sowie ein Anbieter für Fahrzeugteile anzuführen. Als Ergänzung wäre die Ansiedlung eines Anbieters für Babyausstattung darstellbar, da es in diesem Bereich es aktuell kein Angebot in Olpe gibt. Ansonsten besteht derzeit kein Handlungsbedarf; die Angebote in dieser Warengruppe umfassen überwiegend Nischensortimente.

Zusammenfassend ist die Versorgungssituation in der Stadt Olpe als gut zu bewerten. In nahezu allen Bereichen herrscht aktuell eine gute Ausstattung, welche die Versorgungsfunktion des Mittelzentrums und die Bedeutung der Kreisstadt widerspiegelt. Mit Blick in die nähere Zukunft ist angesichts des zunehmenden Drucks durch den Onlinehandel und der rückläufigen Bevölkerungsentwicklung ein Augenmerk auf eine zielgerichtete und standortadäquate Sicherung des Einzelhandels zu legen. Hierzu dient die nachfolgende Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes.

³⁵ Hier liegen Planungen zur Ansiedlung einer Aldi-Filiale vor.

IV. Fortschreibung Einzelhandelsstandortkonzept Olpe

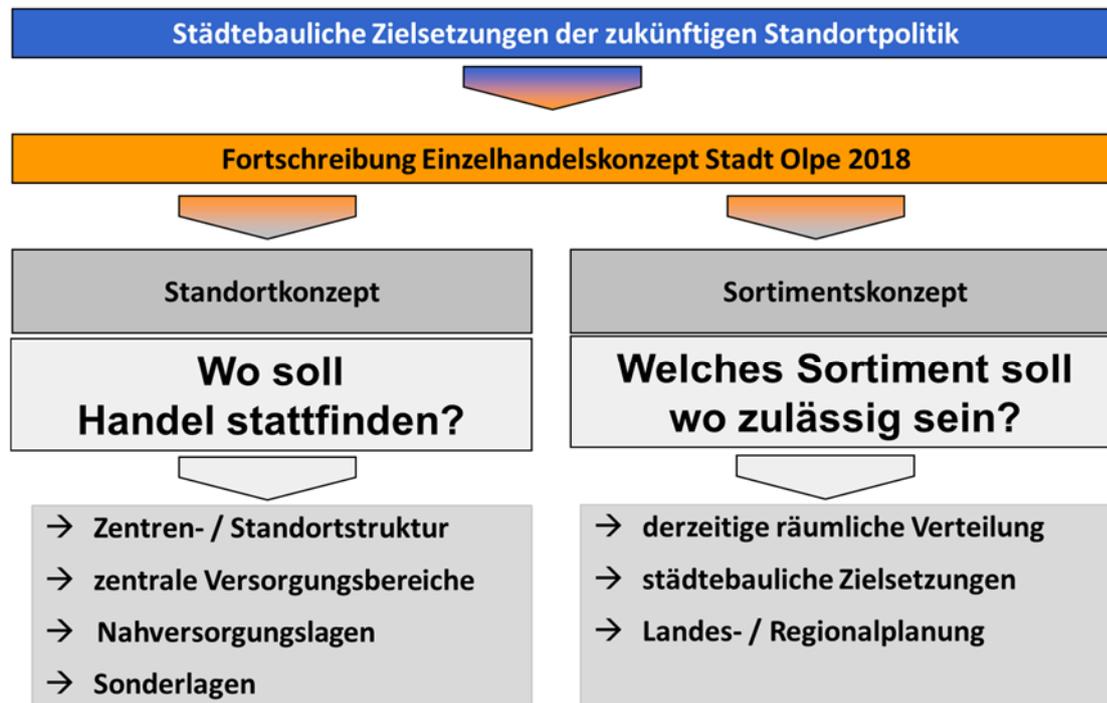
Zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Olpe ist die Fortschreibung des Einzelhandelsstandortkonzeptes aus dem Jahr 2011 zu empfehlen, da es als Grundlage zur Beurteilung von Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben sowie zur Formulierung von Standortprioritäten im Zuge der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung heranzuziehen ist.

1. Städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

Als wesentliche städtebauliche Zielsetzungen der Einzelhandelsentwicklung sind zu formulieren:

- /// Sicherung der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Olpe
 - Erhalt und ggf. Ausbau des Einzelhandelsangebotes
 - Schaffung von Investitionssicherheit durch verbindliche Bauleitplanung
- /// Schutz und Stärkung der Innenstadt als dominierende Einkaufslage
 - Stärkung der Innenstadt gegenüber dezentralen Standorten durch Sicherung und Ausbau des Einzelhandelsangebotes
 - Schaffung von Investitionssicherheit in der Innenstadt
- /// Sicherung und ggf. Weiterentwicklung der wohnortnahen Versorgung mit Angeboten des kurzfristigen Bedarfs
 - Sicherung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche durch Erhalt und ggf. Ausbau des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels

Abbildung 14: Wesentliche Bausteine des Einzelhandelsstandortkonzeptes



GMA-Darstellung 2018

Das Einzelhandelsstandortkonzept umfasst folgende Bausteine (vgl. Abbildung 14):

- Sortimentskonzept:** Die Sortimentsliste definiert stadtspezifisch die nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimente und dient somit als Grundlage für die bauplanungsrechtliche Beurteilung von Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels.
- Standortkonzept:** Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt die Festlegung und Begründung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne von § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO. Auf dieser Basis werden im Rahmen des Zentrenkonzeptes standort- und branchenspezifische Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung formuliert.

2. Sortimentskonzept

Das Sortimentskonzept bildet die branchenbezogene Grundlage für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung bzw. zur bauplanungsrechtlichen Beurteilung zukünftiger Ansiedlungs- / Erweiterungsvorhaben. Dabei ist zu definieren, welche Einzelhandels assortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität der Sortimente sowie der Betriebsstruktur heute im Wesentli-

chen den zentralen Versorgungsbereichen zugeordnet werden können bzw. zukünftig zugeordnet werden sollen und welche Sortimente auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt werden können bzw. sollen.

Das Instrument der Sortimentsdifferenzierung (zentrenrelevant bzw. nahversorgungsrelevant / nicht-zentrenrelevant) hat sich im Gegensatz zu in früheren Jahren praktizierten Flächenfestsetzungen ohne entsprechende Sortimentshinweise als rechtssicher erwiesen. So können im Rahmen der Baunutzungsverordnung die zentrenrelevanten Sortimente in den außerhalb der Innenstadt bzw. den dezentralen / nicht integrierten Standortlagen ausgeschlossen werden.

Die kommunale Bauleitplanung kann hier zwei Wege wählen:

- /// die positive Festsetzung: d. h. es werden bestimmte Sortimente zugelassen, alle anderen sind automatisch ausgeschlossen
- /// die negative Festsetzung: d. h. es werden bestimmte Sortimente ausgeschlossen, alle anderen sind zulässig.

Somit bietet das Sortimentsleitbild als ein Baustein des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes in Zusammenhang mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrument, mit dem die Standortentwicklung des Einzelhandels in der Stadt Olpe gesteuert werden kann.

2.1 Kriterien zentren- / nahversorgungsrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente

Im Allgemeinen und vor dem Erfahrungshintergrund der GMA erfolgt die Einordnung von Sortimenten bezüglich ihrer Zentren-, Nahversorgungs- bzw. Nichtzentrenrelevanz vor dem Hintergrund folgender Kriterien:

- /// Transportierbarkeit (An- und Ablieferung)
- /// Flächenbedarf
- /// Bedeutung für die Attraktivität der zentralen Versorgungsbereiche (Einkaufserlebnis / Magnetfunktion)
- /// städtebauliche Zielsetzungen der Stadt Olpe
- /// räumliche Verteilung des Einzelhandelsbesatzes im Stadtgebiet.

Demnach sind Sortimente als **zentrenrelevant / nahversorgungsrelevant** einzustufen, wenn sie

- /// Magnetfunktion aufweisen und damit zu einer Attraktivitätssteigerung der Innenstadt beitragen
- /// für einen leichten Transport geeignet sind (ohne Pkw)

- // geringe bis mittlere Flächenansprüche aufweisen
- // Bestandteil des innerstädtischen Branchenmixes sind
- // Synergien zu anderen Sortimenten in der Innenstadt aufzeigen (z. B. Schuhe und Bekleidung).

Den **nahversorgungsrelevanten** Sortimenten sind darüber hinaus Warengruppen zuzuordnen,

- // die eine Bedeutung für die Grundversorgung der Bevölkerung haben
- // die häufig nachgefragt werden (mehrmals pro Woche)
- // bei denen die räumliche Nähe (z. B. fußläufige Versorgung) eine wichtige Rolle spielt.

Hingegen können Sortimente dem **nicht zentrenrelevanten** Bereich zugeordnet werden, wenn

- // hohe Flächenansprüche bestehen
- // die Beschaffenheit des Sortimentes einen Transport mit dem Pkw erfordert
- // eine nur geringe Attraktivität für innerstädtische Lagen besteht (z. B. Möbel)
- // keine Synergien zu anderen Betrieben bzw. Sortimenten abgeleitet werden können
- // sie keine Bedeutung als Frequenzbringer aufweisen.

2.2 Sortimentsliste der Stadt Olpe

Die nachfolgende Übersicht stellt die zukünftige Einstufung der Sortimente in zentren-, nahversorgungs- und nicht zentrenrelevante Sortimente in der Stadt Olpe dar. Dabei ist zu beachten, dass sich die Abgrenzung nicht nur an der derzeitigen räumlichen Verteilung des Einzelhandels in Olpe orientiert, sondern auch städtebauliche Zielsetzungen berücksichtigt. So können z. B. Branchen, die derzeit nicht innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten werden bzw. dort nicht ihren Verkaufsflächenschwerpunkt aufweisen, als zentrenrelevant eingestuft werden, sofern entsprechende Ansiedlungen im zentralen Versorgungsbereich möglich erscheinen und dort zu einer maßgeblichen Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes beitragen würden. Dem gegenüber können im Einzelfall solche Sortimente, die bislang als zentrenrelevant eingestuft worden sind, aber nach aktuellen Erkenntnissen die zentralen Versorgungsbereiche nicht wesentlich prägen oder für die Aufwertung aufgrund veränderter Ansprüche an die Standortrahmenbedingungen (z. B. Flächenverfügbarkeit, verkehrliche Erreichbarkeit) auch auf lange Sicht nicht realistisch erscheinen, aus der Sortimentsliste der Stadt Olpe herausgenommen werden.

Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente soll aufzeigen, dass diese Sortimente auch im Falle von Ansiedlungsbegehren außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nicht kritisch im Hinblick auf die Zielsetzungen des Einzelhandelsstandortkonzeptes angesehen werden. Die Liste

der nicht zentrenrelevanten Sortimente erfüllt lediglich darstellenden Charakter und ist im Gegensatz zu den aufgeführten zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten nicht abschließend und um weitere Sortimente ergänzbar.

Übersicht 3: Sortimentsliste der Stadt Olpe (zusammenfassende Darstellung)

Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente*
<ul style="list-style-type: none"> - Sanitätswaren, <u>medizinische, orthopädische Artikel</u> - <u>Bücher</u> - <u>Spielwaren</u> - Bastelartikel, <u>Bürobedarf</u> - <u>Bekleidung</u> (Herren, Damen, Kinder / Säuglinge), <u>Wäsche, Sportbekleidung (inkl. Sportschuhe)</u> - Wolle, Kurzwaren, Handarbeiten, Stoffe - <u>Schuhe, Lederwaren</u> - <u>Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik, Korbwaren</u> - Kunstgewerbe, Bilder / Rahmen / Spiegel - Heimtextilien, Haus- / Tischwäsche, Bettwäsche (Bettbezüge, Lacken), Zierkissen, Badtextilien - <u>Uhren, Schmuck</u> - Optik, Akustik - Baby-, Kinderartikel (Kleinteile wie Schnuller, Flaschen, Zubehör zum Füttern, Wickeln) - <u>Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs-, Kommunikationselektronik, Computer, Foto)</u> - Elektro-Haushaltswaren (Kleingeräte wie Mixer, Bügeleisen) (außer Elektrogroßgeräte) - <u>Sport- / Campingartikel (ohne Großgeräte und Campingmöbel)</u> - Münzen, Briefmarken 	<ul style="list-style-type: none"> - Tiernahrung, Tierpflegemittel, zoologischer Bedarf - Pflanzen, Pflege, Düngemittel, Gartenartikel (inkl. Gartenmöbel), Gartengeräte (z. B. Rasenmäher) - Baustoffe, Bauelemente, Beschläge, Eisenwaren und Werkzeuge, Leitern - Sanitärartikel, Fliesen, Installationsbedarf - Rollläden, Sicht- und Sonnenschutz, Markisen, Gardinen und -zubehör - Möbel, Antiquitäten, inkl. Kücheneinrichtungen, Büromöbel, Badmöbel) - Matratzen, Bettwaren (z. B. Steppbettdecken) - Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten - Gartenmöbel, Gartengeräte, Rasenmäher - Elektrogroßgeräte - Büromaschinen - Lampen, Leuchten, Beleuchtungskörper - Campinggroßartikel (z. B. Zelte, Campingmöbel) - Sportgroßgeräte - Erotikartikel - Angelbedarf, Jagdbedarf - Auto- / Motorradzubehör - Kinderwagen, Autokindersitze - Fahrrad / Zubehör (ohne Bekleidung) - Musikalien, Musikinstrumente
<p style="text-align: center;">Nahversorgungsrelevante Sortimente</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Nahrungs- / Genussmittel, Getränke, Tabak-, Reformwaren</u> - <u>Gesundheits- und Körperpflegeartikel (Drogeriewaren inkl. Wasch- und Putzmittel, Kosmetika)</u> - <u>pharmazeutische Artikel</u> - <u>Papier- / Schreibwaren, Schulbedarf</u> - <u>Zeitschriften, Zeitungen</u> - Schnittblumen 	

* Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente soll aufzeigen, dass diese Sortimente auch im Falle von Ansiedlungsbegehren außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nicht kritisch im Hinblick auf die Zielsetzungen des Einzelhandelsstandortkonzeptes angesehen werden. Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente erfüllt lediglich darstellenden Charakter und ist im Gegensatz zu den aufgeführten zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten nicht abschließend und um weitere Sortimente ergänzbar.

unterstrichen = zentrenrelevant gemäß Anhang 1 des LEP NRW.

GMA-Empfehlungen 2018, auf Grundlage der erhobenen Standortverteilung

Die Überprüfung der Sortimentsliste aus dem Einzelhandelskonzept 2011 hat gezeigt, dass keine wesentlichen Modifizierungen erforderlich sind. In der Darstellung sind diejenigen Sortimente, die gemäß der Sortimentsliste in Anlage 1 des LEP NRW zentrenrelevant eingestuft sind, gesondert hervorgehoben.

3. Standortkonzept

Ein Standortkonzept soll als räumliche Grundlage für die Einzelhandelsentwicklung dienen. Hier liegt ein wesentliches Augenmerk auf der Bewertung von Ansiedlungsbegehren großflächiger Einzelhandelsbetriebe, sowohl bei Ansiedlungen innerhalb der Standortkommune als auch bei Planungen in den Nachbarkommunen. Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt eine Einordnung der bestehenden Einkaufslagen in eine Zentren- und Standortstruktur. Des Weiteren werden sog. zentrale Versorgungsbereiche festgelegt und räumlich abgegrenzt.

Im Folgenden wird zunächst kurz die Funktion von zentralen Versorgungsbereichen erläutert.

3.1 Begriffserklärung „zentraler Versorgungsbereich“

Mit dem § 11 Abs. 3 BauNVO ist der Begriff des „zentralen Versorgungsbereiches“ bereits lange Bestandteil der planungsrechtlichen Grundlagen. Mit der Novellierung des Baugesetzbuches im Jahr 2004 und der Einführung des zusätzlichen Absatzes 3 in § 34 BauGB erfuhr der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches im Baugesetz einen wesentlichen Bedeutungszuwachs und wurde i. R. der weiteren Novellierung des BauGB im Jahr 2007 als zusätzlich zu berücksichtigender Belang im Rahmen der Aufstellung der Bauleitpläne eingeführt (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB: „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“).

Folgende vier Schutznormen erfassen (auch) zentrale Versorgungsbereiche:

- /// **§ 11 Abs. 3 BauNVO** weist großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige vergleichbare großflächige Handelsbetriebe, die sich u. a. „auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden nicht nur unwesentlich auswirken können“, ausdrücklich nur Kerngebieten und speziell für diese Nutzung festgesetzten Sondergebieten zu.
- /// **§ 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB** in der seit dem 20. Juli 2004 geltenden Fassung erweitert das interkommunale Abstimmungsgebot dahingehend, dass sich Gemeinden sowohl gegenüber Planungen anderer Gemeinden als auch gegenüber der Zulassung einzelner Einzelhandelsnutzungen auf „Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche“ berufen können.

- /// **§ 34 Abs. 3 BauGB** knüpft die Zulässigkeit von Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich, die sonst nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB zuzulassen wären, zusätzlich daran, dass von ihnen „keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden“ zu erwarten sein dürfen.
- /// **§ 9 Abs. 2a BauGB** ermöglicht es den Gemeinden nunmehr, für die im Zusammenhang bebauten Ortsteile i. S. v. § 34 BauGB „zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ mit einem einfachen Bebauungsplan die Zulässigkeit bestimmter Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzung zu steuern.

Durch diese unterschiedlichen Schutznormen sind zentrale Versorgungsbereiche unter verschiedenen Aspekten geschützt bzw. können geschützt werden.

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches wurde vom Gesetzgeber als unbestimmter Rechtsbegriff eingeführt, welcher durch die entsprechenden Novellierungen des BauGB diesem einen erheblichen Bedeutungszuwachs zugesprochen wurde. Eine allgemeingültige Definition liegt folglich nicht vor. In den nunmehr knapp zehn Jahren, die z. T. von konträren Diskussionen und in Folge auch Interpretationsunsicherheiten in der Praxis geprägt waren, wurden durch die **Rechtsprechung** die bestehenden Begrifflichkeiten thematisiert und in Teilen konkretisiert³⁶.

Entscheidend ist, dass eine städtebaulich integrierte Einzelhandelslage nach „Lage, Art und Zweckbestimmung“ eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat³⁷. Der nach städtebaulich-funktionalen Kriterien abgrenzbare Bereich hat Einzelhandelsnutzungen aufzuweisen, die aufgrund ihrer Qualität und ihres Gewichts einen über die eigenen Grenzen und damit über den unmittelbaren Nahbereich hinausgehenden Einzugsbereich haben; die Nutzungen müssen diese zentrale Funktion erfüllen, was sich letztlich auch an der Stadtgröße bemisst³⁸.

Somit können zentrale Versorgungsbereiche sowohl einen umfassenden als auch einen auf einen bestimmten örtlich begrenzten Einzugsbereich beschränkten Versorgungsbereich abdecken. Es ist kein übergemeindlicher Einzugsbereich vorausgesetzt. Auch ein Standort, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlich begrenzten Einzugsbereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherung einer wohnortnahen Grundversorgung der im Einzugsgebiet wohnenden Bevölkerung. **Ein zentraler Versorgungsbereich muss jedoch einen gewissen über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen**

³⁶ Als handhabbare und operationalisierbare Gerichtsurteile ist exemplarisch auf folgende Urteile hinzuweisen: BVerwG, Urteil vom 11.10.2007 – 4 C 7.07; BVerwG, Urteil vom 17.12.2009 – 4 C 2.08; OVG NRW, 10 D 32 / 11.NE; Urteil vom 15.02.2012; BVerwG, Urteil vom 17.12.2009, 4 C 2.08

³⁷ vgl. u. a. BVerwG Urteil 4 C 7.07 vom 11.10.2007 bzw. Urteil 4 C 2.08 vom 17.12.2009.

³⁸ vgl. u. a. OVG Sachsen, Bautzen, Urteil vom 13.05.2014; AZ 1 A 432 / 10, juris RN 30 ff.

Einzugsbereich mit funktionalem und städtebaulichem Gewicht haben und damit über den unmittelbaren Nahbereich hinauswirken.

Auch informelle Planungen können bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche eine Rolle spielen, sofern diese von einer Kommune als Arbeitsgrundlage für ihre Planungen verwendet werden³⁹ und sich die Planungsabsichten bereits konkretisiert haben.⁴⁰

Für einen zentralen Versorgungsbereich ist somit die Konzentration zentraler Versorgungseinrichtungen maßgeblich, wobei neben dem Einzelhandel auch sonstige (zentrale) Versorgungseinrichtungen von Bedeutung sind. Der Einzelhandel ist dabei als konstituierendes Element zu sehen, das durch Komplementärnutzungen ergänzt wird.

3.2 Kriterien zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche

Ausgehend von den dargelegten rechtlichen Anforderungen zur Identifizierung und Festlegung zentraler Versorgungsbereiche sind folgende Kriterien bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche zu berücksichtigen:

- /// städtebaulich integrierte Lage
- /// räumlich abgrenzbarer Bereich
- /// zentrale Funktion mit städtebaulichem und funktionalem Gewicht (= Versorgung der Bevölkerung über den unmittelbaren Nahbereich hinaus)
- /// Multifunktionalität (Einzelhandel ergänzt durch Dienstleistungen, gastronomische Angebote und ggf. Kultur und Freizeit)
- /// Entwicklungsfähigkeit (Flächenpotenziale).

Es ist herauszustellen, dass es sich bei der Festlegung eines zentralen Versorgungsbereiches letztlich immer um eine Abwägung unterschiedlicher Kriterien handelt, wenngleich die Kriterien Integration und zentrale Versorgungsfunktion (= „funktionales Gewicht“, „über den Nahbereich hinaus“) als unverrückbare „**Muss-Kriterien**“ gelten. Die zur Festlegung von zentralen Versorgungsbereichen in Olpe zugrunde gelegten Kriterien sind im Detail folgender Abbildung 15 zu entnehmen und werden im Folgenden erläutert und operationalisiert.

³⁹ vgl. OVG Lüneburg, Beschluss vom 30.11.2005, 1ME172/05.

⁴⁰ d. h., die Umsetzung muss in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erfolgen, vgl. VG München, Urteil vom 07.11.2005, M8K05.1763.

Abbildung 15: Kriterien zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche

Zugangsvoraussetzung: Städtebaulich integrierte Lagen	
Funktionale Kriterien	Städtebauliche Kriterien
<ul style="list-style-type: none"> /// Versorgungsfunktion über den Nahbereich hinaus /// Handelsbesatz mit Magnetfunktion /// Branchenmix und Frischtigkeit /// Betriebstypenmix /// ergänzender, kleinteiliger Handel, Komplementärnutzungen (Gastronomie, Dienstleistung, kulturelle Angebote, „Multifunktionalität“) /// Dichte, Nähe, Längenausdehnung /// Wettbewerbssituation im Umfeld /// Stabilität und Leistungsfähigkeit der Lage /// Entwicklungs- und Flächenpotenziale 	<ul style="list-style-type: none"> /// fußläufige Erreichbarkeit /// ÖPNV-Erreichbarkeit /// Pkw-Erreichbarkeit /// Barrieren / Zäsuren /// städtebauliche Qualität (u. a. Zustand und Gestaltung privater und öffentlicher Raum i. S. von Aufenthaltsqualitäten)

GMA-Darstellung 2018

3.3 Zentren- und Standortstruktur Olpe

Vor dem Hintergrund der aktuellen Situation in der Stadt Olpe wurde folgende Zentren- und Standortstruktur definiert und entwickelt:

- /// In der Kernstadt von Olpe wird im Bereich der Bahnhofstraße / Kurkölner Platz / Westliche Martinstraße / Frankfurter Straße / Westfälische Straße / Winterbergstraße der **zentrale Versorgungsbereich Innenstadt** ausgewiesen. Im Gegensatz zur Abgrenzung von 2011 gibt es in den Randbereichen einige Anpassungen (vgl. Kapitel 3.4.1). Der zentrale Versorgungsbereich gilt als schützenswürdige Einkaufslage gemäß BauGB und BauNVO. Dabei nimmt die Innenstadt von Olpe eine gesamtstädtische und überörtliche Versorgungsfunktion wahr. Im Sinne einer an den voranstehenden Zielsetzungen ausgerichteten Einzelhandelspolitik sollen Neuansiedlungen großflächiger Betriebe (> 800 m² Verkaufsfläche) mit zentrenrelevantem Kernsortiment ausschließlich auf die Innenstadt gelenkt werden. Grundsätzlich gibt es hier keine Beschränkungen im Hinblick auf mögliche Einzelhandelsansiedlungen, d. h. sowohl großflächige als auch nicht großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist grundsätzlich möglich. Die Ansiedlung von Betrie-

ben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten sollte aber die sonstigen Nahversorgungsstandorte nicht gefährden; die Ansiedlung großflächiger Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist aus städtebaulichen Gründen nicht zielführend.⁴¹

- /// Darüber hinaus wird in der Kernstadt von Olpe im Bereich Bruchstraße / Stellwerkstraße / In der Trift der **zentrale Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Bruchstraße** ausgewiesen. Im Einzelhandelsgutachten von 2011 wurde dieser Bereich als Nahversorgungslage ausgewiesen. Aufgrund der topographischen und siedlungs-räumlichen Gegebenheiten konzentrieren sich die Versorgungsstandorte in Olpe neben der Innenstadt auf das Gewerbegebiet Osterseifen im nördlichen Gebiet der Kernstadt sowie auf den Standort Bruchstraße im südlichen Bereich. Zur Sicherung und Weiterentwicklung einer wohnortnahen Versorgung und zur Verkehrsentlastung der Innenstadt soll, auch angesichts guter Erreichbarkeit aus den südlichen Stadtteilen, ein Nahversorgungszentrum im Sinne eines zentralen Versorgungsbereiches ausgewiesen werden⁴². Für die in Karte 6 ausgewiesene Potenzialfläche auf dem Gelände des Bauking-Baumarktes liegen bereits Planungen zur Ansiedlung eines Aldi-Lebensmitteldiscounters vor, der das Angebotsspektrum im Nahversorgungszentrum gut ergänzen würde. Der Angebotsschwerpunkt in diesem Zentrum liegt im kurzfristigen Bedarfsbereich. Auch im Nahversorgungszentrum können grundsätzlich alle Sortimente angesiedelt werden, wobei großflächige Betriebe nur mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten zulässig sein sollten. Das Angebot kann durch kleinteilige Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten ergänzt werden. Hierbei sollte es sich allerdings nicht um Fachmarktformate handeln, um keine zweiten Standort mit umfangreichem zentrenrelevantem Angebot und damit einen erheblichen Wettbewerb zur Innenstadt zu schaffen. Anbieter mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind im kleinflächigen Bereich möglich.

- /// Der Standortbereich **In der Trift (Gewerbegebietslage)** wird als **Sonderstandort** ausgewiesen. Es handelt sich um einen autokundenorientierten Standort mit mittelgroßen und großflächigen Fachmärkten (Obi, Fressnapf). Betriebe mit nahversorgungs- und / oder zentrenrelevanten Sortimenten sollten an diesem Standort zukünftig planungsrechtlich ausgeschlossen werden. Vorrangig sollte in diesem Bereich die Ansiedlung von Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment erfolgen und so – im Hinblick auf die gesamtstädtische Zentren- und Standortstruktur – eine ergänzende Funktion zu den zentralen Versorgungsbereichen ausgeübt werden.

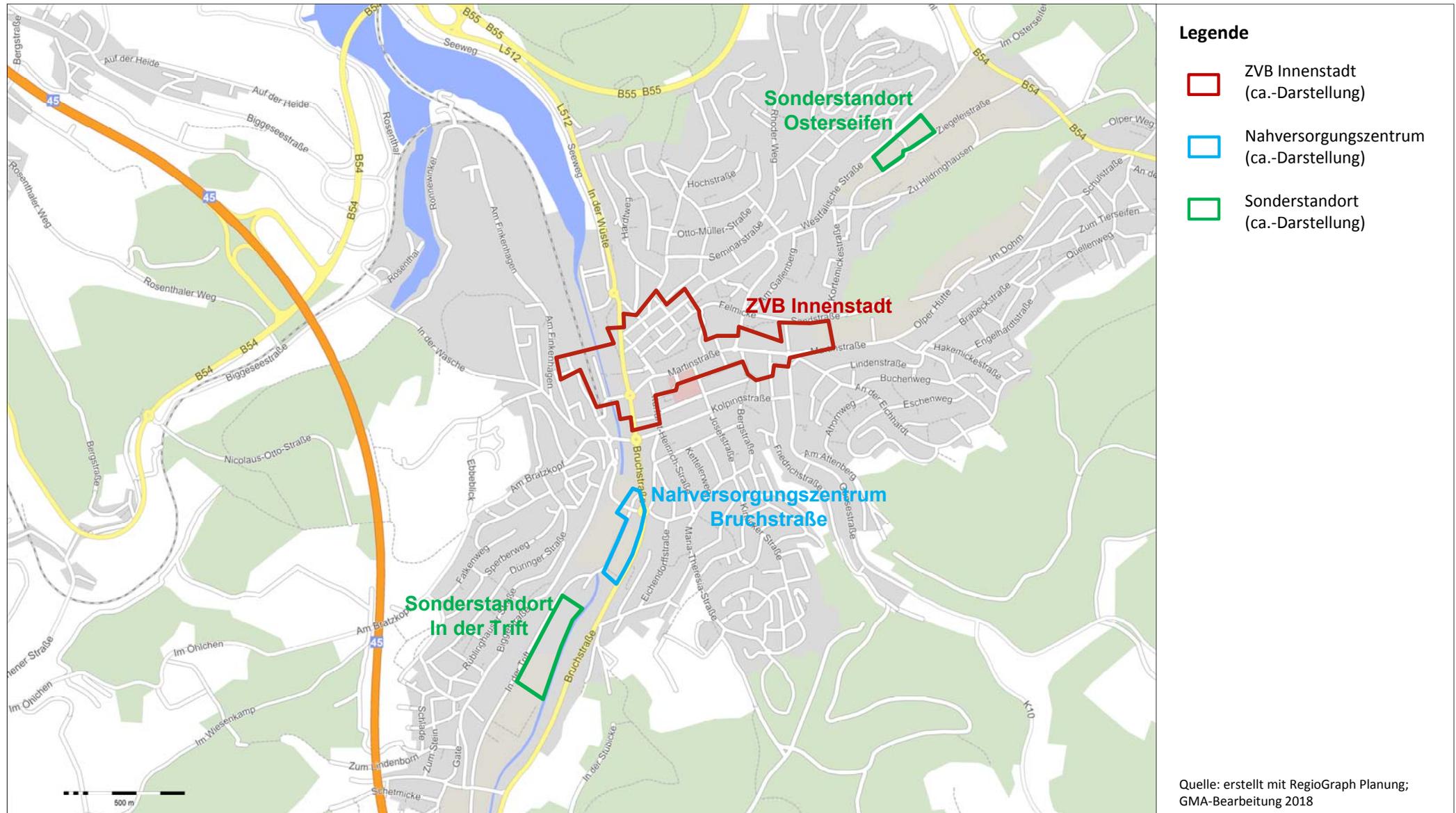
⁴¹ Solche Betriebe haben i. d. R. einen hohen Flächenanspruch bei Geschäftsräumen und Parkplätzen. Diese Gegebenheiten sind in der Innenstadt von Olpe nicht gegeben.

⁴² Bereits heute handelt es sich um einen faktischen zentralen Versorgungsbereich, der nunmehr auch planerisch definiert werden soll.

- Der Standortbereich **Osterseifen** mit den Anbietern Aldi, Lidl und Hammer Heimtex wird als **Sonderstandort** ausgewiesen. Aufgrund der sonstigen gewerblichen Nutzungen ist der Standort nicht als zentraler Versorgungsbereich zu charakterisieren, gleichwohl kommt diesem Standortbereich in gewissem Maße eine Nahversorgungsfunktion v. a. für das nördliche und nordöstliche Stadtgebiet von Olpe zu. Dennoch sollten zusätzliche Betriebe mit nahversorgungs- und / oder zentrenrelevanten Sortimenten an diesem Standort – sofern nicht geschehen – zukünftig ausgeschlossen werden. Vorhandene Betriebe genießen Bestandsschutz.⁴³
- Darüber hinaus ist eine Reihe von Einzelhandelsbetrieben (v. a. in den Stadtteilen von Olpe) im Stadtgebiet verteilt, deren Standorte weder als zentrale Versorgungsbereiche noch als Sonderstandorte oder Nahversorgungslagen eingestuft werden können. Hierbei handelt es sich um sog. **sonstige Lagen**, wozu sowohl siedlungsräumlich integrierte Standorte als auch dezentrale Bereiche zählen. Aufgrund einer fehlenden räumlichen Konzentration handelt es sich hier i. d. R. um Streulagen bzw. Solitärstandorte.

⁴³ Angesichts der bewegten Topografie und dispersen Siedlungsstrukturen in Olpe übernehmen auch die im Gewerbegebiet Osterseifen gelegenen Lebensmittelmärkte trotz fehlendem direkten Wohngebietsbezug eine wichtige Versorgungsfunktion für das nördliche und nordöstliche Stadtgebiet von Olpe. Dies ist auch im Hinblick auf die Vermeidung unnötiger Verkehre durch die Innenstadt zu sehen. Eine Vielzahl von Stadtteilen von Olpe ist über die B 55 bzw. B 54 an die Kernstadt angebunden und erreicht das Gewerbegebiet Osterseifen als ersten Versorgungsstandort.

Karte 4: Übersicht Zentren- und Standortstruktur im Stadtgebiet von Olpe



3.4 Zentrale Versorgungsbereiche in der Stadt Olpe

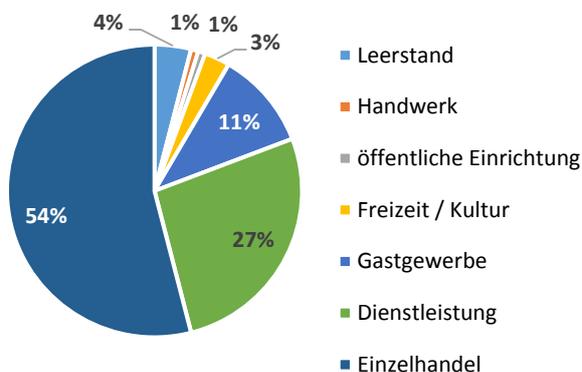
3.4.1 Innenstadt Olpe (Hauptzentrum)

Ausstattung

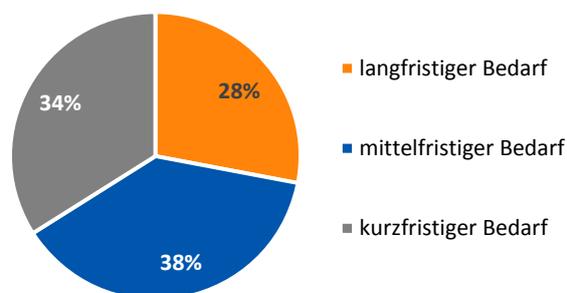
Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs.	in %
Nahrungs- und Genussmittel	29	21	7.055	24
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	13	10	2.725	9
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	4	3	315	1
kurzfristiger Bedarfsbereich	46	34	10.095	34
Bücher, Schreib- / Spielwaren	7	5	1.430	5
Bekleidung, Schuhe, Sport	41	30	9.935	34
mittelfristiger Bedarfsbereich	48	36	11.365	38
Elektrowaren, Medien, Foto	10	7	2.775	9
Hausrat, Einrichtung, Möbel	12	9	4.095	14
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	1	1	80	0
Optik / Uhren, Schmuck	15	11	945	3
sonstige Sortimente*	3	2	265	1
langfristiger Bedarfsbereich	41	30	8.160	28
Einzelhandel insgesamt	135	100	29.620	100

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)



strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

■ größer 1.500 m ²	Kaufland, Rewe, Drogerie Müller, Expert
■ 800 bis unter 1.500 m ²	Lidl, Maiworm, Betten Meyer, C & A
■ 400 bis unter 800 m ²	Rossmann, TEDi, Schuhe Koch, Intersport, kik
■ bis unter 400 m ²	u. a. verschiedene Schuhfachgeschäfte und -märkte, Buchhandlung, Elektrowarenfachgeschäfte, Optiker, Bekleidungsfachgeschäfte

Foto 1: Bahnhofstraße



Foto 2: Kurkölner Platz



Foto 3: Martinstraße



Foto 4: Marktplatz



Foto 5: Bahnhofsareal

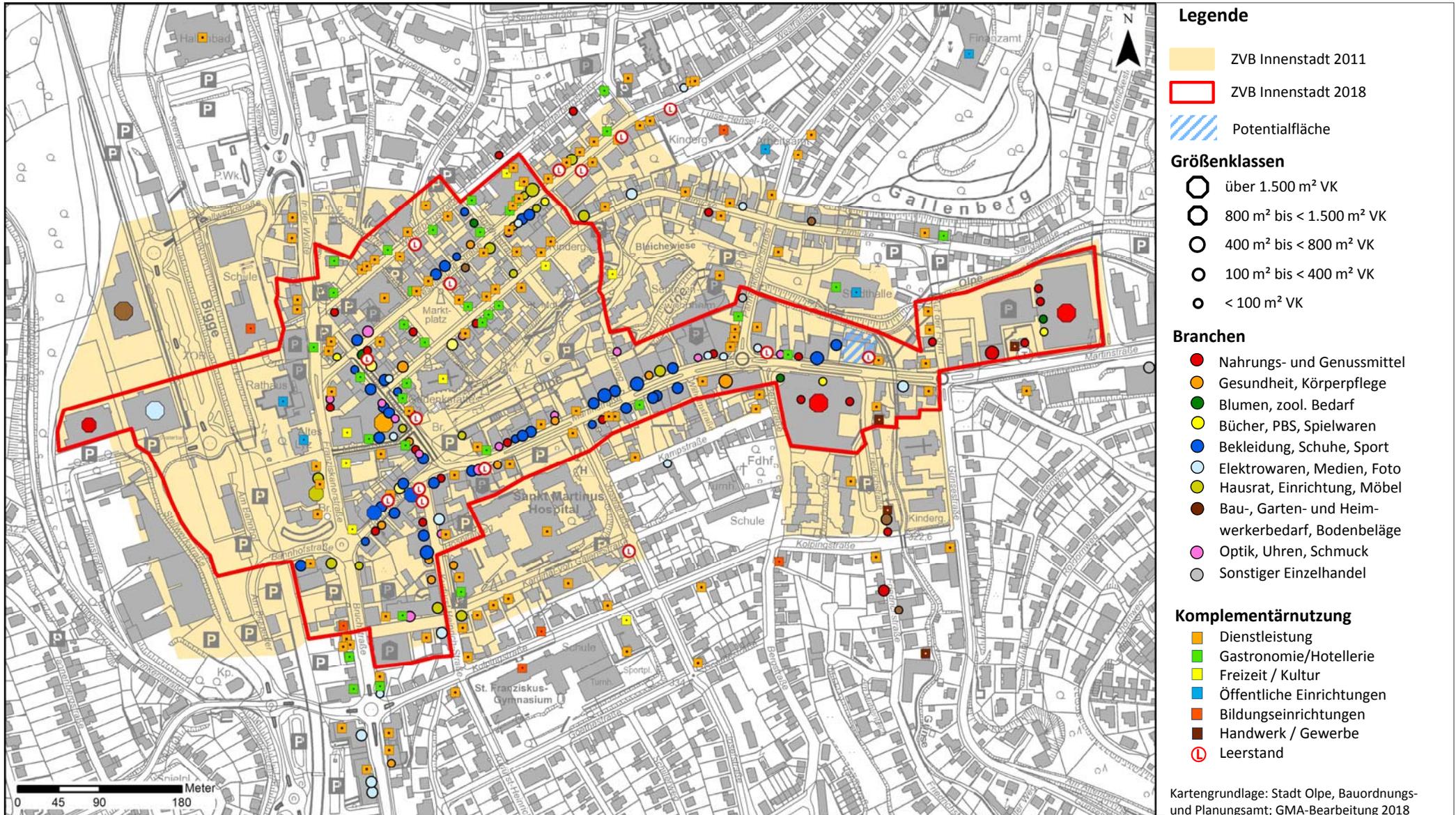


Foto 6: Potenzialfläche Martinstraße



GMA-Aufnahmen 2018

Karte 5: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Olpe



Räumliche Situation

- /// Die **Innenstadt von Olpe** erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Bahnhofstraße / Kurkölner Platz / westliche Martinstraße (Abzweig Kortemickestraße). Weitere inbegriffene Bereiche sind die nördliche Kurfürst-Heinrich-Straße (bis kurz vor Abzweig Kolpingstraße), nördliche Friedrichstraße, nördliche Bruchstraße (bis Abzweig Kardinal-von-Gahlen-Straße), Franziskanerstraße, westlicher Bereich der Winterbergstraße, östlicher Teil der Westfälische Straße, westlicher Teil der Frankfurter Straße sowie das Areal am Bahnhof (vgl. Karte 5).
- /// Der **Schwerpunkt des Einzelhandels** zieht sich entlang der Bahnhofstraße, Martinstraße und Kölner Straße. Die beiden Hauptanbieter im Bereich Lebensmittel (Rewe, Kaufland) befinden sich im östlichen Randbereich des zentralen Versorgungsbereiches. Am westlichen Randbereich des Zentrum sind die Anbieter Lidl und Expert ansässig.
- /// Die **räumliche Ausdehnung** in Ost-West-Richtung beträgt ca. 1 km, in Nord-Süd-Richtung etwa 420 m.
- /// Im Vergleich zur bisherigen **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches** (vgl. Einzelhandelskonzept der Stadt Olpe, 2011) wurde eine **Begrenzung in den Randbereichen** vorgenommen, da in diesen nur noch wenige Einzelhandelsbetriebe vorhanden sind. Im Nordwesten wurden das Rathaus, die angrenzende Schule und der gegenüberliegende Raiffeisenmarkt sowie die Straße In der Wüste aus der Abgrenzung herausgenommen. In nordöstlicher Richtung wurde die Abgrenzung im Wesentlichen um die Straße Felmicke reduziert. In südlicher Richtung sind im Wesentlichen die Straßen südlich der Kaufland-Filiale sowie die Kampfstraße, Josefstraße und Kardinal-von-Gahlen-Straße in der aktuellen Abgrenzung nicht mehr inbegriffen.
- /// Der zentrale Versorgungsbereich weist aktuell **10 Leerstände** auf, diese sind jedoch nicht räumlich konzentriert. Im Bereich der Martinstraße gibt es aktuell gegenüber der Kaufland-Filiale ein leerstehendes Ladenlokal (ehem. Warenkorb). Dieses Ladenlokal ist nicht mehr nutzbar und wird zeitnah abgerissen. Dieses Grundstück sowie die angrenzende, derzeit unbebaute Fläche, werden als **Potenzialfläche** für evtl. Neuansiedlungen ausgewiesen. Darüber hinaus sollte auch die Nachnutzung der aktuell leerstehenden Ladenlokale Ziel sein.

Angebots- und Nachfragesituation

- /// Mit insgesamt **131 Einzelhandelsbetrieben** und **rd. 29.350 m² Verkaufsfläche** weist die Innenstadt von Olpe eine große Einzelhandelsbedeutung für die Stadt selbst sowie darüber hinaus für umliegende Nachbarstädte (v. a. Attendorn, Drohlshagen und Wenden; vgl. Karte 2) auf.

- /// In Bezug auf die **Einzelhandelsfunktion** des Hauptzentrums sichern das SB-Warenhaus Kaufland, der Supermarkt Rewe, der Lebensmitteldiscounter Lidl, mehrere Bäckereien und Metzgereien, eine Parfümerie, die Drogeriemärkte Müller und Rossmann sowie verschiedene Apotheken und Floristen die Nahversorgung. Auf den **kurzfristigen Bedarfsbereich** entfallen rd. 34 % der Verkaufsfläche. Der Verkaufsflächenschwerpunkt liegt mit 38 % im **mittelfristigen Bedarfsbereich** mit den Anbietern in den Sortimenten Bücher, Schreib- und Spielwaren sowie Bekleidung, Schuhe und Sport. Auf den **langfristigen Bedarf** entfallen rd. 28 % der Verkaufsfläche. Hier ist v. a. auf die Anbieter in den Sortimenten Elektrowaren, Medien, Foto, Hausrat, Einrichtung, Möbel und Optik, Uhren / Schmuck hinzuweisen.
- /// Als wesentliche großflächige **Magnetbetriebe** innerhalb des Hauptzentrums sind das SB-Warenhaus Kaufland, der Supermarkt Rewe, der Lidl-Markt, Drogerie Müller, C&A und Expert zu nennen.
- /// Das Zentrum übernimmt eine **Versorgungsfunktion** für die gesamte Stadt Olpe und überörtlich für die Nachbarstädte Attendorn, Drolshagen und Wenden. Eine stärkere Einkaufsorientierung der weiter entfernt liegenden Städte und Gemeinden kann v. a. aufgrund der Verkehrsanbindung sowie aufgrund der Wettbewerbssituation nicht abgeleitet werden.
- /// Das Einzelhandelsangebot wird durch diverse **Komplementärnutzungen** ergänzt, dazu zählen verschiedene Dienstleistungsbetriebe (u. a. Versicherung, Rechtsanwälte, Reisebüro, Banken / Sparkasse, Friseur, Ärzte), Gastronomieangebote (u. a. Restaurant / Bistro, Eiscafé, Imbiss), Kultur- und Freizeitangebote (u. a. Kirche, Kino) und Handwerksbetriebe.

Städtebauliche Situation

- /// Das Zentrum wird durch die topografischen und städtebaulichen Gegebenheiten gegliedert. So wird die Innenstadt durch die stark befahrene Franziskanerstraße in einen Ost-West-Bereich geteilt. Eine weitere Gliederung erfolgt durch einen spürbaren Höhenunterschied, v. a. nördlich des Kurkölner Platzes, wodurch die Innenstadt in eine sog. Ober- und Unterstadt gegliedert ist.
- /// Die stärkste **Einzelhandelskonzentration** sowie höhere Anteile größerer Betriebseinheiten sind in dem Bereich der Straßenzüge Bahnhofstraße / Martinstraße sowie entlang der Richtung Norden und Süden abzweigenden Geschäftsstraßen Kölner Straße und Kurfürst-Heinrich-Straße festzustellen. Ein weiterer Einzelhandelsschwerpunkt ist im Bereich des Bahnhofs zu sehen. Hier befinden sich die großflächigen Anbieter Lidl und Expert sowie ergänzend ein Raiffeisenmarkt. Eine fußläufige Anbindung besteht zwar über eine Fußgängerampel an der Franziskaner Straße, eine Sichtachse besteht

aktuell jedoch aufgrund des Rathauses jedoch nicht. So werden die beiden Bereiche auch nicht als ein zusammenhängendes Zentrum wahrgenommen.

- Zur Verbesserung der städtebaulichen Situation und zur Schaffung einer Sichtachse zwischen dem Bahnhofsareal im Westen und der übrigen Innenstadt im Osten hat die Stadt Olpe die Erarbeitung eines städtebauliches Entwicklungskonzeptes in Auftrag gegeben. Im Rahmen einer Neuordnung im Bereich des Rathauses ist u. a. die Verlagerung des Verwaltungsgebäudes angedacht. Auch das angrenzende, stark veraltete Parkhaus sowie die Realschule sollen abgerissen werden. Ziel ist die Attraktivitätssteigerung des Gesamtbereichs sowie Stärkung der Innenstadt.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- ➔ Ergänzung des Einzelhandelsangebotes ist grundsätzlich in allen Bereichen möglich, aus städtebaulichen Gesichtspunkten ist die Lenkung von zentrenrelevanten Sortimenten auf den zentralen Versorgungsbereich zu priorisieren. Ziel sollte v. a. die Nachnutzung der aktuell leerstehenden Ladenlokale sein.
- ➔ Unter städtebaulichen Aspekten sollte v. a. versucht werden, eine städtebaulich-funktional attraktive Anbindung zwischen dem Bahnhofsareal und der Innenstadt östlich der Franziskanerstraße / Bruchstraße herzustellen.

3.4.2 Nahversorgungszentrum Bruchstraße

Ausstattung

Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs.	in %
Nahrungs- und Genussmittel	4	44	1.845	40
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	1	11	550	12
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	2	22	540	12
kurzfristiger Bedarfsbereich	7	78	2.935	63
mittelfristiger Bedarfsbereich	-	-	-	-
langfristiger Bedarfsbereich	2	22	1.725	37
Einzelhandel insgesamt	9	100	4.660	100

Foto 7: Kreisverkehr Bruchstraße



Foto 9: Lebensmittelmarkt Dornseifers und Drogeriemarkt dm



GMA-Aufnahmen 2018

Foto 8: Standort Bauking - Potenzialfläche



Foto 10: Straße in der Trift mit Getränkemarkt (Getränke Hoffmann)



Räumliche Situation

- Das **Nahversorgungszentrum Bruchstraße** erstreckt sich im Wesentlichen über den Kreuzungsbereich der Bruchstraße / Stellwerkstraße und der Straße In der Trift.
- Der **Einzelhandelsbesatz** im nahversorgungsrelevanten Sortiment wird durch einen Dornseifers Frischemarkt, dm Drogeriemarkt sowie zwei Getränkemarkte geprägt.
- Die **räumliche Ausdehnung** in Nord-Süd-Richtung beträgt rd. 300 m, während die West-Ost-Ausdehnung im nördlichen Teil ca. 120 m und im südlichen Teil zwischen der Straße In der Trift und der Bruchstraße ca. 70 m umfasst.
- Eine **Potenzialfläche** für die Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarktes (Aldi-Nord) besteht am aktuellen Standort von Bauking. Bauking hat bereits signalisiert, den Standort in absehbarer Zeit aufgeben zu wollen. Die Fläche liegt zwischen der Bruchstraße und der Straße In der Trift und wäre somit von zwei Seiten aus anfahrbar.

Angebots- und Nachfragesituation

- Im Nahversorgungszentrum sind aktuell insgesamt **9 Einzelhandelsbetriebe** mit **rd. 4.660 m² Verkaufsfläche** vorhanden (inkl. Bauking).
- In Bezug auf die Einzelhandelsfunktion des Nahversorgungszentrums liegt der Verkaufsflächenschwerpunkt im **kurzfristigen Bedarf** (rd. 63 %). Darüber hinaus verfügt das Nahversorgungszentrum aktuell noch über einen Verkaufsflächenanteil von rd. 37 % im **langfristigen Bedarfsbereich**. Hierin enthalten ist der Anbieter Bauking, der jedoch bereits die Aufgabe seiner Filiale an diesem Standort signalisiert hat. Dieser soll durch einen Aldi-Lebensmitteldiscounter nachbelegt werden.
- Neben dem großflächigen Hauptanbieter Dornseifers Frischemarkt gibt es im Bereich des kurzfristigen Bedarfs zwei Getränkemarkte, eine Bäckerei und einen Blumenanbieter sowie den Drogeriemarkt dm. Darüber hinaus sind eine Filiale des Tierbedarfsanbieters Zoo & Co, eine Bäderausstellung sowie Bauking ansässig.
- Das Zentrum übernimmt v. a. **Versorgungsfunktion** für die südlichen Teile der Kernstadt von Olpe sowie die südlich gelegenen Stadtteile Rüblinghausen und Sassmicke.
- Das Einzelhandelsangebot wird durch verschiedene **Komplementärnutzungen** ergänzt. Hier ist derzeit im Wesentlichen auf die Filiale der Deutsche Post sowie einen Imbiss hinzuweisen.

Städtebauliche Situation

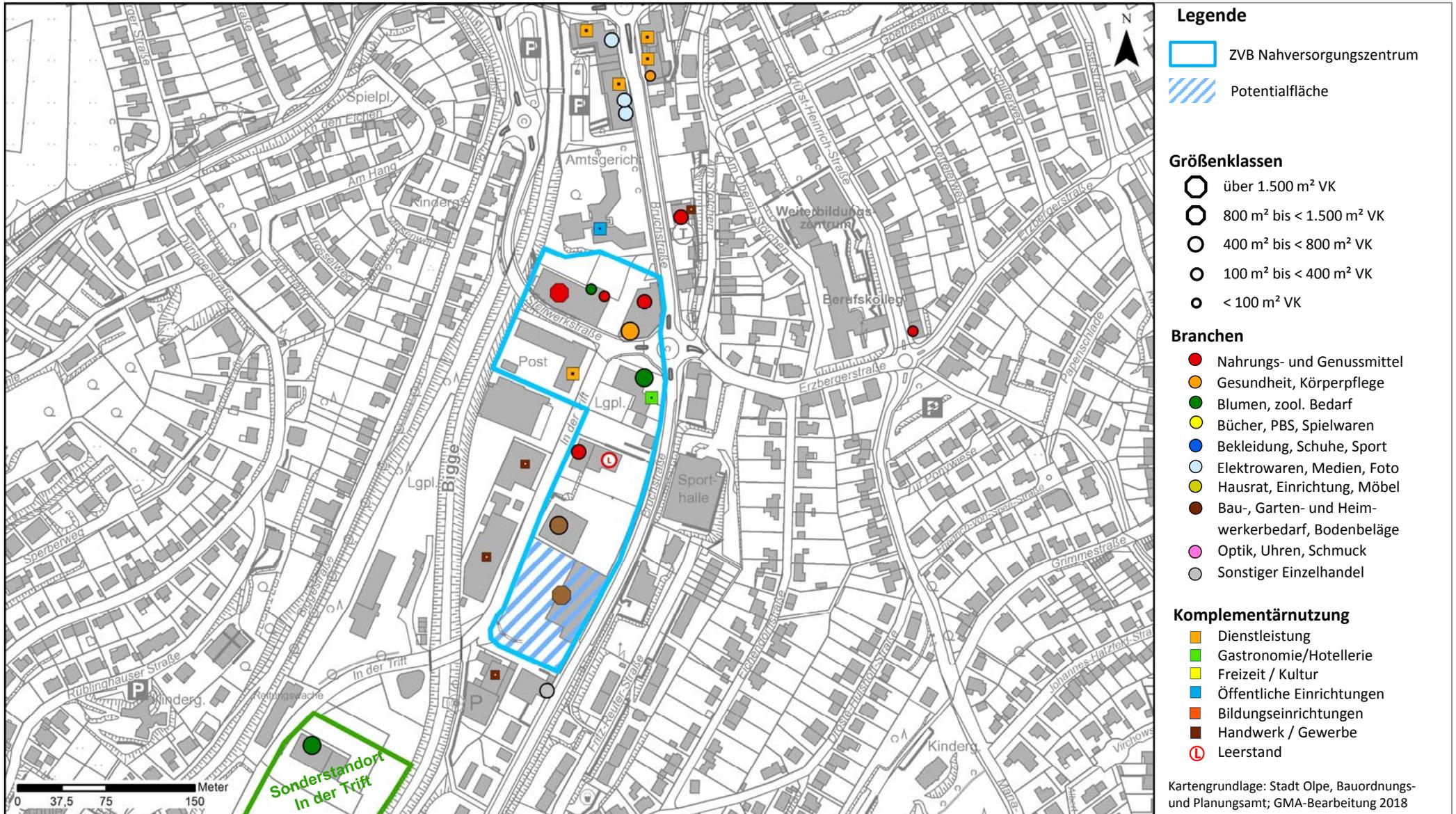
- /// Das Nahversorgungszentrum präsentiert sich in einer kompakten Struktur und ist zweigeteilt: Der Einzelhandelskomplex mit Dornseifers, dm und Getränkemarkt präsentiert sich mit einer innenliegenden Stellplatzanlage introvertiert. Dennoch ist reger Fußgängerverkehr zwischen diesem Standort und den südlich anschließenden Nutzungen wie Post / Zoofachmarkt und Imbiss festzuhalten. Der zur Bruchstraße ausgerichtete Bereich weist heute einen stark gewerblich / handwerklich geprägten Charakter auf.
- /// Insgesamt wird das Zentrum durch die hohe Verkehrsbelastung an der Bruchstraße geprägt. Die Anfahrbarkeit mit dem Pkw v. a. aus dem südlichen Stadtgebiet von Olpe ist als sehr gut zu bewerten. Der Standort dient somit auch der verkehrlichen Entlastung der Innenstadt.
- /// Aktuell stellt die Stellwerkstraße für Fußgänger im Übergang vom Standort Dornseifers / dm zur Straße In der Trift (Standort Post / Zoo & Co / Getränkemarkt) keine sichere Überquerungsmöglichkeit dar.
- /// Durch die anvisierte Betriebsaufgabe des Anbieters Bauking entsteht im südlichen Bereich des zentralen Versorgungsbereiches eine Potenzialfläche, die neu zu entwickeln ist. Für diese Fläche bestehen bereits Planungen der Firma Aldi-Nord zur Ansiedlung einer neuen Filiale. Der Discounter wäre eine gute Angebotsergänzung zum Lebensmittelvollsortimenter Dornseifers und würde das Nahversorgungszentrum gut ergänzen.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- ➔ Sicherung und Ausbau der Versorgungsfunktion des Zentrums in den nahversorgungsrelevanten Branchen (v. a. Nahrungs- und Genussmittel). Hier liegen Planungen zur Ansiedlung des Lebensmitteldiscounters Aldi-Nord vor, der den bestehenden Magnetbetrieb Dornseifers Frischemarkt gut ergänzt. Damit würde ein komplexes Nahversorgungszentrum mit den wesentlichen Betriebstypen Vollsortimenter, Discounter, Getränkemarkt und Drogeriemarkt entstehend, die durch kleinteilige Nutzungen ergänzt werden.
- ➔ Zwischen der Potenzialfläche für den Lebensmitteldiscounter und dem Zoofachmarkt gibt es aktuell eine leerstehende Gewerbeimmobilie sowie angrenzend eine brachliegende Freifläche. Im Sinne eines städtebaulichen Gesamtkonzeptes wäre die Entwicklung dieses Bereichs z. B. durch die Realisierung von Geschäftsnutzungen mit kleinteiligen Ladenlokalen im Erdgeschoss und Büros im Obergeschoss zu empfehlen. Ergänzend sind neben dem nahversorgungsrelevanten Handel (z. B. Zeitungen / Zeitschriften) auch Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe möglich.

- ➔ Der Standortbereich liegt derzeit in einem regionalplanerisch festgelegten Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB). Hier darf nach LEP NRW kein großflächiger Einzelhandel angesiedelt werden. Allerdings wurde bereits im Ansiedlungsverfahren des in der Straße In der Trift ansässigen Obi Baumarktes der Standortbereich Bruchstraße von der Bezirksregierung Arnsberg aufgrund der faktischen Prägung durch mehrere ansässige Einzelhandelsbetriebe selbst als Allgemeiner Siedlungsbereich (ASB) bewertet. Aufgrund dessen strebt die Stadt Olpe im Verfahren der Neuaufstellung des Regionalplans in diesem Bereich eine Änderung mit der Ausweisung eines ASB an. Damit wäre die Festsetzung eines Sondergebietes (SO) in einem zentralen Versorgungsbereich möglich.

Karte 6: Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Bruchstraße



3.5 Sonderstandorte für großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel

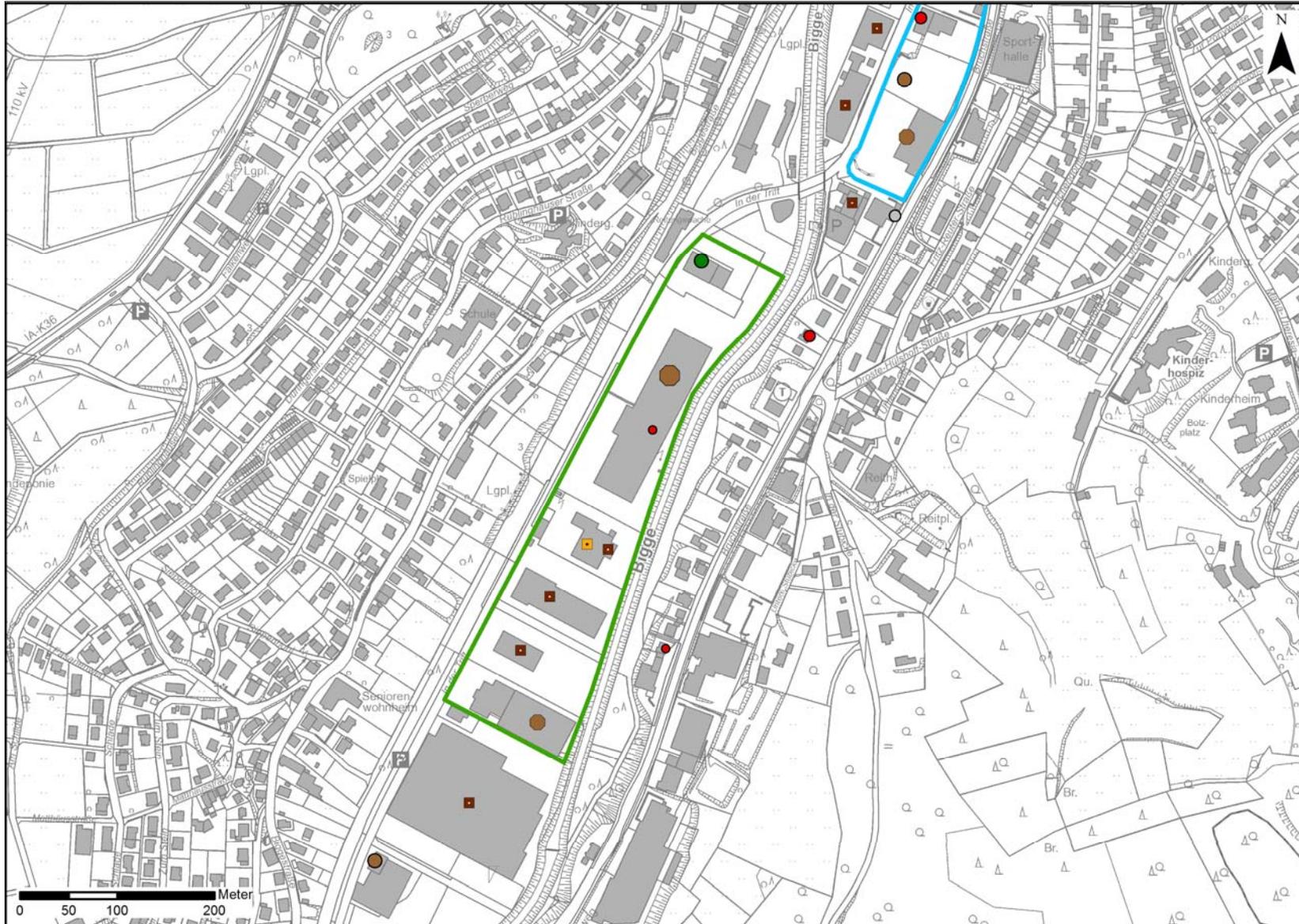
Unter städtebaulichen Gesichtspunkten (Bündelung von Angeboten und Verkehrsströmen) ist – ergänzend zu dem Haupt- und Nahversorgungszentrum – die Konzentration von nicht zentrenrelevanten Betrieben (großflächig und nicht großflächig) aus gutachterlicher Sicht zu empfehlen. Zusätzlich zu den zentralen Versorgungsbereichen können daher Sonderstandorte für großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel ausgewiesen werden, die im Sinne einer „Arbeitsteilung“ die Zentren im Idealfall funktional ergänzen sollen. Die Ansiedlung von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten ist zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche an diesen Standorten planungsrechtlich auszuschließen.

Als **Sonderstandorte** des großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandels werden die Standortbereiche **In der Trift** und **Osterseifen** ausgewiesen. Sie weisen einen Besatz mit z. T. großflächigen Einzelhandelsbetrieben – v. a. am Standort In der Trift – nicht zentrenrelevantem Kernsortiment auf (Obi, Zoofachmarkt), auf der anderen Seite sind hier auch Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten (Gewerbegebiet Osterseifen Aldi-Nord und Lidl) zu finden. Aufgrund der nicht integrierten Lage und stark gewerblichen Prägung des Umfeldes sowie der i. d. R. fehlenden Komplementärnutzungen sind diese Standorte nicht als zentrale Versorgungsbereiche zu definieren. Da sie sich aufgrund ihrer autokundenorientierten Lage grundsätzlich für Betriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment eignen, sollten diese Ergänzungsstandorte daher zukünftig als vorrangige Standorte für die Ansiedlung von (großflächigem) Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dienen und so – im Hinblick auf die gesamtstädtische Zentren- und Standortstruktur – eine ergänzende Funktion zu den zentralen Versorgungsbereichen einnehmen.

Für die beiden Sonderstandorte in der Stadt Olpe sind folgende Aspekte festzuhalten:

- /// Der **Sonderstandort In der Trift** umfasst im Wesentlichen die Anbieter Obi, Fressnapf sowie zwei weitere Betriebe im Bereich Baubedarf. Die weitere Entwicklung des Standortes ist nur in den nicht zentrenrelevanten Sortimenten möglich, um auch weiterhin keine Konkurrenzsituation zu den vorhandenen zentralen Versorgungsbereichen zu schaffen.
- /// Am **Sonderstandort Osterseifen** sind aktuell die Anbieter Lidl, Hammer Heimtex, Aldi-Nord sowie ein Fachgeschäft für Bodenbeläge ansässig. Im Gegensatz zur Abgrenzung von 2011 wurde der Bereich des Sonderstandortes nun bewusst enger gefasst. Die zukünftige Entwicklung am Sonderstandort Osterseifen ist lediglich mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zulässig. Gleichwohl ist hinsichtlich der ansässigen Filialen von Aldi und Lidl Bestandsschutz zu wahren sowie Spielraum für eine moderne Marktaufstellung zu gewährleisten.

Karte 7: Sonderstandort In der Trift



Legende

- Nahversorgungszentrum 2018
- Sonderstandort 2018

Größenklassen

- über 1.500 m² VK
- 800 m² bis < 1.500 m² VK
- 400 m² bis < 800 m² VK
- 100 m² bis < 400 m² VK
- < 100 m² VK

Branchen

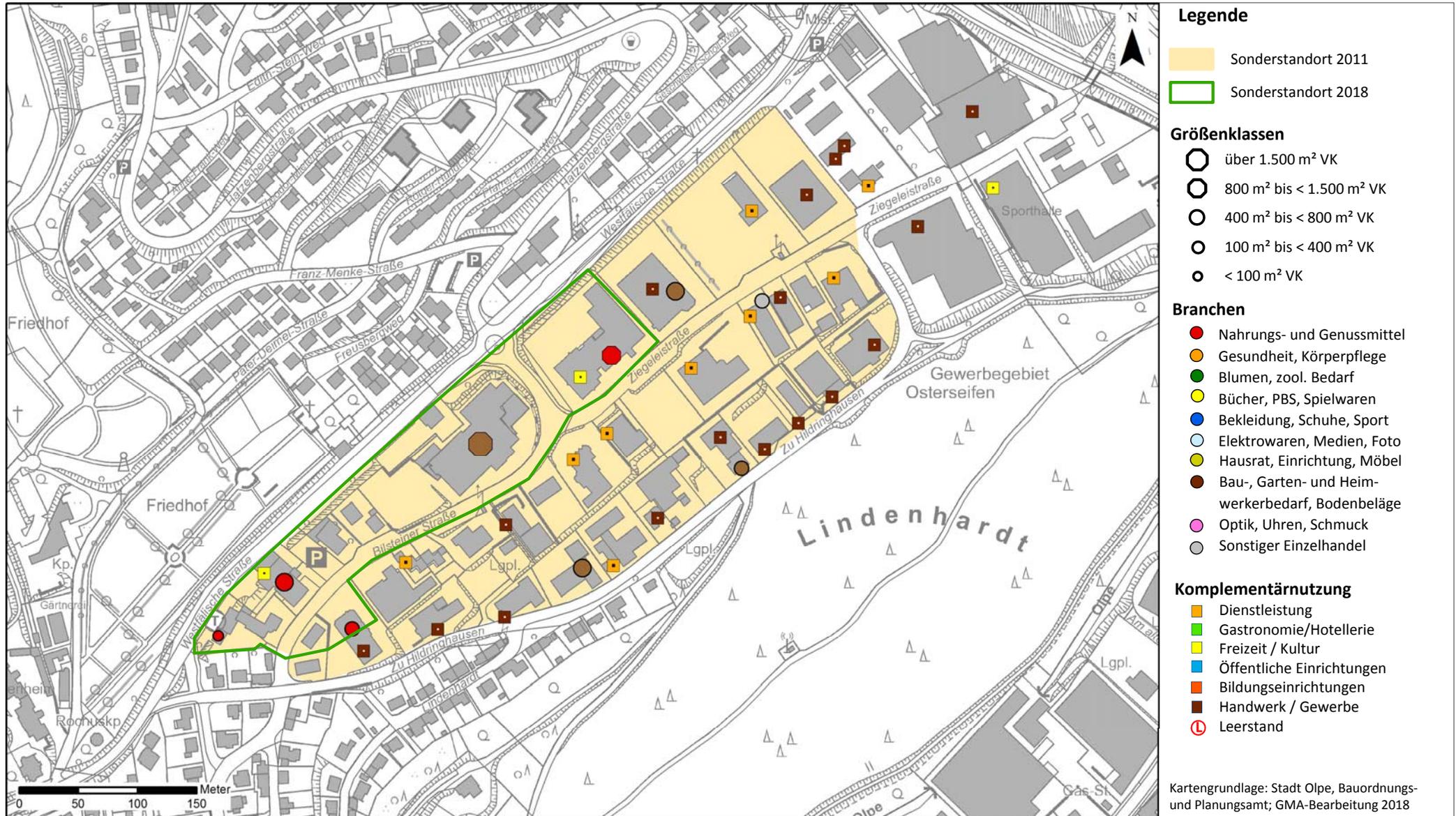
- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zool. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel

Komplementärnutzung

- Dienstleistung
- Gastronomie/Hotellerie
- Freizeit / Kultur
- Öffentliche Einrichtungen
- Bildungseinrichtungen
- Handwerk / Gewerbe
- Leerstand

Kartengrundlage: Stadt Olpe, Bauordnungs- und Planungsamt; GMA-Bearbeitung 2018

Karte 8: Sonderstandort Osterseifen



4. Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sind standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben erforderlich.⁴⁴ Grundsätzlich kommen verschiedene Stufen zur Begrenzung und zum Ausschluss des Einzelhandels in Betracht:

- /// Ausschluss zentrenrelevanter / nachversorgungsrelevanter Sortimente
- /// zusätzlicher Ausschluss großflächigen Einzelhandels im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO
- /// Ausschluss des gesamten Einzelhandels.

Die Regeln folgen dem zentralen Grundsatz, dass Ansiedlungen bzw. Erweiterungen nicht zu einer Beeinträchtigung der Funktions- und Entwicklungsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche führen dürfen und sich die Dimensionierung eines Vorhabens am zugeordneten Versorgungsgebiet orientieren soll. Außerdem sind bei Ansiedlungen bzw. Erweiterungen die landesplanerischen Vorgaben zu beachten.

Im Folgenden werden auf Grundlage des Sortimentskonzeptes sowie der o. g. Zentren- und Standortstruktur in Olpe branchen- und standortbezogene Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung definiert.

4.1 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

4.1.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Hauptzentrum)

Für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sollten keine Beschränkung hinsichtlich möglicher Einzelhandelsansiedlungen gelten. Das heißt, dass sowohl großflächige⁴⁵ Betriebe als auch nicht großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten zulässig und städtebaulich erwünscht sind. Auch die Ansiedlung großflächiger Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist hier grundsätzlich zulässig. Ihre Ansiedlung ist aus städtebaulicher Sicht jedoch nicht zu empfehlen und sie sollte nicht Teil der Ansiedlungspolitik in Olpe sein. Etwaige Flächenpotenziale sollten Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten vorbehalten werden, die für die Innenstadt eine frequenzerzeugende Wirkung haben.

4.1.2 Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Bruchstraße

Innerhalb des Nahversorgungszentrums soll der Angebotsschwerpunkt bei möglichen Neuansiedlungen oder Erweiterungen bei Betrieben des kurzfristigen Bedarfsbereichs liegen, so dass hier grundsätzlich nahversorgungsrelevante Sortimente anzusiedeln bzw. weiterzuentwickeln

⁴⁴ Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

⁴⁵ großflächiger Einzelhandel ab 800 m² Verkaufsfläche

sind. Großflächige Betriebe (ab 800 m² Verkaufsfläche) mit zentrenrelevantem Einzelhandel sind unter Berücksichtigung der Vorrangstellung der Innenstadt im Nahversorgungszentrum auszuschließen. Ergänzend können kleinteilige Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten angesiedelt werden. Fachmarktformate mit zentrenrelevanten Sortimenten sollten im Nahversorgungszentrum jedoch nicht realisiert werden. Anbieter mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind im kleinflächigen Bereich möglich; großflächige Betriebe ebenfalls, widersprechen jedoch dem eigentlichen Ziel eines Nahversorgungszentrums⁴⁶. Für diese Betriebstypen sind die Sonderstandorte vorgesehen.

4.2 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

4.2.1 Sonderstandorte des großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandels:

Um die zentralen Versorgungsbereiche in ihren bestehenden Strukturen nicht zu beeinträchtigen sowie in deren Entwicklung nicht zu behindern, sollte an den genannten Sonderstandorten zukünftig die Ansiedlung von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten (groß- und nicht großflächig) planungsrechtlich ausgeschlossen werden. An diesen Standorten sollte die Ansiedlung von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten konzentriert werden, um so eine Bündelung von Einzelhandelsangeboten zu erreichen. Bestehende Betriebe genießen Bestandsschutz. Zur Sicherung des Standortes und der wirtschaftlichen Tragfähigkeit ist den bestehenden Betrieben eine gewisse Erweiterungsmöglichkeit einzuräumen. Mögliche Erweiterungsvorhaben sind im Einzelfall im Hinblick auf deren städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeit zu untersuchen.

4.2.2 Sonstige städtebaulich nicht integrierte Lagen (v. a. Gewerbe- und Industriegebiete)

Diese Lagen sollten – ihrer primären Funktion entsprechend – als Flächen für das produzierende und weiterverarbeitende Gewerbe sowie für Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe vorgehalten werden. Aus diesem Grund sowie im Hinblick auf die Zielsetzung des Einzelhandelsstandortkonzeptes sollten hier Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten vollständig ausgeschlossen werden. Darüber hinaus ist im Stadtgebiet von Olpe auch bedarfsgerechte Flächen für Gewerbe und Industriebetriebe bereitzustellen, weshalb ein genereller Einzelhandelsausschluss (Einzelhandel mit nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimenten) in Gewerbe- und Industriegebieten im Rahmen der Bauleitplanung geboten ist. Bestehende Betriebe besitzen im Sinne ihrer bauleitplanerischen Festsetzungen grundsätzlich Bestandsschutz.

⁴⁶ Vorhandene Betriebe wie der Tierfutterfachmarkt und der Fachanbieter für Badeinrichtung genießen selbstverständlich Bestandsschutz.

Ausnahme: Ausnahmsweise können in Gewerbegebieten Verkaufsflächen (auch nahversorgungs- und zentrenrelevant) für Eigenproduktionen (sog. Annexhandel) dort ansässiger Gewerbe- und Handwerksbetriebe zugelassen werden. Das Vorhandensein eines sog. Annexhandels ist gegeben, wenn dieser

- /// in unmittelbarem baulichen und betrieblichen Zusammenhang zu einem innerhalb des Gewerbegebietes ansässigen Handwerks- oder Gewerbebetrieb steht,
- /// die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb in Grundfläche und Baumasse untergeordnet ist, und
- /// das Warenangebot aus eigener Herstellung oder in unmittelbarem funktionalem Zusammenhang mit der vom Hauptbetrieb angebotenen Handwerksleistung steht.

Die ausnahmsweise Zulässigkeit des Annexhandels ist auch unter dem Aspekt der Sicherung von Flächen für Handwerk und produzierendes Gewerbe innerhalb der Gewerbegebiete zu verstehen. Unter Berücksichtigung einer deutlichen Beschränkung der angebotenen Produkte sowie der geringen Verkaufsflächendimensionierungen sind aus gutachterlicher Sicht keine Beeinträchtigungen für eine geordnete Entwicklung des Zentrenkonzeptes der Stadt Olpe zu erwarten. Sofern alle oben genannten Kriterien zum Vorhandensein eines Annexhandels erfüllt sind, kann dieser zulässig sein. In jedem Fall ist die Gewährung einer Ausnahme im Einzelfall, v. a. im Hinblick auf eine angemessene Verkaufsflächengröße, zu prüfen.⁴⁷

4.2.3 Städtebaulich integrierte Lagen (z. B. integrierte Streulagen in Wohnquartieren)

Bei den städtebaulich integrierten Lagen handelt es sich um Standorte, die keinem zentralen Versorgungsbereich zuzuordnen sind. Zu den **städttebaulich integrierten Lagen** zählen alle wohnortnahen Lagen mit mindestens zwei Himmelsrichtungen Wohngebietsbezug. Großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment können hier zulässig sein, sofern sie eine Atypik im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 4 aufweisen und keine Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 und 3 hervorrufen.⁴⁸ Darüber hinaus muss die Ansiedlung einer Verbesserung der wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dienen. Dabei sind insbesondere folgende Kriterien im Rahmen der erforderlichen Einzelfallbetrachtung zu überprüfen: Netzabdeckung, fußläufige Erreichbarkeit, Einbindung in das ÖPNV-Netz, städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen⁴⁹. Selbstverständlich genießen alle vorhandenen Betriebe Bestandsschutz. Um eine Aushöhlung des Einzelhandelsstandortkonzeptes zu verhindern, ist zu

⁴⁷ Aus der Begründung zum Bebauungsplan muss eine Verkaufsflächenobergrenze deutlich werden. Empfohlen wird hier die Festsetzung einer absoluten Größe in Verbindung mit einer relativen Beschränkung (z. B. max. 10 % der Geschossfläche des Hauptbetriebes).

⁴⁸ vgl. zur bauplanungsrechtlichen Prüffolge: OVG NRW, Urteil vom 02.12.2013 – 2 A 1510/12

⁴⁹ Angesichts der topografischen, verkehrlichen und siedlungsstrukturellen Gegebenheiten in Olpe dürften hier jedoch kaum Standorte für großflächige Anbieter in Frage kommen.

empfehlen, bestehende oder neue Standorte, die städtebaulich nicht erwünscht sind, im vorliegenden Sinne zu überplanen.

Die Ansiedlung von nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel unterhalb der Großflächigkeit soll möglich sein, da hier i. d. R. keine Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche vorliegen. Dabei ist zu differenzieren zwischen kleinteiligen Angeboten wie Bäckereien, Blumenläden, Apotheken usw. und mittelflächigen Fachmarktangeboten wie z. B. Drogeriemarkt, Textilfachmarkt oder einer Agglomeration aus mehreren Fachmärkten. Hier muss im Zweifelsfall der Nachweis erbracht werden, dass keine nachteiligen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind.⁵⁰

Großflächige Ansiedlungsvorhaben im zentrenrelevanten Sortimentsbereich sind auszuschließen. Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen im Wesentlichen auf die Sonderstandorte gelenkt werden.

Abbildung 16: Übersicht Steuerungsempfehlungen

Ansiedlung in ... mit ...		Zentrale Versorgungsbereiche		sonstige Lagen		
		Innenstadt Olpe	Nah- versorgungs- zentrum Bruchstraße	städte- baulich integrierte Lagen	Sonder- standort	städte- baulich nicht integrierte Lagen **
nahversorgungs- relevantem Kernsortiment	großflächig*	✓	✓	ⓘ	⚡	⚡
	nicht großflächig	✓	✓	✓	⚡	⚡
zentrenrelevantem Kernsortiment	großflächig*	✓	⚡	⚡	⚡	⚡
	nicht großflächig	✓	⚡	⚡	⚡	⚡
nicht zentrenrelevantem Kernsortiment	großflächig*	⚡	⚡ / ⓘ	⚡	✓	⚡
	nicht großflächig	✓	✓	✓	✓	⚡

✓ Ansiedlung möglich bzw. städtebaulich zu empfehlen / ⓘ Einzelfallprüfung erforderlich bzw. zu empfehlen
⚡ Ansiedlung städtebaulich nicht zu empfehlen / ⚡ Ansiedlung nicht möglich / * großflächiger Einzelhandel ab 800 m² Verkaufsfläche / ** Ausnahme: Annexhandel / GMA-Empfehlungen 2018

Aufgrund sortiments- und betriebstypenspezifischer Besonderheiten ist eine ergänzende Regelung hinsichtlich der zentrenrelevanten **Randsortimente** bei Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zu empfehlen. Um der Gefahr einer Aushöhlung des Sortimentskonzeptes durch übermäßige Angebote von zentrenrelevanten Randsortimenten zu begegnen, ist bei Ansiedlungen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches eine Randsortimentsbegrenzung im

⁵⁰ In diesem Zusammenhang ist darauf zu verweisen, dass bestimmte Baugebiete nach BauNVO klein- und mittelflächige Betriebe bis zu einer Verkaufsfläche von 800 m² VK zulassen, so dass auch hier eine planungsrechtliche Steuerung erschwert ist.

Rahmen der Bebauungsplanfestsetzungen zu empfehlen. **Bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben** (ab 800 m² Verkaufsfläche) mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Möbel-, Bau- und Gartenmärkte) ist eine Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente⁵¹ auf maximal 10 % der realisierten Gesamtverkaufsfläche, jedoch maximal 800 m² VK anzuregen. Um sicherzustellen, dass die insgesamt zulässige Fläche nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann, ist im Rahmen einer Einzelfallprüfung die Dimensionierung einzelner Sortimente zu prüfen. Auch dies könnte ansonsten zu einer Unterwanderung des Sortimentskonzeptes und letztlich zu Beeinträchtigungen der schutzwürdigen Strukturen in Olpe führen.

5. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelsstandortkonzeptes

Die vorliegende Fortschreibung des Einzelhandelsgutachtens wurde in Abstimmung mit der Stadt Olpe erarbeitet. Um eine Verbindlichkeit dieser so genannten informellen Planung herzustellen, sollten folgende Punkte beachtet werden:

/// **Beschluss des Einzelhandelsstandortkonzeptes durch den Rat der Stadt Olpe** als Teil eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB auf der Grundlage dieses Gutachtens. Damit ist das Einzelhandelsstandortkonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen und gilt als Dokumentation der kommunalen Planungsabsichten. Insbesondere sind hier von Belang:

- **Städtebauliche Ziele der Stadt Olpe für die Einzelhandelsentwicklung**
- **Festlegung der Zentren- und Standortstruktur**
- **Abgrenzung und Definition der zentralen Versorgungsbereiche**
- **Sortimentsliste der Stadt Olpe**
- **Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung**

/// **Planungsrechtliche Verankerung im Rahmen der Bauleitplanung**

Es sollte geprüft werden, wie die Standortempfehlungen möglichst zeitnah in gültiges Baurecht umgesetzt werden können. Festsetzungsmöglichkeiten v. a. im unbeplanten Innenbereich eröffnet der § 9 Abs. 2a BauGB. Hiermit kann verhindert werden, dass an städtebaulich nicht gewünschten Standorten eine Entwicklung entsteht, die den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelsstandortkonzeptes entgegensteht. Für die Begrün-

⁵¹ Lt. OVG Münster sind als Randsortimente solche Waren zu betrachten, die ein Kernsortiment lediglich ergänzen und eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft zu den Waren des Kernsortiments haben. Gleichzeitig muss das Angebot des Randsortiments in seinem Umfang (Verkaufsfläche) und in seiner Gewichtigkeit (Umsatz) deutlich untergeordnet sein (vgl. OVG NRW, Beschluss vom 26.01.2000, 7 B 2023/99).

dung kann die auf der Grundlage dieses Gutachtens erstellte Fortschreibung des Einzelhandelsstandortkonzeptes verwendet werden, wenn es durch den Rat beschlossen worden ist.⁵²

Ansprache von Investoren und Handelsunternehmen

Die vorliegende Untersuchung sollte aktiv genutzt werden, um hiermit sowohl Investoren als auch Handelsunternehmen gezielt anzusprechen. Das Einzelhandelsstandortkonzept verdeutlicht zum einen die Ausstattungsdefizite und Entwicklungspotenziale im Einzelhandel der Stadt Olpe und vermittelt zum anderen – durch den Beschluss – Investitionssicherheit. Dies gilt umso mehr, da ohne einen Ausschluss von nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel außerhalb der Stadtkerne eine Entwicklung aus Investoren- bzw. Händlersicht mit höherem Risiko infolge sonst möglicher Wettbewerbsansiedlungen an dezentralen, autokundenorientierten Lagen verbunden wäre.

Das vorliegende Gutachten ist als aktuelle Grundlage der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Olpe zu verstehen, welches insbesondere vor dem Hintergrund der Dynamik in der Einzelhandelsentwicklung kein „Konzept für die Ewigkeit“ darstellt. Es handelt sich um ein fortschreibungsfähiges Konzept, das i. d. R. mittelfristig (etwa 5 – 7 Jahre) einer Überprüfung und ggf. Anpassung bedarf.

⁵² Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

Verzeichnisse

	Seite
Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Untersuchungsaufbau	7
Abbildung 2: Wesentliche Einflussfaktoren der Handelsentwicklung	10
Abbildung 3: Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes (netto) in Mrd. € in Deutschland (ohne KFZ, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken)	11
Abbildung 4: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2002-2016	11
Abbildung 5: Entwicklung der Onlineumsätze in Deutschland	13
Abbildung 6: Anteil Online-Handel am Umsatz einzelner Branchen	14
Abbildung 7: Konsumtrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers	16
Abbildung 8: Gegenstromprinzip	19
Abbildung 9: Regelung gemäß LEP NRW für großflächigen Einzelhandel mit zentrenrelevanten Kernsortimenten	22
Abbildung 10: Verteilung der Sortimente in der Stadt Olpe nach Lagekategorien	30
Abbildung 11: Verkaufsflächenvergleich 2011 / 2018	32
Abbildung 12: Relative Verkaufsflächenausstattung* der Stadt Olpe im Vergleich mit anderen Mittelzentren (Verkaufsfläche pro 1.000 Einwohner)	37
Abbildung 13: Einzelhandelszentralität der Stadt Olpe	38
Abbildung 14: Wesentliche Bausteine des Einzelhandelsstandortkonzeptes	47
Abbildung 15: Kriterien zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche	54
Abbildung 16: Übersicht Steuerungsempfehlungen	75
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage der Stadt Olpe und zentralörtliche Struktur	26
Karte 2: Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Olpe	34
Karte 3: Nahversorgungssituation in der Kernstadt von Olpe	42
Karte 4: Übersicht Zentren- und Standortstruktur im Stadtgebiet von Olpe	57
Karte 5: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Olpe	60
Karte 6: Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Bruchstraße	68
Karte 7: Sonderstandort In der Trift	70

Karte 8:	Sonderstandort Osterseifen	71
----------	----------------------------	----

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	GMA-Branchensystematik	8
Tabelle 2:	Standortanforderungen der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)	15
Tabelle 3:	Einzelhandelsbestand nach Branchen (Gesamtstadt Olpe)	28
Tabelle 4:	Einzelhandelsbestand nach Stadtteilen	29
Tabelle 5:	Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Olpe seit 2011	31
Tabelle 6:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. € im Marktgebiet des Einzelhandels der Stadt Olpe	36

Übersichtsverzeichnis

Übersicht 1:	Strukturdaten der Stadt Olpe	25
Übersicht 2:	Wesentliche Träger der Nahversorgung und Einordnung der Nahversorgungsfunktion (i. S. der fußläufigen Erreichbarkeit)	40
Übersicht 3:	Sortimentsliste der Stadt Olpe (zusammenfassende Darstellung)	50