



Verträglichkeitsuntersuchung im Rahmen der Aufstellung des Bebauungsplans Nr. 297 „Südring-Center / real“ in Paderborn – Stand: 31.07.2017

Auftraggeber: Stadt Paderborn

Projektleitung: Monika Kollmar,
Niederlassungsleitung
Dirk Riedel,
Dipl.-Kfm. / Wirtschaftsgeogr. M.A.

Köln, im Juli 2017

Urheberrecht

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



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 0221 / 98 94 38 – 0
Telefax: 0221 / 98 94 38 - 19
E-Mail: office.koeln@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Vorbemerkungen

Die Stadt Paderborn erteilte der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, im Dezember 2016 den Auftrag zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse / Verträglichkeitsuntersuchung im Rahmen der Aufstellung des Bebauungsplans Nr. 297 „Südring-Center / real“ in Paderborn

Für die Ausarbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse standen der GMA neben Branchendaten auch Informationen der Stadt Paderborn sowie des Landesbetriebes Information und Technik Nordrhein-Westfalen zur Verfügung. Darüber hinaus wurden im Januar und Februar 2017 Standortbesichtigungen und Erhebungen im Untersuchungsraum durchgeführt.

Der vorliegende Bericht dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung des Auftraggebers im Rahmen der Bauleitplanung. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt.

GMA
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, im Juli 2017
KO/RLD-aw

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	6
1. Aufgabenstellung	6
2. Rechts- und Planungsrahmen zur Bewertung des Vorhabens	7
2.1 BauGB und BauNVO	7
2.2 Landesplanung	7
2.3 Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Paderborn	9
3. Standortbewertung	12
3.1 Makrostandort Paderborn	12
3.2 Mikrostandort Südring-Center / real	15
4. Festsetzungen und Prüfgrundlage	18
4.1 Festsetzungen	18
4.1.1 Sonstiges Sondergebiet „Einkaufszentrum“ (SO 1)	18
4.1.2 Sonstiges Sondergebiet „Großflächiger Einzelhandel“ (SO 2)	20
4.1.3 Sonstiges Sondergebiet „Tankstellen und Waschstraßen“	21
4.2 Ermittlung der prüfrelevanten Verkaufsflächengrößen	22
II. Projektrelevante Nachfrage- und Angebotssituation	27
1. Kundenwohnortenerhebung, Einzugsgebiet und Untersuchungsraum	27
2. Bevölkerungspotenzial und projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet	30
3. Aktuelle Marktposition	32
4. Projektrelevante Angebotssituation	33
4.1 Methodik	33
4.2 Angebotssituation bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten	33
4.3 Angebotssituation bei zentrenrelevanten Sortimenten	35
4.4 Projektrelevante Planungen	44
III. Beurteilung der Festsetzungen	50
1. Methodischer Ansatz	50
2. Wirtschaftliche, städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen	51
2.1 Allgemeine Vorbemerkung	51

2.2	Umsatzermittlung über das Marktanteilkonzept	52
2.3	Zusammensetzung der möglichen zusätzlichen Umsätze und Leistungskennziffern	55
2.4	Bewertung möglicher Auswirkungen	56
2.4.1	Mögliche Auswirkungen in der Innenstadt Paderborn	56
2.4.2	Mögliche Auswirkungen in den Stadtteilzentren	59
2.4.3	Mögliche Auswirkungen in den Nahversorgungszentren	59
2.4.4	Mögliche Auswirkungen in sonstigen Lagen in der Stadt Paderborn	63
2.4.5	Mögliche Auswirkungen im überörtlichen Einzugsgebiet	64
3.	Vereinbarkeit mit den landesplanerischen Regelungen	74
4.	Vereinbarkeit mit den Aussagen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Paderborn 2015	76
IV.	Zusammenfassung	81
	Verzeichnisse	87

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

Im Süden der Stadt Paderborn befindet sich an der L 755 am Rand des Siedlungsbereichs der Kernstadt Paderborn das Südring-Center sowie ein real SB-Warenhaus. Hierbei handelt es sich um einen seit 40 Jahren etablierten Einzelhandelsstandort mit regionaler Ausstrahlung und Grundversorgungsfunktion für die Wohnbevölkerung im Süden Paderborns. Der Standort ist nicht als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen und wird überwiegend durch Angebote nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente geprägt, weshalb er als wesentlicher Konkurrenzstandort für die Zentren- und Nahversorgungsstruktur Paderborns – insbesondere für das Innenstadtzentrum – gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Paderborn (Stadt + Handel, Oktober 2015) einen Ergänzungsstandort darstellt.

Die Stadt Paderborn beabsichtigt, für diesen Bereich des Südring-Centers / real einen neuen Bebauungsplan (SO – Sondergebiet) aufzustellen (Nr. 297 „Südring-Center / real“), um den Standort in seinen möglichen Entwicklungen bauleitplanerisch zu steuern. In diesem Zusammenhang sollen eine am Bestand orientierte Begrenzung der Gesamtverkaufsfläche erfolgen, jedoch zugleich auch noch marktadäquate Entwicklungsspielräume eingeräumt werden.

Hierfür ist ein Verträglichkeitsgutachten zu erstellen, welches die möglichen Auswirkungen des Handelsstandortes unter städtebaulichen Aspekten beurteilt.

Die vorliegende Verträglichkeitsuntersuchung beinhaltet folgende Untersuchungsschritte:

- /// Darstellung der rechtlichen und planerischen Rahmenbedingungen
- /// Beschreibung des Handelsstandortes
- /// Bewertung der Standorteigenschaften des Planareals
- /// Darstellung der Ergebnisse einer Kundenwohnorterhebung zur Abgrenzung des aktuellen und potenziellen betrieblichen Einzugsgebietes
- /// Ermittlung des Bevölkerungspotenzials und des projektrelevanten Kaufkraftpotenzials im Einzugsgebiet
- /// Ermittlung des projektrelevanten Einzelhandelsbestandes im Untersuchungsraum
- /// Ermittlung der zu erwartenden Kaufkraftbewegungen und Umsatzumverteilungen gegenüber bestehenden Betrieben und Bewertung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen
- /// Prüfung der Vereinbarkeit mit den Vorgaben der Raumordnung und Landesplanung Nordrhein-Westfalen (LEP NRW, Kapitel 6.5)
- /// Prüfung der Vereinbarkeit mit den Aussagen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Paderborn 2015.

2. Rechts- und Planungsrahmen zur Bewertung des Vorhabens

2.1 BauGB und BauNVO

Die wesentlichen Rechtsgrundlagen für die räumliche Planung von Einzelhandelsstandorten stellen das **Baugesetzbuch** (BauGB) und die **Baunutzungsverordnung** (BauNVO) dar. Nach § 11 Abs. 3 BauNVO ist für Neuansiedlungen großflächigen Einzelhandels (ab 1.200 m² Geschossfläche bzw. ca. 800 m² Verkaufsfläche^{1, 2)} die Ausweisung eines Kern- oder entsprechenden Sondergebietes erforderlich. Es ist zu prüfen, ob dabei raumordnerische oder städtebauliche Auswirkungen wie Schädigungen der Umwelt, der infrastrukturellen Ausstattung, des Verkehrs, der Versorgung der Bevölkerung, der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, des Orts- und Landschaftsbildes oder des Naturhaushaltes eintreten können.

2.2 Landesplanung

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

¹ 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 und Freiverkaufsflächen. Nicht dazu gehören reine Lagerfläche und Flächen, die der Vorbereitung / Portionierung der Waren dienen sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc. (vgl. hierzu auch BVerwG 4 C 10.04 und 4 C 14.04 vom 24.11.2005).

² Gemäß Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichtes beginnt die Großflächigkeit eines Einzelhandelsbetriebes bei 800 m² Verkaufsfläche (vgl. u. a. BVerwG 4 C 3.05 und 4 C 10.04 vom 24.11.2005).

für die Versorgung der Bevölkerung zentrale Funktionen des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs erfüllen sollen, dargestellt und festgesetzt werden.

Zentrenrelevant sind

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

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

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

6.5-3 Ziel Beeinträchtigungsverbot

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

6.5-4 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche

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

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

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

6.5-6 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente

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

6.5-7 Ziel Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel

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

6.5-8 Ziel Einzelhandelsagglomerationen

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

6.5-9 Grundsatz Regionale Einzelhandelskonzepte

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

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

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

2.3 Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Paderborn

Über die dargestellten rechtlichen Vorgaben hinaus sind die **Planungsabsichten der Stadt Paderborn** zum Einzelhandel zu berücksichtigen. Hierfür kann auf die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes Paderborn³ zurückgegriffen werden, das am 17.12.2015 durch den Stadtrat beschlossen wurde.

Dem Einzelhandelskonzept liegen folgende wesentliche städtebauliche Zielsetzungen bzw. **übergeordnete räumliche Entwicklungsziele** zugrunde:

- Städtebaulich-funktionale Stärkung der Zentren

³ Stadt+Handel, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Paderborn, Endbericht, Oktober 2015.

■ Sicherung und Stärkung der Nahversorgung

■ Bereitstellung von Sonderstandorten.

Die Zielsetzungen werden durch das Sortiments- und Standortkonzept konkretisiert. Mit dem Sortimentskonzept (sog. „Paderborner Sortimentsliste“) werden nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente definiert.⁴

Mit dem **Standortkonzept** soll eine Funktionsteilung zwischen zentralen Lagen und dezentralen Lagen erfolgen. Neben zentralen Versorgungsbereichen in der Paderborner Innenstadt und den Stadtteilen werden auch Sonderstandorte definiert. Der Bereich des Südring-Centers wird im Einzelhandels- und Zentrenkonzept als sog. „Ergänzungsstandort“ eingeordnet, welcher ...

„... ein seit über 40 Jahren bestehender und regional wirksamer Einzelhandelsstandort [ist, der] aufgrund seiner überörtlichen Versorgungsfunktion sowie seiner Verkaufsflächenstruktur einen wesentlichen Konkurrenzstandort für die Zentren- und Nahversorgungsstruktur – insbesondere für das Innenstadtzentrum – in Paderborn darstellt.“⁵

Als wesentliche **standortbezogene Empfehlungen** wurden im Einzelhandels- und Zentrenkonzept formuliert:

■ Bestandssicherung mit markadäquaten internen Entwicklungsspielräumen unter Vermeidung städtebaulich negativer Auswirkungen auf die Zentren- und Nahversorgungsstruktur Paderborns :

- Deckelung der Gesamtverkaufsfläche des Ergänzungsstandortes auf den derzeitigen Bestand
- markadäquate Entwicklungsspielräume bei den Einzelsortimenten (vorhabensspezifische Einzelfallprüfung der städtebaulichen und landesplanerischen Verträglichkeit erforderlich)

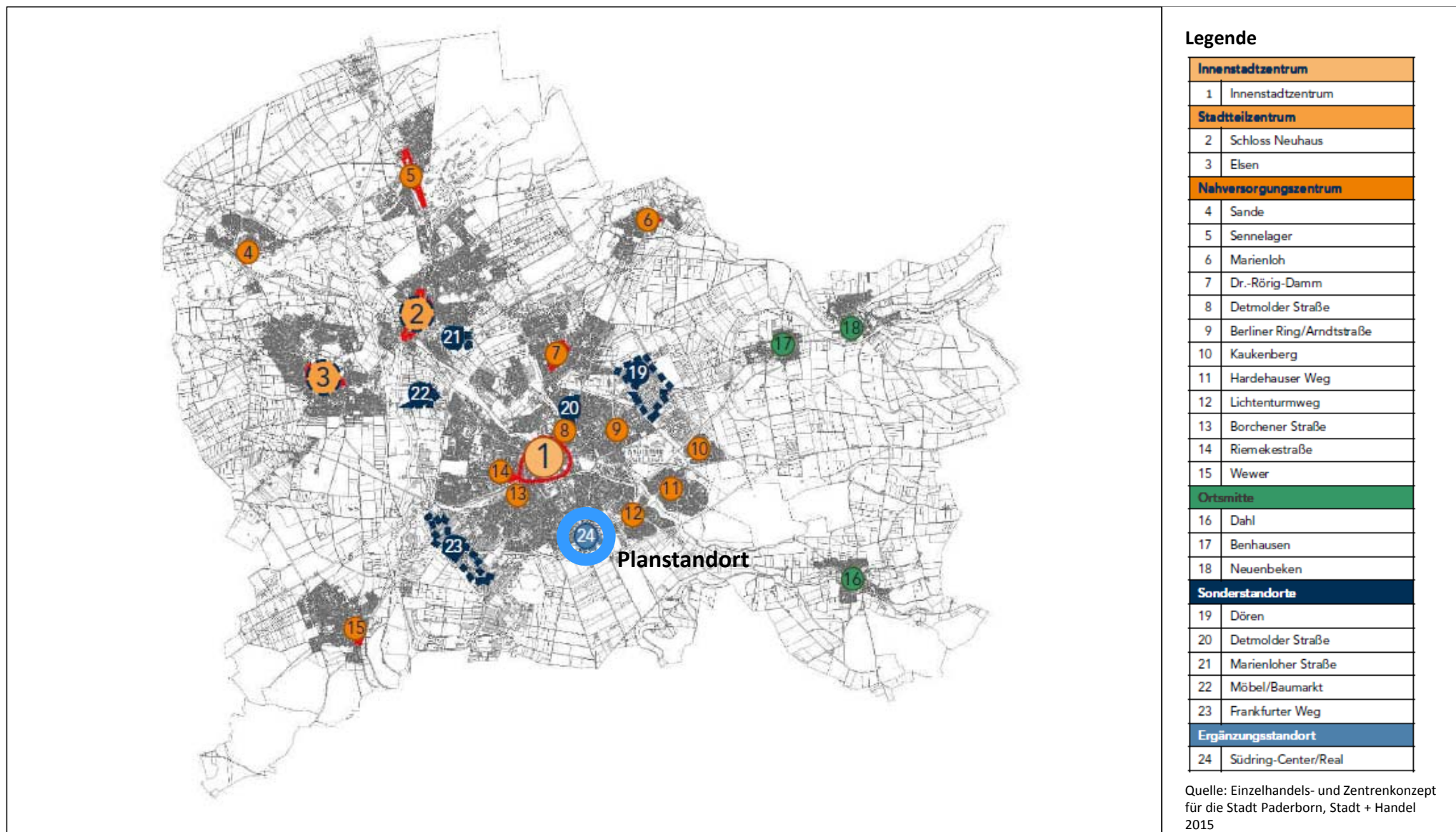
■ Empfehlung zur Aufstellung eines Bebauungsplans mit dem Ziel der planungsrechtlichen Absicherung der ausgesprochenen Zielvorstellungen.

Mit der geplanten Aufstellung des Bebauungsplans Nr. 297 „Südring-Center / real“ wird diesem Grundsatz zur Weiterentwicklung des Ergänzungsstandortes (Steuerungsgrundsatz V) entsprochen.

⁴ Nahversorgungsrelevante Sortimente werden im Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Paderborn 2015 auch als „zentren- und nahversorgungsrelevant“ bezeichnet, nicht zentrenrelevante Sortimente auch als „nicht zentren- und nicht zentren- und nahversorgungsrelevant“. Sofern im Folgenden nur der verkürzte Begriff zur Bezeichnung des Sortiments verwendet wird, ist damit implizit die jeweils ausführliche Bezeichnung gemeint.

⁵ a.a.O., S. 130.

Karte 1: Einordnung des Planstandortes in die Zentren- und Standortstruktur der Stadt Paderborn



3. Standortbewertung

3.1 Makrostandort Paderborn

Das in Solitärlage in Westfalen gelegene Oberzentrum Paderborn zählt aktuell **rd. 148.130 Einwohner**⁶ und ist Kreisstadt des gleichnamigen Landkreises sowie wirtschaftlicher, wissenschaftlicher, kultureller und religiöser Mittelpunkt des Paderborner Landes. Dieses ist überwiegend ländlich geprägt, sodass eine merkliche Ausrichtung der Bevölkerung dieser Region auf die Stadt Paderborn festzustellen ist.

Innerhalb der Stadt Paderborn liegt der eindeutige **Bevölkerungsschwerpunkt** in der Kernstadt (ca. 56 % bzw. ca. 83.800 Einwohner), gefolgt von den räumlich z. T. stark abgesetzten Stadtteilen Schloß Neuhaus (ca. 17 % bzw. ca. 26.150 Einwohner) und Paderborn-Elsen (ca. 11 % bzw. rd. 16.400 Einwohner).⁷ Die übrigen ca. 23.650 Einwohner verteilen sich auf die Stadtteile Benhausen, Dahl, Marienloh, Neuenbeken, Sande und Wewer. Aufgrund der hohen Anzahl an Studenten und des Vorhandenseins weiterer Bildungseinrichtungen⁸ verfügt die Stadt Paderborn über eine vergleichsweise junge Bevölkerung. Der Anteil der unter 25-jährigen beträgt etwa 27 % und liegt damit über dem Durchschnitt in Nordrhein-Westfalen (knapp 25 %). Auch der Anteil der Personen im erwerbsfähigen Alter (zwischen 25 und 64 Jahre) liegt mit 56 % leicht über dem Durchschnitt in Nordrhein-Westfalen (ca. 55 %).

Die **nächst gelegenen Oberzentren** befinden sich mit Bielefeld in ca. 48 km nördlicher Richtung, mit Kassel in ca. 84 km südöstlicher Richtung und mit Dortmund in ca. 100 km westlicher Richtung, sodass der Stadt Paderborn eine Versorgungsbedeutung für ein weites Umland zukommt. Unmittelbar an die Stadt Paderborn grenzen die Städte und Gemeinden Bad Lippspringe, Altenbeken, Lichtenau, Borcheln, Salzkotten, Delbrück sowie Hövelhof an.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Oberzentrums Paderborn wird im Wesentlichen über die A 33 (Bielefeld – Wünnenberg / Haaren bzw. A 44) sowie die drei Bundesstraßen B 1, B 64 und B 68 sichergestellt. Mit fünf Bahnhöfen verfügt die Stadt Paderborn auch über eine sehr gute Anbindung an den Schienenpersonennahverkehr.⁹ Von diesen verkehren neben einer IC-Linie insbesondere Regionalexpress- und Regionalbahnlinien in Richtung Hamm, Herford / Bielefeld, Höxter / Holzminden, Göttingen, Warburg und Münster sowie mit einer S-Bahnlinie (S 5) auch in Richtung Hannover-Hauptbahnhof und -Flughafen. Innerhalb des Stadtgebietes bedienen Stadtbusse des PaderSprinters die einzelnen Stadtteile und stellen eine Verbindung zu den umliegenden

⁶ Quelle: Landesbetrieb Information und Technik (IT.NRW), Stand: 31.12.2015.

⁷ Quelle: Stadt Paderborn, Stand: 31.10.2016. Die Stadt Paderborn weist auf ihrer Homepage einen Einwohnerstand von 149.993 Einwohnern zum 31.10.2016 aus.

⁸ u. a. Universität Paderborn, Katholische Hochschule NRW, Theologische Fakultät, Fachhochschule der Wirtschaft, Bildungszentrum für informationsverarbeitende Berufe.

⁹ Paderborn-Hauptbahnhof, -Kasseler Tor, -Nord, -Schloß Neuhaus, Bahnhof Sennelager.

Kommunen sicher. Weiterhin sind diverse Regionalbusse, u. a. nach Borchten, Brilon, Büren, Delbrück, Bad Driburg, Lichtenau, Bad Lippspringe, Schlangen und Warburg im Einsatz.

Übersicht 1: Strukturdaten der Stadt Paderborn

Merkmal	Daten	
	absolut	in %
Kernstadt ¹	83.791	56
Schloß Neuhaus ¹	26.147	17
Elsen ¹	16.382	11
übrige Stadtteile (Benhausen, Dahl, Marienloh, Neuenbeken, Sande, Wewer) ¹	23.673	16
Gesamt (31.10.2016)	149.993	100,0
Einwohner gemäß IT.NRW (31.12.2015)	148.130	100,0
Bisherige Einwohnerentwicklung ²	2005 – 2015	
- Stadt Paderborn	+ 3,0 %	
- Kreis Paderborn	+ 1,9 %	
- Land NRW	- 1,1 %	
Einwohnerprognose ²	2014 – 2030	
- Stadt Paderborn	+ 7,1 %	
- Kreis Paderborn	+ 3,4 %	
- Land NRW	+ 0,8 %	
Zentralörtliche Funktion	Oberzentrum	
einzelhandelsrelevanter Kaufkraftniveau 2016 ³	Bundesdurchschnitt = 100	
- Stadt Paderborn	- leicht unterdurchschnittlich (95,9)	
- Kreis Paderborn	- leicht unterdurchschnittlich (96,1)	
- Land NRW	- durchschnittlich (100,1)	
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort 30.06.2015 ⁴	ca. 70.323	
Beschäftigtenentwicklung 2005 – 2015 ⁴		
- Stadt Paderborn	- stark zunehmend (+ 16,9 %)	
- Kreis Paderborn	- stark zunehmend (+ 20,9 %)	
- Land NRW	- stark zunehmend (+ 15,3 %)	
Pendlersaldo (30.06.2015) ⁴	+ 16.566 (35.462 Einpendler – 18.923 Auspendler)	
Arbeitslosenquote Oktober 2016 ⁵		
- Stadt Paderborn	k. A.	
- Kreis Paderborn	5,2 %	
- Land NRW	7,4 %	

¹ Stadt Paderborn, Stand: 31.10.2016

² IT.NRW, aufgrund der Zensus-Erhebung ist eine direkte Vergleichbarkeit zu den Jahren 2005 und 2015 nicht gegeben

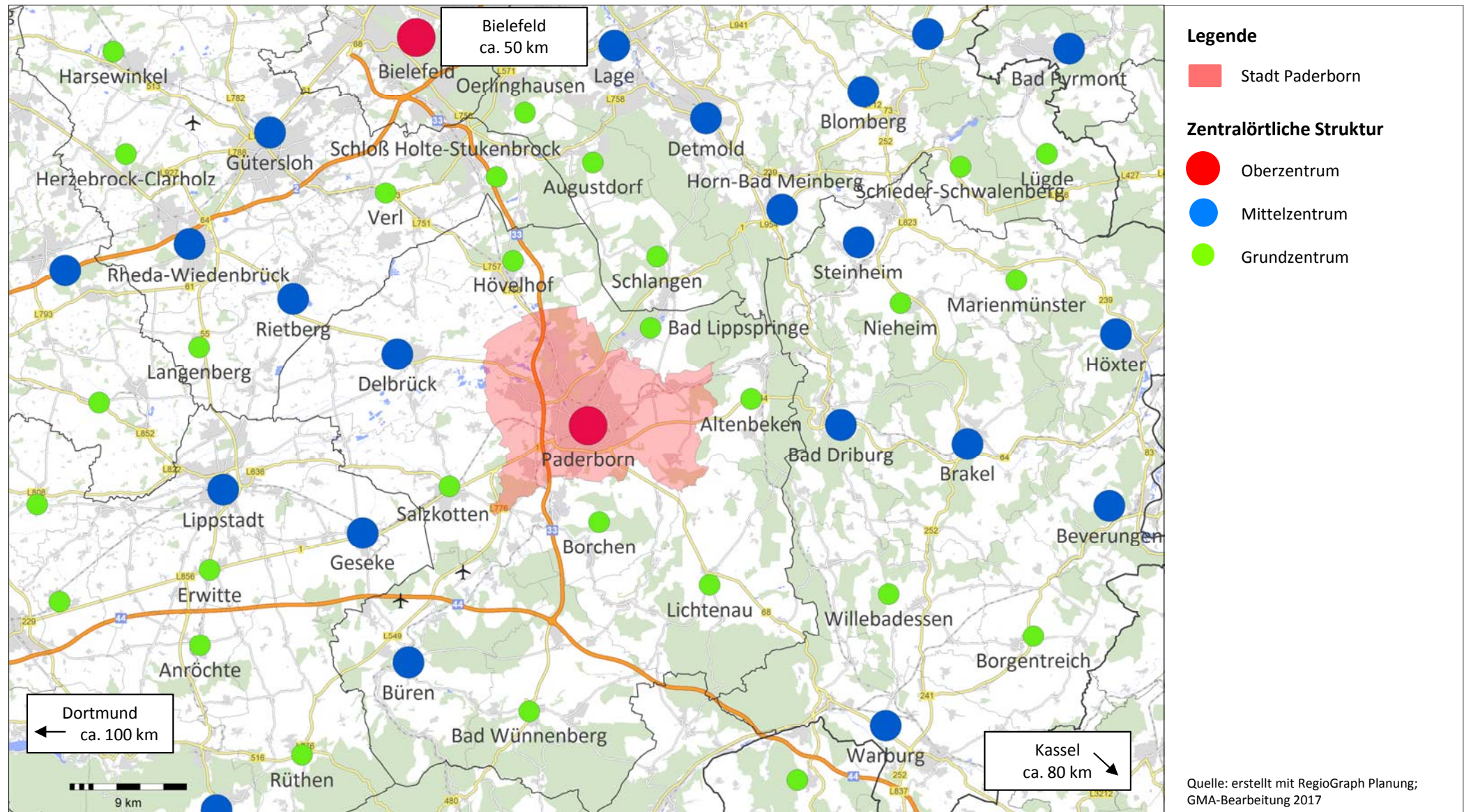
³ MB Research 2016

⁴ Bundesagentur für Arbeit, Nürnberg

⁵ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Nürnberg, Stand: November 2016

GMA-Zusammenstellung 2017

Karte 2: Lage der Stadt Paderborn und zentralörtliche Struktur



In Bezug auf die **Sozial- und Beschäftigtenstruktur** weist die Stadt Paderborn seit dem Jahr 2005 einen starken Anstieg der Bevölkerungs- und Beschäftigtenzahlen auf (+ 3,0 % bzw. + 16,9 %). Auch die Einwohnerprognose bis 2030 ist weiterhin positiv (+ 7,1 %; Bundesland Nordrhein-Westfalen + 0,8 % im gleichen Zeitraum)¹⁰ und lässt in Zusammenschau mit der lokalen Einwohnerplattform, dem positiven Pendlersaldo und der vergleichsweise niedrigen Arbeitslosenquote (5,2 % im November 2016 im Kreis Paderborn) auch langfristig stabile wirtschaftliche Rahmenbedingungen erwarten.

3.2 Mikrostandort Südring-Center / real

Der Standort **Südring-Center / real** liegt im Süden der Kernstadt von Paderborn, verkehrsortientiert an der L 755 (Südring) und in der Nähe zur B 64, welche die südliche Umfahrung der Stadt Paderborn darstellt und über eine Anschlussstelle an der Warburger Straße verfügt. Die Entfernung des seit über 40 Jahren etablierten Einzelhandelsstandortes am südlichen Stadtrand zur Autobahn A 33 (Anschlussstelle Paderborn-Zentrum) beträgt rd. 5,5 km. Die Entfernung zur nördlich gelegenen Paderborner Innenstadt beträgt rd. 2,5 km.

Das Einkaufszentrum Südring-Center einerseits und das benachbarte real SB-Warenhaus andererseits stehen in unterschiedlichem Eigentum. Das Südring-Center im Eigentum der Klingenthal Südring GmbH stellt das größte und umsatzstärkste **Einkaufszentrum** im Landkreis Paderborn und darüber hinaus dar. Die größten Betriebe im Südring-Center sind MediaMarkt, Combi, Toys'R'Us, Adler, Südpol, Intersport sowie Aldi-Nord. Das real SB-Warenhaus befindet sich im Eigentum der METRO Group.

Das **Standortumfeld** ist überwiegend durch Einrichtungen der Universität Paderborn bzw. Ausgründungen (Institute / Technologiepark, ehemaliges Testgelände, Sportstätten / Golfplatz) sowie die südliche Paderborner Umfahrungsstraße (B 64) geprägt. Wohngebiete befinden sich westlich der Husener Straße, östlich der Warburger Straße sowie nördlich der Universität Paderborn, wobei insbesondere gering verdichtetes, individuelles Wohnen vorherrscht. In einem 700 m-Radius um den Planstandort leben zwischen ca. 2.500¹¹ und ca. 3.100¹² Menschen.¹³ Durch die Nähe zur Universität Paderborn ist auch von gewissen Kundenzuführungseffekten durch universitäre Einrichtungen auszugehen.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Mikrostandortes von / zur stark frequentierten L 755 (Südring) und zur B 64 über die Warburger Straße ist insgesamt als sehr gut zu bezeichnen. Während

¹⁰ Quelle: Landesbetrieb Information und Technik (IT.NRW), Basisjahr 2014.

¹¹ Kreismittelpunkt: nordwestliche Grundstücksecke; Quelle: www.einwohner.nrw.de.

¹² Kreismittelpunkt: nordöstliche Grundstücksecke; Quelle: www.einwohner.nrw.de.

¹³ Kreismittelpunkt: nördliche Gebäudekante zwischen dem real SB-Warenhaus und dem Südring Einkaufszentrum = ca. 1.950 Einwohner; Quelle: www.einwohner.nrw.de.

das (kostenlose) Parken vor dem real SB-Warenhaus ebenerdig organisiert ist, sind Stellplatzmöglichkeiten dem Südring-Center auf zwei Ebenen vorgelagert. Der Standort ist in das Netz der städtischen Verkehrsbetriebe mit mehreren Buslinien über die Haltestellen „Paderborn-Südring“ bzw. „Paderborn Uni / Südring“ integriert. Es verkehren regelmäßige Busverbindungen von / zum zentralen Omnibusbahnhof mit einer lagetypischen Taktfrequenz (etwa ein Dutzend Verbindungen pro Stunde).

Für Fußgänger und Fahrradfahrer ist eine Erreichbarkeit von umliegenden Wohngebieten über ampelgeregelte Kreuzungsmöglichkeiten der stark befahrenen L 755, von der eine gewisse Trennwirkung ausgeht, gegeben. Der Standort übernimmt wichtige Grundversorgungsfunktionen für die Wohnbevölkerung im Süden Paderborns, jedoch spielen Fußgängerfrequenzen und Fahrradfahrer im Standortumfeld lagetypisch eher eine untergeordnete Rolle.¹⁴

Gemäß **Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Paderborn** (Stadt + Handel, Oktober 2015) ist der Standort als Ergänzungsstandort außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs ausgewiesen, der seit mehr als 40 Jahren besteht, entsprechend etabliert ist und sowohl eine wichtige Grundversorgungsfunktion für die Wohnbevölkerung im Paderborner Süden als auch eine regionale Versorgungsfunktion wahrnimmt. Gleichzeitig stellt der Standort einen wesentlichen Konkurrenzstandort für die Zentren- und Nahversorgungsstruktur – insbesondere für das Innenstadtzentrum – Paderborns dar. Aus diesem Grund erfolgte im Einzelhandels- und Zentrenkonzept eine Ausweisung in einer gesonderten Standortkategorie (sog. „Ergänzungsstandort“).

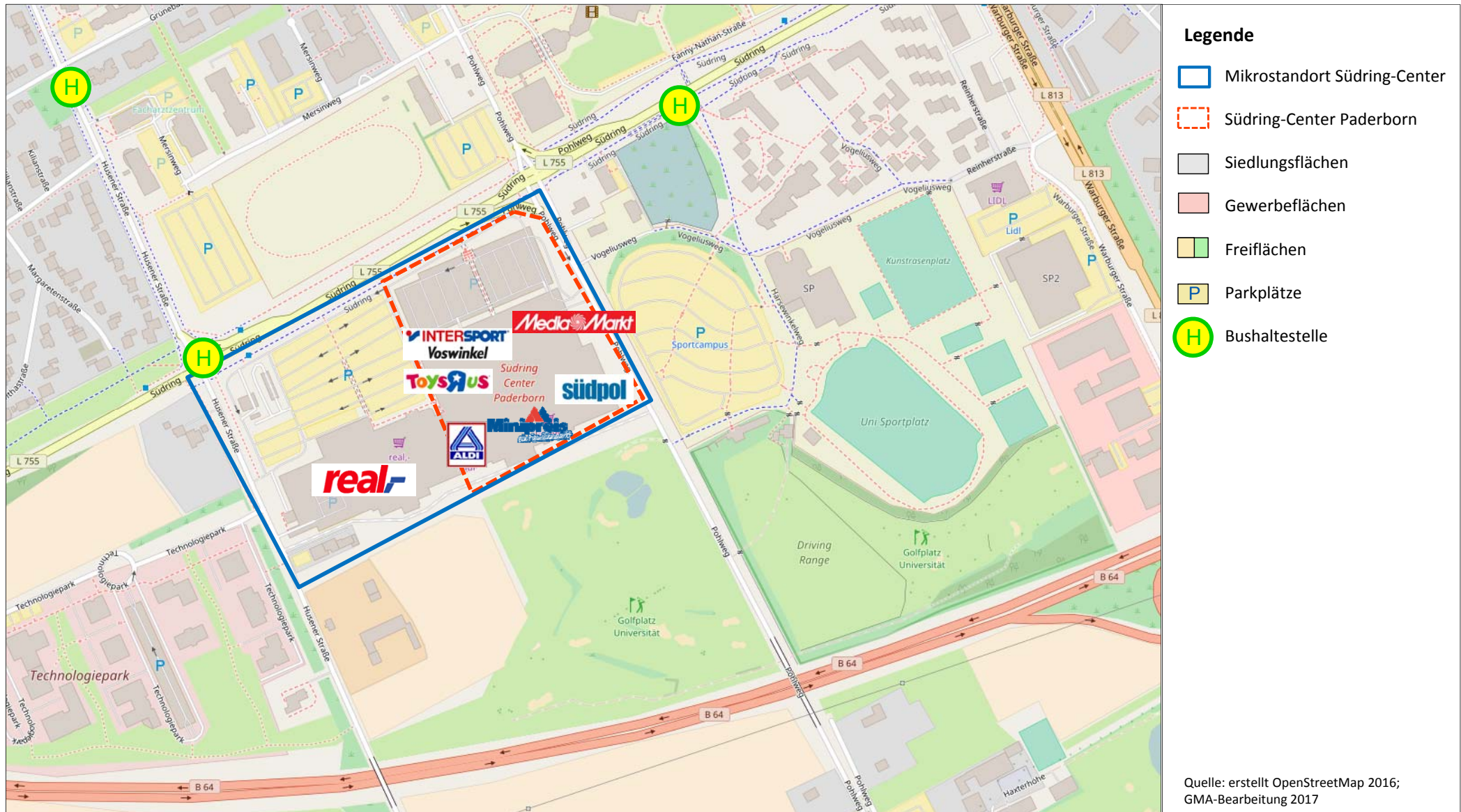
Die **spezifischen Eigenschaften** eines Standortes können in positive und negative Standortfaktoren gegliedert werden. Diese standortspezifischen Eigenschaften haben einen wesentlichen Einfluss auf die Ausstrahlung, die Marktdurchdringung und die damit korrespondierende Umsatzerwartung eines Planobjektes.

Positive Standortfaktoren:

- + verkehrsgünstige Lage und Möglichkeiten zur Erschließung eines großräumigen Einzugsgebietes mit Beitrag zur oberzentralen Funktion der Stadt Paderborn
- + seit mittlerweile über 40 Jahren etablierter Einzelhandelsstandort mit regionaler Bekanntheit
- + Anbindung an das städtische ÖPNV-Netz (Bus)

¹⁴ Nach Angaben des Südring-Centers besuchen rd. 1.500 – 2.000 Besucherinnen und Besucher das Objekt zu Fuß, mit dem Fahrrad oder mit dem ÖPNV, was etwa 10 – 15 % der Gesamtzahl der Besucherinnen und Besucher entspricht. Es handelt sich somit um einen überwiegend autokundenorientierten Standort.

Karte 3: Mikrostandort



Negative Standortfaktoren:

- Lage außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches
- Trennwirkung der L 755 zu umliegenden Wohngebieten und lagetypisch eher eingeschränkte Frequentierung durch Fußgänger und Fahrradfahrer
- Wettbewerbswirkungen gegenüber der Paderborner Innenstadt, welche bei den zentrenrelevanten Sortimenten primär die oberzentrale Versorgungsfunktion übernehmen soll.

4. Festsetzungen und Prüfgrundlage

Zur Überplanung des Areals sollen im Rahmen der Aufstellung des Bebauungsplans Nr. 297 „Südring-Center / real“ drei Sondergebiete ausgewiesen werden:

- /// Das Sonstige Sondergebiet „Einkaufszentrum“ dient der Unterbringung eines Einkaufszentrums im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 1 BauNVO. Es umfasst den Bereich des Südring-Centers.
- /// Das Sonstige Sondergebiet „Großflächiger Einzelhandel“ dient der Unterbringung eines SB-Warenhauses. Es umfasst den Bereich des real SB-Warenhauses.
- /// Das Sonstige Sondergebiet „Tankstellen und Waschstraßen“ dient der Unterbringung von Tankstellen und Waschstraßen. Es umfasst den dem real SB-Warenhaus vorgelagerten Bereich mit der zu real gehörenden Tankstellen sowie Waschstraße.

Die einzelnen Sondergebiete mit ihren Festsetzungsvorschlägen werden im Folgenden dargestellt. Im Rahmen der Arbeitsgruppe zur Abstimmung der Festsetzungen des Bebauungsplans Nr. 297, bestehend aus Vertretern der Stadt, der Eigentümer sowie des beauftragten Planungsbüros, wurden folgende Festsetzungen zu Art der baulichen Nutzung erstellt, die durch den Gutachter im Rahmen der vorliegenden Verträglichkeitsuntersuchung geprüft wurden.

4.1 Festsetzungen

4.1.1 Sonstiges Sondergebiet „Einkaufszentrum“ (SO 1)

Zweckbestimmung: Das Sonstige Sondergebiet „Einkaufszentrum“ dient der Unterbringung eines Einkaufszentrums im Sinne von § 11 Abs. 3 S. 1 Nr. 1 BauNVO.

Innerhalb des Sonstigen Sondergebietes „Einkaufszentrum“ sind Einzelhandelsbetriebe als Teil des Einkaufszentrums bis zu einer Verkaufsfläche von maximal 18.100 m² mit folgenden Sortimenten und sortimentspezifischen Verkaufsflächenobergrenzen zulässig.

Tabelle 1: Sortimentsspezifische Verkaufsflächenobergrenzen innerhalb des Sonstigen Sondergebietes „Einkaufszentrum“

Sortimente	Festsetzungsvorschlag (VK in m ²)
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren), Getränke	3.600
Parfümerieartikel, Drogeriewaren, Kosmetika (inkl. Wasch- und Putzmittel)	1.300
pharmazeutische Artikel (Apotheke)	150
(Schnitt-)Blumen	150
Papier, Büroartikel, Schreibwaren	300
Zeitungen / Zeitschriften	200
medizinische und orthopädische Geräte	100
Bücher	450
Spielwaren	1.500
Bekleidung (ohne Sportbekleidung; inkl. Kürschnerwaren)	6.600
Schuhe, Lederwaren	1.200
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)	1.200
neue Medien, Unterhaltungselektronik, Elektrogroß- und -kleingeräte	3.500
Glas / Porzellan / Keramik	150
Hausrat	200
Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel)	250
Antiquitäten	50
Bettwaren (ohne Matratzen)	150
Haus-, Bett-, Tischwäsche	100
Heimtextilien / Gardinen	100
Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche	50
Teppiche (ohne Teppichböden)	50
Augenoptik	200
Uhren / Schmuck	300
Kinderwagen	100
Aktionswaren*	530

* Aktionswaren auf Verkaufsflächen der Einzelhandelsbetriebe zzgl. sonstiger Aktionsflächen (z. B. in der Mall)

Quelle: WoltersPartner; GMA-Darstellung 2017

Innerhalb der o. g. Verkaufsflächen sind Einzelhandelsbetriebe mit gemäß „Paderborner Liste“ nicht zentrenrelevanten und nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten allgemein zulässig.

Ausnahmsweise zulässig sind innerhalb des Einkaufszentrums folgende Nutzungen:

- Dienstleistungsbetriebe
- Schank- und Speisewirtschaften.

4.1.2 Sonstiges Sondergebiet „Großflächiger Einzelhandel“ (SO 2)

Zweckbestimmung: Das Sonstige Sondergebiet „Großflächiger Einzelhandel“ dient der Unterbringung eines SB-Warenhauses.

Zulässig ist ein SB-Warenhaus mit einer Verkaufsfläche von max. 11.155 m² mit folgenden sortimentsspezifischen Verkaufsflächenanteilen:

- Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente gemäß „Paderborner Liste“ von mindestens 40 % der Gesamtverkaufsfläche und maximal 6.500 m² Verkaufsfläche.
- Zentrenrelevante Sortimente gemäß „Paderborner Liste“ auf höchstens 35 % der Gesamtverkaufsfläche, aber maximal 3.500 m² Verkaufsfläche, mit folgenden Verkaufsflächenobergrenzen für die nachfolgend genannten Sortimentsgruppen:

Tabelle 2: Sortimentsspezifischen Verkaufsflächenobergrenzen innerhalb des Sonstigen Sondergebietes „Großflächiger Einzelhandel“

Sortimente	Festsetzungsvorschlag (VK in m ²)
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren), Getränke	5.500
Parfümerieartikel, Drogeriewaren, Kosmetika (inkl. Wasch- und Putzmittel)	1.200
pharmazeutische Artikel (Apotheke)	150
(Schnitt-)Blumen	300
Papier, Büroartikel, Schreibwaren	150
Zeitungen / Zeitschriften	150
medizinische und orthopädische Geräte	100
Bücher	200
Spielwaren	500
Bekleidung (ohne Sportbekleidung; inkl. Kürschnerwaren)	800
Schuhe, Lederwaren	400
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)	600
neue Medien, Unterhaltungselektronik, Elektrogroß- und -kleingeräte	1.000

Sortimente	Festsetzungsvorschlag (VK in m²)
Glas / Porzellan / Keramik	150
Hausrat	550
Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel)	50
Antiquitäten	50
Bettwaren (ohne Matratzen)	100
Haus-, Bett-, Tischwäsche	200
Heimtextilien / Gardinen	100
Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche	50
Teppiche (ohne Teppichböden)	50
Augenoptik	200
Uhren / Schmuck	100
Kinderwaren	100

Quelle: WoltersPartner; GMA-Darstellung 2017

■ Kleinflächige Geschäfte innerhalb des SB-Warenhauses mit einer Gesamtverkaufsfläche von max. 2.200 m², wobei höchstens drei Geschäfte eine Verkaufsfläche von je maximal 200 m² aufweisen dürfen und alle weiteren Geschäfte auf jeweils maximal 150 m² Verkaufsfläche begrenzt sind. Auch für diese Geschäfte innerhalb des SB-Warenhauses gelten die vorstehenden für das gesamte SB-Warenhaus festgesetzten Verkaufsflächen- und Sortimentsbeschränkungen.

■ Nicht zentrenrelevante und nicht zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente gemäß „Paderborner Liste“ sind ohne Flächenbeschränkung allgemein zulässig.

Ausnahmsweise zulässig sind innerhalb des SB-Warenhauses:

■ Schank- und Speisewirtschaften

■ Dienstleistungsbetriebe.

4.1.3 Sonstiges Sondergebiet „Tankstellen und Waschstraßen“

Zweckbestimmung: Das Sonstige Sondergebiet „Tankstellen und Waschstraßen“ dient der Unterbringung von Tankstellen und Waschstraßen.

Zulässig sind Tankstellen inkl. Tankstellen-Shops mit einer Verkaufsfläche von max. 100 m² und Waschstraßen.

4.2 Ermittlung der prüfrelevanten Verkaufsflächengrößen

Für die Ermittlung der prüfrelevanten Verkaufsflächengrößen, d. h. die möglichen Verkaufsflächenzuwächse innerhalb der sortimentsbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen („Flächenpools“), sind zunächst die aktuellen Bestandsflächen im Planobjekt zu ermitteln. Diese sind anschließend von den in den Festsetzungsvorschlägen genannten Verkaufsflächenobergrenzen in Abzug zu bringen, um die potenzielle zusätzliche Verkaufsfläche in den einzelnen Sortimenten zu ermitteln.¹⁵

Da es sich bei dem Vorhaben nicht um eine Neuansiedlung, sondern um die Erweiterung bereits langjährig am Standort Pohlstraße und Husener Straße ansässiger Betriebstypen handelt, sind für die Bewertung der möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen der Festsetzungsvorschläge somit nur die aufgrund der möglichen Erweiterung in einzelnen Sortimenten entstehenden zusätzlichen Umsatzleistungen am Standort unter Berücksichtigung der (ggf. veränderten) Gesamtattraktivität des Standortes sowie eventueller „Vorschädigungen“ anderer Lagen aufgrund der langjährigen Marktposition des Einkaufszentrums Südring-Center / des real SB-Warenhauses¹⁶ in die Prüfung einzustellen.

Der aktuelle Verkaufsflächenbestand nach den projektrelevanten Einzelsortimenten wurde von den Betreibern des Südring-Centers¹⁷ bzw. real SB-Warenhauses¹⁸ ermittelt und vom Büro WoltersPartner in Zusammenarbeit mit der Stadt Paderborn auf Plausibilität geprüft. Bei der Ermittlung der sortimentsspezifischen Verkaufsflächen mit zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten wird in der vorliegenden Untersuchung die **Verkaufsflächendefinition des Bundesverwaltungsgerichts** herangezogen. Demnach ist Verkaufsfläche ...

„... die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Flächen für Warenpräsentation, Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone“ und Windfang. Ebenso zählen zur Verkaufsfläche auch Pfandräume (ohne Fläche hinter den Abgabegeräten), Treppen, Rolltreppen und Aufzüge im Verkaufsraum und Freiverkaufsflächen. Nicht dazu gehören reine Lagerfläche und Flächen, die der Vorbereitung / Portionierung der Waren dienen sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc.“¹⁹

¹⁵ Die möglichen Zusatzumsätze mit Aktionswaren im Südring-Center (vgl. Festsetzungsvorschläge in Kapitel 4.1.1) werden dabei anhand von Erfahrungswerten hinsichtlich ihrer möglichen Umsätze den einzelnen Sortimenten zugeordnet. Aktionswaren sind wechselnde Sortimente, deren Artikel nicht kontinuierlich geführt werden, sondern lediglich temporär (z. B. Schulanfang, Oktoberfest o. ä.). Hier kommen ganz unterschiedliche Artikel zum Verkauf, wobei beratungsintensive Güter (z. B. Apothekerwaren, medizinische und orthopädische Geräte, Augenoptik etc.) weniger stark in den Vordergrund treten. Für die übrigen Sortimente ist die Artikelzusammensetzung äußerst heterogen.

¹⁶ siehe Kapitel III., 2.

¹⁷ Stichtag: 16.02.2017.

¹⁸ Stichtag: 21.12.2016.

¹⁹ vgl. Kapitel I., 2.1 und BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005.

sowie üblicherweise die Mallfläche in Einkaufszentren. Der Verkaufsfläche hinzuzurechnen ist hingegen die Mallfläche im SB-Warenhaus, da es sich hierbei um einen Betrieb mit klarem Branchenschwerpunkt handelt.

Zur Aufteilung der Mallfläche im SB-Warenhaus wurden zunächst die Verkaufsflächen der vorhandenen Sortimente ermittelt und das Verhältnis der aktuellen Verkaufsflächenanteile nach Definition der Stadt Paderborn auf die Mallfläche übertragen. Nach dieser Methode ergeben sich folgende aktuellen Verkaufsflächenanteile im SB-Warenhaus, die gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Paderborn 2015 wie folgt der „Paderborner Liste“ zugeordnet werden:

Tabelle 3: Zentrenrelevanz und Verkaufsflächenbestand / -aufteilung in den einzelnen Sortimenten im real SB-Warenhaus

Kurzbezeichnung gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept Paderborn 2015	Bestand in m ² (21.12.2016)	Mall: anteilige VK in m ²	Summe in m ² VK
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren)	3.258	+ 338	3.596
Getränke	718	+ 75	+ 793
Parfümerieartikel, Drogeriewaren und Kosmetik (inkl. Wasch- und Putzmittel)	689	+ 71	760
Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	26	+ 3	29
(Schnitt-)Blumen	129	+ 13	142
Zeitungen / Zeitschriften	79	+ 8	87
Papier / Büroartikel / Schreibwaren	95	+ 10	105
Zwischensumme zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente	4.994	+ 518	5.512
medizinische und orthopädische Geräte	17	+ 2	19
Bücher	69	+ 7	76
Spielwaren	259	+ 27	286
Bekleidung (ohne Sportbekleidung; inkl. Kürschnerwaren)	610	+ 63	673
Schuhe / Lederwaren	244	+ 25	269
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)	453	+ 47	500
Elektro Großgeräte	10	+ 1	11
Elektrokleingeräte	180	+ 19	199
Neue Medien / Unterhaltungselektronik (inkl. Tonträger)	476	+ 49	525
Glas / Porzellan / Keramik	57	+ 6	63
Hausrat	366	+ 38	404
Wohnrichtungsbedarf (ohne Möbel) ²⁰	13	+ 1	14
Antiquitäten	13	+ 1	14
Bettwaren (ohne Matratzen)	13	+ 1	14
Haus-/ Bett-/ Tischwäsche	102	+ 11	113

²⁰ inkl. Bilder / Poster / Bilderrahmen / Kunstgegenstände.

Kurzbezeichnung gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept Paderborn 2015	Bestand in m ² (21.12.2016)	Mall: anteilige VK in m ²	Summe in m ² VK
Heimtextilien / Gardinen	14	+ 1	15
Kurzwaren / Schneidereibedarf / Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche	11	+ 1	12
Teppiche (ohne Teppichböden)	13	1	14
Augenoptik	109	+ 11	120
Uhren / Schmuck	63	+ 7	70
Kinderwagen	29	+ 3	32
Zwischensumme zentrenrelevante Sortimente	3.121	+ 323	3.444
Zoologischer Bedarf	155	+ 16	171
Büromaschinen	94	+ 10	104
Möbel	173	+ 18	191
Matratzen	5	+ 1	6
Lampen / Leuchten	7	+ 1	8
Baumarkt-Sortiment i.e.S.	13	+ 1	14
Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)	13	+ 1	14
Pflanzen / Samen und Pflanzgefäße	72	+ 7	79
Kfz-Zubehör (inkl. Motorradzubehör und Motorradfunktionsbekleidung)	238	+ 25	263
Campingartikel	173	+ 19	192
Fahrräder und Zubehör	651	+ 68	719
Waffen / Jagdbedarf / Angeln / Reitsportartikel (inkl. Reitsportfunktionsbekleidung)	11	+ 1	12
Erotikartikel	0	+ 0	0
Musikinstrumente und Musikalien	31	+ 3	34
sonstige Sortimente, anderweitig nicht genannt	356	+ 37	393
Zwischensumme nicht zentrenrelevante Sortimente	1.992	+ 208	2.200
gesamt	10.108	+ 1.049	11.155

Quellen: WoltersPartner; GMA-Berechnungen 2017 (ca.-Werte, kleinere Rundungsdifferenzen möglich)

Unter Zugrundelegung dieser Aufteilung und der Festsetzungsvorschläge von WoltersPartner ergeben sich bei den einzelnen Sortimenten im Einkaufszentrum Südring-Center und real SB-Warenhaus folgende mögliche Verkaufsflächenerweiterungen:

Tabelle 4: Zentrenrelevanz, Verkaufsflächenbestand und mögliche Verkaufsflächenerweiterungen in den einzelnen Sortimenten im Einkaufszentrum Südring-Center und real SB-Warenhaus

Kurzbezeichnung gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept Paderborn 2015	Nr. nach WZ 2008	Südring-Center			real			Summe in m² VK
		Bestand in m² VK	Festsetzungs-vorschlag	(mögliche) zus. VK	Bestand in m²	Festsetzungs-vorschlag	(mögliche) zus. VK	
zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente gemäß Paderborner Liste								
nahversorgungsrelevante Sortimente								
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren, inkl. Getränke)	47.2	2.531	3.600	+ 1.069	4.389	5.500	+ 1.111	+ 2.180
Parfümerieartikel, Drogeriewaren und Kosmetik (inkl. Wasch- und Putzmittel)	47.75	1.140	1.300	+ 160	760	1.200	+ 440	+ 600
Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	47.73	100	150	+ 50	29	150	+ 121	+ 171
(Schnitt-)Blumen	aus 47.76.1	61	150	+ 89	142	300	+ 158	+ 247
Papier / Büroartikel / Schreibwaren	47.62.2	182	300	+ 118	105	150	+ 45	+ 163
Zeitungen / Zeitschriften	47.62.1	54	200	+ 146	87	150	+ 63	+ 209
zentrenrelevante Sortimente								
medizinische und orthopädische Geräte	47.74	0	100	+ 100	19	100	+ 81	+ 181
Bücher (inkl. Antiquariate)	47.61, 47.79.2	300	450	+ 150	76	200	+ 124	+ 274
Spielwaren	47.65	1.287	1.500	+ 213	286	500	+ 214	+ 427
Bekleidung (ohne Sportbekleidung; inkl. Kürschnerwaren)	47.71	5.054	6.600	+ 1.546	673	800	+ 127	+ 1.673
Schuhe / Lederwaren	47.72.1 47.72.2	1.153	1.200	+ 47	269	400	+ 131	+ 178
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)	aus 47.71 aus 47.64.2	960	1.200	+ 240	500	600	+ 100	+ 340
Elektrowaren (-kleingeräte, -großgeräte, Unterhaltungselektronik, Neue Medien / Unterhaltungselektronik (inkl. Tonträger))	47.54, 47.41, 47.42, 47.43, 47.63	3.190	3.500	+ 310	735	1.000	+ 265	+ 575

Kurzbezeichnung gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept Paderborn 2015	Nr. nach WZ 2008	Südring-Center			real			Summe in m² VK
		Bestand in m² VK	Festsetzungs-vorschlag	(mögliche) zus. VK	Bestand in m²	Festsetzungs-vorschlag	(mögliche) zus. VK	
Glas / Porzellan / Keramik	47.59.2	120	150	+ 30	63	150	+ 87	+ 117
Hausrat	aus 47.59.9	91	200	+ 109	404	550	+ 146	+ 255
Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel) ²¹	47.78.3 aus 47.59.9	161	250	+ 89	14	50	+ 36	+ 125
Antiquitäten	47.79.1	0	50	+ 50	14	50	+ 36	+ 86
Bettwaren (ohne Matratzen)	aus 47.51	30	150	+ 120	14	100	+ 86	+ 206
Haus-/ Bett-/ Tischwäsche	aus 47.51	30	100	+ 70	113	200	+ 87	+ 157
Heimtextilien / Gardinen	aus 47.53 aus 47.51	21	100	+ 79	15	100	+ 85	+ 164
Kurzwaren / Schneidereibedarf / Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche	aus 47.51	0	50	+ 50	12	50	+ 38	+ 88
Teppiche (ohne Teppichböden)	aus 47.53	0	50	+ 50	14	50	+ 36	+ 86
Augenoptik	47.78.1	135	200	+ 65	120	200	+ 80	+ 145
Uhren / Schmuck	47.77	248	300	+ 52	70	100	+ 30	+ 82
Kinderwagen	aus 47.59.9	50	100	+ 50	32	100	+ 68	+ 118
Aktionswaren*	diverse	526	530	+ 4	---	---	+/- 0	+ 4
nicht zentrenrelevante Sortimente**	diverse	486	unbeschränkt		2.198	unbeschränkt		
Gesamtverkaufsfläche	diverse	17.910	18.100	+ 190	11.155	11.155	+/- 0	+ 190

* Aktionswaren werden im Folgenden umsatzseitig den einzelnen Sortimenten zugeordnet; **setzt sich im Südring-Center zusammen aus: zoologischer Bedarf 70 m² VK, Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel, Matratzen) 186 m² VK, Lampen / Leuchten 5 m² VK, Baumarktsortiment i. e. S. 5 m² VK, Pflanzen / Samen und Pflanzgefäße 40 m² VK, Fahrräder und Zubehör 150 m² VK, Musikinstrumente und Zubehör 30 m² VK; Aufteilung real s. Tabelle 3, Kapitel I., 4.2.; Quellen: WoltersPartner; GMA-Berechnungen 2017

²¹ inkl. Bilder / Poster / Bilderrahmen / Kunstgegenstände.

II. Projektrelevante Nachfrage- und Angebotssituation

1. Kundenwohnorterhebung, Einzugsgebiet und Untersuchungsraum

Der Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes für das Südring-Center und das real SB-Warenhaus kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung der Auswirkungen der Bauleitplanung zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials sowie des Vorhabenumsatzes bzw. der Umsatzherkunft.

Als Einzugsgebiet ist der Bereich zu verstehen, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Planstandort gerechnet werden kann. Mit zunehmender Entfernung bzw. schlechterer Erreichbarkeit des Standortes ist dabei i. d. R. von einer Abnahme der Kundenbindung an den Standort auszugehen. Zur empirischen Ableitung und Absicherung des / der betriebliche(n) Einzugsgebiete(s) wurde am Freitag und Samstag, 10.02. und 11.02.2017, an vier Standorten im gesamten Objekt²² eine Kundenherkunftsbefragung durchgeführt. Insgesamt wurden auf diese Weise 5.838 Interviews durchgeführt.

Von den befragten Besucherinnen und Besuchern im real SB-Warenhaus wohnen rd. 65 % im Stadtgebiet Paderborn, wobei der Anteil nach den einzelnen PLZ-Bezirken stark variierte. So stammten die meisten Befragten aus den PLZ-Bereichen 33098 und 33100. Unter den befragten Besucherinnen und Besuchern im Südring-Center gaben rd. 50 % die Stadt Paderborn als ihren Wohnort an. Auch hier dominierten die PLZ-Bereiche 33098 und 33100.

Die auswärtigen Kundinnen und Kunden verteilen sich auf eine Vielzahl unterschiedlicher Herkunftsorte, wobei die Mehrzahl der Auswärtigen aus den jeweils angrenzenden Nachbarkommunen der Stadt Paderborn stammt.

Setzt man die Kundenzahl in Relation zur jeweiligen Einwohnerzahl, so ergibt sich die sog. Kundendichte (hier: Kunden je 1.000 Einwohner). Dabei fällt die Kundendichte innerhalb der Stadt Paderborn für die PLZ-Gebiete 33098 und 33100, in denen auch die höchsten Kundenanteile beobachtet wurden, am höchsten aus. Aber auch aus den benachbarten Gemeinden Borchlen, Lichtenau und Altenbeken wird eine nennenswerte Kundendichte erreicht.

Differenziert nach den einzelnen Herkunftsorten zeigt sich folgendes Bild, das zur Abgrenzung des in Karte 4 dargestellten Einzugsgebietes führt:

²² Es handelt sich dabei um die Ein- / Ausgänge zum / vom Südring-Center im Erdgeschoss und Obergeschoss sowie im westlichen Mall-Arm und um den Hauptein- / -ausgang zum real SB-Warenhaus.

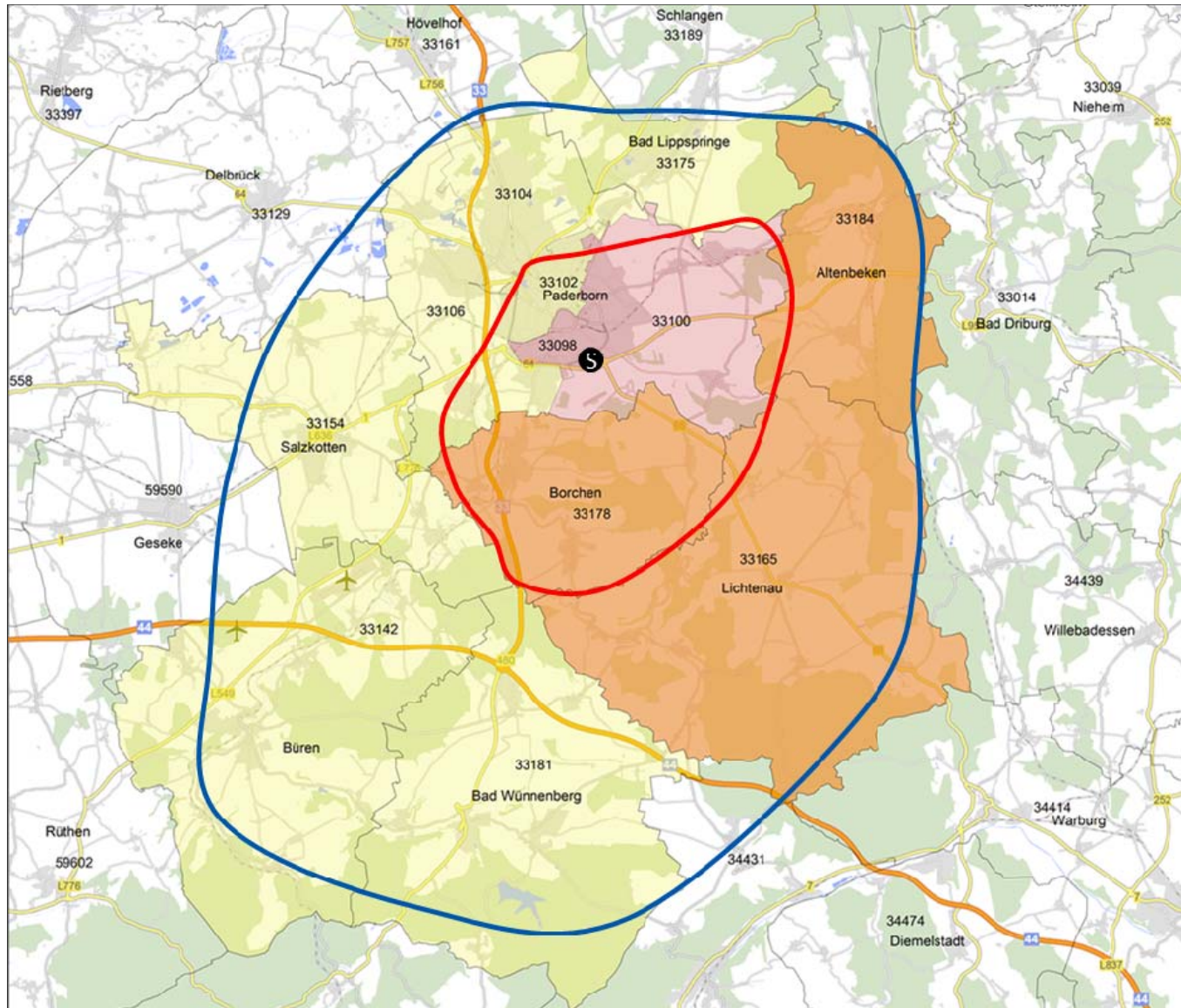
Tabelle 5: Kundendichte Südring-Center und real SB-Warenhaus

Wohnort	EW*	Kundenanteil SC in %	Kundenanteil real in %	Kunden insgesamt	Kunden je 1.000 EW
Kreis Paderborn gesamt	301.590	78,0	86,4	4.657	15,4
davon: Stadt Paderborn	148.130	49,9	65,1	3.098	20,9
- davon: PLZ-Gebiet 33098	24.270	12,0	23,0	834	34,4
- davon: PLZ-Gebiet 33100	31.438	18,6	21,7	1.125	35,8
- davon: PLZ-Gebiet 33102	34.660	7,5	9,9	465	13,4
- davon: PLZ-Gebiet 33104	27.865	6,1	3,9	327	11,7
- davon: PLZ-Gebiet 33106	29.399	5,8	6,6	347	11,8
davon: übriger Kreis PB	153.460	28,1	21,3	1.559	10,2
- davon: Borcheln	13.447	5,1	4,0	286	21,3
- davon: Altenbeken	9.294	3,3	2,4	184	19,8
- davon: Lichtenau	10.589	3,4	3,1	197	18,6
- davon: Bad Wünnenberg	12.302	2,5	2,2	142	11,5
- davon: Bad Lippspringe	15.572	3,1	1,3	158	10,1
- davon: Salzkotten	25.186	3,7	3,3	211	8,4
- davon: Büren	21.772	2,9	1,4	150	6,9
Zwischensumme Einzugsgebiet	253.546	74,0	82,9	4.426	17,5
- davon: Hövelhof	16.080	1,5	1,2	83	5,2
- davon: Delbrück	31.964	2,6	2,4	148	4,6
Auswärtige	-	22,0	13,6	1.181	-
davon: an den Kreis PB angrenzende Gemeinden	304.503	11,5	5,9	605	2,0
- davon: Kreis Gütersloh (Rietberg, Verl, Schloß Holte-Stukenbrock)	82.040	0,6	0,5	34	0,4
- davon: Kreis Lippe (Schlangen, Horn-Bad Meinberg)	26.270	2,2	0,9	115	4,4
- davon: Kreis Höxter (Bad Driburg, Willebadessen, Warburg)	50.595	5,7	3,1	300	5,9
- davon: Hochsauerland-kreis (Marsberg, Brilon)	46.200	1,9	0,7	94	2,0
- davon: Kreis Soest (Rüthen, Geseke, Lippstadt)	99.398	1,1	0,7	62	0,6
davon: sonstige Orte	-	10,5	7,7	576	-
insgesamt	-	100,0	100,0	5.838	-

* EW = Einwohner; SC = Südring-Center; Quelle Einwohner Kommunen: Landesbetrieb Information und Technik (IT.NRW), Stand: 31.12.2015; Quelle Einwohnerzahlen PLZ-Gebiete: RegioGraph 16; Summen können voneinander abweichen; dunkelorange = Zone I (Kundendichte ca. > 30), mittelorange = Zone II (Kundendichte ca. 15 – 30), hellorange = Zone III (Kundendichte ca. 7 – 15)

Quelle: GMA-Kundenwohnererhebung 02/2017; Rundungsdifferenzen möglich.

Karte 4: Einzugsgebiet und Untersuchungsraum



Legende

S Standort
Südring-Center /
real,-

Einzugsgebiet

Zone I

Zone II

Zone III

Einwohner im EZG:
ca. 256.300

Untersuchungsraum

Untersuchungsraum
nahversorgungs-
relevante Sortimente

Untersuchungsraum
zentrenrelevante
Sortimente

Quelle: erstellt mit RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2017

Die mit Abstand höchste Marktdurchdringung erreicht das Südring-Center / real SB-Warenhaus innerhalb des Paderborner Stadtgebietes in den PLZ-Gebieten 33098 und 33100, gefolgt von den benachbarten Gemeinden Borchten, Altenbeken und Lichtenau, die verkehrlich gut an den Planstandort angebunden sind. Außerhalb der Stadt Paderborn übernehmen das Südring-Center und das real SB-Warenhaus eine Versorgungsbedeutung auch für Kunden aus Bad Lippspringe, Bad Wünnenberg, Büren und Salzkotten, wobei die Marktdurchdringung durch das Südring-Center bereits abnimmt, jedoch nennenswert höher als durch das real SB-Warenhaus ausfällt. Die Versorgungsbedeutung für Waren des kurzfristigen Bedarfs (v. a. nahversorgungsrelevante Sortimente) nimmt typischerweise mit zunehmender Entfernung stärker ab als für die Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfs (v. a. zentrenrelevante Sortimente).

Vor diesem Hintergrund werden folgende Untersuchungsräume abgegrenzt:

- für **nahversorgungsrelevante Sortimente** die Kernstadt Paderborn, die Stadtteile Benhausen, Dahl, Neuenbeken und Wewer²³ sowie die Gemeinde Borchten.
- für **zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente** alle Gemeinden des Einzugsgebietes.

Diese Vorgehensweise folgt der Überlegung, dass etwaige Umverteilungswirkungen in Folge möglicher Erweiterungen in einzelnen Sortimenten nur für die in den Untersuchungsräumen liegenden relevanten Lagen ermittelt werden. Ergeben sich hieraus keine wesentlichen negativen städtebaulichen bzw. raumordnerischen Auswirkungen, so ist dies auch für alle übrigen, weiter entfernt liegenden zentrale Versorgungsbereiche und Standortbereiche festzuhalten, da Umverteilungswirkungen mit zunehmender Entfernung vom Projektstandort abnehmen.

2. Bevölkerungspotenzial und projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-Berechnungen beträgt die ladeeinzelhandelsrelevante²⁴ Kaufkraft einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk pro Kopf der Wohnbevölkerung aktuell ca. **€ 5.570** pro Jahr. Davon entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel ca. **€ 2.035** und auf Nichtlebensmittel ca. **€ 3.535**.

²³ Der Stadtteil Wewer gehört zum Postleitzahlgebiet 33106, aus welchem insgesamt eine deutlich niedrigere Einkaufsorientierung auf den Planstandort im Rahmen der Kundenwohnorterhebung festgestellt wurde. Aufgrund der räumlichen Nähe im Vergleich zu anderen Siedlungsbereichen in diesem Postleitzahlgebiet (z. B. Sande) wird Wewer jedoch zum Untersuchungsraum für nahversorgungsrelevante Sortimente gezählt.

²⁴ Einzelhandel im engeren Sinne (ohne Brennstoffe, Kraftfahrzeuge etc.)

Unter Berücksichtigung der lokalen Kaufkraftkoeffizienten²⁵ sowie GMA-interner Pro-Kopf-Kaufkraftwerte errechnen sich für die untersuchungsrelevanten Sortimente in der Stadt Paderborn folgende Kaufkraftvolumina, wobei einige Sortimentsgruppen zusammengefasst werden:

Tabelle 6: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet nach Sortimenten

Raumeinheit Sortiment (Kurzbezeichnung)	einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. €			
	Stadt Paderborn	Zone II	übrige Zone III* (ohne PB)	Einzugsgebiet gesamt
Nahrungs- und Genussmittel, Getränke	289,1	65,1	145,9	500,1
Parfümerieartikel, Drogeriewaren, Kosmetika (inkl. Wasch- und Putzmittel)	39,1	8,8	19,3	99,5
Pharmazeutische Artikel (Apotheke), Sanitätswaren	18,5	4,1	9,3	31,9
(Schnitt-)Blumen	11,9	2,7	4,9	17,0
zoologischer Bedarf	7,8	1,8	3,9	13,5
kurzfristiger Bedarf gesamt	384,9	86,6	194,2	665,7
Bücher	6,4	1,5	3,2	11,1
Zeitungen / Zeitschriften	9,9	2,2	4,9	17,0
Papier / Büro / Schreibwaren	14,8	3,4	7,4	25,6
Spielwaren	6,1	1,4	3,1	10,6
Bekleidung	69,6	15,8	35,1	120,5
Schuhe / Lederwaren	20,2	4,5	10,2	34,9
Sportartikel (Sportbekleidung / -schuhe)	9,2	2,2	4,7	16,1
mittelfristiger Bedarf gesamt	136,2	31,0	68,6	235,8
Elektrowaren	76,3	17,2	38,5	132,0
GPK**, Hausrat, Einrichtungsbedarf	13,2	2,9	6,7	22,8
Möbel, Küchen inkl. Antiquitäten, Kunst, Bettwaren	55,1	12,4	27,8	95,3
Heimtextilien, Haus- / Bett- / Tischwäsche, Kurzwaren	12,1	2,7	6,2	21,0
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	62,5	14,1	31,6	108,2
Teppiche, Bodenbeläge	7,5	1,7	3,8	13,0
Optik	8,1	1,9	4,1	14,1
Uhren / Schmuck	8,5	1,9	4,3	14,7

²⁵ Verwendung von Kaufkraftkennziffern der MB Research 2016: Für die Stadt Paderborn liegt der Kaufkraftkoeffizient bei 95,5 und damit leicht unter dem Bundesdurchschnitt von 100,0 bzw. leicht unter dem Durchschnitts des Landes Nordrhein-Westfalen (100,1); für die übrigen Gemeinden im Einzugsgebiet bewegt sich der Kaufkraftkoeffizient zwischen 93,8 (Altenbeken) und 98,0 (Salzkotten); Berechnung: Einwohnerzahl der Stadt Paderborn x sortimentspezifische Pro-Kopf-Kaufkraft x lokaler Kaufkraftkoeffizient = sortimentspezifische Gesamtkaufkraft in der Stadt Paderborn.

Raumeinheit Sortiment (Kurzbezeichnung)	einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. €			
	Stadt Paderborn	Zone II	übrige Zone III* (ohne PB)	Einzugsgebiet gesamt
Autozubehör (ohne Multimedia)	16,2	3,7	8,2	28,1
Sportgeräte / Fahrräder und Zubehör	11,4	2,6	5,8	19,8
sonstiger Einzelhandel	12,1	2,7	6,2	21,0
langfristiger Bedarf gesamt	288,7	65,1	145,8	499,6
Nichtlebensmittel insgesamt	502,2	113,2	253,5	868,9
Einzelhandel insgesamt	791,3	178,3	399,4	1.369,0

* nur Bad Lippspringe, Bad Wünnenberg, Büren, Salzkotten, d. h. ohne nördliche Stadtteile Paderborns

** GPK = Glas / Porzellan / Keramik

GMA-Berechnungen 2017 (ca.-Werte, gerundet)

3. Aktuelle Marktposition

Vor dem Hintergrund dieses Einzugsgebietes ist die Marktposition des Koppelstandortes Südring-Center / real wie folgt einzuschätzen:

Tabelle 7: Aktuelle Marktposition des Planstandortes im Einzugsgebiet

		Südring-Center	real	gesamt
Stadt Paderborn	Kaufkraft in Mio. €	791,2	791,2	791,2
	Marktanteil in %	5,2	3,6	8,8
	Umsatz in Mio. €	41,5	28,5	70,0
überörtliches Einzugsgebiet (Zonen II und III)	Kaufkraft in Mio. €	577,9	577,9	577,9
	Marktanteil in %	4,0	1,4	5,4
	Umsatz in Mio. €	22,9	8,1	31,0
Einzugsgebiet gesamt	Kaufkraft in Mio. €	1.369,1	1.369,1	1.369,1
	Marktanteil in %	4,7	2,7	7,4
	Umsatz in Mio. €	64,4	36,6	101,0
sonstige	Umsatz in Mio. €	23,8	8,0	31,8
gesamt	Umsatz in Mio. €	88,2	44,6	132,8

GMA-Berechnungen 2017 (ca.-Werte, gerundet)

Demnach ist für das Südring-Center von einer Gesamtumsatzleistung von derzeit ca. 88 – 89 Mio. € brutto p. a. (ca. 75 – 76 Mio. € netto) und für real von ca. 44 – 45 Mio. € brutto p. a. (ca. 39 – 40 Mio. € netto) auszugehen, sodass derzeit am Standort Südring-Center / real ein Gesamtumsatz von knapp 133 Mio. € brutto p. a. (ca. 115 – 116 Mio. € netto) erwirtschaftet wird. Davon entfällt auf die Stadt Paderborn ein Umsatz von ca. 70 Mio. € und auf das überörtliche Einzugsgebiet von ca. 31 Mio. €. Der Rest wird mit Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes erzielt (ca. 31 – 32 Mio. €). Differenziert nach Betriebstypen generiert das Südring-Center aktuell ca. 73 %

(ca. 64 – 65 Mio. €) seines Umsatzes mit Kunden aus dem Einzugsgebiet, davon ca. 41 – 42 Mio. € (= ca. 47 %) aus der Stadt Paderborn. Beim real SB-Warenhaus fällt der Umsatzanteil mit Kunden aus dem Einzugsgebiet mit ca. 82 % (ca. 36 – 37 Mio. €) bzw. mit Kunden aus der Stadt Paderborn mit ca. 64 % (ca. 28 – 29 Mio. €) höher aus.

4. Projektrelevante Angebotssituation

4.1 Methodik

Zur Bewertung der Angebotssituation wurde von der GMA im Januar und Februar 2017 eine Bestandserhebung des projektrelevanten Einzelhandels im Einzugsgebiet durchgeführt. Als Wettbewerber gelten grundsätzlich alle Einzelhandelsbetriebe, die Warengruppen anbieten, die an dem Vorhabenstandort geführt werden oder künftig geführt werden können.

Für die Stadt Paderborn konnte auf Einzelhandelsdaten von Stadt + Handel zurückgegriffen werden, die im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Paderborn von November 2012 bis Januar 2013 erhoben und von der GMA vor Ort für die projektrelevanten zentralen Versorgungsbereiche²⁶ und wesentliche Einzelhandelslagen (> 200 m² VK)²⁷ aktualisiert wurden.²⁸ Im überörtlichen Einzugsgebiet wurden die projektrelevanten Sortimente durch eine Bestandsaufnahme erfasst und bewertet. Dabei wird ein Schwerpunkt auf die zentren- und nahversorgungsrelevanten sowie die zentrenrelevanten Sortimente gelegt.²⁹

Im Folgenden wird die Angebotssituation in den projektrelevanten Branchen dargestellt.

4.2 Angebotssituation bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten

Innerhalb des Untersuchungsraums für zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente (südliche Stadtteile in Paderborn einschließlich der Kernstadt, Gemeinde Borchlen) ist folgende Angebotssituation vorhanden:

²⁶ Die projektrelevanten zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Paderborn für nahversorgungsrelevante Sortimente sind: Innenstadtzentrum sowie die Nahversorgungszentren 8 Detmolder Straße, 9 Berliner Ring / Arndtstraße, 10 Kaukenberg, 11 Hardehauser Weg, 12 Lichtenturmweg, 13 Borchener Straße, 14 Riemkestraße und 15 Wewer. Für die Beurteilung der möglichen Auswirkungen bei den zentrenrelevanten Sortimenten werden auch die Stadtteilzentren Elsen und Schloß Neuhaus betrachtet. Die übrigen Nahversorgungszentren werden nicht betrachtet, da diese vom Planstandort zu weit entfernt liegen.

²⁷ Hierbei handelt es sich um die Sonderstandorte 19 Dören, 20 Detmolder Straße, 21 Marienloher Straße, 22 Möbel / Baumarkt, 23 Frankfurter Weg sowie Betriebe > 200 m² VK außerhalb dieser Lagen. Für die übrigen Standorte erfolgte ein Abgleich mit einem aktuellen Branchenverzeichnis.

²⁸ Hinsichtlich der Vergleichbarkeit der GMA-Erhebung mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2015 ist darauf hinzuweisen, dass die GMA keine Vollerhebung in der Stadt Paderborn durchgeführt hat, das Büro Stadt + Handel und die GMA Unterschiede in der Erhebungssystematik aufweisen und zudem die Erhebung von Stadt + Handel in der Weihnachtszeit stattfand, wo in bestimmten Sortimenten (z. B. Glas / Porzellan / Keramik) tendenziell höhere Verkaufsflächen vorhanden sind. Alle folgenden Tabellen zur Angebotssituation ohne Südring-Center / real.

²⁹ Zum Teil sind im überörtlichen Einzugsgebiet keine kommunalen Sortimentslisten mit einer Zuordnung von zentrenrelevanten Sortimenten bzw. zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten vorhanden. Daher wird für diese Kommunen die Paderborner Sortimentsliste zugrunde gelegt.

Tabelle 8: Angebotssituation bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten

Warengruppen	Nahrungs- und Genussmittel, Getränke		Parfümerieartikel, Drogeriewaren und Kosmetika		Pharmazeutische Artikel (Apotheke)		(Schnitt-) Blumen		Zeitungen / Zeitschriften		Papier / Büro / Schreibwaren		projektrelevanter Einzelhandel gesamt	
	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**
südliche Stadtteile PB	44.020	172,2	5.065	32,2	1.370	8,1	2.935	8,7	1.505	8,3	3.220	9,7	58.115	239,2
davon in relev. ZVB	14.770	63,5	3.915	20,4	540	3,6	285	1,0	165	1,6	1.140	3,7	20.815	93,7
- Innenstadtzentrum	2.210	11,3	3.345	16,3	250	1,5	120	0,4	95	1,1	550	1,6	6.570	32,3
- NVZ 8 Detmolder Str.	2.150	8,8	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	2.730	11,5
- NVZ 9 Berliner Ring / Arndtstr.	480	1,9	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
- NVZ 10 Kaukenberg	1.225	4,8	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	5,2
- NVZ 11 Hardehauser Weg	520	2,7	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	3,3
- NVZ 12 Lichtenturmweg	530	2,0	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	2,5
- NVZ 13 Borchener Straße	1.980	8,3	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	2.065	9,6
- NVZ 14 Riemekestr.	3.985	17,4	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	4.675	19,7
- NVZ 15 Wewer	1.690	6,2	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	1.935	7,6
sonstige Lagen	29.250	108,7	1.150	11,8	830	4,5	2.650	7,7	1.340	6,7	2.080	6,0	37.300	145,4
- davon Warburger Str.	1.800	8,8	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	3.000	10,5
Gemeinde Borchon	4.900	19,8	k. A.	1,5	k. A.	k. A.	90	0,3	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	5.070	22,1
gesamt	48.920	191,9	k. A.	33,7	k. A.	k. A.	3.025	9,0	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	63.185	261,3

* = Aufteilung von Mehrbranchenbetrieben ab 2.500 m² VK; ** = bereinigte Bruttoumsatzwerte, d. h. Umsätze aller Mehrbranchenbetrieben wurden den jeweiligen Sortimenten zugeordnet
 relev. ZVB = relevante zentrale Versorgungsbereiche, NVZ = Nahversorgungszentrum; GMA-Erhebung, -Berechnungen und -Darstellung 2017

Im Untersuchungsraum für die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente (südliche Stadtteile Paderborns einschließlich der Kernstadt sowie Gemeinde Borchten) wurden zum Erhebungszeitpunkt **knapp 63.200 m² Verkaufsfläche** mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten erfasst, deren **Gesamtumsatzleistung ca. 261 Mio. €** beträgt³⁰ (vgl. Tabelle 7). Davon sind ca. 20.800 m² Verkaufsfläche bzw. knapp 94 Mio. € den untersuchten zentralen Versorgungsbereichen in der Stadt Paderborn (Innenstadtzentrum, Nahversorgungszentren 8 – 15) zuzuordnen. In der Gemeinde Borchten³¹ sind bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten ca. 5.100 m² mit einer Gesamtumsatzleistung von etwa 22 Mio. € vorhanden.

Der **Verkaufsflächen- und Umsatzschwerpunkt** liegt dabei im Nahrungs- und Genussmittelsegment mit knapp 49.000 m² Verkaufsfläche und einer Umsatzleistung von ca. 192 Mio. €. Hier ist auf zahlreiche Lebensmittelmärkte hinzuweisen, welche in den einzelnen Nahversorgungszentren wesentliche Magnetfunktionen übernehmen. Parfümerieartikel, Drogeriewaren und Kosmetika (inkl. Wasch- und Putzmitteln) werden im Untersuchungsraum außerhalb der Paderborner Innenstadt (u. a. dm, 3x Rossmann, 2x Douglas, Rituals, Lush) fast ausschließlich auf Teilflächen der Lebensmittelmärkte angeboten. Hingegen zeichnet sich der überwiegende Teil der Nahversorgungszentren durch das Vorhandensein einer Apotheke aus; auch die Gemeinde Borchten verfügt über eine Apotheke. Die übrigen nahversorgungsrelevanten Sortimente (Schnittblumen, Zeitungen / Zeitschriften, Papier / Büro / Schreibwaren) sind – außer in der Paderborner Innenstadt mit mehreren Fachgeschäften (v. a. Idee Schreibwaren und Bastelbedarf) – sporadisch auch in den Nahversorgungszentren, in der Gemeinde Borchten in den Ortskernen der Ortsteile Nordborchten und Kirchborchten sowie nicht zuletzt auch auf den Teilflächen der Supermärkte vorhanden, wobei die Anbieter mit Ausnahme des Anbieters Römhild Büro (Nahversorgungszentrum Detmolder Straße) kleinflächig strukturiert sind. Außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs ist auf den Schreibwarenfachmarkt Askania (Sonderstandort Dören) hinzuweisen.

4.3 Angebotssituation bei zentrenrelevanten Sortimenten

Bei den zentrenrelevanten Sortimenten gemäß Paderborner Liste ist im Untersuchungsraum bzw. im Einzugsgebiet folgende Angebotssituation vorhanden:^{32 33}

³⁰ ohne die Umsätze mit verschreibungspflichtigen Medikamenten bei Apotheken.

³¹ Die Gemeinde Borchten verfügt nicht über ein Einzelhandelskonzept, sodass keine Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche vorliegen. Hier sind insbesondere mögliche städtebauliche Auswirkungen in (faktischen) zentralen Versorgungsbereichen (in den Ortskernen der einzelnen Ortsteile) bzw. versorgungsstrukturelle Auswirkungen zu prüfen.

³² Beim Sortiment Kinderwagen liegt das Angebot je dargestellter Einzellage durchweg unter 3 Betrieben, weshalb auf eine Darstellung verzichtet wird.

³³ Abweichungen zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept sind in erster Linie darauf zurückzuführen, dass der Standort Südring-Center / real in den u. g. Zahlen nicht enthalten ist.

Tabelle 9: Angebotssituation bei zentrenrelevanten Sortimenten in der Stadt Paderborn (Teil 1)

Kurzbezeichnung gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept Paderborn 2015	Mediz. und orthopädische Geräte		Bücher		Spielwaren		Bekleidung		Schuhe / Lederwaren		Sportartikel		Elektrowaren	
	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**
Stadt Paderborn	1.240	10,8	4.210	15,9	3.070	9,0	47.305	143,6	8.235	29,1	3.390	13,8	9.070	45,3
davon in relev. ZVB	640	8,0	3.760	14,6	770	1,9	39.375	118,8	6.535	22,8	2.490	10,0	4.840	24,5
- Innenstadtzentrum	305	3,8	3.490	13,5	520	1,5	36.575	110,6	5.055	17,5	2.410	9,1	4.345	21,6
- STZ Schloß Neuhaus	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	---	k. A.	1.810	4,6	k. A.	2,0	---	k. A.	k. A.	0,7
- STZ Elsen	---	---	---	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
- NVZ 8 Detmolder Str.	k. A.	k. A.	---	---	---	---	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	---	---	---	k. A.
- NVZ 9 Berliner Ring / Arndtstr.	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
- NVZ 10 Kaukenberg	---	---	---	---	---	---	---	k. A.	---	k. A.	---	k. A.	---	k. A.
- NVZ 11 Hardehauser Weg	---	---	---	---	k. A.	k. A.	---	k. A.	---	k. A.	---	k. A.	---	k. A.
- NVZ 12 Lichtenturmweg	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	k. A.
- NVZ 13 Borchener Straße	k. A.	k. A.	---	---	---	---	k. A.	k. A.	---	k. A.	---	k. A.	k. A.	k. A.
- NVZ 14 Riemekestr.	k. A.	k. A.	---	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	---	k. A.	---	k. A.	290	1,7
- NVZ 15 Wewer	---	---	k. A.	k. A.	---	---	k. A.	k. A.	---	---	---	k. A.	---	k. A.
sonstige Lagen	600	2,8	450	1,3	2.300	7,1	7.930	24,9	1.700	6,3	900	3,8	4.230	20,8

* = Aufteilung von Mehrbranchenbetrieben ab 2.500 m² VK; ** = bereinigte Bruttoumsatzwerte, d. h. Umsätze aller Mehrbranchenbetrieben wurden den jeweiligen Sortimenten zugeordnet
 k. A. = kein Ausweis aus Datenschutzgründen (< 3 Betriebe); Mediz. = Medizinische; relev. ZVB = relevante z; NVZ = Nahversorgungszentrum; GMA-Darstellung 2017

Tabelle 10: Angebotssituation bei zentrenrelevanten Sortimenten in der Stadt Paderborn (Teil 2)

Kurzbezeichnung gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept Paderborn 2015	Glas / Porzellan / Keramik		Hausrat		Einrichtungsbedarf		Antiquitäten		Bettwaren		Haus- / Bett- / Tischwäsche		Heimtextilien / Gardinen	
	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**
Stadt Paderborn	2.555	4,8	1.925	4,5	5.020	8,8	1.955	4,4	7.000	7,9	3.080	6,7	2.815	6,6
davon in relev. ZVB	995	2,4	815	2,3	1.920	5,2	205	0,7	1.265	k. A.	500	1,2	k. A.	0,7
- Innenstadtzentrum	815	1,8	535	1,2	1.820	4,9	205	0,7	k. A.	k. A.	500	1,0	115	0,2
- STZ Schloß Neuhaus	k. A.	0,4	k. A.	0,5	k. A.	k. A.	---	---	---	k. A.	---	k. A.	---	k. A.
- STZ Elsen	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	k. A.	k. A.
- NVZ 8 Detmolder Str.	---	---	---	---	k. A.	k. A.	---	---	---	---	---	---	---	---
- NVZ 9 Berliner Ring / Arndtstr.	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
- NVZ 10 Kaukenberg	---	k. A.	---	---	---	---	---	---	---	---	---	k. A.	---	k. A.
- NVZ 11 Hardehauser Weg	---	k. A.	---	k. A.	---	---	---	---	---	---	---	k. A.	---	k. A.
- NVZ 12 Lichtenturmweg	k. A.	k. A.	---	k. A.	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
- NVZ 13 Borchener Str.	---	k. A.	---	k. A.	---	---	---	---	---	---	---	k. A.	---	k. A.
- NVZ 14 Riemekestr.	---	---	k. A.	k. A.	---	---	---	---	---	---	---	k. A.	---	k. A.
- NVZ 15 Wewer	---	---	---	k. A.	---	---	---	---	---	---	---	k. A.	---	k. A.
sonstige Lagen	1.560	2,5	1.110	2,2	3.100	3,6	1.750	3,7	6.690	7,5	2.580	5,4	2.400	5,9

* = Aufteilung von Mehrbranchenbetrieben ab 2.500 m² VK; ** = bereinigte Bruttoumsatzwerte, d. h. Umsätze aller Mehrbranchenbetrieben wurden den jeweiligen Sortimenten zugeordnet
 k. A. = kein Ausweis aus Datenschutzgründen (< 3 Betriebe); relev. ZVB = relevante zentrale Versorgungsbereiche; NVZ = Nahversorgungszentrum; GMA-Darstellung 2017

Tabelle 11: Angebotssituation bei zentrenrelevanten Sortimenten in der Stadt Paderborn (Teil 3)

Kurzbezeichnung gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept Paderborn 2015	Kurzwaren / Meterware		Teppiche		Augenoptik		Uhren / Schmuck		Projektrelevanter Einzelhandel gesamt	
	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**
Stadt Paderborn	610	1,3	3.020	2,8	1.785	11,3	1.120	12,0	107.405	338,7
davon in relev. ZVB	300	0,5	k. A.	k. A.	1.335	8,1	1.120	12,0	66.475	234,3
- Innenstadtzentrum	300	0,5	k. A.	k. A.	915	5,5	990	10,4	59.355	204,3
- STZ Schloß Neuhaus	---	---	---	---	140	0,9	k. A.	k. A.	3.365	11,8
- STZ Elsen	---	---	---	---	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	1.435	4,9
- NVZ 8 Detmolder Str.	---	---	---	---	---	---	---	---	910	4,2
- NVZ 9 Berliner Ring / Arndtstr.	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
- NVZ 10 Kaukenberg	---	---	---	---	---	---	---	---	---	k. A.
- NVZ 11 Hardehauser Weg	---	---	---	---	---	---	---	---	k. A.	k. A.
- NVZ 12 Lichtenturmweg	---	---	---	---	---	---	---	---	k. A.	k. A.
- NVZ 13 Borchener Str.	---	---	---	---	---	---	---	---	255	1,8
- NVZ 14 Riemekestr.	---	---	---	---	130	0,8	---	---	625	5,0
- NVZ 15 Wewer	---	---	---	---	k. A.	k. A.	---	---	470	1,7
sonstige Lagen	310	0,8	2.870	2,8	450	3,2	---	---	40.930	104,4

* = Aufteilung von Mehrbranchenbetrieben ab 2.500 m² VK; ** = bereinigte Bruttoumsatzwerte, d. h. Umsätze aller Mehrbranchenbetrieben wurden den jeweiligen Sortimenten zugeordnet
 k. A. = kein Ausweis aus Datenschutzgründen (< 3 Betriebe); relev. ZVB = relevante zentrale Versorgungsbereiche; NVZ = Nahversorgungszentrum; GMA-Darstellung 2017

Tabelle 12: Angebotssituation bei zentrenrelevanten Sortimenten im überörtlichen Einzugsgebiet (Teil 1)

Kurzbezeichnung gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept Paderborn 2015	Medizinische und orthopädische Geräte		Bücher		Spielwaren		Bekleidung		Schuhe / Lederwaren		Sportartikel		Elektrowaren	
	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**
Gemeinde Borchten	---	---	---	---	---	---	---	k. A.	---	k. A.	k. A.	k. A.	---	k. A.
Gemeinde Altenbeken	---	---	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	0,2	---	k. A.	---	k. A.	k. A.	0,4
Gemeinde Lichtenau	---	---	---	---	---	---	k. A.	k. A.	---	k. A.	---	k. A.	---	k. A.
Stadt Bad Lippspringe	---	---	k. A.	k. A.	---	---	1.290	4,2	k. A.	k. A.	---	k. A.	---	k. A.
davon: Hauptzentrum	---	---	k. A.	k. A.	---	---	950	2,6	k. A.	k. A.	---	k. A.	---	k. A.
Gemeinde Bad Wünnenberg	---	---	---	---	---	---	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	---	---	---	---
Stadt Büren	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	---	---	k. A.	k. A.	350	1,0	---	---	---	k. A.
davon: Hauptzentrum	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	---	---	1.450	4,1	350	1,0	---	---	---	k. A.
Stadt Salzkotten	---	---	k. A.	k. A.	---	---	2.570	6,5	k. A.	2,0	---	k. A.	k. A.	k. A.
davon: Hauptzentrum	---	---	k. A.	k. A.	---	---	1.470	4,2	k. A.	k. A.	---	k. A.	k. A.	k. A.
Summe überörtliches Einzugsgebiet	k. A.	k. A.	390	1,1	k. A.	k. A.	6.480	16,7	1.550	4,4	k. A.	0,6	k. A.	2,6
gesamt	1.290	11,0	4.600	17,0	3.130	9,2	53.785	160,3	9.785	34,6	3.460	14,4	11.190	56,0

* = Aufteilung von Mehrbranchenbetrieben ab 2.500 m² VK; ** = bereinigte Bruttoumsatzwerte, d. h. Umsätze aller Mehrbranchenbetrieben wurden den jeweiligen Sortimenten zugeordnet
 k. A. = kein Ausweis aus Datenschutzgründen (< 3 Betriebe); Mediz. = Medizinische; relev. ZVB = relevante ZVB; NVZ = Nahversorgungszentrum; GMA-Darstellung 2017

Tabelle 13: Angebotssituation bei zentrenrelevanten Sortimenten im überörtlichen Einzugsgebiet (Teil 2)

Kurzbezeichnung gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept Paderborn 2015	Glas / Porzellan / Keramik		Hausrat		Einrichtungsbedarf		Antiquitäten		Bettwaren		Haus- / Bett- / Tischwäsche		Heimtextilien / Gardinen	
	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Umsatz in Mio. €**
Gemeinde Borchten	---	k. A.	---	k. A.	---	---	---	---	---	---	---	k. A.	---	k. A.
Gemeinde Altenbeken	---	k. A.	k. A.	0,2	---	---	---	---	---	---	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Gemeinde Lichtenau	---	k. A.	---	k. A.	---	---	---	---	---	---	---	k. A.	---	k. A.
Stadt Bad Lippspringe	140	0,4	k. A.	0,9	100	0,3	---	---	---	---	k. A.	k. A.	---	k. A.
davon: Hauptzentrum	140	0,4	k. A.	0,9	100	0,3	---	---	---	---	k. A.	k. A.	---	k. A.
Gemeinde Bad Wünnenberg	k. A.	k. A.	---	k. A.	---	k. A.	---	---	---	---	---	k. A.	k. A.	k. A.
Stadt Büren	---	k. A.	---	k. A.	---	---	---	---	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
davon: Hauptzentrum	---	k. A.	---	---	---	---	---	---	---	---	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Stadt Salzkotten	k. A.	0,4	---	---	k. A.	k. A.	---	---	---	---	---	k. A.	---	k. A.
davon: Hauptzentrum	k. A.	0,4	---	---	k. A.	k. A.	---	---	---	---	---	k. A.	---	k. A.
Summe überörtliches Einzugsgebiet	300	1,2	440	1,2	180	0,6	---	---	k. A.	k. A.	170	0,6	310	0,9
gesamt	2.855	6,0	2.365	5,7	5.200	9,3	1.955	4,6	k. A.	k. A.	3.250	7,3	3.125	7,5

* = Aufteilung von Mehrbranchenbetrieben ab 2.500 m² VK; ** = bereinigte Bruttoumsatzwerte, d. h. Umsätze aller Mehrbranchenbetrieben wurden den jeweiligen Sortimenten zugeordnet
 k. A. = kein Ausweis aus Datenschutzgründen (< 3 Betriebe); relev. ZVB = relevante zentrale Versorgungsbereiche; NVZ = Nahversorgungszentrum; GMA-Darstellung 2017

Tabelle 14: Angebotssituation bei zentrenrelevanten Sortimenten im überörtlichen Einzugsgebiet (Teil 3)

Kurzbezeichnung gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept Paderborn 2015	Kurzwaren / Meterware		Teppiche		Augenoptik		Uhren / Schmuck		projektrelevanter Einzelhandel gesamt	
	VK in m ^{2*}	Umsatz in Mio. €**	VK in m ^{2*}	Umsatz in Mio. €**	VK in m ^{2*}	Umsatz in Mio. €**	VK in m ^{2*}	Umsatz in Mio. €**	VK in m ^{2*}	Umsatz in Mio. €**
Gemeinde Borchten	k. A.	k. A.	---	---	k. A.	k. A.	---	---	150	1,6
Gemeinde Altenbeken	k. A.	k. A.	---	---	---	---	k. A.	k. A.	1.020	2,6
Gemeinde Lichtenau	---	---	---	---	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	150	1,4
Stadt Bad Lippspringe	k. A.	k. A.	---	---	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	2.700	9,7
davon: Hauptzentrum	k. A.	k. A.	---	---	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	2.010	6,4
Gemeinde Bad Wünnenberg	---	---	---	---	k. A.	k. A.	---	---	320	1,1
Stadt Büren	---	---	---	---	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	2.750	10,2
davon: Hauptzentrum	---	---	---	---	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	2.310	8,8
Stadt Salzkotten	k. A.	k. A.	---	---	k. A.	k. A.	200	1,2	4.100	12,7
davon: Hauptzentrum	k. A.	k. A.	---	---	k. A.	k. A.	200	1,2	2.860	9,9
Summe überörtliches Einzugsgebiet	320	0,9	---	---	400	2,4	400	3,6	11.190	39,2
gesamt	930	2,2	3.020	2,8	2.185	13,7	1.520	15,6	118.595	377,9

* = Aufteilung von Mehrbranchenbetrieben ab 2.500 m² VK; ** = bereinigte Bruttoumsatzwerte, d. h. Umsätze aller Mehrbranchenbetrieben wurden den jeweiligen Sortimenten zugeordnet
 k. A. = kein Ausweis aus Datenschutzgründen (< 3 Betriebe); relev. ZVB = relevante zentrale Versorgungsbereiche; NVZ = Nahversorgungszentrum; GMA-Darstellung 2017

Im Untersuchungsraum für die zentrenrelevanten Sortimente (wesentliche Einkaufslagen im Einzugsgebiet) wurden zum Erhebungszeitpunkt in den relevanten zentralen Versorgungsbereichen sowie in den wesentlichen Einkaufslagen **ca. 120.000 m² Verkaufsfläche** mit zentrenrelevanten Sortimenten erhoben, deren **Gesamtumsatzleistung ca. 380 Mio. €** beträgt³⁴ (vgl. Tabellen 9 – 14).

Der **Verkaufsflächen- und Umsatzschwerpunkt** liegt bei den zentrenrelevanten Sortimenten unter räumlichen Gesichtspunkten ganz klar im Oberzentrum Paderborn, das in diesen Branchen einen deutlichen Bedeutungsüberschuss gegenüber seinem Umland aufweist. Branchenseitig liegt der Schwerpunkt beim Sortiment Bekleidung mit ca. 40.000 m² Verkaufsfläche und ca. 119 Mio. € Umsatz in zentralen Versorgungsbereichen in Paderborn, auch wenn in diesem Sortiment der Besatz im überörtlichen Einzugsgebiet mit ca. 6.500 m² Verkaufsfläche und ca. 16 – 17 Mio. € Umsatz unter allen zentrenrelevanten Sortimenten ebenfalls am höchsten ausfällt.

Die **Paderborner Innenstadt** weist bei den zentrenrelevanten Sortimenten eine Gesamtverkaufsfläche von knapp 60.000 m² und eine Umsatzleistung von ca. 204 Mio. € auf. Auch hier liegt der Schwerpunkt mit über 36.000 m² Verkaufsfläche und ca. 111 Mio. € Umsatzleistung bei Bekleidung, gefolgt von Schuhe / Lederwaren (ca. 5.055 m² VK, ca. 17 – 18 Mio. € Umsatz), Elektrowaren (ca. 4.345 m² VK, ca. 21 – 22 Mio. € Umsatz), Büchern (ca. 3.490 m² VK, ca. 13 – 14 Mio. € Umsatz), Glas / Porzellan / Keramik, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf (ca. 3.170 m² VK, ca. 8 Mio. € Umsatz) und Sport (ca. 2.410 m² VK, ca. 9 Mio. € Umsatz). Wesentliche Anbieter bei Bekleidung sind das Warenhaus Galeria Kaufhof und die Textilkaufhäuser Peek & Cloppenburg und Klingenthal im westlichen Teil der Westernstraße. Mit C & A sowie H & M befinden sich zudem weitere großflächige Bekleidungshäuser im westlichen Teil der Innenstadt, die insgesamt als leistungsstark einzustufen ist. Der Bereich rund um die Königsplätze wird aktuell aufgewertet. In der südöstlichen Innenstadt setzt sich mit der Straße Kamp die Fußgängerzone im Hauptgeschäftsbereich fort. Hier ist als einziger großflächiger Markt ein Saturn Elektrofachmarkt in der Libori-Galerie vorhanden. Im Übrigen sind hier bereits verstärkt spezialisierte Geschäfte sowie Dienstleistungen, gastronomische Angebote und z. T. Leerstände vorhanden, sodass diese Lage innerhalb des Hauptgeschäftsbereichs eher als Nebenlage zu deklarieren ist. Dies hat auch mit dem Fehlen mehrerer Ankerbetriebe zu tun, da die Libori-Galerie trotz einer teilweisen Umstrukturierung und der Neueröffnung von Saturn im Jahr 2013 mit Akzeptanzproblemen zu kämpfen hat.

In den **Nebenzentren** (Stadtteilzentren Schloß Neuhaus und Elsen) ist bei den zentrenrelevanten Sortimenten eine Gesamt-Verkaufsfläche von knapp 5.000 m² vorhanden, auf denen eine Umsatzleistung von ca. 16 – 17 Mio. € generiert wird. Auch hier liegt der Verkaufsflächen- und Umsatzschwerpunkt beim Sortiment Bekleidung, wobei das Stadtteilzentrum Schloß Neuhaus auch

³⁴ ohne die Umsätze mit verschreibungspflichtigen Medikamenten bei Apotheken.

mehrere Filialisten des Fachmarktsegments zählt (u. a. kik, NKD, Takko). Bei den übrigen zentrenrelevanten Sortimenten sind jeweils nur wenige Betriebe oder gar kein Angebot vorhanden. Das Angebot fokussiert sich neben nahversorgungsrelevanten Sortimenten und Bekleidung im Wesentlichen auch auf Schuhe / Lederwaren, GPK / Hausrat / Einrichtungsbedarf, Heim- / Bett- / Tischwäsche / Heimtextilien sowie Augenoptik.

Die **Nahversorgungszentren 8 – 14** in der Paderborner Kernstadt und in Wewer (15) weisen bei den zentrenrelevanten Sortimenten nur ein sehr rudimentäres Angebot auf. Ihrem Versorgungsauftrag entsprechend liegen hier die Verkaufsflächenschwerpunkte eindeutig bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten (s. Kapitel 3.2). Nennenswerte Verkaufsflächen- und Umsatzanteile werden nur im NVZ 14 Riemkestraße (bei Elektrowaren und Augenoptik) erreicht. In allen übrigen Sortimenten sind nur einzelne (weniger als 3 Betriebe) oder gar keine Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten vorhanden. Die Sortimente Bekleidung, Schuhe / Lederwaren, Sportartikel, Elektrowaren und GPK / Hausrat / Wohneinrichtungsbedarf und Haus- / Bett- / Tischwäsche / Heimtextilien werden zudem in Nahversorgungszentren mit Lebensmitteldiscountern bzw. SB-Warenhäusern auf Teilflächen – teilweise nur als temporäre Angebote wie z. B. bei Aldi oder Lidl als Aktionswaren – angeboten.

Die Dominanz Paderborns als Oberzentrum verdeutlicht sich auch in den **Zentralitätswerten** der einzelnen zentrenrelevanten Warengruppen:

Tabelle 15: Zentralität bei zentrenrelevanten Sortimenten

Warengruppe gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2015	Umsatz in Mio. € (mit SC+real / ohne SC+real)	einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. €	Zentralität (mit SC+real / ohne SC+real)
zentrenrelevante Sortimente			
Bekleidung	159,9 / 143,6	69,6	229 / 205
Schuhe / Lederwaren	32,4 / 29,1	20,2	160 / 144
GPK / Hausrat / Einrichtungsbedarf	20,8 / 18,1	13,2	158 / 137
Spielwaren / Basteln / Hobby / Musikinstrumente*	15,3 / 9,0	6,1	251 / 148
Sportartikel / Fahrräder / Camping **	19,1 / 13,8	9,2	208 / 150
medizinische und orthopädische Geräte / Optik	23,4 / 22,1	15,0	156 / 147
Teppiche / Gardinen / Dekostoffe / Sicht- und Sonnenschutz***	10,8 / 10,7	10,4	104 / 103
Bettwaren, Haus- / Bett- / Tischwäsche	15,2 / 14,6	8,8	173 / 166
Elektrowaren / Leuchten / Haushaltsgeräte, Neue Medien / Unterhaltungselektronik****	79,3 / 45,3	51,7	153 / 88
Uhren / Schmuck	13,8 / 12,0	8,5	162 / 141

Lesehilfe: 1. Zahl = inkl. der Umsätze von Südring-Center und real / 2. Zahl = ohne die Umsätze von Südring-Center und real; * ohne Hobby / Musikinstrumente; ** ohne Fahrräder und Camping; *** ohne Sicht- und Sonnenschutz; **** ohne Leuchten; GMA-Berechnungen 2017

Im **überörtlichen Einzugsgebiet** ist eine Verkaufsfläche bei zentrenrelevanten Sortimenten von insgesamt ca. 11.200 m² vorhanden, auf denen eine Umsatzleistung von ca. 39 Mio. € erzielt wird. Die räumlichen Schwerpunkte liegen dabei in den zentralen Versorgungsbereichen in Salzkotten mit ca. 4.200 m² Verkaufsfläche sowie in Bad Lippspringe und Büren mit jeweils ca. 2.800 m² Gesamtverkaufsfläche. Insgesamt ist der Besatz im Vergleich zur Ausstattung in Paderborn deutlich geringer, großflächige Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten sind hier nicht vertreten. Wesentliche (mittelflächige) Anbieter sind in Salzkotten die Bekleidungsanbieter Klingenthal, Möller (beide zentraler Versorgungsbereich), kik und Takko (Fachmarktzentrum Salinenhof außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs) und bei Schuhen / Lederwaren Zehaniuc (zentraler Versorgungsbereich, zusammen mit u. a. Rewe, dm und einem K+K Schuhmarkt). In Altenbeken ist als größter Betrieb mit zentrenrelevanten Sortimenten jeweils ein kik Textilfachmarkt in Streu- bzw. dezentraler Lage zu nennen.

4.4 Projektrelevante Planungen

In der Stadt Paderborn ist am Rand der östlichen Kernstadt aktuell die Entwicklung eines neuen Wohnbaugebietes geplant („Springbach Höfe“). Im Zuge dessen sollen etwa 500 – 600 neue Wohneinheiten für ca. 1.500 Einwohner entstehen. Wenn die Anzahl von ca. 1.000 Einwohner erreicht ist, soll der Vollsortimenter in der festgesetzten Größenordnung von 1.400 m² Verkaufsfläche errichtet werden. Zuzüglich können rund 100 m² Verkaufsfläche für zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente in der Vorkassenzone errichtet werden. Vor diesem Hintergrund wird die Zulässigkeit eines Vollsortimenters mit 1.400 m² Verkaufsflächen festgesetzt, der um ca. 100 m² Verkaufsfläche für zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente in der Vorkassenzone ergänzt werden kann. Diese Planung wird im Folgenden berücksichtigt.

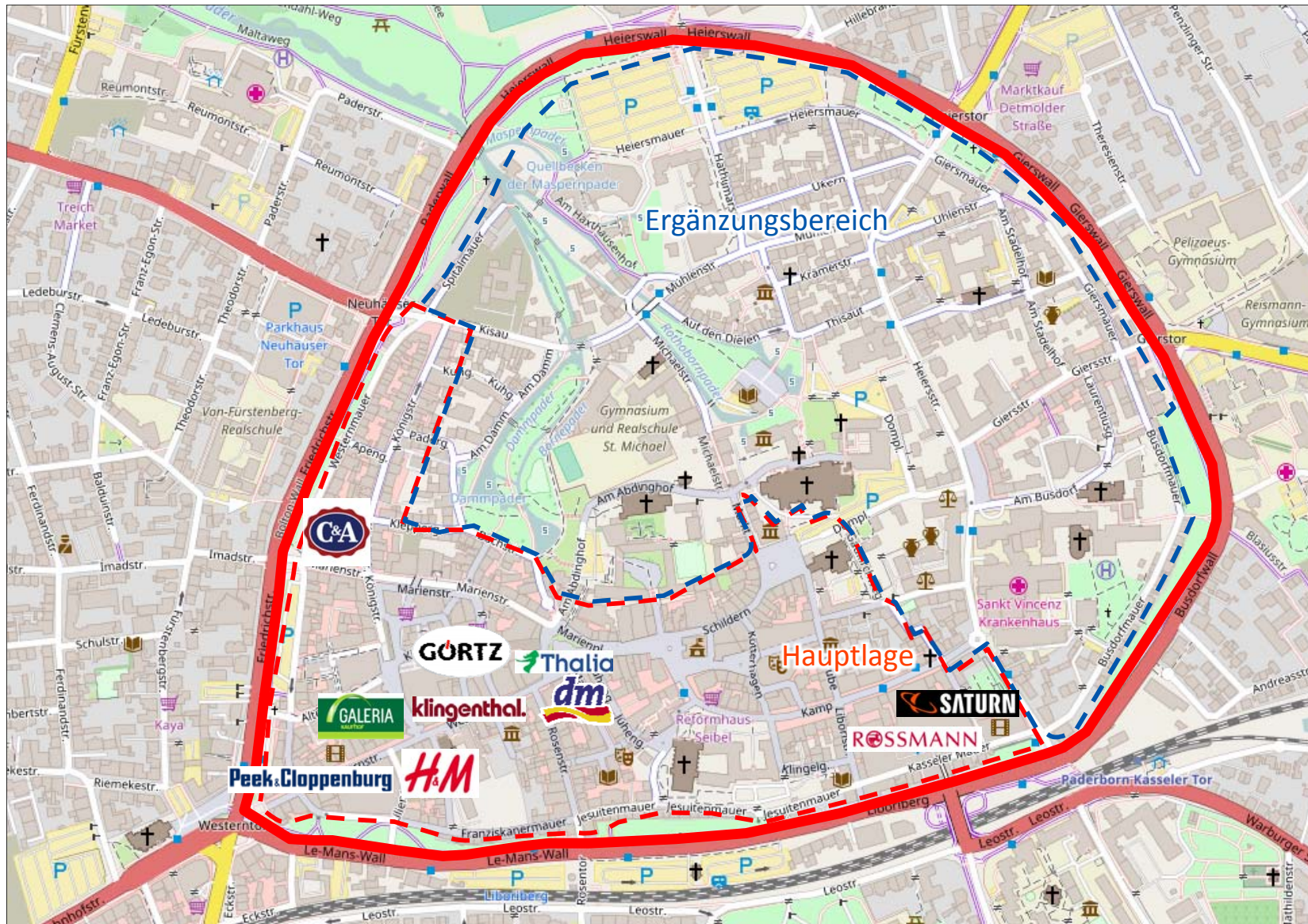
[illegible]

S Planstandort

- 1 Paderborn Innenstadt (s. Karte 5)
- 2 Stadtteilzentrum Schloß Neuhaus (s. Karte 7)
- 3 Stadtteilzentrum Elsen (s. Karte 8)
- 4 Nahversorgungszentrum Sande
- 5 Nahversorgungszentrum Sennelager
- 6 Nahversorgungszentrum Marienloh
- 7 Nahversorgungszentrum Dr.- Rörig-Damm
- 8 Nahversorgungszentrum Detmolder Straße (s. Karte 9)
- 9 Nahversorgungszentrum Berliner Ring / Arndstraße (s. Karte 9)
- 10 Nahversorgungszentrum Kaukenberg (s. Karte 9)
- 11 Nahversorgungszentrum Hardehauser Weg (s. Karte 9)
- 12 Nahversorgungszentrum Lichtenturmweg (s. Karte 9)
- 13 Nahversorgungszentrum Borchener Straße (s. Karte 9)
- 14 Nahversorgungszentrum Riemekestraße (s. Karte 9)
- 15 Nahversorgungszentrum Wewer (s. Karte 9)

45

Karte 6: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadtzentrum / Paderborner Innenstadt



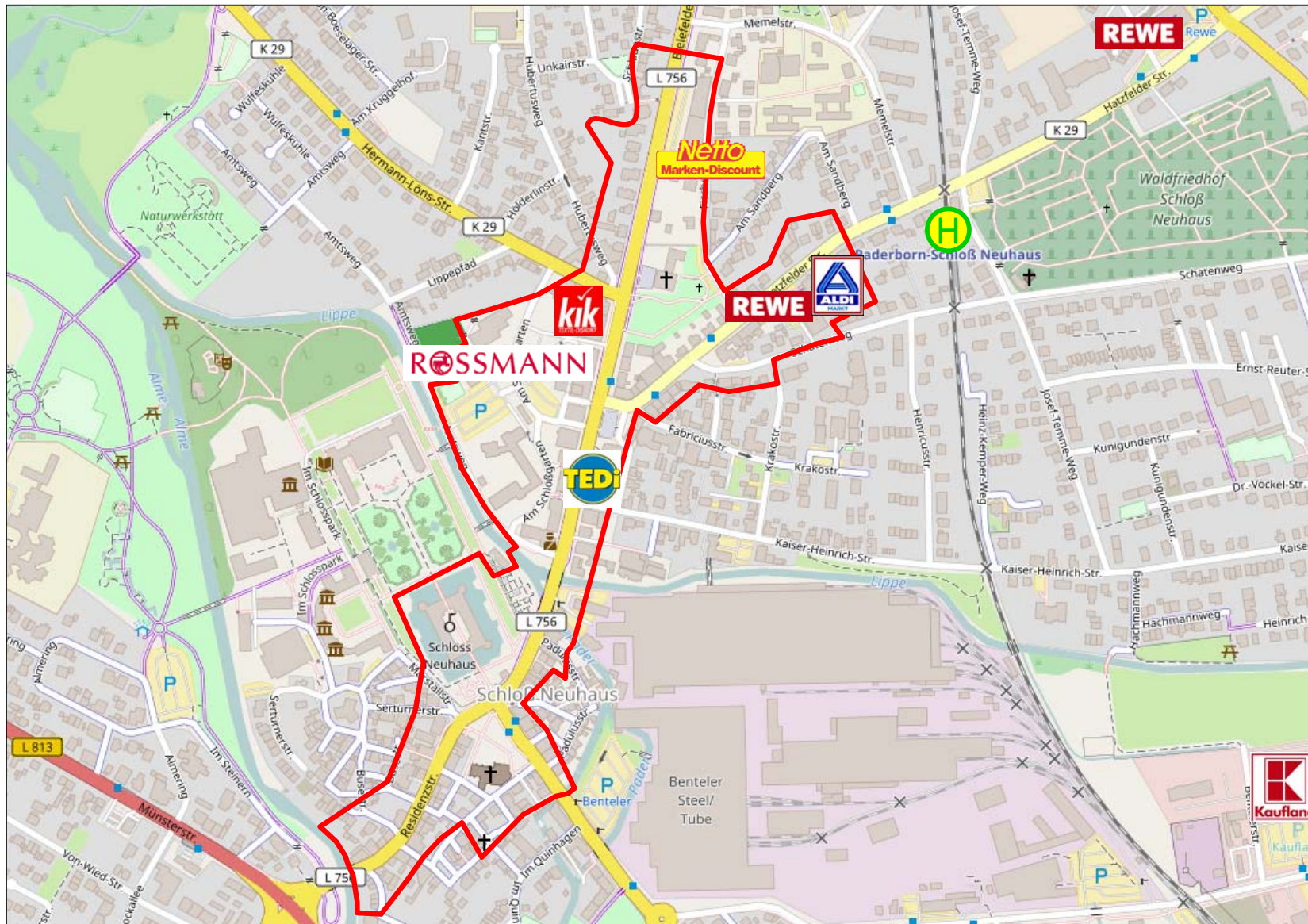
Legende

- Zentraler Versorgungsbereich Innenstadtzentrum
- Hauptlage
- Ergänzungsbereich

Die exakte Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche ist dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Paderborn zu entnehmen

Quelle: OpenStreetMap 2017;
GMA-Bearbeitung 2017

Karte 7: Zentraler Versorgungsbereich Stadtteilzentrum Schloß Neuhaus



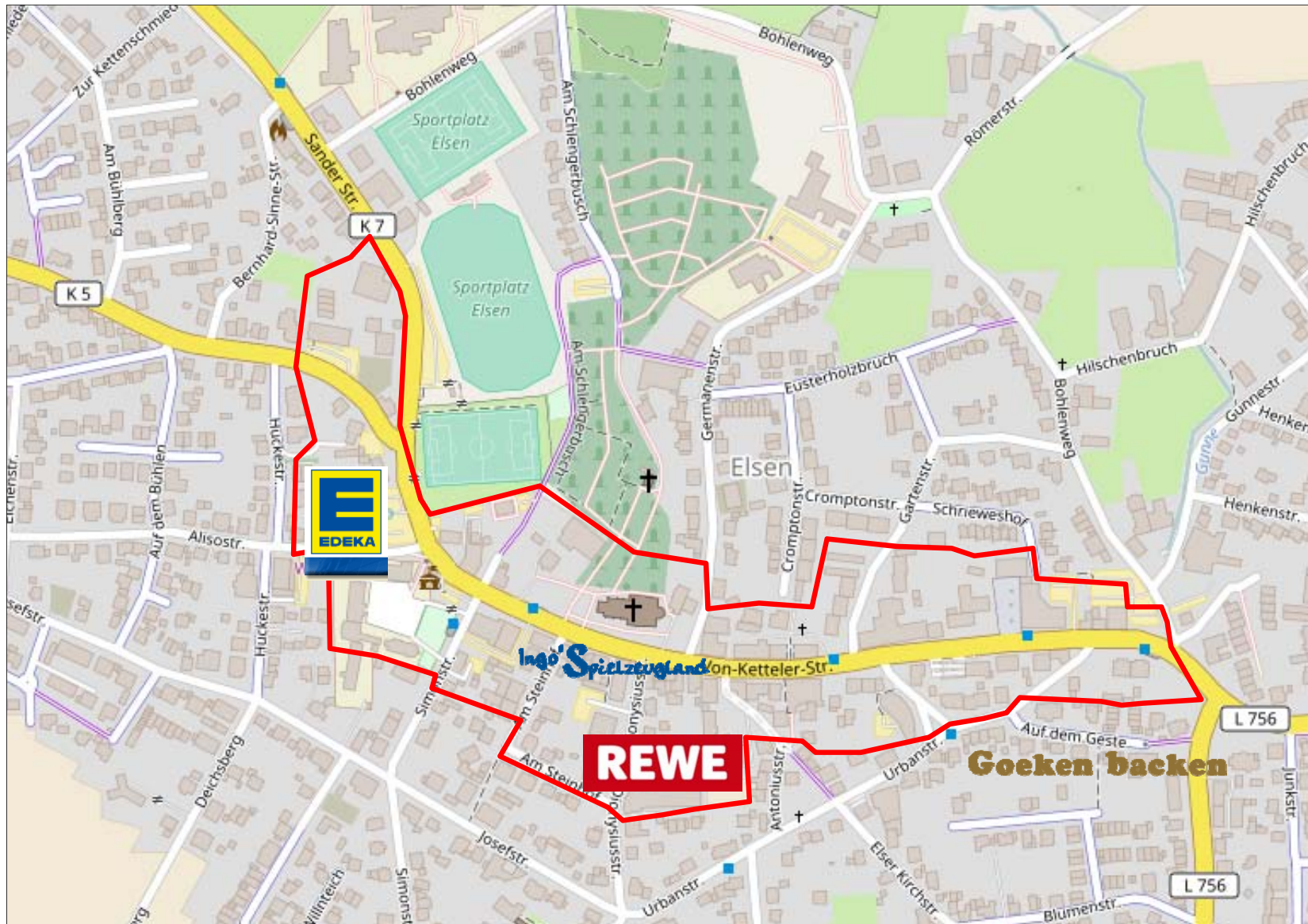
Legende

- Zentraler Versorgungsbereich
- Siedlungsflächen
- Gewerbeflächen
- Freiflächen
- P Parkplätze
- H Bushaltestelle

Die exakte Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche ist dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Paderborn zu entnehmen

Quelle: OpenStreetMap 2017;
GMA-Bearbeitung 2017

Karte 8: Zentraler Versorgungsbereich Stadtteilzentrum Elsen



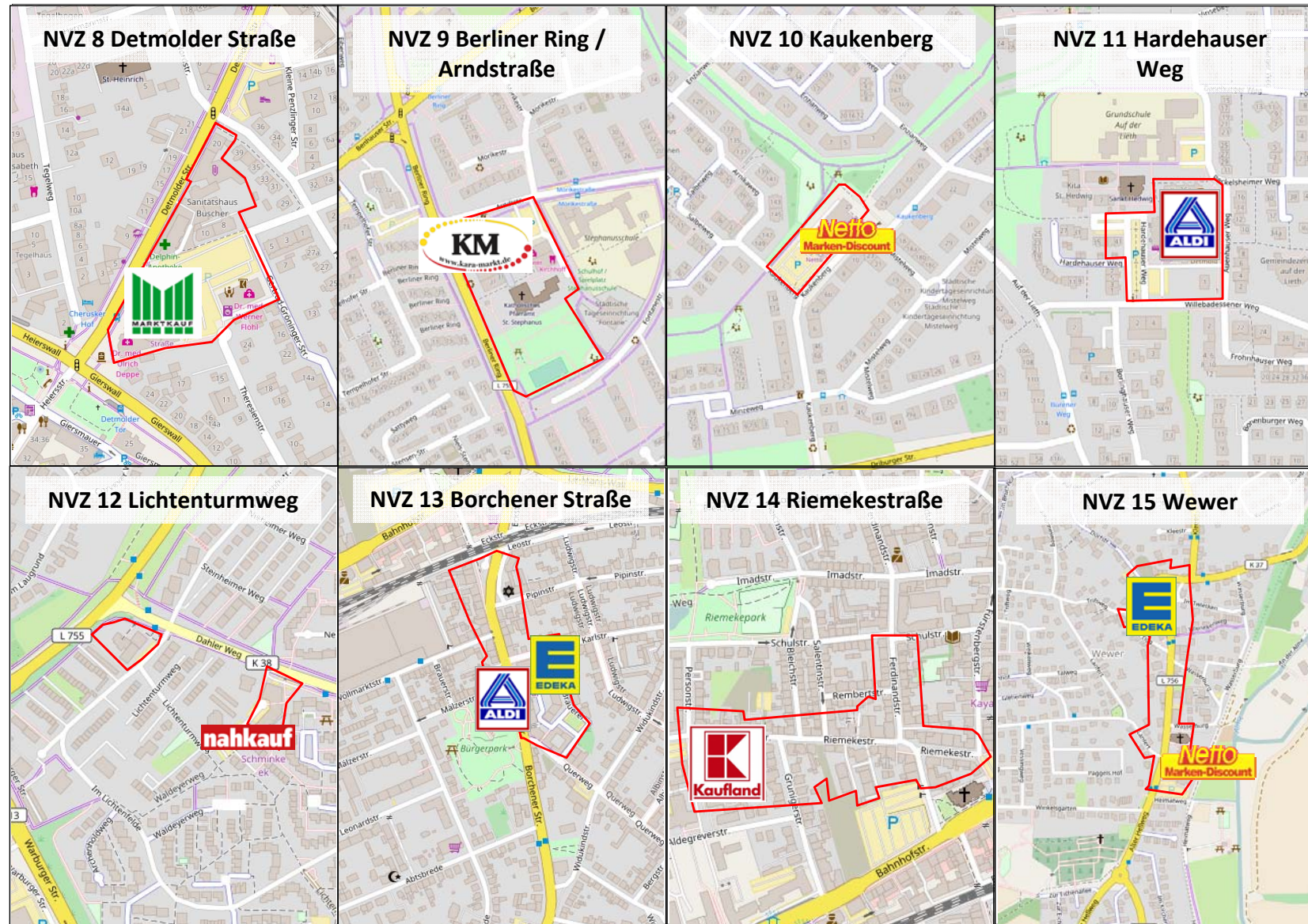
Legende

- Zentraler Versorgungsbereich
- Siedlungsflächen
- Gewerbeflächen
- Freiflächen
- Parkplätze

Die exakte Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche ist dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Paderborn zu entnehmen

Quelle: OpenStreetMap 2017;
GMA-Bearbeitung 2017

Karte 9: Zentrale Versorgungsbereiche / Nahversorgungszentren 8 – 15



Legende

- Zentraler Versorgungsbereich
- Siedlungsflächen
- Gewerbeflächen
- Freiflächen
- Parkplätze

Die exakte Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche ist dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Paderborn zu entnehmen

Quelle: OpenStreetMap 2017;
GMA-Bearbeitung 2017

III. Beurteilung der Festsetzungen

1. Methodischer Ansatz

Im vorliegenden Kapitel werden die möglichen absatzwirtschaftlichen Effekte im Hinblick auf städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen bewertet.³⁵ Dabei wird berücksichtigt, dass die Festsetzungsvorschläge den Betreibern zur Realisierung bzw. langfristigen Vermietung eine gewisse Flexibilität bei der Belegung der Flächen innerhalb der Gesamtverkaufsfläche zugestehen, die es diesen ermöglichen, die Flächen in Abhängigkeit von verschiedenen Komponenten (z. B. Wettbewerbsumfeld, Mieteranforderungen etc.) zu belegen.

Aus diesem Grund werden die Verkaufsflächen und Sortimentskonzepte als **Flächenpool** (= maximal mögliche Verkaufsfläche je Branche) für das Planvorhaben unter Berücksichtigung der möglichen Veränderung der Gesamtattraktivität des Standortes auf Basis maximaler Umsatzumverteilungen in den zentralen Versorgungsbereichen und den Versorgungsschwerpunkten der Bevölkerung im Untersuchungsraum dargestellt.

Gemäß den Festsetzungsvorschlägen für den Bebauungsplan wird berücksichtigt, dass die Gesamtverkaufsfläche für das Südring-Center maximal 18.100 m² und für das real SB-Warenhaus maximal 11.155 m² beträgt, da der Flächenpool nur die mögliche Verkaufsflächenerweiterung in einzelnen Sortimenten (bei gleichzeitiger Reduzierung der Verkaufsflächen in anderen Sortimenten), nicht jedoch eine Vergrößerung der Gesamtverkaufsfläche über die vorgenannten Größenordnungen hinaus ermöglicht. Die Umsatzumverteilungen infolge der Realisierung einer Erweiterung in der jeweiligen Branche werden in den nachfolgenden Tabellen absolut in Mio. € sowie prozentual dargestellt.

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

- Die **Attraktivität** des Angebotsstandortes und der Angebote im Umfeld (städtische und regionale Wettbewerbssituation). Die Attraktivität eines Angebotsstandortes wird dabei ausgedrückt durch den Verkaufsflächenumfang bzw. den Umsatz (vgl. Kapitel II.).
- Der **Distanzwiderstand** im Sinne der räumlichen Entfernung zwischen den Wettbewerbsstandorten und dem Untersuchungsstandort. Die Entfernungsdaten werden mithilfe eines sog. Routenplaners ermittelt.

³⁵ In diesem Zusammenhang nicht bewertet wird Ziel 7 (6.5-7) LEP NRW. Ziel 7 (6.5-7) LEP NRW setzt fest, dass Kern- und Sondergebiet abweichend von den Festsetzungen der Punkte 6.5-1 bis 6.5-6 (s. Kapitel I., 2.) möglich sind, wenn eine Verkaufsflächenbegrenzung erfolgt; ausnahmsweise ist eine geringfügige Erweiterung möglich. Voraussetzung ist, dass das Beeinträchtungsverbot nach Ziel 3 (6.5-3) LEP NRW eingehalten wird. Die Einhaltung von Ziel 3 ist daher eine notwendige, jedoch keine hinreichende Bedingung für geringfügige Verkaufsflächenerweiterungen im Bestand nach Ziel 7 (6.5-7) LEP NRW.

- Die **Intensität der Einkaufsbeziehungen**, u. a. basierend auf den Ergebnissen der Kundenwohnorterhebung für das Südring-Center bzw. das real SB-Warenhaus.
- Weitere **Faktoren** zur Gewichtung, wie z. B. Fristigkeit der zu bewertenden Branchen (kurz-, mittel-, langfristiger Bedarf und die Betriebstypenstrukturen in den zentralen Versorgungsbereichen und wesentlichen Versorgungslagen).

2. Wirtschaftliche, städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen

2.1 Allgemeine Vorbemerkung

Bei der Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen (= Umsatzumverteilungen) von Einzelhandelsvorhaben ist grundsätzlich zu unterscheiden zwischen Wettbewerbswirkungen und möglichen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Beeinträchtigungen. Wettbewerbliche Wirkungen können zwar zu – ggf. befristeten – Beeinträchtigungen von Betrieben in der Leistungsfähigkeit führen; jedoch schützen die Regelungen von BauGB und BauNVO sowie Ziele der Raumordnung den bestehenden Einzelhandel nicht vor Konkurrenz. Es geht hierbei vielmehr darum, zu bewerten, ob sich die Ansiedlung eines Einzelhandelsvorhabens negativ auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung in der Standortkommune sowie in Nachbarkommunen auswirkt (vgl. hierzu die Urteile des OVG Münster vom 06.06.2005, 10 D 145/04.NE und 10 D 148/04.NE).

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

Nach den Berechnungen der potenziellen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf Basis der jeweiligen Prognoseszenarien ist dann zu prüfen, in welchen Sortimenten diese wirtschaftlichen Auswirkungen möglicherweise in städtebauliche Auswirkungen umschlagen könnten. Rein wirtschaftliche Auswirkungen sind nicht zwingend als Begründung zur Beschränkung von Verkaufsflächen heranzuziehen³⁶; es ist vielmehr auf potenzielle städtebauliche Auswirkungen abzustellen. Betrachtet werden in der Stadt Paderborn im Wesentlichen die in Kapitel II., 1. genannten Einkaufslagen, im überörtlichen Einzugsgebiet die (faktischen) zentralen Versorgungsbereiche und relevanten Wettbewerbsstandorte (ab ca. 200 m² Verkaufsfläche).

Diese Vorgehensweise folgt der Prämisse, dass das Planvorhaben im Hinblick auf die Entwicklungsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche und die Versorgungsstrukturen für die Bevölkerung verträglich sein muss und keine wesentlichen negativen Auswirkungen hervorruft. Werden demnach die Umverteilungswirkungen im Wesentlichen auf den Einzelhandelsbestand in zentralen Versorgungsbereichen und an den sonstigen Versorgungsstandorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum bezogen und ergeben sich hieraus keine wesentlichen negativen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen, so ist dies auch für alle übrigen, weiter entfernt liegenden zentralen Versorgungsbereiche und Versorgungsstandorte festzuhalten, da Umverteilungswirkungen mit zunehmender Entfernung vom Projektstandort abnehmen.

2.2 Umsatzermittlung über das Marktanteilkonzept

Ausgehend von den Festsetzungsvorschlägen werden für die einzelnen Sortimente des Flächenpools die in der nachfolgenden Tabelle 20 ermittelten Marktanteile³⁷ bei einer vollständigen Realisierung der in den einzelnen Branchen gegebenen Verkaufsflächenspielräume erreicht. Dargestellt werden die zusätzlich erzielbaren Marktanteile, welche in einem Mehrumsatz im jeweiligen Sortiment führen können. Nur diese Mehrumsätze sind für die späteren Umsatzumverteilungsberechnungen relevant.³⁸

In den anschließenden Kapiteln werden die möglichen Auswirkungen nach einzelnen Standortlagen für die Sortimente dargestellt, in denen Umverteilungsquoten über 5 % erreicht werden.

³⁶ nach Ziel 3 (6.5-3) LEP NRW. Unberücksichtigt bleiben mögliche Beschränkungen von Verkaufsflächen gemäß Ziel 7 (6.5-7) LEP NRW.

³⁷ Kaufkraft im Sortiment x Marktanteil = Umsatz im Sortiment.

³⁸ Für das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel werden folgende zusätzliche Nutzungen im Südring-Center unterstellt und folgende Annahmen getroffen: Biomarkt (ca. 485 m² VK mit Nahrungs- und Genussmitteln = ca. 86 – 87 % der Gesamtverkaufsfläche von 560 m² des geplanten Biomarktes), restliche Erweiterungsfläche (ca. 585 m² VK) wird für Vollsortimenter genutzt, da eine Erweiterung im Vollsortiment den worst case darstellt. Eine Erweiterung des Discounters Aldi hätte im schlimmsten Fall eine Betriebsaufgabe des Anbieters Lidl, Warburger Straße, in nicht schützenswerter Lage zur Folge. Dies wäre ohne städtebauliche Relevanz. Demgegenüber ist bei der Erweiterung des Vollsortimenters zwar von niedrigeren Flächenproduktivitäten als bei einer Erweiterung des Discounters auszugehen. Dies stellt jedoch den worst case dar, da die Erweiterung im Vollsortiment insbesondere Anbieter in integrierten Lagen betrifft.

Tabelle 16: Mögliche zusätzliche Marktanteile und Umsätze für die geplanten Nutzungen

Kurzbezeichnung gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept Paderborn 2015	Stadt Paderborn			Zone II			Zone III			Summe Einzugsgebiet			Streuumsätze	Umsatz gesamt in Mio. €
	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	in Mio. €	
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren)	289,1	2	6,1	65,1	1	0,7	145,9	< 1	0,8	500,1	1 – 2	7,6	2,0	9,6
Parfümerieartikel, Drogeriewaren und Kosmetik (inkl. Wasch- und Putzmittel)	39,1	5	2,0	8,8	3	0,3	19,8	1 – 2	0,3	67,7	3 – 4	2,5	0,6	3,1
Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	18,5	3 – 4	0,7	4,1	2	< 0,1	9,3	1	< 0,1	31,9	2 – 3	0,8	0,2	1,0
(Schnitt-)Blumen	11,9	3 – 4	0,5	2,7	2 – 3	0,1	6,0	1 – 2	0,1	20,6	3	0,6	0,2	0,8
Papier / Büroartikel / Schreibwaren	14,8	3	0,5	3,4	2	0,1	7,4	1 – 2	0,1	25,6	2 – 3	0,6	0,2	0,8
Zeitungen / Zeitschriften	9,9	3 – 4	0,3	2,2	2	< 0,1	4,9	1 – 2	0,1	17,0	2 – 3	0,5	0,1	0,6
medizinische und orthopädische Geräte	18,5	2 – 3	0,5	4,1	1 – 2	0,1	9,3	1	0,1	31,9	2	0,6	0,3	0,9
Bücher	6,4	7	0,4	1,5	4 – 5	0,1	3,2	3 – 4	0,1	11,1	5 – 6	0,6	0,3	0,9
Spielwaren	6,1	8 – 9	0,5	1,4	7 – 8	0,1	3,1	6	0,2	10,6	7 – 8	0,8	0,4	1,2
Bekleidung	69,6	4 – 5	3,3	15,8	3 – 4	0,6	35,1	2 – 3	0,9	120,5	4	4,8	2,0	6,8
Schuhe / Lederwaren	20,2	1 – 2	0,3	4,5	1	< 0,1	10,2	< 1	0,1	34,9	1	0,4	0,2	0,6
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)	9,2	7 – 8	0,7	2,2	5 – 6	0,1	4,7	3 – 4	0,2	16,1	6	1,0	0,4	1,4
Elektrowaren	76,3	1 – 2	1,3	17,2	1 – 2	0,2	38,5	< 1	0,3	132,0	1 – 2	1,8	0,8	2,6
Glas / Porzellan / Keramik	13,2	1 – 2	0,2	2,9	1 – 2	< 0,1	6,7	< 1	0,1	22,8	1 – 2	0,3 – 0,4	0,1 – 0,2	0,5

Kurzbezeichnung gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept Paderborn 2015	Stadt Paderborn			Zone II			Zone III			Summe Einzugsgebiet			Streu-umsätze	Umsatz gesamt in Mio. €
	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	in Mio. €	
Hausrat	13,2	3 – 4	0,5	2,9	2 – 3	0,1	6,7	1 – 2	0,1	22,8	3	0,7	0,2	0,9
Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel)	13,2	2	0,3	2,9	1 – 2	< 0,1	6,7	< 1	< 0,1	22,8	1 – 2	0,3 – 0,4	0,1 – 0,2	0,5
Antiquitäten	55,1	< 1	0,1	12,4	< 0,1	< 0,1	27,8	< 1	< 0,1	95,3	< 1	0,2	0,1	0,3
Bettwaren (ohne Matratzen)	55,1	< 1	0,2	12,4	< 0,1	< 0,1	27,8	< 1	0,1	95,3	< 1	0,3	0,1	0,4
Haus-/ Bett-/ Tischwäsche	12,1	2	0,2	2,7	1 – 2	< 0,1	6,2	< 1	< 0,1	21,0	1 – 2	0,3	0,1	0,4
Heimtextilien / Gardinen	12,1	2	0,2	2,7	1 – 2	< 0,1	6,2	< 1	< 0,1	21,0	1 – 2	0,3	0,1	0,4
Kurzwaren / Schneidereibedarf / Handarbeiten	12,1	1	0,1	2,7	< 1	< 0,1	6,2	< 1	< 0,1	21,0	< 1	0,2	< 0,1	0,2 – 0,3
Teppiche	7,5	1 – 2	0,1	1,7	1	< 0,1	3,8	1	< 0,1	13,0	1 – 2	0,2	0,1	0,3
Augenoptik	8,1	5	0,4	1,9	3	0,1	4,1	2	0,1	14,1	4	0,5	0,2	0,8
Uhren / Schmuck	8,5	4	0,3	1,9	2 – 3	0,1	4,3	2	0,1	14,7	3 – 4	0,5	0,2	0,7
Kinderwagen	12,1	< 1	0,1	0,9	< 1	< 0,1	14,7	< 1	0,1	27,7	< 1	0,1 – 0,2	< 0,1	0,2

GPK = Glas / Porzellan / Keramik

GMA-Berechnungen 2017; ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich

2.3 Zusammensetzung der möglichen zusätzlichen Umsätze und Leistungskennziffern

Die möglichen Zusatzumsätze des Einkaufszentrums Südring-Center und real SB-Warenhauses setzen sich – differenziert nach den Sortimenten gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept festgesetzten Verkaufsflächen und Verkaufsflächen für Aktionswaren - wie folgt zusammen:

Tabelle 17: Zusammensetzung der möglichen zusätzlichen Umsätze / Flächenleistungen

Warengruppe gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2015	zuordbare Sortimente / Verkaufsflächen			zzgl. Umsätze mit Aktionswaren in Mio. € (brutto p. a.)*	möglicher Zusatzumsatz in Mio. € (brutto p. a.)
	möglicher Zusatzumsatz in Mio. € (brutto p. a.)	Verkaufsfläche in m ² VK	ca.-Flächenproduktivität in € / m ² VK		
Nahrungs- und Genussmittel, Getränke	9,3	2.180	4.300	0,3	9,6
Parfümerieartikel, Drogeriewaren und Kosmetik (inkl. Wasch- und Putzmittel)	2,9	600	4.800	0,2	3,1
Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	1,0	171	6.000	0,0	1,0
(Schnitt-)Blumen	0,7	247	2.800	0,1	0,8
Papier / Büroartikel / Schreibwaren	0,6	163	3.500	0,2	0,8
Zeitungen / Zeitschriften	0,6	209	3.000	0,0	0,6
medizinische und orthopädische Geräte	0,9	181	5.000	0,0	0,9
Bücher	0,8	274	2.900	0,1	0,9
Spielwaren	1,1	427	2.500	0,1	1,2
Bekleidung	6,5	1.673	3.900	0,3	6,8
Schuhe / Lederwaren	0,5	178	3.000	0,1	0,6
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)	1,2	340	3.600	0,2	1,4
Elektrowaren	2,4	575	4.200	0,2	2,6
Glas / Porzellan / Keramik	0,4 – 0,5	117	3.500	< 0,1	0,5
Hausrat	0,8 – 0,9	255	3.500	< 0,1	0,9
Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel)	0,4 – 0,5	125	3.500	< 0,1	0,5
Antiquitäten	0,2	86	2.500	0,1	0,3
Bettwaren (ohne Matratzen)	0,3 – 0,4	206	1.800	< 0,1	0,4
Haus-/ Bett-/ Tischwäsche	0,3 – 0,4	157	2.500	< 0,1	0,4
Heimtextilien / Gardinen	0,3 – 0,4	164	2.300	< 0,1	0,4
Kurzwaren / Schneidereibedarf / Handarbeiten	0,2 – 0,3	88	2.500	0,0	0,2 – 0,3
Teppiche	0,2	86	2.300	0,1	0,3
Augenoptik	0,8	145	5.500	0,0	0,8
Uhren / Schmuck	0,6	82	7.000	0,1	0,7
Kinderwagen	0,2	118	2.000	0,0	0,2

* Die Flächen für Aktionswaren sollen gemäß den Festsetzungsvorschlägen nicht wesentlich ausgeweitet werden. Jedoch handelt es sich um Flächen, die nicht eindeutig einem Sortiment zugeordnet werden können. Die vorliegende Untersuchung berücksichtigt als worst case-Ansatz i. S. e. „Flächenpools“ dass diese Flächen dominierend mit den oben genannten Sortimenten belegt werden können.

GMA-Berechnungen 2017

2.4 Bewertung möglicher Auswirkungen

2.4.1 Mögliche Auswirkungen in der Innenstadt Paderborn

Die von den Festsetzungsvorschlägen möglichen ausgehenden Auswirkungen auf das Innenstadtzentrum Paderborn sind wie folgt zu bewerten (Darstellung der Sortimente mit einer Umverteilungsquote > 5 % sowie des innerstädtischen Leitsortiments Bekleidung):

- Beim zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortiment **Parfümerieartikel, Drogeriewaren und Kosmetika (inkl. Wasch- und Putzmittel)** sind gegenüber dem Innenstadtzentrum Paderborn Umsatzumverteilungen von bis zu 1,1 Mio. € bzw. 6 – 7 % zu erwarten. Hier ist mit drei Filialen der nationalen Drogeriekette Rossmann, einer Filiale des Hauptwettbewerbers dm sowie mehreren Parfümerie- und Kosmetikanbietern, teils Filialisten (z. B. 2x Douglas, Lush, Papillote Haar-Shop, Rituals), teils inhabergeführte Fachgeschäfte (u. a. Arnold Kosmetikinstitut) ein konzentriertes Angebot vorhanden, das mit 16 – 17 Mio. € einen Großteil der Umsatzleistung in diesem Segment erwirtschaftet. Die möglichen Umverteilungswirkungen können zwar spürbar sein, sind aufgrund der Angebotskompetenz der Paderborner Innenstadt jedoch rein wettbewerblicher Natur. Städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen können in diesem Sortiment in der Paderborner Innenstadt ausgeschlossen werden.
- Bei den zentrenrelevanten Sortimenten werden mit bis zu 0,2 – 0,3 Mio. € bzw. 7 % höhere Umverteilungswirkungen bei **medizinischen und orthopädischen Geräten** erreicht. Hier sind in der Paderborner Innenstadt vier spezialisierte Fachanbieter, z. T. in Nebenlagen (Königsplätze, Heiersstraße) mit kleinen Verkaufsflächen vorhanden. Aufgrund der Lage und da es sich nur um kleinflächige Anbieter handelt, übernehmen diese innerhalb der Paderborner Innenstadt keine wesentlichen Magnetfunktionen, sodass auch die Aufgabe eines dieser Betriebe nicht zu städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen führen würde. Bei der Umverteilungsquote handelt es sich jedoch um eine wettbewerbsübliche Größenordnung, die keine Betriebsaufgabe erwarten lässt.
- Das Sortiment **Spielwaren** wird in der Paderborner Innenstadt insbesondere durch einen mittelflächigen Anbieter (Sophie's Welt) in der Nähe des Marienplatzes sowie die Teilflächen des Warenhauses Galeria Kaufhof geprägt. Vor dem Hintergrund der eher geringen Ausstattung der Paderborner Innenstadt in diesem Segment führt bereits eine Umsatzumverteilung von max. 0,1 Mio. € zu einer Umverteilungsquote von ca. 7 %. Während bei Galeria Kaufhof nur Teilflächen betroffen sind und der Großteil des Umsatzes mit anderen Sortimenten erzielt wird, d. h. etwaige Umsatzverluste kompensierbar sind, dürften die Umsatzumverteilungen für den Anbieter Sophie's Welt

spürbar, aber verkraftbar sein. Betriebliche Auswirkungen und in der Folge städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen sind in diesem Sortiment in der Paderborner Innenstadt nicht zu erwarten. Hier ist vielmehr davon auszugehen, dass sich die Wettbewerbswirkungen in erster Linie mit dem Anbieter Toys World am Sonderstandort Dören und damit in dezentraler Lage vollziehen werden.

- Im innerstädtischen Leitsortiment **Bekleidung** werden mit bis zu 4,9 Mio. € Umsatzumverteilung die mit Abstand die höchsten Werte erreicht, sofern die Obergrenze der Festsetzungsvorschläge umgesetzt wird. Bezogen auf den derzeitigen Bestand entspricht dies einer Umverteilungsquote von 4 – 5 %. Die Paderborner Innenstadt weist in diesem Sortiment einen Anteil von ca. 60 % an der Verkaufsflächenausstattung aller zentrenrelevanten Sortimente in der Innenstadt Paderborn auf, weshalb sich die Umverteilungswirkungen auf zahlreiche Anbieter in der Innenstadt beziehen und – je nach Ausrichtung des Angebotes im Südring-Center bzw. im real SB-Warenhaus – auch zur Schließung einzelner Anbieter führen können. Betroffen sein dürften v. a. Neben- und Randlagen mit unprofilierten Fachgeschäften, während die Umverteilungswirkungen für die Haupteinkaufslage und insbesondere auch die dort ansässigen Magnetbetriebe als verkraftbar einzuordnen ist. Gleichwohl ist angesichts der Höhe der möglichen Umverteilungswirkungen in der o. g. Größenordnung jedoch von einer Einschränkung der Entwicklungsmöglichkeiten der Paderborner Innenstadt in diesem innerstädtischen Leitsortiment auszugehen. Die (wettbewerblichen) Auswirkungen sind der Abwägung durch die Stadt Paderborn zugänglich.

- Das zentrenrelevante Sortiment **Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)** ist mit knapp 2.500 m² Verkaufsfläche in der Paderborner Innenstadt vertreten. Neben den Teilflächen der großen Waren- / Kaufhäuser Galeria Kaufhof und Klingenthal sind hier auch kleinflächige, z. T. spezialisierte Sportanbieter ansässig. Bezogen auf die gegenwärtigen Umsätze dieser Anbieter belaufen sich etwaige Umsatzumverteilungen auf max. 7 – 8 % (ca. 0,7 Mio. €), die als spürbar zu bezeichnen sind und zur Schließung eines kleineren Anbieters führen können. Demgegenüber sind etwaige Auswirkungen auf die Sportabteilungen von Galeria Kaufhof und Klingenthal als kompensierbar einzuschätzen, zumal der Großteil des Umsatzes dieser Anbieter mit anderen Sortimenten erzielt wird und insbesondere der Anbieter Klingenthal mit der Neuetaблиerung seiner Sportabteilung auf ca. 1.500 m² Verkaufsfläche als konkurrenzfähiger Kompetenzanbieter zu sehen ist. Etwaige betriebliche Auswirkungen würden sich am ehesten auf einen kleinflächigen Anbieters außerhalb der Haupteinkaufslage Westernstraße beziehen und könnten damit zu einem (weiteren) Leerstand in der Straße Kamp bzw. in Nebenlage führen. Da es sich hierbei jedoch um einen nicht strukturprägenden Anbieter handelt und die Umverteilungsquote mit 7 – 8 % in einem noch wettbewerbsüblichen

Rahmen liegt, können städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen nicht abgeleitet werden. Die (wettbewerblichen) Auswirkungen sind der Abwägung durch die Stadt Paderborn zugänglich.

- Im Sortiment **Elektrowaren** können die Umsatzumverteilungswirkungen mit bis zu 1,1 – 1,2 Mio. € bzw. 5 – 6 % ebenfalls nennenswert ausfallen. Sie beziehen sich in erster Linie auf den Saturn Elektrofachmarkt, der mit über 3.000 m² den Großteil des Angebotes in der Paderborner Innenstadt ausmacht. Aufgrund der Höhe der Umsatzumverteilungen können die Auswirkungen spürbar sein, liegen jedoch nach den Bewertungsmaßstäben des Beeinträchtigungsverbots auf einem noch verkraftbaren Niveau. Jedoch ist auf die hohe Bedeutung des Saturn Elektrofachmarktes in der südöstlichen Innenstadt hinzuweisen, da dort außer diesem Anbieter kein größerer Magnetbetrieb ansässig ist und dieser auch innerhalb der schwächelnden Libori-Galerie wesentliche Frequenzfunktionen übernimmt. In der übrigen Innenstadt sind – neben einer kleinen Teilfläche im Warenhaus Galeria Kaufhof – ausschließlich kleinflächige Anbieter zu nennen, die schwerpunktmäßig der Telekommunikationsbranche zuzuordnen sind. Hier kann es – dem allgemeinen Trend folgend – zu einem Rückzug einzelner Anbieter kommen. Da diese jedoch kleinflächig sind und größtenteils Verkaufsflächen von 50 m² und kleiner aufweisen, stellen diese keine strukturprägenden Anbieter innerhalb der Paderborner Innenstadt dar, sodass städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen nicht entstehen können.

- Die Warengruppe **Glas / Porzellan / Keramik, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf** wird in der Paderborner Innenstadt schwerpunktmäßig sowohl durch mittel- und hochwertige (z. B. Leonardo, IdeenRaum, Dhokan Exklusiv-Schmuck & Interieur) als auch discountorientierte Anbieter (u. a. TEDi, Nanu Nana) geprägt. Während bei Wohneinrichtungsbedarf eine Umverteilungsquote von 4 – 5 % nicht überschritten wird, belaufen sich die Umverteilungsquoten bei Hausrat auf max. 10 % und bei Glas / Porzellan / Keramik auf max. 6 %. Angesichts der Höhe der Umverteilungsquote können damit bei Hausrat im Innenstadtzentrum der Stadt Paderborn einzelne Betriebsaufgaben verbunden sein, städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen sind damit jedoch nicht verbunden, da keine Magnetbetriebe betroffen sind.

- Ähnliches gilt für das Sortiment **Haus- / Bett- / Tischwäsche**, wo das Angebot nicht so zahlreich wie bei GPK / Hausrat / Wohneinrichtungsbedarf ist und mit Ausnahme von Betten Wegener und Teilflächen von Galeria Kaufhof je Einzelbetrieb ebenfalls z. T. deutlich unter 250 m² VK liegt. Aufgrund des geringeren Angebotes führt hier bereits eine Umsatzumverteilung von unter 0,1 Mio. € zu einer Umverteilungsquote von ca. 5

– 6 %. Aufgrund der geringen absoluten und relativen Höhe der Umsatzumverteilungen sind städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen nicht zu erwarten.

- Nicht zuletzt weist auch das Sortiment **Augenoptik** mit 5 – 6 % eine Umverteilungsquote > 5 % auf. In der Paderborner Innenstadt sind zahlreiche Augenoptiker vertreten, sodass das Innenstadtzentrum eine hohe Angebotskompetenz in diesem Segment aufweist. Vor diesem Hintergrund ist die ermittelte Umverteilungsquote von max. 5 – 6 % als absolut verkraftbar zu bewerten, zumal die einzelnen Anbieter keine strukturprägende Bedeutung innerhalb der Paderborner Innenstadt einnehmen. Städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen sind in diesem Sortiment in der Paderborner Innenstadt nicht zu erwarten.
- Bei allen **übrigen, textlich nicht genannten Sortimenten** liegen die Umverteilungsquoten bei max. 5 % und damit in einer absolut wettbewerbsüblichen Größenordnung. Städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen sind im Innenstadtzentrum Paderborn hier nicht zu erwarten.

2.4.2 Mögliche Auswirkungen in den Stadtteilzentren

Mögliche Auswirkungen in den beiden Stadtteilzentren Schloß Neuhaus und Elsen sind in den projektrelevanten Sortimenten mit einer Umverteilungsquote > 5 % wie folgt zu bewerten:

- Mit den Festsetzungsvorschlägen kann es beim zentrenrelevanten Sortiment **medizinische und orthopädische Artikel** zu höheren Umverteilungswirkungen (max. 7 %) im Stadtteilzentrum Schloß Neuhaus kommen. Hier ist ein kleinflächiger Anbieter ansässig. Aufgrund der Höhe der Umverteilungswirkungen ist nicht mit einer Betriebsaufgabe des Anbieters zu rechnen. Städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen sind nicht zu erwarten.
- In den **übrigen zentrenrelevanten Sortimenten** liegen etwaige Umsatzauswirkungen auf einem absolut niedrigen Niveau, d. h. unterhalb einer rechnerischen Nachweischwelle (< 0,05 Mio. €). Städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen können hier ausgeschlossen werden.

2.4.3 Mögliche Auswirkungen in den Nahversorgungszentren

Die Auswirkungen auf die Zentren- und Versorgungsstrukturen der untersuchten Nahversorgungszentren 8 – 15 in der Kernstadt und im südlichen Stadtgebiet Paderborn in Folge möglicher Verkaufsflächenausweitung auf Grundlage der Festsetzungsvorschläge können bei folgenden Sortimenten eine Umverteilungsquote von > 5 % erreichen und sind wie folgt zu bewerten:

Aufgrund der räumlichen Nähe und weil dieses Sortiment überwiegend wohnortnah eingekauft wird, werden die etwaigen Auswirkungen im zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortiment **Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren), Getränke** insbesondere in den Nahversorgungszentren 8 – 14 in der Kernstadt sowie im Nahversorgungszentrum 15 Wewer erfolgen. Eine Umverteilungsquote > 5 % wird nur in dem am nächsten gelegenen Nahversorgungszentrum Lichtenturm durch die Bauleitplanung im Falle einer vollständigen Ausschöpfung der Festsetzungsobergrenze erreicht (5 – 6 %). In Zusammenschau mit dem Vorhaben für einen Vollsortimenter am Standort Springbach Höfe können sich allerdings für einzelne Nahversorgungszentren auch höhere Umverteilungsquoten ergeben, da sich die Einzugsgebiete der beiden Handelsstandorte überschneiden. So können sich die Umverteilungsquoten für die betroffenen Nahversorgungszentren 9 Berliner Ring / Arndtstraße max. 6 %, 10 Kaukenberg auf bis zu 7 %, 11 Hardehauser Weg auf max. 8 % und 12 Lichtenturmweg auf max. 11 % belaufen.³⁹ Während die möglichen Umsatzverlust für die Nahversorgungszentren 9, 10 und 11 aufgrund der moderaten Umsatzumverteilung und des z. T. geringen betrieblichen Überschneidungsgrades (ethnischer Lebensmitteleinzelhandel, Discounter) mit den dort ansässigen Lebensmittelmärkten⁴⁰ als verkraftbar zu bewerten ist, kann der kleinflächige nahkauf-Markt im Nahversorgungszentrum 12 Lichtenturmweg weiter unter Druck geraten. Dieser verfügt über unzeitgemäße Standortrahmenbedingungen (v. a. kleine Verkaufsfläche, kaum eigene Stellplätze) und übernimmt innerhalb einer kleinen Ladenzeile wichtige Frequenz- und Versorgungsfunktion innerhalb dieses zweigeteilten zentralen Versorgungsbereichs. Da der Lebensmittelmarkt nicht mehr zeitgemäß aufgestellt ist, jedoch ein ausreichend großes absatzwirtschaftliches Entwicklungspotenzial innerhalb des stark verdichteten Wohngebietes rund um den Dahlemer Weg⁴¹ mit einem entsprechenden Versorgungsauftrag für ein fußläufiges Umfeld hat, wird empfohlen, die Prüfung zur Neuaufstellung des Lebensmittelmarktes voranzutreiben. Damit könnte dieser Lebensmittelmarkt mittel- bis langfristig gesichert werden.

Beim zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortiment **Parfümerieartikel, Drogeriewaren und Kosmetika (inkl. Wasch- und Putzmittel)** kann es in den beiden Nahversorgungszentren 13 Borchener Straße (Umsatzumverteilung < 0,1 Mio. €, Umverteilungsquote max. 8 %) und 14 Riemekestraße (0,1 – 0,2 Mio. €, max. 7 – 8 %) zu höheren

³⁹ addierte Werte aus GMA-Berechnung und Stadt + Handel, Verträglichkeitsanalyse für die geplante Ansiedlung eines Supermarktes im Bereich des neuen Wohngebiets „Springbach Höhe“ gem. § 11 Abs. 3 BauNVO, 18. Februar 2016; 1. Bauabschnitt.

⁴⁰ Nahversorgungszentrum 9 Berliner Ring / Arndtstraße: M. Kara Lebensmittel (ethnischer Lebensmitteleinzelhandel); 10 Kaukenberg: Netto; 11 Hardehauser Weg: Aldi Nord.

⁴¹ In dem Bereich zwischen B 64, Warburger Straße, Ludwigsfelder Ring und Krumme Grund leben etwa 3.700 Einwohner.

Umverteilungsquoten kommen, während etwaige Auswirkungen in den übrigen Nahversorgungszentren unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze liegen. Ungeachtet dessen beziehen sich die möglichen Auswirkungen in allen relevanten Nahversorgungszentren ausnahmslos auf die Teilflächen der dort ansässigen Lebensmittelmärkte. Da diese den wesentlichen Teil ihres Umsatzes mit Nahrungs- und Genussmitteln generieren und die Umverteilungsquote mit max. 8 % in einer noch wettbewerbsüblichen Größenordnung liegt, sind betriebliche und in der Folge städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen nicht zu erwarten.

- Schließlich wird beim zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortiment **Papier- / Büro- / Schreibwaren** mit max. 0,1 Mio. € bzw. 5 – 6 % im Nahversorgungszentrum 8 Detmolder Straße eine prüfrelevante Größenordnung erreicht, wo ein strukturprägender, mittelflächiger Anbieter vorhanden ist. Zudem ist auf die Teilflächen im großen Supermarkt Marktkauf hinzuweisen. Angesichts der wettbewerbsüblichen Größenordnung der möglichen Auswirkungen sowie der Leistungsfähigkeit der beiden genannten Anbieter sind betriebliche und in der Folge städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen nicht zu erwarten.
- Beim zentrenrelevanten Sortiment **medizinische und orthopädische Geräte** ist in den drei Nahversorgungszentren 8 Detmolder Straße, 13 Borchener Straße und 14 Riemkestraße jeweils ein Fachanbieter auf jeweils kleiner Verkaufsfläche ansässig. Während etwaige Auswirkungen gegenüber dem Anbieter im Nahversorgungszentrum 14 Riemkestraße nicht nachweisbar sind, können die Auswirkungen gegenüber dem Anbieter im Nahversorgungszentrum 8 Detmolder Straße mit max. 6 % und gegenüber dem Nahversorgungszentrum 13 Borchener Straße mit max. 8 – 9 % nennenswert ausfallen. Diese beziehen sich jedoch auf kleinflächige Anbieter, die keine strukturprägende Funktion innerhalb des jeweiligen zentralen Versorgungsbereichs innehaben. Städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen können somit nicht abgeleitet werden. Zudem ist anzumerken, dass die Nahversorgungszentren für zentrenrelevante Sortimente nur eingeschränkt einen Versorgungsauftrag haben.
- In den Nahversorgungszentren belaufen sich etwaige Umsatzumverteilungen beim zentrenrelevanten Sortiment **Bekleidung** auf jeweils unter 0,1 Mio. € und sind nur in den Nahversorgungszentren 14 Riemkestraße sowie 15 Wewer mit jeweils 5 – 6 % nachweisbar. Hier ist jeweils ein Fachgeschäft ansässig bzw. sind mit Teilflächen im SB-Warenhaus Kaufland (Riemkestraße) bzw. Netto (Wewer) auch weitere Angebote vorhanden. Da sich die Umverteilungen auf einem niedrigen Niveau bewegen und sich im Falle von Kaufland und Netto nur auf Teilflächen beziehen, ist von rein wettbewerbslichen Auswirkungen ohne Folgewirkungen auf Städtebau oder Versorgung zu spre-

chen. In den übrigen Nahversorgungszentren liegen etwaige Umverteilungen unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze, sodass städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen ausgeschlossen werden können.

- Aufgrund der räumlichen Nähe und einer systemähnlichen Angebotsform wie real können etwaige Auswirkungen bei **Sportartikeln (inkl. Sportbekleidung)** gegenüber dem Anbieter Kaufland im Nahversorgungszentrum 14 Riemekestraße max. 12 % erreichen. Diese beziehen sich jedoch auf untergeordnete Teilflächen im Kaufland-Markt und liegen mit unter 0,1 Mio. € auf einem absolut niedrigen Niveau. Da der wesentliche Teil des Umsatzes mit anderen Sortimenten erzielt wird, können betriebliche und in der Folge städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen ausgeschlossen werden. Gleiches gilt für die übrigen Nahversorgungszentren, wo keine Angebote bei Sport vorhanden sind bzw. etwaige Auswirkungen unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze liegen.
- Gleiches gilt für das Sortiment **Hausrat**, wo sich etwaige Auswirkungen ebenfalls vollständig auf das Kaufland SB-Warenhaus und die dort vorhandenen Teilflächen richten (Umverteilungsquote ca. 11 – 12 %). Auch hier liegen die Umsatzumverteilungen bei unter 0,1 Mio. € und betreffen nur einen Teil der Gesamtumsätze des Betriebs, sodass keine betrieblichen und damit städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen abgeleitet werden können. In den übrigen Nahversorgungszentren liegen die möglichen Auswirkungen jeweils deutlich unter 0,1 Mio. € und sind nicht mehr nachweisbar. Diese beziehen sich zudem ausschließlich auf Teilflächen der dort ansässigen Lebensmittelmärkte, da ein eigenständiges Fachangebot nicht vorhanden ist.
- Nicht zuletzt liegen beim Sortiment **Augenoptik** die möglichen Auswirkungen gegenüber einem Nahversorgungszentrum (14 Riemekestraße) in einer prüfrelevanten Größenordnung (Umverteilungsquote max. 6 %). Hier ist ein inhabergeführtes Fachgeschäft ansässig. Mögliche Auswirkungen können spürbar sein, sind jedoch rein wettbewerblicher Natur, da eine betriebliche Beeinträchtigung nicht zu erwarten ist. Städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen können ausgeschlossen werden.
- Bei den **übrigen, textlich nicht behandelten Sortimenten** sind mögliche Auswirkungen so gering, dass diese nicht mehr nachweisbar sind (< 0,05 Mio. € Umsatzumverteilung je Einzellege). Städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen sind hier nicht zu erwarten.

2.4.4 Mögliche Auswirkungen in sonstigen Lagen in der Stadt Paderborn

Gegenüber den sonstigen wesentlichen (Nahversorgungs-)Lagen in der Stadt Paderborn werden bei folgenden Sortimenten Umverteilungsquoten > 5 % erwartet:

- Weitere **Lebensmittelmärkte** in integrierter Lage, die sich im näheren Standortumfeld des Planstandortes befinden (Rewe und Lidl Warburger Straße), sind nicht gefährdet. Hier können die Umverteilungswirkungen mit bis zu 8 % zwar ebenfalls spürbar ausfallen, beziehen sich aber aufgrund der räumlichen Nähe in erster Linie auf den Lidl Lebensmitteldiscounter an der Warburger Straße in nicht schützenswerter Lage.⁴² Versorgungsstrukturelle Auswirkungen gehen damit nicht einher. Es sind jedoch unter den für das Lebensmittelsegment getroffenen Annahmen (vgl. Kap. III., 2.2) keine Betriebsaufgaben in den Lagen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche zu erwarten.
- Im Bereich **Apothekerwaren** kann durch die Bauleitplanung bei vollständiger Ausschöpfung der Verkaufsflächenobergrenze eine Umverteilungsquote von max. 7 % in sonstigen Lagen der Stadt Paderborn ausgelöst werden. Hier kann eine einzelne Betriebsaufgabe nicht ausgeschlossen werden. Jedoch befindet sich in nahezu jedem zentralen Versorgungsbereich eine Apotheke, sodass keine versorgungsstrukturellen Auswirkungen abzuleiten sind.
- Beim Sortiment **Spielwaren** können sich die Umverteilungswirkungen gegenüber Anbieter in Streulagen und dezentralen Lagen auf max. 10 – 11 % (ca. 0,7 – 0,8 Mio. €) belaufen. Hier ist in erster Linie der Anbieter Toys World am Sonderstandort Dören anzusprechen. Da es sich hierbei um eine rein autokundenorientierte Lage ohne städtebauliche Schutzwürdigkeit handelt, stellt eine mögliche Betriebsaufgabe des Anbieters eine reine wettbewerbliche Auswirkung dar, sodass städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen nicht abgeleitet werden können.
- Die Sortimente **Glas / Porzellan / Keramik** und **Hausrat** werden außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche schwerpunktmäßig an den Sonderstandorten angeboten (v. a. Möbel Finke, Poco, Roller). Hier können sich etwaige Umverteilungswirkungen auf bis zu 7 % bei Glas / Porzellan / Keramik und 12 % bei Hausrat belaufen. Da es sich um Teilflächen der o. g. Anbieter handelt und der wesentliche Teil des Umsatzes mit anderen Sortimenten erzielt wird, sind betriebliche Auswirkungen nicht zu erwarten. Zudem handelt es sich bei diesen Anbietern um dezentrale Standorte, sodass eine städtebauliche Schutzwürdigkeit nicht gegeben ist.

⁴²

Bei der Lage des Lidl Lebensmitteldiscounters an der Warburger Straße handelt es sich um eine nicht integrierte, autokundenorientierte Lage, während der Rewe Supermarkt an der Warburger Straße in integrierter Streulage liegt.

- Ähnliches gilt für **Heimtextilien / Gardinen** und **Teppiche**, wo Umsätze in erster Linie gegenüber den dezentral verorteten Anbietern umverteilt werden (max. 7 – 8 % bei Heimtextilien / Gardinen und max. 7 % bei Teppichen). Betriebliche und in der Folge städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen sind hier – nicht zuletzt aufgrund der geringen Größenordnung der Umsatzumverteilungen und weil sich die Wettbewerbswirkungen fast ausschließlich auf dezentral verortete Anbieter beziehen, in denen diese Sortimente nur auf Teilflächen geführt werden – nicht abzuleiten.

2.4.5 Mögliche Auswirkungen im überörtlichen Einzugsgebiet

Außerhalb der Stadt Paderborn sind die Umverteilungswirkungen wie folgt zu bewerten:

- In der Gemeinde Borchlen reduzieren sich in Folge der Beschränkung des Sortiments **Nahrungs- und Genussmittel** etwaige Umverteilungswirkungen auf 1,1 – 1,2 Mio. € bzw. 5 – 6 %. Dieser Wert ist als absolut verkraftbar für die beiden in Borchlen ansässigen Vollsortimenter Edeka und Combi sowie die drei Lebensmitteldiscounter Aldi, Lidl und Penny zu bewerten. Etwaige strukturelle Auswirkungen sind in Folge einer möglichen Verkaufsflächenerweiterung in diesem Sortiment am Standort Südring-Center / real nicht zu erwarten.
- Für das Sortiment **Parfümerieartikel, Drogeriewaren und Kosmetika** ist zunächst anzumerken, dass in der Gemeinde Borchlen kein Anbieter von Drogeriewaren, Parfümerieartikeln und Kosmetika vorhanden ist. Es wird zwar eine höhere Umverteilungsquote erreicht (max. 10 – 11 %). Da die Auswirkungen jedoch ausschließlich die Teilflächen der Lebensmittelmärkte betreffen, die ihren Umsatz mit anderen Sortimenten erzielen, sind betriebliche und in der Folge städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen in diesem Sortiment nicht zu erwarten.
- Mögliche Auswirkungen sind in den **übrigen Sortimenten** nicht nachweisbar und liegen unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze. Eine Ausnahme stellen die Sortimente Bekleidung mit max. 2 – 3 % (Salzkotten) und Elektrowaren mit max. 4 % (Büren) dar. Aufgrund der geringen Höhe der Umverteilungswirkungen ist dieser Wert jedoch als absolut verkraftbar zu bezeichnen, sodass städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen im Umland von Paderborn ausgeschlossen werden können.

Tabelle 18: Umsatzumverteilungswirkungen innerhalb und außerhalb des Einzugsgebietes

Kurzbezeichnung gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept Paderborn 2015	Umsatzumverteilung in der Stadt Paderborn	Umsatzumverteilung in Zone II	Umsatzumverteilung in Zone III	Umsatzumverteilung im Einzugsgebiet gesamt	Umsatzumverteilung außerhalb des Einzugsgebietes	Summe Umsatzumverteilung gesamt
	in Mio. €					
Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente gemäß Paderborner Liste						
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren), Getränke	5,7 – 5,8	1,9	0,9 – 1,0	8,6	1,0	9,6
Parfümerieartikel, Drogeriewaren und Kosmetik (inkl. Wasch- und Putzmittel)	2,0	0,3	0,5	2,8	0,3	3,1
Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	0,6 – 0,7	0,2	0,1	0,9 – 1,0	< 0,1	1,0
(Schnitt-)Blumen	0,5	< 0,1	0,1 – 0,2	0,7	0,1	0,8
Papier / Büroartikel / Schreibwaren	0,5 – 0,6	< 0,1	0,1	0,7	0,1	0,8
Zeitungen / Zeitschriften	0,4	< 0,1	< 0,1	0,5	0,1	0,6
Zentrenrelevante Sortimente gemäß Paderborner Liste						
medizinische und orthopädische Geräte	0,7	0,0	< 0,1	0,7	0,2	0,9
Bücher	0,7	< 0,1	< 0,1	0,7 – 0,8	0,1 – 0,2	0,9
Spielwaren	0,9 – 1,0	< 0,1	< 0,1	1,0	0,2	1,2
Bekleidung	5,4 – 5,5	< 0,1	0,3 – 0,4	5,8 – 5,9	0,9 – 1,0	6,8
Schuhe / Lederwaren	0,4	< 0,1	0,1	0,5	0,1	0,6
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)	1,0	< 0,1	< 0,1	1,1	0,3	1,4
Elektrowaren	2,1	< 0,1	< 0,1	2,2	0,4	2,6

Kurzbezeichnung gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept Paderborn 2015	Umsatzumverteilung in der Stadt Paderborn	Umsatzumverteilung in Zone II	Umsatzumverteilung in Zone III	Umsatzumverteilung im Einzugsgebiet gesamt	Umsatzumverteilung außerhalb des Einzugsgebietes	Summe Umsatzumverteilung gesamt
	in Mio. €					
Glas / Porzellan / Keramik	0,3 – 0,4	< 0,1	< 0,1	0,4 – 0,5	< 0,1	0,5
Hausrat	0,5 – 0,6	< 0,1	< 0,1	0,6 – 0,7	0,2 – 0,3	0,9
Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel)	0,3 – 0,4	< 0,1	< 0,1	0,4 – 0,5	< 0,1	0,5
Antiquitäten	0,2	< 0,1	< 0,1	0,2 – 0,3	< 0,1	0,3
Bettwaren (ohne Matratzen)	0,3 – 0,4	0,0	< 0,1	0,3 – 0,4	< 0,1	0,4
Haus-/ Bett-/ Tischwäsche	0,3	< 0,1	< 0,1	0,3 – 0,4	< 0,1	0,4
Heimtextilien / Gardinen	0,3	< 0,1	< 0,1	0,3 – 0,4	< 0,1	0,4
Kurzwaren / Schneidereibedarf / Handarbeiten	0,1 – 0,2	< 0,1	< 0,1	0,2	< 0,1	0,2 – 0,3
Teppiche	0,6 – 0,7	0,0	0,0	0,6 – 0,7	0,1 – 0,2	0,8
Augenoptik	0,5	0,1	0,1	0,7	0,1	0,8
Uhren / Schmuck	0,4 – 0,5	< 0,1	< 0,1	0,5 – 0,6	0,1	0,7
Kinderwagen	0,1 – 0,2	< 0,1	0,0	0,1 – 0,2	< 0,1	0,2

GMA-Berechnungen 2017

Tabelle 19: Umsatzumverteilungswirkungen im Untersuchungsraum bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten gemäß Paderborner Liste

Kurzbezeichnung gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept Paderborn 2015	Nahrungs- und Genussmittel, Getränke		Parfümerieartikel, Drogeriewaren und Kosmetika		Pharmazeutische Artikel (Apotheke)		(Schnitt-) Blumen		Zeitungen / Zeitschriften		Papier / Büro / Schreibwaren	
	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %
südliche Stadtteile Paderborn gesamt****	5,1 – 5,2	3	1,7 – 1,8	5 – 6	0,6	7	0,4	4 – 5	0,1 – 0,2	1 – 2	0,5	5
davon in relev. ZVB***	3,0	4 – 5	1,4	6 – 7	0,2 – 0,3	7	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	0,2	5
- Innenstadtzentrum	0,3	2 – 3	1,1	6 – 7	< 0,1	4 – 5	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	< 0,1	5
- NVZ 8 Detmolder Straße	0,2 – 0,3	2 – 3	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	< 0,1	5 – 6
- NVZ 9 Berliner Ring / Arndtstr.	< 0,1 (0,1)	3 (6)	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- NVZ 10 Kaukenberg	0,1 – 0,2 (0,3 – 0,4)	3 (7)	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- NVZ 11 Hardehsr. Weg	0,1 (0,3)	4 (8)	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- NVZ 12 Lichtenturmweg	0,1 (0,3)	5 – 6 (11)	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- NVZ 13 Borchener Straße	0,3 – 0,4	4	< 0,1	8	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- NVZ 14 Riemekestraße	0,7 – 0,8	4 – 5	0,1 – 0,2	7 – 8	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- NVZ 15 Wewer	0,2 – 0,3	3 – 4	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
sonstige Lagen	2,1 – 2,2	2	0,3 – 0,4	3	0,3 – 0,4	7	0,3 – 0,4	4 – 5	0,1	1 – 2	0,3	4 – 5
- davon Warburger Straße	0,7	8	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
Gemeinde Borchon	1,1 – 1,2	5 – 6	0,1 – 0,2	10 – 11	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.

() = Summationswirkungen inkl. möglicher Umverteilungsquote in Folge des Planvorhabens Springbach Höfe, 1. Bauabschnitt (worst case); n.n. = nicht nachweisbar / * UU = Umsatzumverteilung / ** UUQ = Umsatzumverteilungsquote / *** ZVB = zentraler Versorgungsbereich / **** nicht identisch mit den Werten aus Tabelle 18, da ohne die nördlichen Stadtteile; NVZ = Nahversorgungszentrum; GMA-Berechnungen 2017

Tabelle 20: Umsatzumverteilungswirkungen im Untersuchungsraum bei zentrenrelevanten Sortimenten gemäß Paderborner Liste (Teil 1)

Kurzbezeichnung gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept Paderborn 2015	Medizinische und orthopädische Geräte		Bücher (ohne Antiquariate)		Spielwaren		Bekleidung		Schuhe / Lederwaren		Sportartikel	
	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %
Stadt Paderborn gesamt	0,7	6 – 7	0,7 – 0,8	4 – 5	0,9	10	5,4 – 5,5	3 – 4	0,4	1 – 2	1,0	7
davon in den relevanten ZVB***	0,5 – 0,6	7	0,7	4 – 5	0,1 – 0,2	7 – 8	5,2 – 5,3	4 – 5	0,4	2	0,8 – 0,9	8 – 9
- Innenstadtzentrum	0,2 – 0,3	7	0,6 – 0,7	5	0,1	7	4,9	4 – 5	0,3 – 0,4	2 – 3	0,7	7 – 8
- STZ Schloß Neuhaus	< 0,1	7	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	0,1 – 0,2	3 – 4	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- STZ Elsen	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	< 0,1	4	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- NVZ 8 Detmolder Straße	0,1	6	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- NVZ 9 Berliner Ring / Arndtstr.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- NVZ 10 Kaukenberg	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- NVZ 11 Hardehauser Weg	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- NVZ 12 Lichtenturmweg	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.

Kurzbezeichnung ge- mäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept Pader- born 2015	Medizinische und orthopädische Geräte		Bücher (ohne Antiquariate)		Spielwaren		Bekleidung		Schuhe / Lederwaren		Sportartikel	
	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %
- NVZ 13 Borchener Straße	< 0,1	8 – 9	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- NVZ 14 Riemkestraße	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	< 0,1	5 – 6	n.n.	n.n.	< 0,1	12
- NVZ 15 Wewer	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	< 0,1	5 – 6	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
Sonstige Lagen	0,1	4	n.n.	n.n.	0,7 – 0,8	10 – 11	0,2	1	< 0,1	< 1	0,1 – 0,2	4
Gemeinde Borchon	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
Gemeinde Lichtenau	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
Gemeinde Altenbeken	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
Stadt Lippspringe	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	0,1	2	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
davon: Hauptzentrum	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	0,1	2	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
Gemeinde Bad Wün- nenberg	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
Stadt Büren	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	0,1	2	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
davon: Hauptzentrum	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	0,1	2	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
Stadt Salzkotten	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	0,1 – 0,2	2 – 3	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
davon: Hauptzentrum	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	0,1	2 – 3	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.

n.n. = nicht nachweisbar / * UU = Umsatzumverteilung / ** UUQ = Umsatzumverteilungsquote / *** ZVB = zentraler Versorgungsbereich / GMA-Berechnungen 2017

Tabelle 21: Umsatzumverteilungswirkungen im Untersuchungsraum bei zentrenrelevanten Sortimenten gemäß Paderborner Liste (Teil 2)

Kurzbezeichnung gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept Paderborn 2015	Elektrowaren		Glas / Porzellan / Keramik		Hausrat		Wohneinrichtungsbedarf		Antiquitäten		Bettwaren	
	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %
Stadt Paderborn gesamt	2,0 – 2,1	4	0,3 – 0,4	6 – 7	0,5 – 0,6	11 – 12	0,5 – 0,6	5 – 6	0,2	4 – 5	0,3 – 0,4	4 – 5
davon in den relevanten ZVB***	1,2 – 1,3	4 – 5	0,1 – 0,2	6 – 7	0,2	7 – 8	0,3	6	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- Innenstadtzentrum	1,1 – 1,2	5 – 6	0,1	6	0,1 – 0,2	10	0,2	4 – 5	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- STZ Schloß Neuhaus	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- STZ Elsen	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- NVZ 8 Detmolder Straße	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- NVZ 9 Berliner Ring / Arndtstr.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- NVZ 10 Kaukenberg	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- NVZ 11 Hardehauser Weg	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- NVZ 12 Lichtenturmweg	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- NVZ 13 Borchener Straße	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- NVZ 14 Riemkekestraße	< 0,1	4	n.n.	n.n.	< 0,1	11 – 12	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- NVZ 15 Wewer	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
sonstige Lagen	0,8 – 0,9	4	0,1 – 0,2	7	0,2 – 0,3	12	0,1 – 0,2	3 – 4	0,1 – 0,2	4 – 5	0,3 – 0,4	4 – 5
Gemeinde Borchten	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.

Kurzbezeichnung gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept Paderborn 2015	Elektrowaren		Glas / Porzellan / Keramik		Hausrat		Wohneinrichtungsbedarf		Antiquitäten		Bettwaren	
	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %
Gemeinde Lichtenau	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
Gemeinde Altenbeken	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
Stadt Lippspringe	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
davon: Hauptzentrum	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
Gemeinde Bad Wünnenberg	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
Stadt Büren	< 0,1	4	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
davon: Hauptzentrum	< 0,1	4	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
Stadt Salzkotten	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
davon: Hauptzentrum	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.

n.n. = nicht nachweisbar / * UU = Umsatzumverteilung / ** UUQ = Umsatzumverteilungsquote / *** ZVB = zentraler Versorgungsbereich / GMA-Berechnungen 2017

Tabelle 22: Umsatzumverteilungswirkungen im Untersuchungsraum bei zentrenrelevanten Sortimenten gemäß Paderborner Liste (Teil 3)

Kurzbezeichnung gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept Paderborn 2015	Haus- / Bett- / Tischwäsche		Heimtextilien / Gardinen		Kurzwaren / Meterware		Teppiche		Augenoptik		Uhren / Schmuck		Kinderwagen	
	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %
Stadt Paderborn gesamt	0,3	4 – 5	0,1 – 0,2	3 – 4	0,1 – 0,2	4 – 5	0,1 – 0,2	5 – 6	0,5	4 – 5	0,4 – 0,5	4	n.n.	n.n.
davon in den relevanten ZVB***	< 0,1	6	< 0,1	4 – 5	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	0,4 – 0,5	5 – 6	0,4 – 0,5	4	n.n.	n.n.
- Innenstadtzentrum	< 0,1	5 – 6	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	0,3	5 – 6	0,4 – 0,5	4	n.n.	n.n.
- STZ Schloß Neuhaus	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- STZ Elsen	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- NVZ 8 Detmolder Straße	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- NVZ 9 Berliner Ring / Arndtstr.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- NVZ 10 Kaukenberg	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- NVZ 11 Hardehauser Weg	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- NVZ 12 Lichtenturmweg	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- NVZ 13 Borchener Straße	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- NVZ 14 Riemekestraße	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	< 0,1	6	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
- NVZ 15 Wewer	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
sonstige Lagen	0,2 – 0,3	4	0,2 – 0,3	7 – 8	0,1 – 0,2	4 – 5	0,2	7	< 0,1	1 – 2	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
Gemeinde Borchlen	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.

Kurzbezeichnung gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept Paderborn 2015	Haus- / Bett- / Tischwäsche		Heimtextilien / Gardinen		Kurzwaren / Meterware		Teppiche		Augenoptik		Uhren / Schmuck		Kinderwagen	
	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %	UU* in Mio. €	UUQ** in %
Gemeinde Lichtenau	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
Gemeinde Altenbeken	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
Stadt Lippspringe	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
davon: Hauptzentrum	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
Gemeinde Bad Wünnenberg	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
Stadt Büren	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
davon: Hauptzentrum	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
Stadt Salzkotten	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.
davon: Hauptzentrum	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.	n.n.

n.n. = nicht nachweisbar / * UU = Umsatzumverteilung / ** UUQ = Umsatzumverteilungsquote / *** ZVB = zentraler Versorgungsbereich

GMA-Berechnungen 2017

3. Vereinbarkeit mit den landesplanerischen Regelungen⁴³

Im Hinblick auf den LEP Nordrhein-Westfalen sowie die ermittelten Auswirkungen der Bauleitplanung sind folgende Anmerkungen zu treffen:

- Das Vorhaben entspricht **Ziel 6.5-1**, da es in einem regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereich liegt.
- Der Planstandort ist gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Paderborn 2015 nicht als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen; dieser Einschätzung kann die GMA vollumfänglich folgen. Dementsprechend erfüllt der Handelsstandort nicht die Vorgabe des **Ziels 6.5-2**, welche für die Festsetzung von Sondergebieten die Lage in einem zentralen Versorgungsbereich voraussetzt. Als bereits langjährig in der Stadt Paderborn etablierter Handelsstandort genießen die auf dem Plangrundstück vorhandenen Immobilien jedoch Bestandsschutz und unterfallen Ziel 7 (6.5-7).
- Bezüglich des **Ziels 6.5-3** ist festzustellen, dass die Bauleitplanung mit Festsetzungen in der in Kapitel I., 4 genannten Größenordnungen keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen zur Folge hat (vgl. vorangegangene Kapitel).
- Im Hinblick auf die Festsetzungsvorschläge (vgl. Kapitel I., 4.1.1) zu den nicht zentrenrelevanten Sortimenten (unbeschränkte Zulässigkeit) ist in Bezug auf den in Kapitel I., 2.2, dargestellten Grundsatz 6.5-4 des LEP NRW anzumerken, dass die Umsatz-Kaufkraft-Relation bei diesen Sortimenten unter 100 % liegen soll. Der Charakter als Grundsatz gemäß § 3 Abs. 1 Nr. 3 ROG bedeutet, dass die u. g. Verkaufsflächenobergrenzen bei der Abwägung im Zuge der Aufstellung des Bebauungsplans Nr. 297 zu berücksichtigen sind.

Grundsatz 6.5-4 zur Verkaufsflächengröße von Vorhaben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten wird eingehalten, wenn folgende Verkaufsflächenobergrenzen in den einzelnen nicht zentrenrelevanten Sortimenten nicht überschritten werden. Hierzu wird die Kaufkraft durch die branchentypische Flächenleistung in dem entsprechenden Sortiment dividiert. Das Ergebnis ergibt die maximal mögliche Verkaufsfläche in dem Sortiment (vgl. Tabelle 23).

⁴³ In diesem Zusammenhang nicht bewertet wird Ziel 7 (6.5-7) LEP NRW. Ziel 7 (6.5-7) LEP NRW setzt fest, dass Kern- und Sondergebiet abweichend von den Festsetzungen der Punkte 6.5-1 bis 6.5-6 (s. Kapitel I., 2.) möglich sind, wenn eine Verkaufsflächenbegrenzung erfolgt; ausnahmsweise ist eine geringfügige Erweiterung möglich. Ziel 7 (6.5-7) tangiert Rechtsfragen, die von anderer Stelle zu beantworten sind.

Tabelle 23: Ableitung der Verkaufsflächenobergrenzen für die nicht zentrenrelevanten Sortimente

Sortiment (Kurzbezeichnung) gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2015	einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. €	Flächenleistung in € / m ² VK	VK-Obergrenze in m ² (leicht gerundet)
nicht zentrenrelevante Sortimente			
Baumarkt-Sortiment i. e. S.	30,3	1.600	18.950
Büromaschinen	1,0	1.200	830
Campingartikel	7,1	3.000	2.370
Erotikartikel	1,2	3.000	400
Fahrräder und Zubehör	4,3	2.500	1.720
Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)	32,2	1.400	23.000
Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör und Motorradfunktionsbekleidung)	16,2	3.000	5.400
Leuchten / Lampen	5,7	3.500	1.630
Matratzen	1,8	1.500	1.200
Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)	55,1	1.800	30.600
Musikinstrumente und Musikalien	1,8	3.000	600
Pflanzen / Samen, Pflanzgefäße	32,2	1.400	23.000
Waffen / Jagdartikel / Angeln / Reitsportartikel (inkl. Reitsportfunktionsbekleidung)	7,1	3.000	2.370
Zoologischer Bedarf	7,8	2.100	3.710

GMA-Berechnungen 2017

Es ist erkennbar, dass aufgrund der hohen Verkaufsflächenobergrenzen, welche z. T. über die Obergrenze der für die einzelnen Betriebstypen festgesetzten Gesamtverkaufsfläche hinausgehen, kein wirtschaftlich in einem Einkaufszentrum oder SB-Warenhaus darstellbares nicht-zentrenrelevantes Sortiment die Kaufkraft der Paderborner Bevölkerung vollständig aufzehren wird. Auf die Beschränkung der nicht-zentrenrelevanten Sortimente kann daher verzichtet werden.

-  In Bezug auf die **Ziele 6.5-5** und den **Grundsatz 6.5-6** wird auf die Aussagen zu Ziel 6.5-2 verwiesen. Der Standort unterfällt den Regelungen nach Ziel 6.5-7.
-  Die **Ziele 6.5-8** und **6.5-10** sowie der Grundsatz **6.5-9** sind im vorliegenden Fall nicht relevant.

4. Vereinbarkeit mit den Aussagen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Paderborn 2015

Im Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Paderborn 2015 werden neben der Festlegung der Sortimentsliste sowie den zentralen Versorgungsbereichen und sonstigen Standortkategorien außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (u. a. Ergänzungsstandort Südring-Center / real) auch **Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung** definiert.

Die geplanten Festsetzungen der Bauleitplanung sind in Bezug auf die wesentlichen **standortbezogenen Empfehlungen** im Einzelhandels- und Zentrenkonzept wie folgt zu bewerten:

- Mit der **Festsetzung einer Obergrenze** von 18.100 m² für das Sondergebiet 1 „Einkaufszentrum“ sowie 11.155 m² für das Sondergebiet 2 „Großflächiger Einzelhandel“ / SB-Warenhaus erfolgt eine bestandsorientierte Deckelung der Gesamtverkaufsfläche.
- Gleichzeitig werden **interne Entwicklungsspielräume** unter Vermeidung wesentlicher negativer Auswirkungen auf die Zentren- und Nahversorgungsstruktur Paderborns eingeräumt. Diese internen Entwicklungsspielräume werden für alle Sortimente in unterschiedlichen Größenordnungen eingeräumt und ermöglichen es den Betreibern somit, künftig flexibel auf Veränderungen am Markt zu reagieren. Sie sind als marktadäquat zu bezeichnen.
- Die geplanten Festsetzungen tragen zur **Bestandssicherung** des Einkaufszentrums Südring-Centers und real SB-Warenhauses bei.

Weiterhin stellt sich die Frage, inwieweit die Verkaufsflächenerweiterung in einzelnen Sortimenten am Standort Südring-Center / real die **Entwicklungsmöglichkeiten anderer Zentren** – insbesondere der Paderborner Innenstadt, welche bei zentrenrelevanten Sortimenten oberzentrale Versorgungsfunktionen übernehmen soll – beeinträchtigen kann. Zu diesem Zweck werden im Folgenden die möglichen sortimentspezifischen Verkaufsflächenerweiterung dem im Einzelhandels- und Zentrenkonzept dargestellten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen gegenübergestellt. In diesem Zusammenhang ist auch zu berücksichtigen, dass Verkaufsflächenerweiterungen in einzelnen Sortimenten nur bei gleichzeitiger Reduzierung der Verkaufsflächen in anderen Sortimenten, nicht jedoch eine Vergrößerung der Gesamtverkaufsfläche über die genannten Größenordnungen hinaus möglich sind.

Zudem stellt der **absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen** grundsätzlich keine „Grenze der Entwicklung“, d. h. als oberer Grenzwert, dar, sondern ist vielmehr bei der künftigen Steuerung des Einzelhandels in der Stadt Paderborn in die Abwägung mit einzustellen. Dies bedeutet, dass Vorhaben, die den absatzwirtschaftlich tragfähigen Entwicklungsrahmen überschreiten, im Einzelfall trotzdem zur gewünschten Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsangebotes beitragen

können, wenn sie ansonsten mit dem räumlichen Entwicklungsbild sowie den Zielen und Leitsätzen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Paderborn korrespondieren und wenn diese an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten angesiedelt werden. Umgekehrt können Vorhaben, welche weder mit dem räumlichen Entwicklungsbild noch mit den Zielen und Leitsätzen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Paderborn vereinbar sind, die städtebaulich schützenswerten Bereiche (zentrale Versorgungsbereiche und integrierte Nahversorgungsstandorte) durch Umverteilungseffekte im Einzelfall gefährden.⁴⁴

Vor diesem Hintergrund sind die im Einzelhandels- und Zentrenkonzept dargestellten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume **in enger Verknüpfung mit dem räumlichen Entwicklungsbild und den sonstigen Zielen und Leitsätzen** zu sehen. Dabei zu berücksichtigen ist auch, dass sich etwaige Betriebsverlagerungen innerhalb der Stadt Paderborn hinsichtlich ihrer Umverteilungseffekte zwar tendenziell neutral verhalten, solange mit der Verlagerung keine Verkaufsflächenerweiterung verbunden ist, jedoch sehr wohl absatzwirtschaftliche und auch städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen entstehen können, wenn die betrieblichen Verlagerungen zulasten der ausgewiesenen Zentren und integrierten Nahversorgungsstandorte vorgenommen werden.

Die Prognose des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes basiert auf Annahmen zu Entwicklungen der absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen auf Nachfrageseite (Einwohner- / Demographieentwicklung in der Stadt Paderborn / im Marktgebiet, Kaufkraftentwicklung gesamt und nach Sortimenten, Entwicklung des Online-Handels) und Angebotsseite (Entwicklung der Betriebstypen und Flächenansprüche, Entwicklung der Flächenleistungen). Die **Spannweiten einer möglichen Entwicklung** werden bis zum Jahr 2018 / 2023 ausgewiesen und werden auf der Grundlage des (möglichen künftigen) Versorgungsauftrages der Stadt Paderborn ermittelt („Zielzentralität“).

Im Folgenden werden die möglichen Verkaufsflächenerweiterungen am Planstandort dem absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen für die Stadt Paderborn gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2015 gegenübergestellt. Betrachtet werden dabei lediglich die **zentrenrelevanten Sortimente**.⁴⁵ Betriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten sollen – dem Ziel einer flächendeckenden Nahversorgung folgend – schwerpunktmäßig in zentrale Versorgungsbereiche oder nur ausnahmsweise zur wohnortnahen Grundversorgung in integrierte Lagen gelenkt werden (Steuerungsgrundsatz I).⁴⁶

⁴⁴ Stadt+Handel, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Paderborn, 2015, S. 30ff.

⁴⁵ Ausnahmen bilden die Sortimente Papier / Büro / Schreibwaren, Zeitungen / Zeitschriften, Bücher sowie Sportartikel / Fahrräder / Camping, welche nur zusammengefasst dargestellt werden.

⁴⁶ Stadt+Handel, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Paderborn, 2015, S. 146f.

Tabelle 24: Gegenüberstellung der geplanten Verkaufsflächenobergrenzen mit dem absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen für Paderborn bis zum Jahr 2023

Warengruppe gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2015	mögliche zusätzliche Verkaufsfläche in m ²	bis 2023 (best case)	Anteil der möglichen zusätzlichen VK am Planstandort in %
zentrenrelevante Sortimente			
Papier / Büro / Schreibwaren, Zeitungen / Zeitschriften, Bücher	+ 646	+ 900	72 %
Bekleidung	+ 1.673	+ 1.600	105 %
Schuhe / Lederwaren	+ 178	+ 400	45 %
Glas / Porzellan / Keramik, Hausrat, Einrichtungszubehör	+ 497	+ 2.300	22 %
Spielwaren / Basteln / Hobby / Musikinstrumente	+ 427	+ 2.600	16 %
Sportartikel, Fahrräder, Camping	+ 340 *	+ 2.400	14 %
medizinische und orthopädische Geräte, Optik	+ 326	+ 200	163 %
Teppiche, Gardinen, Dekostoffe, Sicht- und Sonnenschutz	+ 337	+ 5.600	6 %
Bettwaren, Haus- / Bett- / Tischwäsche	+ 363	+ 1.200	30 %
Elektrowaren	+ 575	+ 6.770 **	9 %
Uhren / Schmuck	+ 82	+ 400	21 %

* ohne die nicht zentrenrelevanten Sortimente Fahrräder und Camping

** abzgl. Saturn in der Paderborner Innenstadt

GMA-Berechnungen 2017

Die Gegenüberstellung der geplanten (= möglichen zusätzlichen) Verkaufsflächen am Standort Südring-Center / real mit dem absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen⁴⁷ für die Stadt Paderborn bis 2023 (best case) lässt folgende **Schlussfolgerungen** zu:

- Der **absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen** fällt in den einzelnen Warengruppen sehr unterschiedlich aus. Die Verkaufsflächenspanne beläuft sich bei den dargestellten zentrenrelevanten Sortimenten auf zwischen + 200 m² bei medizinischen und orthopädischen Geräten / Optik bis zu + 6.770 m² bei Elektrowaren (Elektro / Leuchten / Haushaltsgeräte, Neue Medien / Unterhaltungselektronik), wobei die Eröffnung von Saturn in der Paderborner Innenstadt in dieser Warengruppe bereits berücksichtigt wurde.

⁴⁷ Es ist zu berücksichtigen, dass sich Marktentwicklungen laufend verändern und die im Einzelhandels- und Zentrenkonzept dargestellten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume dementsprechend ebenfalls einer Veränderung unterliegen können.

- Bezogen auf die dargestellten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume belaufen sich die **Anteile der möglichen zusätzlichen Verkaufsflächenenerweiterungen** in den einzelnen Warengruppen am Standort Südring-Center / real auf zwischen 6 % bei Teppichen / Gardinen / Dekostoffe / Sicht- und Sonnenschutz bis zu 163 % bei medizinischen und orthopädischen Geräten / Optik.
- Insbesondere im **innerstädtischen Leitsortiment Bekleidung** wird der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen vollständig zugunsten des Ergänzungsstandortes Südring-Center / real ausgeschöpft (105 %). Die Entwicklungsspielräume für die (Neu-)Ansiedlung von Betrieben aus dieser Warengruppe in der Paderborner Innenstadt werden dadurch eingeschränkt. Zwar stellt der im Einzelhandels- und Zentrenkonzept dargestellte absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen eine Leitlinie (mittels Zielzentralitäten) dar, der ggf. auch übertroffen werden kann (d. h. der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen stellt keine Obergrenze dar). Jedoch sollen die Entwicklungsspielräume in der Warengruppe Bekleidung gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept (und auch der anderen zentrenrelevanten Sortimente) schwerpunktmäßig auf die Paderborner Innenstadt (Hauptlage) gelenkt werden, um das Innenstadtzentrum in seiner heutigen Attraktivität zu sichern und ggf. auszubauen (Steuerungsgrundsatz II). Vor diesem Hintergrund kommt der Beschränkung des zentrenrelevanten Sortiments Bekleidung auf eine Verkaufsfläche, welche für die Innenstadt und Stadtteilzentren verträglich ist und diese in ihren Entwicklungsmöglichkeiten nicht wesentlich einschränkt, eine wichtige Bedeutung zu. Städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen sind hier – wie in Kapitel III., 2.4 dargestellt – nicht zu erwarten. Die wettbewerblichen Auswirkungen in dieser Warengruppe sind der Abwägung durch die Stadt Paderborn zugänglich.
- Ähnliches gilt für **medizinische und orthopädische Geräte und Optik** (163 % Verkaufsflächenanteil am absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen), wenngleich sich hier die Verkaufsflächenzuwächse auf eine geringe absolute Höhe belaufen. Städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen sind hier – wie in Kapitel III., 2.4 dargestellt – nicht zu erwarten. Etwaige wettbewerbliche Auswirkungen können abgewogen werden.
- In den **übrigen zentrenrelevanten Warengruppen** wird der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen z. T. deutlich unterschritten (< 50 %, Ausnahme: Papier / Büro / Schreibwaren, Zeitungen / Zeitschriften, Bücher: 72 %), sodass davon auszugehen ist, dass den zentralen Versorgungsbereichen und hier insbesondere dem Paderborner Innenstadtzentrum ausreichende Entwicklungsspielräume verbleiben.

Abschließend ist anzumerken, dass die projizierten Sortimente weitgehend aus dem zentren- (und nahversorgungs-)relevanten Sortimentsbereich stammen, die schwerpunktmäßig auf die zentralen Versorgungsbereiche gelenkt werden sollen (Steuerungsgrundsätze I und II). Insofern sollten sowohl die Gesamtverkaufsfläche als auch die Verkaufsflächenobergrenzen in den einzelnen Sortimenten für den Ergänzungsstandort Südring-Center / real zugunsten des Schutzes der zentralen Versorgungsbereiche (und hier insbesondere des Paderborner Innenstadtzentrums) begrenzt werden, um das Standortgewicht des Ergänzungsstandortes nicht noch weiter zu erhöhen. Der in dieser Auswirkungsanalyse erbrachte Nachweis einer Nichtbeeinträchtigung von zentralen Versorgungsbereichen und der verbrauchernahen Versorgung in der Stadt Paderborn und in Nachbarkommunen gemäß Ziel 3 (6.5-3) LEP NRW bzw. den Zielen / übergeordneten räumlichen Entwicklungszielen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist daher losgelöst von der Bewertung nach anderen Zielen und Grundsätzen zu sehen.⁴⁸

⁴⁸ Insbesondere Ziel 7 (6.5-7) LEP NRW.

IV. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung der Bauleitplanung

Grundlagen	
Aufgabenstellung / Zielsetzung	▪ Aufstellung eines Bebauungsplans (Nr. 297 „Südring-Center / real“) zur bauleitplanerischen Steuerung des Gesamtstandortes ▪ bestandsorientierte Begrenzung der Gesamtverkaufsflächen bei gleichzeitiger Einräumung marktdäquater interner Entwicklungsspielräume
Rechtsrahmen und Prüfgrundlagen	▪ Auswirkungsanalyse zur Bauleitplanung nach § 11 Abs. 3 BauNVO ▪ Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW)⁴⁹ ▪ Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2015 für die Stadt Paderborn
Vorgehensweise	▪ Arbeitsgruppe zur Abstimmung der Festsetzungen, bestehend aus Vertretern der Stadt, der Eigentümer sowie des beauftragten Planungsbüros WoltersPartner GmbH
geplante Festsetzungen	▪ Gesamt-VK SO1 „Einkaufszentrum“: 18.100 m² ▪ Gesamt-VK SO2 „großflächiger Einzelhandel“: 11.155 m² ▪ Gesamt-VK SO3 „Tankstellen und Waschstraßen“: 100 m² ▪ weitere Festsetzungen, insbesondere zu den einzelnen Sortimenten: s. Kapitel I., 4. auf Seite 19ff.
Planstandort	▪ Standortbeschreibung: langjährig etablierter Versorgungsstandort am Siedlungsrand der Kernstadt Paderborn, Wohngebiets- und ÖPNV-Anschluss, überwiegend autokundenorientiert ▪ Regionalplan Teilabschnitt Paderborn-Höxter: Allgemeiner Siedlungsbereich (ASB) ▪ Einzelhandels- und Zentrenkonzept: Ergänzungsstandort (kein zentraler Versorgungsbereich)
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	▪ Das Einzugsgebiet des Planstandortes umfasst i. W. die Stadt Paderborn sowie den Landkreis Paderborn ohne Delbrück und Hövelhof mit eine Bevölkerungspotenzial von 253.500 Einwohnern ▪ einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet insgesamt: ca. 1,37 Mrd. €, davon ca. 791 Mio. € in der Stadt Paderborn

⁴⁹ mit Ausnahme von Ziel 7 (6.5-7).

Zusammenfassende Bewertung der Bauleitplanung

aktuelle Marktposition	▪ Gesamtumsatz: ca. 132 – 133 Mio. € brutto p. a. (davon Südring-Center: ca. 88 – 89 Mio. € brutto p. a.; real: ca. 44 – 45 Mio. € brutto p. a.) ▪ Umsatzanteil Einzugsgebiet: ca. 76 % (= Umsatzanteil Streuumsätze von außerhalb des Einzugsgebietes: ca. 24 %) ▪ Marktanteil im Einzugsgebiet: ca. 7 – 8 % (davon Stadt Paderborn: ca. 9 %; überörtliches Einzugsgebiet: 5 – 6 %)
Mögliche Mehrumsätze in den einzelnen zentren- (und nahversorgungsrelevanten) Sortimenten⁵⁰	▪ Nahrungs- und Genussmittel: ca. 9,6 Mio. € ▪ Parfümerieartikel, Drogeriewaren und Kosmetik: ca. 3,1 Mio. € ▪ pharmazeutische Artikel (Apotheke): ca. 1,0 Mio. € ▪ (Schnitt-)Blumen: ca. 0,8 Mio. € ▪ Papier / Büroartikel / Schreibwaren: ca. 0,8 Mio. € ▪ Zeitungen / Zeitschriften: ca. 0,6 Mio. € ▪ medizinische und orthopädische Geräte: ca. 0,9 Mio. € ▪ Bücher: ca. 0,9 Mio. € ▪ Spielwaren: ca. 1,2 Mio. € ▪ Bekleidung: ca. 6,8 Mio. € ▪ Schuhe / Lederwaren: ca. 0,6 Mio. € ▪ Sportartikel (inkl. Sportbekleidung): ca. 1,4 Mio. € ▪ Elektrowaren: ca. 2,6 Mio. € ▪ Glas / Porzellan / Keramik: ca. 0,5 Mio. € ▪ Hausrat: ca. 0,9 Mio. € ▪ Wohneinrichtungsbedarf: ca. 0,5 Mio. € ▪ Antiquitäten: ca. 0,3 Mio. € ▪ Bettwaren: ca. 0,4 Mio. € ▪ Haus- / Bett- / Tischwäsche: ca. 0,4 Mio. € ▪ Heimtextilien / Gardinen: ca. 0,4 Mio. € ▪ Kurzwaren / Schneidereibedarf / Meterware: ca. 0,2-0,3 Mio. € ▪ Teppiche: ca. 0,3 Mio. € ▪ Augenoptik: ca. 0,8 Mio. € ▪ Uhren / Schmuck: ca. 0,7 Mio. € ▪ Kinderwagen: ca. 0,2 Mio. €.

⁵⁰ Die Verkaufsflächenenerweiterung in einem Sortiment geht aufgrund der Deckelung der Gesamtverkaufsfläche immer mit der Verkaufsflächenreduzierung in einem anderen Sortiment einher.

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens

Bewertung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen

städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen

- Festsetzungen wurden so gewählt, dass keine städtebaulichen Auswirkungen i. S. v. wesentlicher Beeinträchtigung nach § 11 Abs. 3 BauNVO
 - zentraler Versorgungsbereiche oder
 - der Versorgung der Bevölkerung zu erwarten sind.

absatzwirtschaftliche Effekte in Folge der Bauleitplanung (jeweils Umverteilungsquoten > 5 % bzw. höchste Umverteilungsquote)

- **Nahrungs- und Genussmittel:**
 - Rewe und Lidl Warburger Straße in Streulage: 8 % → in erster Linie gegen Lidl in nicht integrierter Lage, Rewe deutlich nachrangig und in nur wettbewerbsüblichem Maß betroffen
 - NVZ 12 Lichtenturmweg: 5 – 6 % (inkl. Vorhaben Springbach Höhe bis zu 11 %) → nahkauf-Markt verfügt über grundsätzlich ausreichendes Einwohnerpotenzial im Standortumfeld; Standortrahmenbedingungen (v. a. VK, Stellplätze, Sichtbarkeit) sind zu verbessern, um die betrieblichen Voraussetzungen für einen wirtschaftlichen Betrieb zu gewährleisten
 - NVZ 11 Hardehauser Weg: 4 % (8 %), NVZ 10 Kaukenberg: 3 % (7 %), NVZ 9 Berliner Ring / Arndtstraße: 3 % (6 %) → geringe Überschneidungen (ethnischer Lebensmittelhandel, Discounter) und moderate Umverteilungen ohne Folgen
- **Drogeriewaren, Parfümeriewaren und Kosmetik:**
 - Gemeinde Borchlen: 10 – 11 % → nur Teilflächen der Lebensmittelmärkte betroffen
 - NVZ 13 Borchener Straße: 8 % und NVZ 14 Riemkestraße: 7 – 8 % → nur Teilflächen der dort ansässigen Lebensmittelmärkte betroffen und rein wettbewerbsüblich
 - IZ Paderborn: 6 – 7 % → rein wettbewerbsübliche Auswirkungen
- **pharmazeutische Artikel (Apotheken):** sonstige Streulagen 7 % → etwaige einzelne Betriebsaufgabe ohne versorgungsstrukturelle Auswirkungen, da Apothekerwaren in NVZ vertreten
- **(Schnitt-)Blumen:** sonstige Lagen 4 – 5 % → wettbewerbsüblich
- **Zeitungen / Zeitschriften:** sonstige Lagen 1 – 2 % → wettbewerbsüblich
- **Papier / Büro / Schreibwaren:** NVZ 8 Detmolder Straße 5 – 6 % → wettbewerbsüblich

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens

- **medizinische und orthopädische Geräte:**
 - NVZ 13 Borchener Straße: 8 – 9 % und NVZ 8 Detmolder Straße: 6 % → beziehen sich auf kleinflächige Anbieter ohne strukturprägende Bedeutung; NVZ zudem mit nur eingeschränktem Versorgungsauftrag in diesem Sortiment; wettbewerbsüblich
 - IZ Paderborn: 7 % → Anbieter kleinflächig, ohne Magnetfunktion und z. T. in Nebenlagen; wettbewerbsüblich
- **Bücher:** IZ Paderborn 5 % → wettbewerbsüblich
- **Spielwaren:**
 - IZ Paderborn: 7 % → wettbewerbsüblich
 - sonstige Lagen: 10 – 11 % → v. a. gegenüber Anbieter Toys World am Sonderstandort Dörener Straße; ohne städtebauliche Relevanz
- **Bekleidung:**
 - NVZ 14 Riemekestraße: 5 – 6 % → wettbewerbsüblich; bezieht sich im Wesentlichen auf Teilflächen von Kaufland
 - NVZ 15 Wewer: 5 – 6 % → wettbewerbsüblich; NVZ nur mit eingeschränktem Versorgungsauftrag in diesem Sortiment
 - IZ Paderborn: 4 – 5 % → verteilt sich auf zahlreiche Anbieter und kann auch zu einzelnen Betriebsschließungen in Nebenlagen und von unprofilierten Fachgeschäften führen; für Magnetbetriebe in der Hauptlage verkraftbar
- **Schuhe / Lederwaren:** IZ Paderborn 2 – 3 % → wettbewerbsüblich
- **Sportartikel:**
 - NVZ 14 Riemekestraße: 12 % → nur Teilflächen von Kaufland betroffen, ohne Folgen
 - IZ Paderborn: 7 – 8 % → Schließung eines kleineren Anbieters in Nebenlage möglich, für Großbetriebe (Galeria Kaufhof, Klingenthal) jedoch kompensierbar; wettbewerbsüblich
- **Elektrowaren:** IZ Paderborn 5 – 6 % → in erster Linie gegenüber Saturn in Libori-Galerie, wo dieser wichtige Magnetfunktionen übernimmt; wettbewerbsüblich und verkraftbar; Rückzug kleinerer Läden (v. a. Telekommunikation) branchenüblich möglich
- **Glas / Porzellan / Keramik:**
 - IZ Paderborn: 6 % → wettbewerbsüblich

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens

	▪ sonstige Lagen: 7 % → v. a. gegenüber dezentralen Standorten (Finke) ohne städtebauliche Relevanz ▪ Hausrat: ▪ IZ Paderborn: 10 % → einzelne Betriebsaufgabe auch eines mittelflächigen Anbieters möglich, jedoch ohne städtebauliche Folgewirkungen, da ohne Magnetfunktion und mittlere Ladengrößen in Hauptlagen aktuell sehr nachgefragt ▪ sonstige Lagen: 12 % → v. a. gegenüber dezentralen Standorten (Finke) ohne städtebauliche Relevanz ▪ Wohneinrichtungsbedarf: IZ Paderborn: 4 – 5 % → wettbewerbsüblich und absolut verkraftbar ▪ Antiquitäten und Bettwaren: sonstige Lagen jeweils 4 – 5 % → wettbewerbsüblich und ohne städtebauliche Relevanz, da überwiegend dezentrale Standortlagen betroffen sind ▪ Haus- / Bett- / Tischwäsche: IZ Paderborn 5 – 6 % → wettbewerbsüblich ▪ Heimtextilien / Gardinen: sonstige Lagen 7 – 8 % → wettbewerbsüblich und ohne städtebauliche Relevanz, da überwiegend dezentrale Standortlagen betroffen sind ▪ Kurzwaren / Meterwaren: sonstige Lagen 4 – 5 % → wettbewerbsüblich; überwiegend gegenüber dezentralen Lagen ohne städtebauliche Relevanz ▪ Teppiche: sonstige Lagen 7 % → wettbewerbsüblich; überwiegend gegenüber dezentralen Lagen ohne städtebauliche Relevanz ▪ Augenoptik: ▪ NVZ 14 Riemestraße: 6 % → wettbewerbsüblich ▪ IZ Paderborn: 5 – 6 % → wettbewerbsüblich ▪ Uhren / Schmuck: IZ Paderborn 4 % → wettbewerbsüblich ▪ Kinderwagen: keine Auswirkungen nachweisbar, da je Einzel-lage unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze
Landesplanung	▪ Ziel 6.5-1: erfüllt (ASB) ▪ Ziel 6.5-2: nicht erfüllt (Lage außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs) → Ziel 6.5-7 ▪ Ziel 6.5-3: erfüllt (keine städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen in Folge der Bauleitplanung) ▪ Grundsatz 6.5-4: Auf die Begrenzung der nicht-zentrenrelevanten Sortimente im Rahmen der Bauleitplanung kann verzichtet

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens

	werden, da nicht zu erwarten ist, dass wirtschaftlich darstellbare Verkaufsflächengrößen mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten am Planstandort realisiert werden, welche die Kaufkraft der Paderborner Bevölkerung in diesen Sortimenten übersteigen (Kongruenzgebot) ▪ Ziele 6.5-5 und Grundsatz 6.5-6: → Ziel 6.5-7 ▪ Ziele 6.5-7: nicht Gegenstand des vorliegenden Gutachtens ▪ Ziele 6.5-8 und 6.5-10 sowie Grundsatz 6.5-9: nicht relevant
Einzelhandels- und Zentrenkonzept	▪ bestandsorientierte Deckelung der Gesamtverkaufsfläche ▪ interne Entwicklungsspielräume unter Vermeidung wesentlicher negativer Auswirkungen auf die Zentren- und Nahversorgungsstruktur Paderborns werden eingeräumt ▪ interne Entwicklungsspielräume sind marktdäquat ▪ geplante Festsetzungen tragen zur Bestandssicherung des Einkaufszentrums Südring-Centers und real SB-Warenhauses bei ▪ Einschränkung der Entwicklungsspielräume für die Paderborner Innenstadt kann insbesondere im innerstädtischen Leitsortiment Bekleidung gegeben sein, welches gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept schwerpunktmäßig auf die Paderborner Innenstadt gelenkt werden soll. Bei Ausschöpfung der geplanten Verkaufsflächenobergrenze wird der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen⁵¹ in diesem Sortiment gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept bis 2023 ausgeschöpft. Städtebauliche Auswirkungen i. S. v. § 11 Abs. 3 BauNVO sind in Folge der Bauleitplanung nicht zu erwarten. Die wettbewerblichen Auswirkungen gegenüber der Innenstadt Paderborn sind der Abwägung durch die Stadt Paderborn zugänglich.

GMA-Zusammenstellung 2017

⁵¹ Der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen stellt eine Leitlinie dar, der ggf. auch übertroffen werden kann und / oder der aufgrund sich laufend ändernder Marktbedingungen einer Veränderung unterliegen kann. Er stellt daher keine Obergrenze der Entwicklung dar, vgl. Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2015.

Verzeichnisse

	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Einordnung des Planstandortes in die Zentren- und Standortstruktur der Stadt Paderborn	11
Karte 2: Lage der Stadt Paderborn und zentralörtliche Struktur	14
Karte 3: Mikrostandort	17
Karte 4: Einzugsgebiet und Untersuchungsraum	29
Karte 5: Standortstruktur des projektrelevanten Einzelhandels in der Stadt Paderborn	45
Karte 6: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadtzentrum / Paderborner Innenstadt	46
Karte 7: Zentraler Versorgungsbereich Stadtteilzentrum Schloß Neuhaus	47
Karte 8: Zentraler Versorgungsbereich Stadtteilzentrum Elsen	48
Karte 9: Zentrale Versorgungsbereiche / Nahversorgungszentren 8 – 15	49
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Sortimentsspezifische Verkaufsflächenobergrenzen innerhalb des Sondergebietes „Einkaufszentrum“	19
Tabelle 2: Sortimentsspezifischen Verkaufsflächenobergrenzen innerhalb des Sondergebietes „Großflächiger Einzelhandel“	20
Tabelle 3: Zentrenrelevanz und Verkaufsflächenbestand / -aufteilung in den einzelnen Sortimenten im real SB-Warenhaus	23
Tabelle 4: Zentrenrelevanz, Verkaufsflächenbestand und mögliche Verkaufsflächenerweiterungen in den einzelnen Sortimenten im Einkaufszentrum Südring-Center und real SB-Warenhaus	25
Tabelle 5: Kundendichte Südring-Center und real SB-Warenhaus	28
Tabelle 6: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet nach Sortimenten	31
Tabelle 7: Aktuelle Marktposition des Planstandortes im Einzugsgebiet	32
Tabelle 8: Angebotssituation bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten	34
Tabelle 9: Angebotssituation bei zentrenrelevanten Sortimenten in der Stadt Paderborn (Teil 1)	36
Tabelle 10: Angebotssituation bei zentrenrelevanten Sortimenten in der Stadt Paderborn (Teil 2)	37

Tabelle 11:	Angebotssituation bei zentrenrelevanten Sortimenten in der Stadt Paderborn (Teil 3)	38
Tabelle 12:	Angebotssituation bei zentrenrelevanten Sortimenten im überörtlichen Einzugsgebiet (Teil 1)	39
Tabelle 13:	Angebotssituation bei zentrenrelevanten Sortimenten im überörtlichen Einzugsgebiet (Teil 2)	40
Tabelle 14:	Angebotssituation bei zentrenrelevanten Sortimenten im überörtlichen Einzugsgebiet (Teil 3)	41
Tabelle 15:	Zentralität bei zentrenrelevanten Sortimenten	43
Tabelle 16:	Mögliche zusätzliche Marktanteile und Umsätze für die geplanten Nutzungen	53
Tabelle 17:	Zusammensetzung der möglichen zusätzlichen Umsätze / Flächenleistungen	55
Tabelle 18:	Umsatzumverteilungswirkungen innerhalb und außerhalb des Einzugsgebietes	65
Tabelle 19:	Umsatzumverteilungswirkungen im Untersuchungsraum bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten gemäß Paderborner Liste	67
Tabelle 20:	Umsatzumverteilungswirkungen im Untersuchungsraum bei zentrenrelevanten Sortimente gemäß Paderborner Liste (Teil 1)	68
Tabelle 21:	Umsatzumverteilungswirkungen im Untersuchungsraum bei zentrenrelevanten Sortimente gemäß Paderborner Liste (Teil 2)	70
Tabelle 22:	Umsatzumverteilungswirkungen im Untersuchungsraum bei zentrenrelevanten Sortimente gemäß Paderborner Liste (Teil 3)	72
Tabelle 23:	Ableitung der Verkaufsflächenobergrenzen für die nicht zentrenrelevanten Sortimente	75
Tabelle 24:	Gegenüberstellung der geplanten Verkaufsflächenobergrenzen mit dem absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen für Paderborn bis zum Jahr 2023	78

Übersichtenverzeichnis

Übersicht 1:	Strukturdaten der Stadt Paderborn	13
--------------	-----------------------------------	----