

Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Rheda-Wiedenbrück

Dezember 2017

Beschlossen vom Rat der Stadt Rheda-Wiedenbrück am 18.12.2017



Auftragnehmer

Stadt + Handel

Stadt + Handel
Beckmann und Föhler Stadtplaner PartGmbH

Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund

Fon: +49 231 8626890
Fax: +49 231 8626891

Tibarg 21
22459 Hamburg

Fon: +49 40 53309646
Fax: +49 40 53309647

Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe

Fon: +49 721 14512262
Fax: +49 721 14512263

Markt 9
04109 Leipzig

Fon: +49 341 92723942
Fax: +49 341 92723943

info@stadt-handel.de
www.stadt-handel.de

Amtsgericht Essen, Partnerschaftsregisternummer PR 3496, Hauptsitz: Dortmund

Verfasser:

Dipl.-Ing. Marc Föhler
M. Sc. Torben Döring
M. Sc. Anke Haun

Abbildungen Titelblatt: Stadt + Handel

Inhalt

| | |
|---|-----------|
| Inhalt | i |
| Abkürzungsverzeichnis | iv |
| 1 Einführung | 1 |
| 2 Rechtliche Rahmenvorgaben | 3 |
| 2.1 Rechtliche Einordnung eines Einzelhandelskonzepts | 3 |
| 2.2 Zentrale Versorgungsbereiche: Planungsrechtliche Einordnung und Festlegungskriterien | 4 |
| 2.3 Landesplanerische Regelungen | 8 |
| 3 Methodik | 13 |
| 4 Markt- und Standortanalyse | 17 |
| 4.1 Räumliche und sozioökonomische Rahmenbedingungen | 17 |
| 4.2 Angebotsanalyse | 20 |
| 4.3 Nachfrageanalyse | 25 |
| 4.4 Zwischenfazit | 33 |
| 5 Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung | 35 |
| 5.1 Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen | 35 |
| 5.1.1 Vorbemerkungen zum ermittelten Entwicklungsrahmen | 35 |
| 5.1.2 Entwicklung absatzwirtschaftlicher Rahmenbedingungen | 37 |
| 5.1.3 Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für Rheda-Wiedenbrück | 41 |
| 5.2 Übergeordnete Entwicklungszielstellung für Rheda-Wiedenbrück | 45 |
| 6 Zentrenkonzept für Rheda-Wiedenbrück | 51 |
| 6.1 Das Zentrenkonzept: Empfehlungen für die zentralen Versorgungsbereiche in Rheda-Wiedenbrück | 51 |
| 6.2 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Wiedenbrück | 54 |
| 6.2.1 Standortmerkmale und Nutzungsstrukturen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Wiedenbrück | 54 |
| 6.2.2 Bewertung des Innenstadtzentrums aus Kundensicht | 60 |
| 6.2.3 Räumliche und Funktionale Entwicklungsziele und Empfehlungen für das Innenstadtzentrum Wiedenbrück | 63 |

| | | |
|-----------|--|------------|
| 6.2.4 | Im Zusammenhang mit einer möglichen räumlich-funktionalen Fortentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum Wiedenbrück untersuchte Potenzialflächen _____ | 64 |
| 6.2.5 | Vergleichende Standortbewertung „Schanze“ – „Hauptstraße/Westring“ _____ | 69 |
| 6.2.6 | Räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum Wiedenbrück _____ | 70 |
| 6.3 | Zentraler Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Rheda _____ | 71 |
| 6.3.1 | Standortmerkmale und Nutzungsstrukturen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Rheda _____ | 71 |
| 6.3.2 | Bewertung des Innenstadtzentrums Rheda aus Kundensicht _____ | 79 |
| 6.3.3 | Räumliche und funktionale Entwicklungsziele und Empfehlungen für das Innenstadtzentrum Rheda _____ | 81 |
| 6.3.4 | Potenzialflächen zur räumlich-funktionalen Fortentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum Rheda _____ | 82 |
| 6.3.5 | „Pflichtenheft“ für eine mögliche Entwicklung der Potenzialfläche „Kolpingstraße“ _____ | 87 |
| 6.3.6 | Räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum Rheda _____ | 89 |
| 7 | Nahversorgungskonzept _____ | 92 |
| 7.1 | Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Nahversorgung in Rheda-Wiedenbrück _____ | 92 |
| 7.2 | Empfehlungen zur Optimierung der Nahversorgungsstruktur in Rheda-Wiedenbrück _____ | 97 |
| 7.3 | Prüfschema zur Ansiedlung oder Erweiterung von Lebensmittelmärkten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche _____ | 102 |
| 8 | Konzept für den ergänzenden Sonderstandort _____ | 104 |
| 8.1 | Übergeordnete Zielstellungen Sonderstandortkonzept _____ | 104 |
| 8.2 | Sonderstandort Hauptstraße/Feldhüserweg _____ | 105 |
| 9 | Sortimentsliste für die Stadt Rheda-Wiedenbrück _____ | 108 |
| 9.1 | Rechtliche Anforderungen _____ | 108 |
| 9.2 | Methodische Herleitung _____ | 108 |
| 9.3 | Sortimentsliste für die Stadt Rheda-Wiedenbrück („Rheda-Wiedenbrücker Liste“) _____ | 114 |
| 10 | Ansiedlungsleitsätze _____ | 120 |
| 10.1 | Einordnung und Begründung der Ansiedlungsleitsätze _____ | 120 |

| | | |
|-----------|-----------------------------------|------------|
| 10.2 | Ansiedlungsleitsätze | 121 |
| 11 | Schlusswort | 124 |
| | Literatur- und Quellenverzeichnis | I |
| | Abbildungsverzeichnis | II |
| | Tabellenverzeichnis | V |
| | Glossar | VII |

Abkürzungsverzeichnis

| | |
|---------------------|---|
| Abb. | Abbildung |
| Abs. | Absatz |
| AZ | Aktenzeichen |
| BauGB | Baugesetzbuch |
| BauNVO | Baunutzungsverordnung |
| BMVBS | Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung |
| bspw. | beispielsweise |
| BVerwG | Bundesverwaltungsgericht |
| bzw. | beziehungsweise |
| d. h. | das heißt |
| Drog. | Drogeriewaren |
| EAG Bau | Europarechtsanpassungsgesetz Bau |
| EHK | Einzelhandelskonzept |
| etc. | et cetera |
| EW | Einwohner |
| f. | folgende |
| ff. | fortfolgende |
| FNP | Flächennutzungsplan |
| gem. | gemäß |
| ggf. | gegebenenfalls |
| GPK | Warengruppe Glas/Porzellan/Keramik |
| GVKF..... | Gesamtverkaufsfläche |
| i. d. R. | in der Regel |
| i. e. S. | im eigentlichen Sinne |
| i. S. d. | im Sinne des |
| i. S. v. | im Sinne von |
| insb. | insbesondere |
| IZ | Innenstadtzentrum |
| Kap. | Kapitel |
| km | Kilometer |
| LEP NRW | Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen |
| m | Meter |
| m ² | Quadratmeter |
| MIV | motorisierter Individualverkehr |

| | |
|-------------------|--|
| niL |städtebaulich nicht integrierte Lage |
| NuG |Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel |
| o. g. |oben genannt |
| ÖPNV |öffentlicher Personennahverkehr |
| OVG |Oberverwaltungsgericht |
| p. a. |pro Jahr |
| PBS |Warengruppe Papier/Bürobedarf/Schreibwaren |
| Pkw |Personenkraftwagen |
| rd. |rund |
| S. |Seite |
| s. |siehe |
| s. o. |siehe oben |
| s. u. |siehe unten |
| SB (SB-Warenhaus) |Selbstbedienung |
| siL |sonstige städtebaulich integrierte Lage |
| SO |Sonderstandort |
| sog. |sogenannte |
| SPNV |Schienenpersonennahverkehr |
| Tab. |Tabelle |
| u. a. |unter anderem |
| v. a. |vor allem |
| VerfGH |Verfassungsgerichtshof |
| vgl. |vergleiche |
| VKF |Verkaufsfläche |
| WZ |Warengruppenverzeichnis des Statistischen Bundesamtes |
| z. B. |zum Beispiel |
| z. T. |zum Teil |
| ZVB |zentraler Versorgungsbereich |

1 Einführung

Der Einzelhandel unterliegt seit Jahren einer deutlichen Dynamik. Dieser bundesweit zu verzeichnende Trend ist auch für den Einzelhandel in der Stadt Rheda-Wiedenbrück zu erkennen. Ursachen dieser Dynamik bei Einzelhandelsansiedlungen, -verlagerungen und Betriebsaufgaben sind einerseits lokale Strukturmerkmale der Angebots- wie auch der Nachfrageseite, andererseits der bundesweit wirksame Strukturwandel im Einzelhandel mit den unvermindert zu beobachtenden Konzentrationsprozessen auf Unternehmerseite, der Entwicklung neuer Betriebstypen (im Online-Handel) und vor allem den sich stetig verändernden Standortanforderungen.

Den betriebswirtschaftlich bedingten Entwicklungen stehen landesplanerische und städtebauliche Zielvorstellungen auf Basis gesetzlicher Grundlagen verschiedener räumlicher Ebenen und aufgrund politischer Beschlüsse gegenüber, die mit den Vorstellungen der Handelsunternehmen sowie der Investoren in Einklang zu bringen sind.

Die Stadt Rheda-Wiedenbrück beabsichtigt die Weiterentwicklung der gesamtstädtischen Zentren- und Einzelhandelsstruktur weiterhin auf eine entsprechend tragfähige wie auch städtebaulich-funktional ausgewogene sowie schließlich rechtssichere Gesamtkonzeption zu gründen, um die Vitalität und Attraktivität der zentralen Versorgungsbereiche zu stabilisieren bzw. auszubauen und eine funktionierende wohnortnahe Grundversorgung zu sichern. Die vorliegende Konzeption schreibt dabei das Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2008 fort. Angesichts zahlreicher Ansiedlungsfragestellungen an unterschiedlichen Standorten im Stadtgebiet sowie den sich aus dem Strukturwandel im Einzelhandel grundsätzlich ergebenden Herausforderungen für die Zentren- und Nahversorgungsentwicklung lag ein Schwerpunkt der Konzeptionsphase in der Herausarbeitung/Fortschreibung der räumlichen Entwicklungsleitlinien und -ziele (Diskussion von Entwicklungswegen der Doppelstadt). Denn nur auf politisch und öffentlich abgestimmten Entwicklungszielen kann eine belastbare und im Rahmen der Bauleitplanung umsetzbare Steuerungsgrundlage für die Einzelhandelsentwicklung in Rheda-Wiedenbrück gegründet werden.

Die vorliegende Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts bildet somit eine belastbare Grundlage für die rechtliche Umsetzung im Rahmen der Bauleitplanung und Bauordnung. Zudem enthält das Konzept auch Hinweise und Empfehlungen für weitere Adressaten in der Wirtschaftsförderung, in den örtlichen Händlergemeinschaften und im Stadtmarketing sowie der privaten Akteure im Einzelhandel, bei den Immobilieneigentümern und bei ansiedlungsinteressierten Unternehmen und Personen.

In der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts wird zunächst die aktuelle Einzelhandelsstruktur in Rheda-Wiedenbrück für alle relevanten Standorte und für alle angebotenen Warengruppen beschrieben und bewertet.

Ausgehend von der analytischen Darstellung der Angebots- und Nachfragesituation wird der zukünftige absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen für alle Warengruppen aufgezeigt. Auf dieser Basis werden die aus dem Jahre 2008 bestehenden Ziele zur Sicherung

und zur Weiterentwicklung der Einzelhandelsstandorte in Rheda-Wiedenbrück fortgeschrieben.

In Verbindung mit den fortgeschriebenen Zielen werden konkrete Empfehlungen zur gesamtstädtischen Zentren- und Standortstruktur in Rheda-Wiedenbrück formuliert. Gleichzeitig wird die Rheda-Wiedenbrücker Liste zentrenrelevanter Sortimente (Sortimentsliste) fortgeschrieben. Wesentliches Ergebnis der Konzeptfortschreibung sind die Neuabgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche, die Herausarbeitung von Nahversorgungsstandorten sowie die darauf bezogenen Ansiedlungsgrundsätze, die vorhabenspezifische Zulässigkeitsentscheidungen und rechtssichere bauleitplanerische Festsetzungsmöglichkeiten vorbereiten.

Aufgrund der Tragweite der Empfehlungen und Konzeptbausteine für die künftige Stadtentwicklung, wurden alle wichtigen Arbeitsschritte und Empfehlungen in einer begleitenden Arbeitsgruppe erörtert.

Das fortgeschriebene kommunale Einzelhandelskonzept soll als politisch gestützter Fachbeitrag¹ eine grundlegende und strategische Arbeitsbasis für die künftige Bauleitplanung und den Stadtentwicklungsprozess der nächsten Jahre bilden. Wesentliche Voraussetzung für die gewinnbringende Nutzung des Einzelhandelskonzepts ist deshalb u. a. der politische Beschluss dieses Konzepts.

¹ Im Sinne eines städtebaulichen Entwicklungskonzepts nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB.

2 Rechtliche Rahmenvorgaben

Nach einführenden Hinweisen zur rechtlichen Einordnung von Einzelhandelskonzepten werden die Abgrenzung und der Schutz der sog. zentralen Versorgungsbereiche vertieft erörtert. Auch die darauf zielende Sortimentsliste sowie ergänzende landes- und regionalplanerische Vorgaben werden nachfolgend skizziert.

2.1 Rechtliche Einordnung eines Einzelhandelskonzepts

Die räumlich-funktionale Steuerung der Einzelhandelsstruktur ist Aufgabe der kommunalen Bauleitplanung. Durch das Bau- und Planungsrecht ist die Kommune mit Befugnissen ausgestattet, die Standortwahl von Handelsbetrieben im Sinne gesamtstädtisch orientierter Grundsätze zu steuern, ohne jedoch Konkurrenzschutz oder Marktprotektionismus zu betreiben. Durch die kommunale Bauleitplanung und Beratung kann die öffentliche Hand aktiv Einfluss darauf nehmen, den für die Bürger und Besucher interessantesten Nutzungsmix der Innenstadt, in Nebenzentren und an Nahversorgungs- und Ergänzungsstandorten dauerhaft zu stabilisieren und auszubauen.

Jede Steuerung von Bauvorhaben mittels der Bauleitplanung bedarf einer aus dem Bauplanungsrecht abgeleiteten, sorgfältig erarbeiteten Begründung. Da die Steuerung im Einzelfall auch eine Untersagung oder eine Einschränkung von Vorhaben bedeuten kann, werden an die Begründung dieses hoheitlichen Handelns bestimmte rechtsstaatliche Anforderungen gestellt. Im Zentrum der kommunalen Steuerungsbemühungen müssen unter Berücksichtigung raumordnerischer Vorgaben stets städtebauliche – also bodenrechtliche – Aspekte stehen, zu denen insbesondere der Schutz zentraler Versorgungsbereiche (ZVB) gehört.

Rechtliche Grundlagen für das vorliegende Einzelhandelskonzept sind das Baugesetzbuch (BauGB), die Baunutzungsverordnung (BauNVO) und die dazu ergangene Rechtsprechung sowie der sachliche Teilplan Großflächiger Einzelhandel des Landesentwicklungsplan (LEP) NRW.

Der Bundesgesetzgeber hat mit der Novelle des BauGB zu Beginn des Jahres 2007 den Stellenwert kommunaler Einzelhandelskonzepte im Rahmen der Bauleitplanung weiter gestärkt. Nachdem sie bereits als Abwägungsbelang in § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB verankert waren, stellen sie auch in § 9 Abs. 2a BauGB (einfache Innenbereichs-Bebauungspläne zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche) eine wesentliche Abwägungsgrundlage dar. In der aktuellen BauGB und BauNVO Novelle wurden die möglichen Darstellungen des Flächennutzungsplan in § 5 Abs. 2 Nr. 2d um zentrale Versorgungsbereiche ergänzt.

2.2 Zentrale Versorgungsbereiche: Planungsrechtliche Einordnung und Festlegungskriterien

Die Innenstädte, die städtischen Nebenzentren und die Nahversorgungszentren sind als Ausprägung zentraler Versorgungsbereiche städtebaurechtliches Schutzgut im Sinne des BauGB und der BauNVO. An ihre Bestimmung bzw. Abgrenzung werden rechtliche Anforderungen gestellt, die sich aus den neuerlich geänderten bundesrechtlichen Normen und vor allem aus der aktuellen Rechtsprechung ergeben. Die räumlich abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Rheda-Wiedenbrück bilden die essentielle Grundlage zur Konkretisierung der bauleitplanerischen Umsetzung der empfohlenen Einzelhandelsentwicklung.

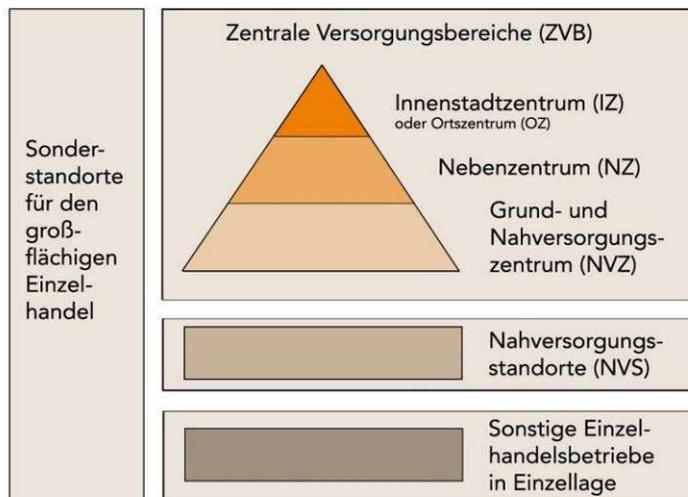
Wesentliche Entwicklungen in Planungsrecht und Rechtsprechung

Der Begriff der zentralen Versorgungsbereiche ist schon länger Bestandteil der planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO) und beschreibt diejenigen Bereiche, die aus städtebaulichen Gründen vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen bzw. vor Funktionsstörungen geschützt werden sollen. Durch das Europarechtsanpassungsgesetz Bau (EAG Bau) wurde der Begriff im Jahr 2004 in den bundesrechtlichen Leitsätzen zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) sowie den planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich ergänzend verankert (§ 34 Abs. 3 BauGB). Durch die Novellierung des BauGB zum 01.01.2007 wurde die „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ schließlich auch zum besonders zu berücksichtigenden Belang der Bauleitplanung erhoben (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB) und das Sicherungs- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche berechtigt nunmehr zur Aufstellung einfacher Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB. Durch die aktuelle Novelle des BauGB und der BauNVO wurde zudem in § 5 Abs. 2 Nr. 2d die Möglichkeit geschaffen, die zentralen Versorgungsbereiche im Rahmen des Flächennutzungsplans darzustellen.

Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche

In der planerischen Praxis der Zentrendefinition ergibt sich je nach Größe und Struktur einer Kommune, in der Regel ein hierarchisch abgestuftes kommunales System aus einem Innenstadtzentrum, aus Nebenzentren sowie Grund- bzw. Nahversorgungszentren (s. folgende Abbildung). Zusammen mit den übrigen Einzelhandelsstandorten im Stadtgebiet bilden die zentralen Versorgungsbereiche das gesamtstädtische Standortssystem.

Abbildung 1: Das hierarchisch abgestufte System zentraler Versorgungsbereiche (modellhaft)



Quelle: Eigene Darstellung.

Der Bundesgesetzgeber erläutert zu zentralen Versorgungsbereichen, dass sich ihre Festlegung

- aus planerischen Festsetzungen in Bauleitplänen und Festlegungen in Raumordnungsplänen,
- aus sonstigen städtebaulichen oder raumordnerischen Konzepten (also insbesondere Einzelhandelskonzepten)
- oder aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben kann (vgl. Begründungen des Gesetzgebers zu § 34 Abs. 3 BauGB und BMVBS 2004: S. 54).

Nach Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts sind zentrale Versorgungsbereiche i. S. des § 34 Abs. 3 BauGB räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt (vgl. BVerwG Urteil vom 11. Oktober 2007 – AZ 4 C 7.07).

Bei der Beurteilung, ob ein Versorgungsbereich einen zentralen Versorgungsbereich i. S. des § 34 Abs. 3 BauGB bildet, bedarf es einer wertenden Gesamtbetrachtung der städtebaulich relevanten Gegebenheiten. Entscheidend für die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs ist, dass der Bereich eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat und die Gesamtheit der dort vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereichs und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage ist, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereichs – sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- oder Nahversorgung – zu erfüllen (vgl. OVG Lüneburg, Urteil vom 12. November 2007 – 1 ME 276/07).

Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt demnach eine integrierte Lage voraus. Ein isolierter Standort mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben bildet keinen zentralen Versorgungsbereich, auch wenn dieser über einen weiteren Einzugsbereich verfügt und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllt (vgl. BVerwG Urteil vom 11. Oktober 2007 – AZ 4 C 7.07).

Tabelle 1: Zentrale Versorgungsbereiche

Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein

- räumlich abgrenzbarer Bereich,
- der nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine zentrale Funktion für einen bestimmten Einzugsbereich übernimmt,
- eine integrierte Lage aufweist und durch vorhandene Einzelhandelsnutzung – häufig ergänzt durch Dienstleistungs- und Gastronomieangebot – geprägt ist.

Quelle: Eigene Darstellung.

Neben der Beurteilung ob zentrale Versorgungsbereiche sich aus den tatsächlichen Verhältnissen ableiten lassen, spielt die planerische Entwicklung von zentralen Versorgungsbereichen eine zunehmende Rolle. Die Rechtsprechung hat der Entwicklung von zentralen Versorgungsbereichen in der jüngeren Vergangenheit Grenzen gesetzt. Der verlautbarte Wille des Rates allein, einen konkret bestimmten räumlichen Bereich zu einem zentralen Versorgungsbereich entwickeln zu wollen, reicht nicht aus, um die Aufstellung eines Bebauungsplans nach § 9 Abs. 2a BauGB zum Schutz der Entwicklung dieses Bereichs zu rechtfertigen. Der Plangeber muss in diesem Zusammenhang hinreichend belegen, dass in dem dafür vorgesehenen Raum die Entwicklung eines zentralen Versorgungsbereichs in absehbarer Zeit über die theoretische Möglichkeit hinaus wahrscheinlich ist beziehungsweise durch Einsatz des planungsrechtlichen Instrumentariums realisierbar erscheint (vgl. OVG NRW Urteil vom 15. Februar 2012 – AZ 10 D 32/11.NE).

Hierbei ist anzumerken, dass die dargelegte Rechtsprechung auf die Entwicklung von Grund- bzw. Nahversorgungszentren Bezug nimmt.

Grundsätzlich geht es dem Bundesgesetzgeber zufolge bei dem Schutz und der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im Kern darum, die Innenentwicklung und die Urbanität der Städte zu stärken und damit, angesichts des demografischen Wandels und der geringeren Mobilität älterer Menschen, auch die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung zu sichern (vgl. Gesetzentwurf zur BauGB-Novelle 2007, Bundesdrucksache 16/2496: S. 10).

Abgrenzungskriterien zentraler Versorgungsbereiche

Ist die Definition und hierarchische Struktur von zentralen Versorgungsbereichen durch die erläuterte Rechtsprechung hinreichend gegeben, fehlen allgemein gültige Kriterien für eine räumliche Abgrenzung. Insbesondere für die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche im Rahmen von Einzelhandelskonzepten sind diese unabdingbar, um eine transparente

Vorgehensweise zu gewährleisten. In diesem Zusammenhang ist der konkrete Bezugsraum für die vom Gesetzgeber vorgesehene Schutzfunktion zu berücksichtigen. Wird im Rahmen des § 34 Abs. 3 BauGB auf die faktischen (tatsächlichen) Gegebenheiten abgestellt, ist hiervon abweichend bei der Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen im Rahmen eines Einzelhandelskonzepts auch der Erhalt und die Entwicklung (i. S. d. § 1 Abs. 6 Nr. 4 und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a sowie § 11 Abs. 3 BauNVO) solcher zu betrachten. Im Rahmen der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche werden daher – ausgehend von der Leitfunktion des Einzelhandels unter Berücksichtigung einer gewissen erforderlichen Nutzungsmischung und -dichte – folgende Kriterien zur Festlegung für zentrale Versorgungsbereiche zugrunde gelegt:

Tabelle 2: Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche

| Aspekte des Einzelhandels: |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Warenspektrum, Branchenvielfalt, räumliche Dichte und Anordnung des Einzelhandelsbesatzes, ▪ aktuelle und/oder zukünftig vorgesehene Versorgungsfunktion des Zentrums (räumlich und funktional). |
| Sonstige Aspekte: |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Art und Dichte ergänzender öffentlicher wie privater Einrichtungen (wie etwa Dienstleistungen und Verwaltung, Gastronomie, Bildung und Kultur etc.), ▪ städtebauliche Gestaltung und Dichte, stadthistorische Aspekte sowie Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raums, ▪ integrierte Lage innerhalb des Siedlungsgebiets, ▪ verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz, verkehrliche Erreichbarkeit für sonstige Verkehrsträger, bedeutende Verkehrsanlagen wie etwa Busbahnhöfe und Stellplatzanlagen, ▪ ggf. Einbezug potenzieller und städtebaulich vertretbarer Entwicklungsareale auch in Abhängigkeit von der empfohlenen Funktionszuweisung. |

Quelle: Eigene Darstellung.

In diesem Einzelhandels- und Zentrenkonzept werden Stärken und Schwächen der Einkaufsstandorte ergänzend untersucht. Zur Darstellung der Gesamtattraktivität der zentralen Versorgungsbereiche werden ggf. auch Leerstände von Ladenlokalen und erkennbare städtebauliche Missstände in Zentren erfasst – sie verdichten qualitativ wie auch quantitativ die städtebaulich-funktionale Bewertungsgrundlage.²

² Das Bundesverwaltungsgericht hat die Auffassung des OVG Münster bestätigt, wonach die Verträglichkeitsbewertung zu Vorhaben in Bezug auf zentrale Versorgungsbereiche im Einzelfall auch die konkrete städtebauliche Situation des betroffenen Versorgungsbereichs einbeziehen sollte, etwa wenn ein zentraler Versorgungsbereich durch Leerstände besonders empfindlich gegenüber zusätzlichen Kaufkraftabflüssen ist (vgl. BVerwG Urteil vom 11.10.2007 – AZ 4 C 7.07).

Eine sinnvolle Begrenzung in ihrer Ausdehnung erfahren zentrale Versorgungsbereiche stets dadurch, dass Flächen, die nicht mehr im unmittelbaren, fußläufig erlebbaren städtebaulich-funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Bereichen eines Zentrums stehen und deren mögliche Entwicklung nicht mehr zur Stärkung des zentralen Versorgungsbe- reichs *als Ganzem* beitragen würden, nicht in die zentralen Versorgungsbereiche einbezogen werden sollten. Aus diesem Grunde werden auch städtebauliche Barrieren³ näher untersucht, die eine Begrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs begründen können.

2.3 Landesplanerische Regelungen

Die kommunale Bauleitplanung hat landesplanerische Ziele und Grundsätze entsprechend den lokalen Gegebenheiten zu beachten bzw. zu berücksichtigen. Im Folgenden sind die für die Entwicklung des Einzelhandels in Rheda-Wiedenbrück wesentlichen Vorgaben des Landesrechts und der Regionalplanung beschrieben.

Landesrechtliche Rahmenvorgaben

Der vorliegende LEP NRW – Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel ist am 13.07.2013 in Kraft getreten und enthält folgende Ziele und Grundsätze:

1 Ziel: Standorte 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.

2 Ziel: Zentrenrelevante Kernsortimente: Standorte nur in zentralen Versorgungsbereichen

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

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

dargestellt und festgesetzt werden.

³ Als städtebauliche Barrieren wirken etwa Bahnanlagen, Gewässer, stark befahrene Hauptverkehrsstraßen, Hangkanten, Höhenversätze, nicht zugängliche Areale wie etwa größere Gewerbebetriebe oder Industrieanlagen usw.

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 zur 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.*

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.

4 Grundsatz: Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche

Bei der Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 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.

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 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.

7 Ziel: Überplanung von vorhandenen Standorten

Abweichend von den Festlegungen 1 bis 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 Bestandschutz genießen, zu begrenzen. Wird durch diese Begrenzung die zulässige Nutzung innerhalb einer Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit aufgehoben oder geändert, sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen auf die zulässigen Verkaufsflächenobergrenzen zu begrenzen. Ein Ersatz zentrenrelevanter durch nicht-zentrenrelevante Sortimente ist möglich.

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

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.

9 Grundsatz: Regionale Einzelhandelskonzepte

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

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

1, 7 und 8 entsprechen; im Falle von zentrenrelevanten Kernsortimenten haben sie zudem den Festlegungen 2 und 3, im Falle von nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten den Festlegungen 4, 5 und 6 zu entsprechen.

(LEP NRW Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel)

Regionalplanerische Vorgaben

Der für die Stadt Rheda-Wiedenbrück relevante Regionalplan des Regierungsbezirks Detmold, Teilabschnitt Oberbereich Bielefeld, beinhaltet folgende regionalplanerische Ziele, die bei der weiteren Erarbeitung dieses Einzelhandelskonzepts zugrunde zu legen sind:

Großflächiger Einzelhandel

- *„Ziel 1*

Standorte für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige Handelsbetriebe im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO sind grundsätzlich auf den Siedlungsflächen des ASB zu entwickeln. Es ist im Einzelfall im Rahmen der Bauleitplanung wie auch im Baugenehmigungsverfahren nachzuweisen, warum ein Abweichen von diesem Ziel notwendig ist.

- *Ziel 2*

Die Gemeinden sollen bei der Fortschreibung ihrer Flächennutzungspläne unter Beachtung der zentralörtlichen Bedeutung der Gemeinde und des kommunalen Siedlungsschwerpunktekzeptes - grundsätzliche Aussagen über die angestrebte Einzelhandelsausstattung zur angemessenen Versorgung der Bevölkerung machen.

- *Ziel 3*

Im ländlich strukturierten Bereich des Planungsgebietes, aber auch in den Kommunen, die von einer rückläufigen Bevölkerungsentwicklung betroffen sind, ist eine ausreichende Nahversorgung der Wohnstandorte mit Gütern des täglichen Bedarfs (Grundversorgung) zu sichern.

Eine Konzentration von großflächigen Angeboten, die der Nahversorgung dienen, auf wenige Standorte ist zu verhindern. Das Ziel ist eine möglichst ausreichende und ausgewogene, räumlich dezentrale, ortsnahe Versorgung der Bevölkerung.

- *Ziel 4*

Neuplanungen, Erweiterungen und Umstrukturierungen von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen Handelsbetrieben im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO dürfen die vorhandenen Versorgungsfunktionen sowie die absehbaren Entwicklungsmöglichkeiten der eigenen und der benachbarten Zentren der Region nicht beeinträchtigen oder verhindern.

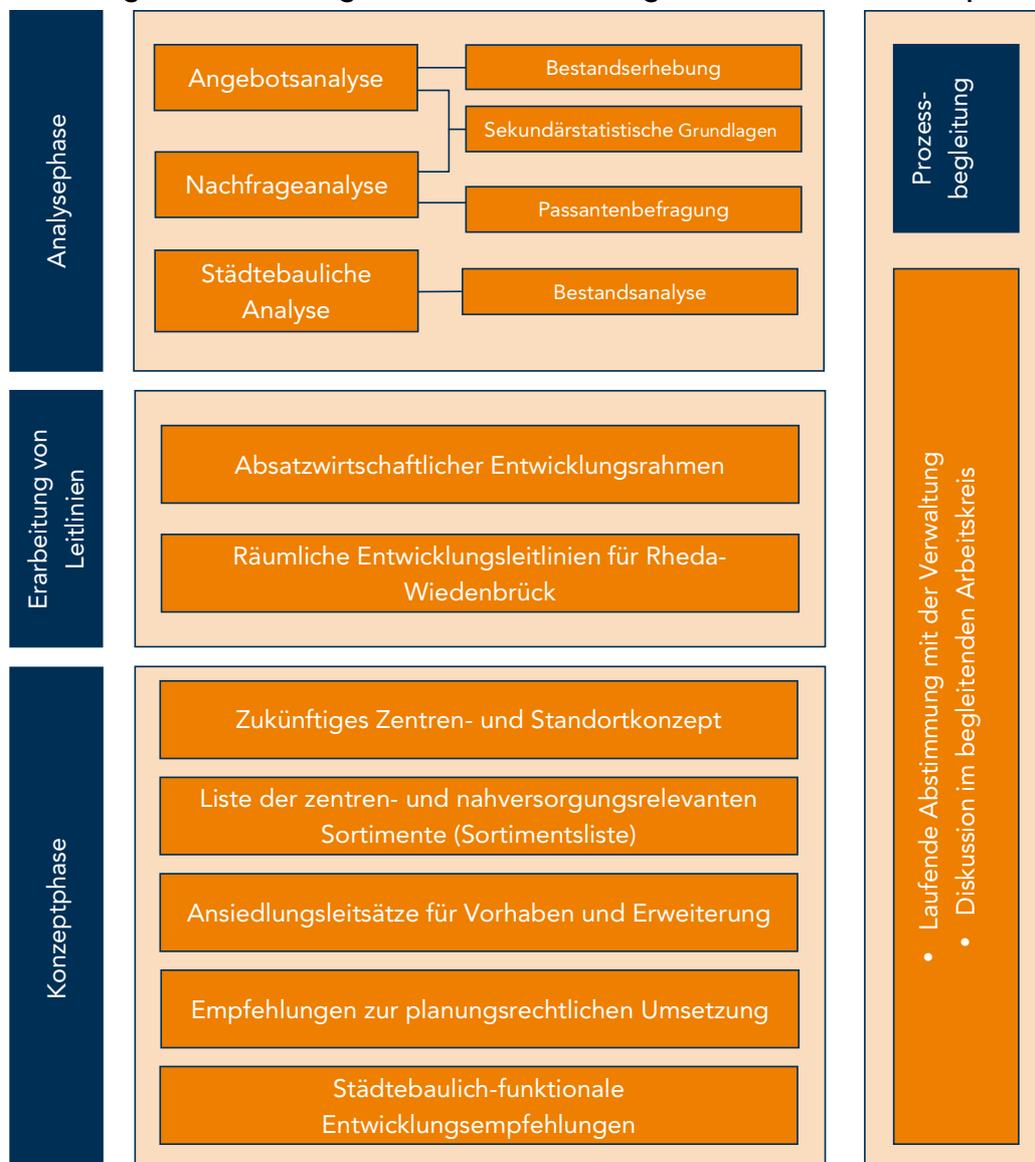
Bei Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen gem. § 11 Abs. 3 BauNVO ist es Aufgabe der Gemeinde darauf hinzuwirken, dass diese in Größenordnung und Standort den Zielen der Raumordnung und Landesplanung entsprechen. Die Größe der Verkaufsfläche ist so zu begrenzen, dass der Einzugsbereich eines Vorhabens den zentralörtlichen Versorgungsbereich der Ansiedlungsgemeinde nicht wesentlich überschreitet.“

(Regionalplan des Regierungsbezirks Detmold, Teilabschnitt Oberbereich Bielefeld)

3 Methodik

Um die Untersuchungsfragen, die dieser Konzeptfortschreibung zugrunde liegen, beantworten zu können, sind verschiedene aufeinanderfolgende Arbeitsschritte durchgeführt worden. Eine vergleichende Analyse zu den Untersuchungen und primärstatistisch empirischen Erhebungen im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandelskonzepts aus dem Jahr 2008 ermöglicht eine Evaluation relevanter Entwicklungen und darauf aufbauend die Überprüfung und Modifizierung konzeptioneller Ansätze und Empfehlungen. Es sind analytische und bewertende Leistungsbausteine eingebunden, die wiederum auf mehrere primärstatistische empirische Erhebungen zurückgreifen.

Abbildung 2: Erarbeitungsschritte Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts



Quelle: Eigene Darstellung.

Zur Erfassung und Bewertung der Angebots- und Nachfragesituation sowie der städtebaulichen Standortmerkmale wurden im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts folgende empirische Bausteine zugrunde gelegt und aufeinander abgestimmt:

Tabelle 3: Übersicht über die verwendeten empirischen Erhebungsbausteine

| | Bestandserhebung | Passantenbefragung |
|---------------------|--|---|
| Daten- grundlage | Erhebung durch Stadt + Handel | Befragung durch Stadt + Handel in den Zentren von Rheda und Wiedenbrück sowie am Sonderstandort Hauptstraße/ Feldhüserweg |
| Zeit- raum | Juli 2015 | September 2015 |
| Methode | Flächendeckende Vollerhebung in der Stadt Rheda-Wiedenbrück, | Halbstandardisierter Fragebogen (n=908) |
| Inhalt | Standortdaten, Verkaufsflächen und Sortimente aller Einzelhandelsbetriebe, Zentrenergänzende Funktionen und Leerstände* (in den zentralen Versorgungsbereichen) städtebauliche Analyse/zentrenergänzende Funktionen | Kundenherkunft (Einzugsbereiche) Gekaufte Sortimente Angebotslücken Einschätzung zum Einzelhandelsstandort |

Quelle: Eigene Darstellung; *Leerstände außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen, wenn strukturprägend, d.h. Potenzial für Lebensmittelmarkt oder Lebensmitteldiscounter.

Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe

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

Zur Ermittlung der Verkaufsflächen sind Betriebsbegehungen durchgeführt worden; die Gesamtverkaufsfläche ist differenziert nach innen und außen liegender Verkaufsfläche ermittelt worden. Dabei erfolgte i. d. R. die eigenständige Vermessung der Verkaufsflächen, in Ausnahmefällen die persönliche Befragung des Personals bzw. des Inhabers/Geschäftsführers. Die aktuelle Rechtsprechung zur Verkaufsflächendefinition des Bundesverwaltungsgerichts (vgl. BVerwG Urteil vom 24.11.2005 – AZ 4 C 10.04) findet dabei Anwendung. Persönlich erfragte Verkaufsflächen wurden grundsätzlich auch auf ihre Plausibilität hin überprüft und ggf. modifiziert. Eine Schätzung von Verkaufsflächen ist nur im Ausnahmefall vorgenommen worden und entsprechend kenntlich gemacht, wenn etwa trotz mehrmaliger Zugangsversuche zu einem Ladengeschäft eine Messung oder Befragung nicht möglich war (z. B. bei Ladenleerständen aufgrund von Betriebsaufgaben).

Ergänzend zu den Sortimenten und der Verkaufsfläche wurde außerdem die städtebauliche Lage jedes Betriebs erfasst. Diese Daten sind zur Bewertung der Einzelhandelsstruktur im Rahmen des Empiriebausteins der Bestandserhebung unerlässlich.

Im Zuge der Bestandserhebung wurden zur Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen Nutzungen mit zentrenergänzender Funktion (bspw. Bankfiliale, Friseur, Verwaltungseinrichtung) nach ihrer Art und ihrem Standort erfasst.

Passantenbefragung

Eine Passantenbefragung in den Zentren Rheda und Wiedenbrück sowie am Sonderstandort Hauptstraße/Feldhüserweg wurde im September 2015 von dem Büro Stadt + Handel durchgeführt. Die Befragung fand anhand halbstandardisierter Fragebögen statt. Insgesamt wurden 908 Passanten befragt. Durch den Fragebogen konnten Daten zur Kundenherkunft und somit den Einzugsbereichen, zu Kopplungsaktivitäten, zu den gekauften Sortimenten und zu Angebotslücken erfasst werden. Ebenfalls wurden durch die Passantenbefragung Einschätzungen zum Einzelhandelsstandort ermittelt.

Bestandsanalyse Städtebau

Für die ZVB Rheda und Wiedenbrück sowie die sonstigen Standorte erfolgte eine an den untersuchungsrelevanten Fragestellungen (insb. die Abgrenzung der Standorte als zentrale Versorgungsbereiche) orientierte städtebauliche Analyse. Ein wesentlicher Aspekt ist, angesichts der hohen Bedeutung für die bauleitplanerische Steuerung, die räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche. Eine solche städtebaulich-funktional hergeleitete Abgrenzung ist die Basis der Rheda-Wiedenbrücker Sortimentsliste und der zukünftigen räumlichen Steuerung von Einzelhandelsansiedlungen.

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

Prozessbegleitung durch einen Facharbeitskreis

Neben den laufenden Abstimmungsgesprächen zwischen dem erstellenden Gutachterbüro und der Verwaltung wurde ein prozessbegleitender Facharbeitskreis gebildet, in dem die Ergebnisse der Analysephase sowie die Ansätze zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts diskutiert wurden. Eingeladen waren u. a. Vertreter der im Rat vertretenden Parteien, Vertreter der Werbegemeinschaften der Zentren Rheda und Wiedenbrück, Vertreter des Einzelhandelsverbands, der Industrie- und Handelskammer sowie der Bezirksregierung Detmold. Nicht alle haben an den Sitzungen des Arbeitskreises teilgenommen.

4 Markt- und Standortanalyse

Die Markt- und Standortanalyse besteht aus der Untersuchung und Bewertung der im Rahmen dieser Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts wichtigen Angebots- und Nachfragedaten. Die Ergebnisse werden – sofern möglich – mit den Analysen des Einzelhandelskonzepts 2008 verglichen und die wesentlichen Veränderungen dargestellt.

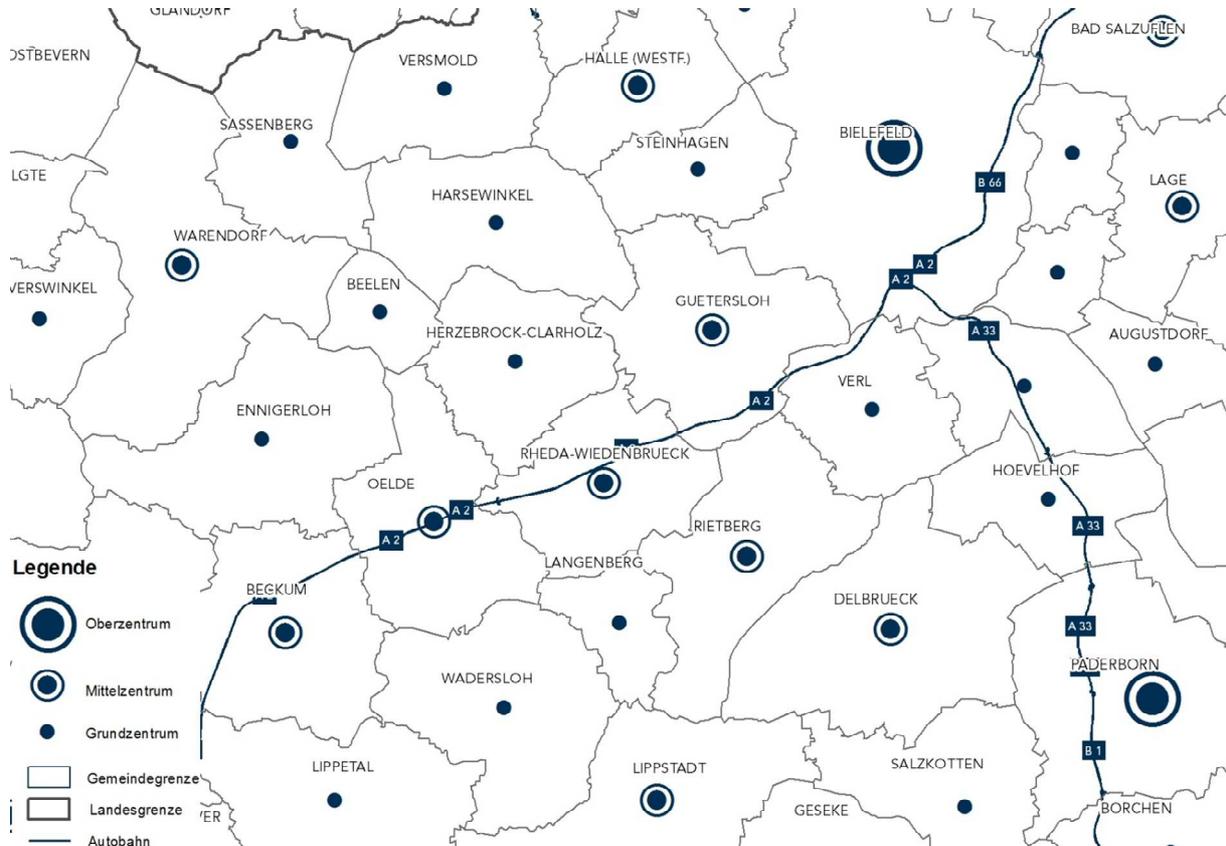
4.1 Räumliche und sozioökonomische Rahmenbedingungen

Relevante Standortfaktoren für die Analyse und Bewertung der Einzelhandels- und Standortstruktur werden nachfolgend vorgestellt.

Lage, Siedlungsstruktur und Einwohnerverteilung

Die als Mittelzentrum klassifizierte Doppelstadt Rheda-Wiedenbrück liegt südwestlich des Teutoburger Waldes im Kreis Gütersloh in Nordrhein-Westfalen. In der Umgebung der Stadt liegen mehrere Grundzentren (u. a. Langenberg, Herzebrock-Clarholz) und weitere kleinere Mittelzentren (z. B. Oelde, Rietberg). Gütersloh in rd. 10 km Entfernung ist das nächst größere Mittelzentrum (rd. 97.000 EW). Die nächstgelegenen Oberzentren sind die rd. 45 km südöstlich von Rheda-Wiedenbrück gelegene Stadt Paderborn sowie die in rd. 30 km nordöstlich lokalisierte Stadt Bielefeld (vgl. Abbildung 3). Rheda-Wiedenbrück befindet sich folglich in einem überwiegend ländlich geprägten, jedoch siedlungsstrukturell eng verflochtenen Raum mit starken Wettbewerbsstandorten.

Abbildung 3: Lage in der Region

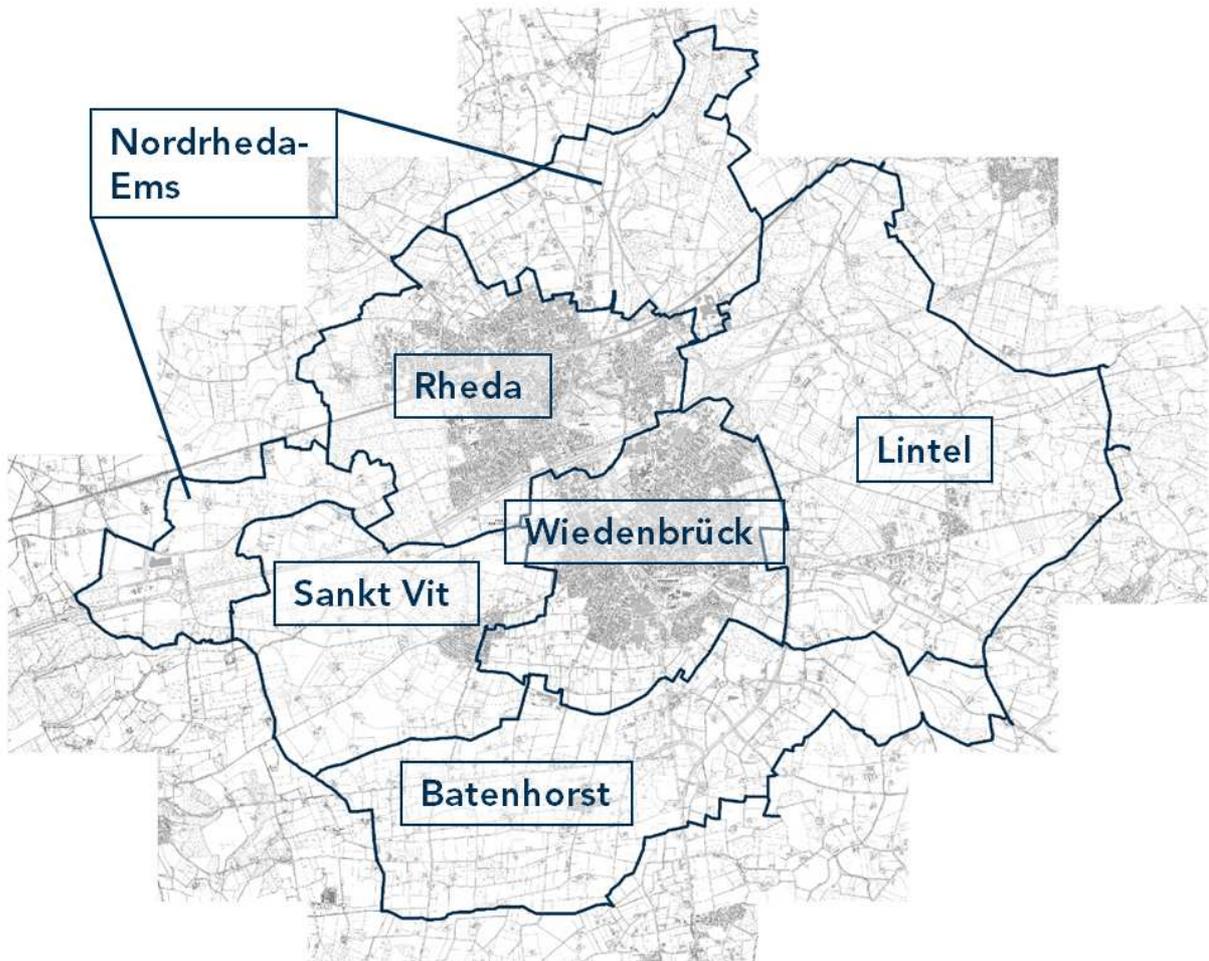


Quelle: Eigene Darstellung gemäß ©GeoBasis-DE/BKG 2010; IfH 2015.

Die Stadt Rheda-Wiedenbrück setzt sich aus den beiden Siedlungsschwerpunkten Rheda und Wiedenbrück sowie den Ortsteilen Batenhorst, Lintel und Sankt Vit und der Gemarkung Nordrheda-Ems (vgl. Abbildung 4) zusammen. Insgesamt beträgt die Bevölkerungszahl Rheda-Wiedenbrücks rd. 48.080 Einwohner⁴. Die Stadtteile Rheda (rd. 46 %) und Wiedenbrück (rd. 44 %) bilden die deutlichen Bevölkerungsschwerpunkte der Stadt. Die übrigen Ortsteile weisen Bevölkerungsanteile zwischen rd. 2,9 % und rd. 3,2 % auf.

⁴ Einwohnerdaten Stadt Rheda-Wiedenbrück (Stand der Daten: 01.2015).

Abbildung 4: Siedlungsstruktur der Stadt Rheda-Wiedenbrück



Quelle: Eigene Darstellung; Kartengrundlage Stadt Rheda-Wiedenbrück; Einwohnerdaten Stadt Rheda-Wiedenbrück.

Wettbewerbsumfeld

Die Stadt Rheda-Wiedenbrück weist als Einzelhandelsstandort durch die nächstliegenden Oberzentren Bielefeld und Paderborn sowie zusätzlich durch die benachbarten Mittelzentren (hier insb. Gütersloh) ein starkes Wettbewerbsumfeld auf. Kommunal eigenständige Unterzentren, die sich in ihrer funktionalen Zuordnung auf Rheda-Wiedenbrück beziehen, sind Herzebrock-Clarholz und Langenberg. Das starke Wettbewerbsumfeld wird auch an den zum Teil unterdurchschnittlichen Zentralitätswerten deutlich (vgl. Kapitel 4.3).

Verkehrliche Erschließung der Stadt Rheda-Wiedenbrück

Die Stadt Rheda-Wiedenbrück verfügt über einen leistungsfähigen Anschluss an das überregionale Fernverkehrsnetz. Durch die direkte Anbindung an die Bundesautobahn A 2 wird die überörtliche Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr (MIV) geschaffen. Über die Bundesstraßen 61 und 64 besteht darüber hinaus eine gute interkommunale Ver-

bindung zu den umliegenden Städten und Ortschaften. Die nächstgelegenen Oberzentren Bielefeld und Paderborn sind in rd. 20 bzw. rd. 40 Fahrminuten erreichbar. Das Mittelzentrum Gütersloh liegt rd. 15 Fahrminuten entfernt.

Rheda-Wiedenbrück ist zudem über den Bahnhof Rheda-Wiedenbrück an das Streckennetz der Deutschen Bahn angeschlossen. Es besteht eine leistungsfähige Verbindung insbesondere in Richtung Bielefeld und Paderborn sowie Hamm (Westfalen) mit Haltepunkten in den umliegenden Mittel- und Unterzentren. Eine zusätzliche Angebotsform des öffentlichen Personennahverkehrs stellt das Busliniennetz der Transdev Ostwestfalen GmbH (TWE) dar, welches neben örtlichen Buslinien auch Verbindungen in die nahe gelegenen Unter- und Mittelzentren anbietet.

4.2 Angebotsanalyse

Im Rahmen der durchgeführten Bestandserhebung durch Stadt + Handel im Juli 2015 wurden insgesamt 291 Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet erfasst, welche über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 84.590 m² verfügen. Im Vergleich zum Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2008 ergibt sich im Bereich der Anzahl der Betriebe eine Differenz von 59 Betrieben bei einem Verkaufsflächenzuwachs von rd. 3.340 m² (vgl. nachfolgende Tabelle).

Tabelle 4: Einzelhandelsbestand in Rheda-Wiedenbrück

| | Einzelhandelskonzept 2008 - Erhebung 2007 - | Fortschreibung Einzel- handelskonzept 2015 - Erhebung 2015 - |
|------------------------------------|---|--|
| | Junker und Kruse | Stadt + Handel |
| Anzahl der Betriebe | 350 | 291 |
| Differenz | -59 | |
| Gesamtverkaufsfläche | rd. 81.250 m ² | rd. 84.590 m ² |
| Differenz | + rd. 3.340 m ² | |
| Gesamtverkaufsfläche je Einwohner* | rd. 1,8 m ² /EW | rd. 1,8 m ² /EW |

Quellen: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/ 2015; Junker und Kruse 2008: VKF-Angaben auf 10 m² gerundet; * Bundesdurchschnitt: rd. 1,4 m²/EW; Mittelzentren: meist > 2,0 m² VKF/EW.

Der Verkaufsflächenzuwachs von rd. 3.340 m² hat – aufgrund des zwischenzeitlich stattgefundenen Einwohnerwachstums – keinen Einfluss auf die Gesamtverkaufsfläche je Einwohner, welche sowohl im Jahr 2008 als auch zum Zeitpunkt der Fortschreibung des

Einzelhandelskonzepts bei rd. 1,8 m²/EW liegt. Bei der Betrachtung der Gesamtverkaufsfläche, bezogen auf die Einwohner der Stadt Rheda-Wiedenbrück im Vergleich zum Bundesdurchschnitt, zeigt sich eine leicht überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung. Bundesweit stehen jedem Einwohner im Schnitt rd. 1,4 m² VKF zur Verfügung.⁵ Allgemein liegt die Verkaufsfläche je Einwohner in Mittelzentren jedoch regelmäßig über 2,0 m² VKF je Einwohner. Somit weist die Stadt Rheda-Wiedenbrück für Mittelzentren eine leicht unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung auf, wobei zu beachten ist, dass Rheda-Wiedenbrück aufgrund seiner Lage zwischen anderen leistungsfähigen Städten über ein eingeschränkteres Einzugsgebiet verfügt und demnach die Verkaufsflächenausstattung zunächst nur einen ersten Anhaltswert liefert. Im Zuge der Potenzialberechnungen (Kapitel 5.1) werden sodann angemessene Zielzentralitäten unter Beachtung dieser Wettbewerbssituation zugrunde gelegt.

Bei einer teilräumlichen Differenzierung des Verkaufsflächenbestandes wird deutlich, dass die zentralen Versorgungsbereiche mit insgesamt rd. 58 % der Betriebe und rd. 25 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche eine hohe einzelhandelsbezogene Bedeutung im gesamtstädtischen Standortkontext einnehmen. Allerdings verteilen sich die Betriebe und Verkaufsflächen relativ homogen auf die beiden zentralen Versorgungsbereiche, was zu einer quantitativ eher geringen Bedeutung der jeweiligen Zentren führt.

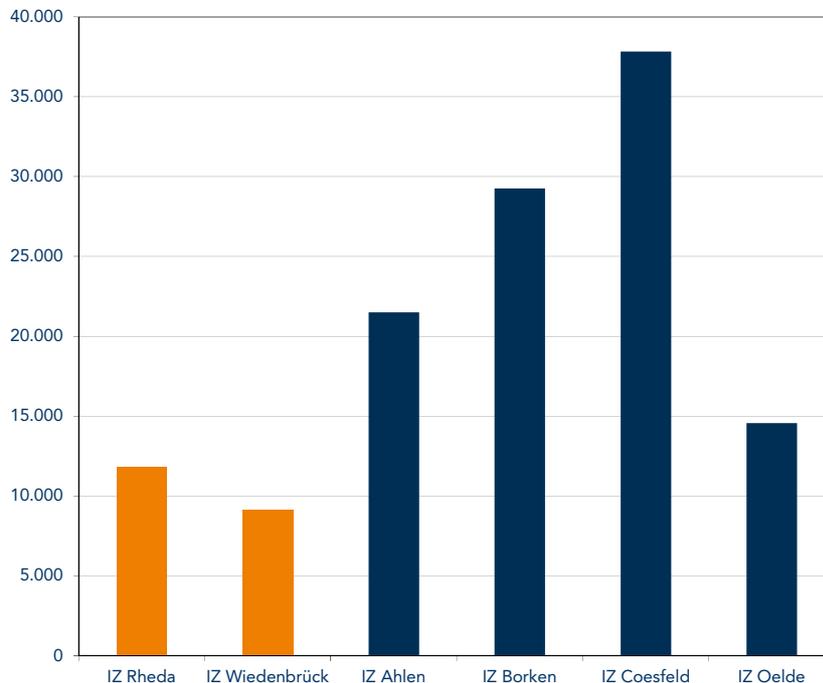
Das Innenstadtzentrum Rheda weist rd. 20 % der Betriebe und rd. 14 % der in Rheda-Wiedenbrück verfügbaren Verkaufsfläche auf. Während sich die Anzahl der Betriebe, verglichen zu 2007, um 21 Betriebe verringert hat, stagniert die Verkaufsfläche seit 2007.

Das Innenstadtzentrum Wiedenbrück weist rd. 37 % der Betriebe auf, verfügt jedoch nur über rd. 11 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Dies ist auf die Kleinteiligkeit der Ladenlokale innerhalb des historischen Stadtkerns Wiedenbrück zurückzuführen. Verglichen mit dem Innenstadtzentrum Rheda ist der Rückgang der Anzahl der Betriebe von 12 Betrieben geringer ausgefallen. Die Gesamtverkaufsfläche des Innenstadtzentrums Wiedenbrück ist jedoch von rd. 11.400 m² im Jahr 2007 auf rd. 9.150 m² im Jahr 2015 zurückgegangen.

Die vergleichsweise unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung der Zentren in Rheda und Wiedenbrück verdeutlicht folgender Städtevergleich:

⁵ Vgl. Website HDE 2010.

Abbildung 5: Benchmark: innerstädtische Verkaufsflächen Rheda, Wiedenbrück und Vergleichsstädte



Quelle: Fortschreibung des Einzelhandelskonzept für die Stadt Ahlen 2015 (im Entwurf); Einzelhandelskonzept für die Stadt Borken 2008; Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Coesfeld 2010; Zentrenkonzept für die Stadt Oelde 2009.

Im gesamtstädtischen Vergleich liegt der Anteil der Betriebe innerhalb des Sonderstandortes Hauptstraße/Feldhüserweg bei nur rd. 12 %. Seit der letzten Erhebung im Jahr 2007 hat sich die Anzahl der Betriebe um einen zusätzlichen Betrieb erhöht. Auch die Gesamtverkaufsfläche des Sonderstandortes ist um rd. 950 m² von rd. 34.100 m² auf rd. 35.050 m² leicht gestiegen. Der Sonderstandort Hauptstraße/Feldhüserweg weist demnach einen Anteil von rd. 41 % an der Gesamtverkaufsfläche Rheda-Wiedenbrücks auf und stellt hinsichtlich der Verkaufsfläche nach wie vor den bedeutendsten Einzelhandelsstandort in Rheda-Wiedenbrück dar.

In den sonstigen Lagen sind zum Zeitpunkt der Erhebung im Jahr 2015 insgesamt 90 Betriebe lokalisiert, das sind 27 weniger im Vergleich zu 2007. Betrug die Gesamtverkaufsfläche in den sonstigen Lagebereichen im Jahr 2007 rd. 23.950 m², stieg sie bis 2015 um rd. 4.620 m² auf insgesamt rd. 28.570 m² Verkaufsfläche an. Diese Entwicklung entspricht dem allgemeinen Entwicklungstrend des Konzentrationsprozesses im Einzelhandel.

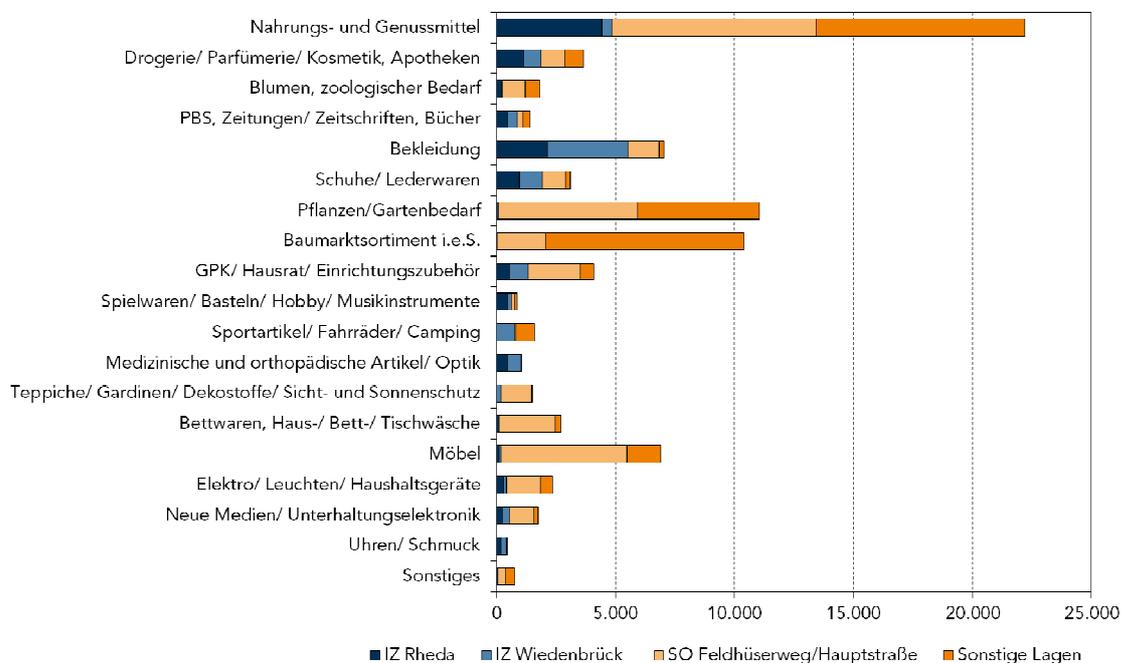
Tabelle 5: Einzelhandelsbestand nach Lagebereichen⁶

| | IZ Rheda | IZ Wiedenbrück | SO Hauptstraße/ Feldhüserweg | Sonstige Lagen | Gesamtstadt |
|------------------------------|------------|----------------|---------------------------------|----------------|-------------|
| Anzahl Einzelhandelsbetriebe | 59 | 108 | 34 | 90 | 291 |
| Anteil gesamtstädtisch | rd. 20 % | rd. 37 % | rd. 12 % | rd. 31 % | rd. 100 % |
| VKF in m ² | rd. 11.820 | rd. 9.150 | rd. 35.050 | rd. 28.570 | rd. 84.590 |
| Anteil gesamtstädtisch | rd. 14 % | rd. 11 % | rd. 41 % | rd. 34 % | rd. 100 % |

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2015; VKF-Angaben auf 10 m² gerundet.

Bei der detaillierten Betrachtung des Verkaufsflächenbestands nach einzelnen Sortimentsgruppen (vgl. Abbildung 6). ist eine starke Ausprägung der Sortimente Pflanzen/ Gartenbedarf, gefolgt von der Sortimentsgruppe Baumarktsortiment i. e. S. und Möbel zum Teil in städtebaulich nicht integrierten Lagen festzustellen.

Abbildung 6: Einzelhandelsbestand nach Warengruppen und Lagebereichen (in m² VKF)

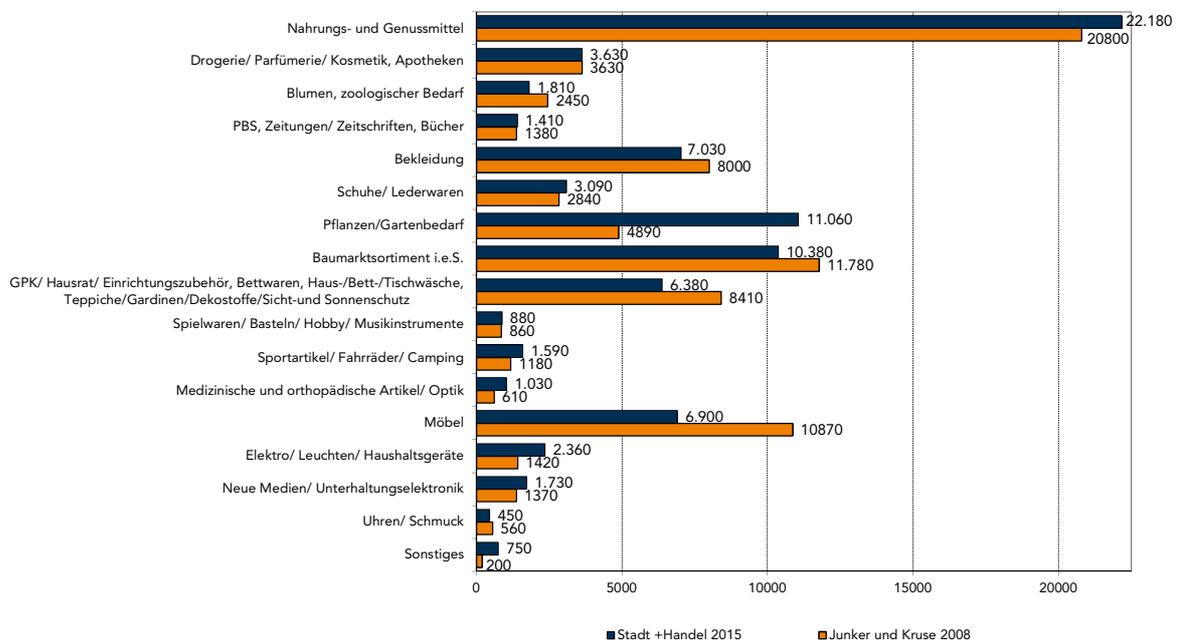


Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2015; VKF-Angaben auf 10 m² gerundet; Abweichungen ergeben sich aus Rundungen.

⁶ Bestandsdarstellung in dieser und den folgenden Auswertung gemäß Abgrenzungen aus dem Jahr 2008.

Dieses liegt primär darin begründet, dass hier vor allem großflächige Angebotsformen (wie bspw. Gartencenter Hesse) vorzufinden sind; diese sind i. d. R. aufgrund ihres flächenintensiven Charakters nicht für eine Ansiedlung im Innenstadtzentrum geeignet. Allerdings werden an den Standorten in nicht integrierter Lage in einem nicht unerheblichen Umfang auch Sortimente wie Nahrungs- und Genussmittel sowie Glas, Porzellan, Keramik (GPK)/Hausrat/Einrichtungszubehör angeboten, die zu den zentrenrelevanten Sortimenten zählen bzw. der Nahversorgung dienen. Innerhalb dieser Sortimentsgruppen ist von Wettbewerbsbeziehungen zwischen den zentralen Versorgungsbereichen von Rheda-Wiedenbrück und den Standorten in nicht integrierter Lage (besonders SO Hauptstraße/Feldhüserweg) auszugehen.

Abbildung 7: Einzelhandelsbestand nach Warengruppen im Vergleich (in m² VKF)



Quelle: Einzelhandelsbestandsenerhebungen Stadt + Handel 07/2015; Junker und Kruse 2008; VKF-Angaben auf 10 m² gerundet; Abweichungen ergeben sich aus Rundungen.

Der Verkaufsflächenzuwachs von rd. 3.340 m² spiegelt sich, in logischer Konsequenz, beim Vergleich der Entwicklung der Verkaufsflächen nach Warengruppen der Jahre 2007 und 2015 wider. Die größten Verkaufsflächenzuwächse sind in den Warengruppen Pflanzen und Gartenbedarf (+ rd. 6.170 m²), Nahrungs- und Genussmittel (+ rd. 1.380 m²), Elektro/ Leuchten/Haushaltsgeräte (+ rd. 940 m²) sowie neue Medien/Unterhaltungselektronik (+ rd. 360 m²) zu verzeichnen. Dies ist im elektronischen Sortimentsbereich v. a. auf die Neuansiedlung des Elektrofachmarkts Expert zurückzuführen.

Nennenswerte Verkaufsflächenrückgänge liegen in den Warengruppen GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör, Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche, Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz (- rd. 2.030 m²); Baumarktsortiment i. e. S. (- rd. 1.400 m²) sowie

Möbel (- rd. 3.970 m²) vor. Diese sind durch Betriebsschließungen bzw. -umsiedlungen zwischen den Jahren 2007 und 2015 verursacht.

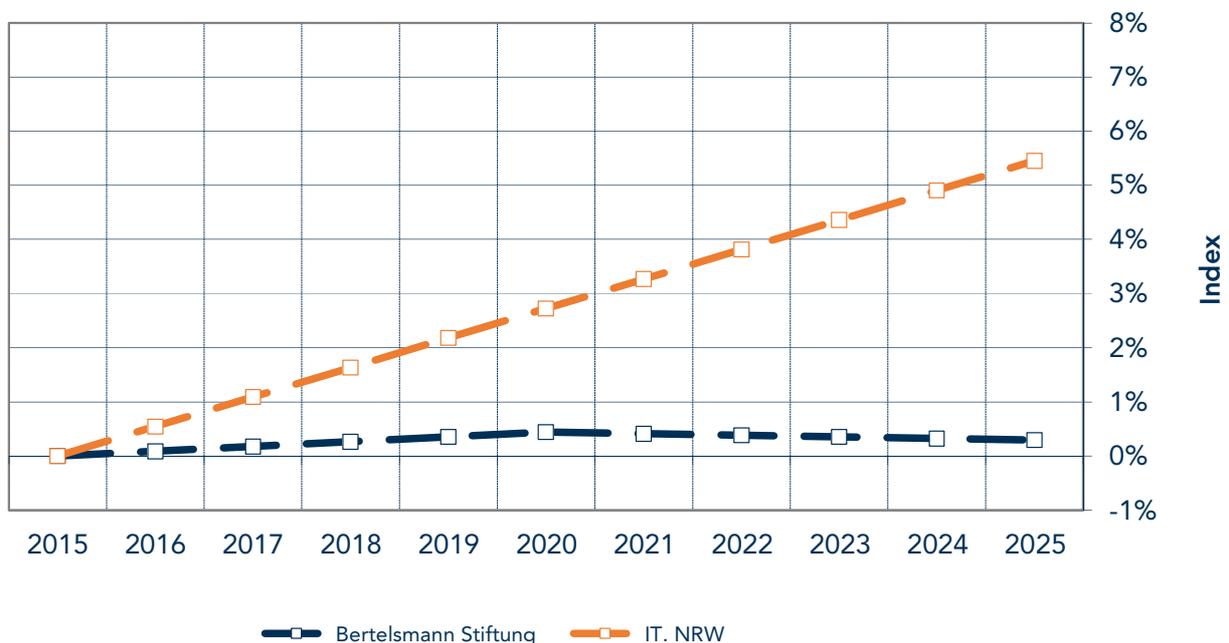
4.3 Nachfrageanalyse

Neben den angebotsseitigen Rahmenbedingungen sind auch die Merkmale der örtlichen Nachfrageseite von hoher Bedeutung. Zur Abbildung der Nachfragesituation wird in der vorliegenden Untersuchung neben der Passantenbefragung u. a. auf sekundärstatistische Rahmendaten der IFH Institut für Handelsforschung GmbH zurückgegriffen. Die Nachfrageanalyse wird ergänzt um qualitative Bewertungen des Einzelhandelstandortes Rheda-Wiedenbrück.

Einwohnerzahl und -entwicklung

Insgesamt beträgt die Bevölkerungszahl Rheda-Wiedenbrücks rd. 49.389 Einwohner⁷. Für die Prognose werden Daten des Statistischen Landesamtes NRW (IT.NRW) sowie der Bertelsmann Stiftung zugrunde gelegt. Die Prognose der Bertelsmann Stiftung sieht eine Stagnation der Bevölkerungszahl bis 2025 voraus. Die Prognose von IT.NRW hingegen zeigt eine starke Zunahme der Bevölkerung von rd. 6,5 % gegenüber des Ausgangswertes aus 2015.

Abbildung 8: Zukünftige Bevölkerungsentwicklung in Rheda-Wiedenbrück 2015 bis 2025



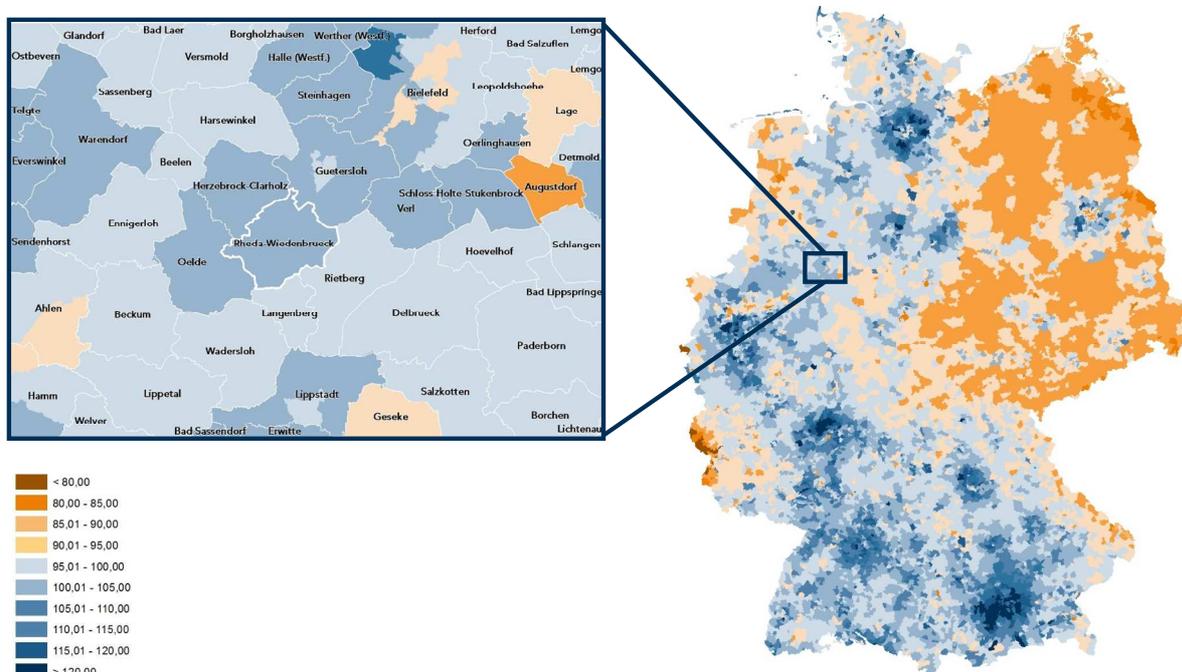
Quelle: eigene Berechnungen auf Basis der Bertelsmann Stiftung+ IT.NRW: Vorausberechnung der Bevölkerung für die Stadt Rheda-Wiedenbrück von 2015 bis 2025.

⁷ Einwohnerdaten Stadt Rheda-Wiedenbrück (Stand der Daten: 01.2017). Es sei darauf hingewiesen, dass die nachfrageseitigen Berechnungen aufgrund der langen Bearbeitungszeit mit Einwohner- und Kaufkraftzahlen aus dem Jahre 2015 durchgeführt wurden.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Rheda-Wiedenbrück verfügt im Jahr 2015 gemäß IFH über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von rd. 5.705 Euro je Einwohner und Jahr, wobei der größte Anteil der Kaufkraft mit etwa rd. 2.020 Euro je Einwohner und Jahr auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (einschließlich Backwaren/Fleischwaren und Getränke) entfällt. Bei einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer von rd. 100,3 % entspricht das Kaufkraftniveau der Rheda-Wiedenbrücker Bevölkerung nahezu dem bundesdeutschen Durchschnitt von 100. Damit liegt Rheda-Wiedenbrück etwa auf einem Niveau mit den Nachbarkommunen (vgl. nachfolgende Abbildung).

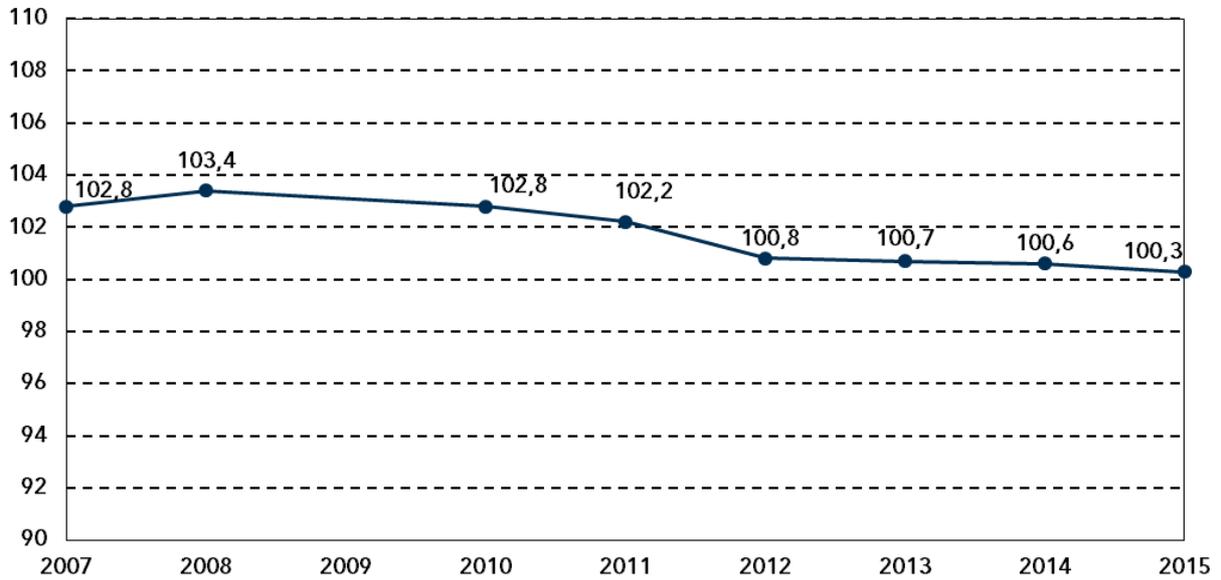
Abbildung 9: Einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveau in Rheda-Wiedenbrück und in Umlandkommunen



Quelle: Eigene Darstellung auf Grundlage der IfH Kaufkraftkennziffern Deutschland 2015; Kartengrundlage: ESRI (2005) PLZ-5-Gebiete.

Allerdings ist das Kaufkraftniveau seit 2007 leicht rückläufig.

Abbildung 10: Entwicklung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveaus in Rheda-Wiedenbrück seit 2007



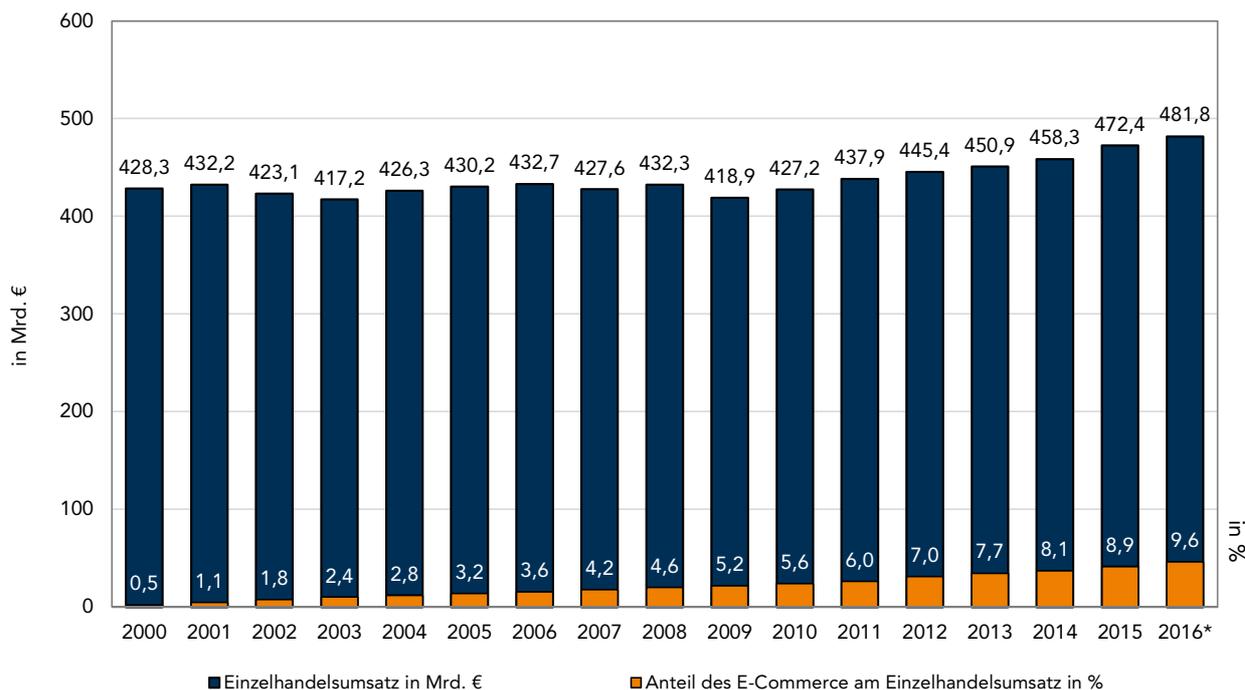
Quelle: eigene Darstellung Stadt + Handel auf Grundlage der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der BBE/IBH/IFH 2007-2015.

Insgesamt verfügen die Einwohner in Rheda-Wiedenbrück im Jahre 2015 über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von rd. 275,4 Mio. Euro.

Bedeutungszunahme des Online Handels

Es ist darauf hinzuweisen, dass vorgenannter Wert von 275,4 Mio. Euro die einzelhandelsbezogene Kaufkraft insgesamt beschreibt, also sowohl den stationär als auch online ausgegebenen Anteil. Die Online Ausgaben liegen 2015 demnach bei rd. 46 Mrd. Euro/Jahr. Der Anteil ist in den vergangenen Jahren signifikant gestiegen.

Abbildung 11: Entwicklung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland



Quellen: bvh 2013 und Mittelwert verschiedener Schätzungen (u. a. elaboratum, Prof. Heinemann, Verbände)

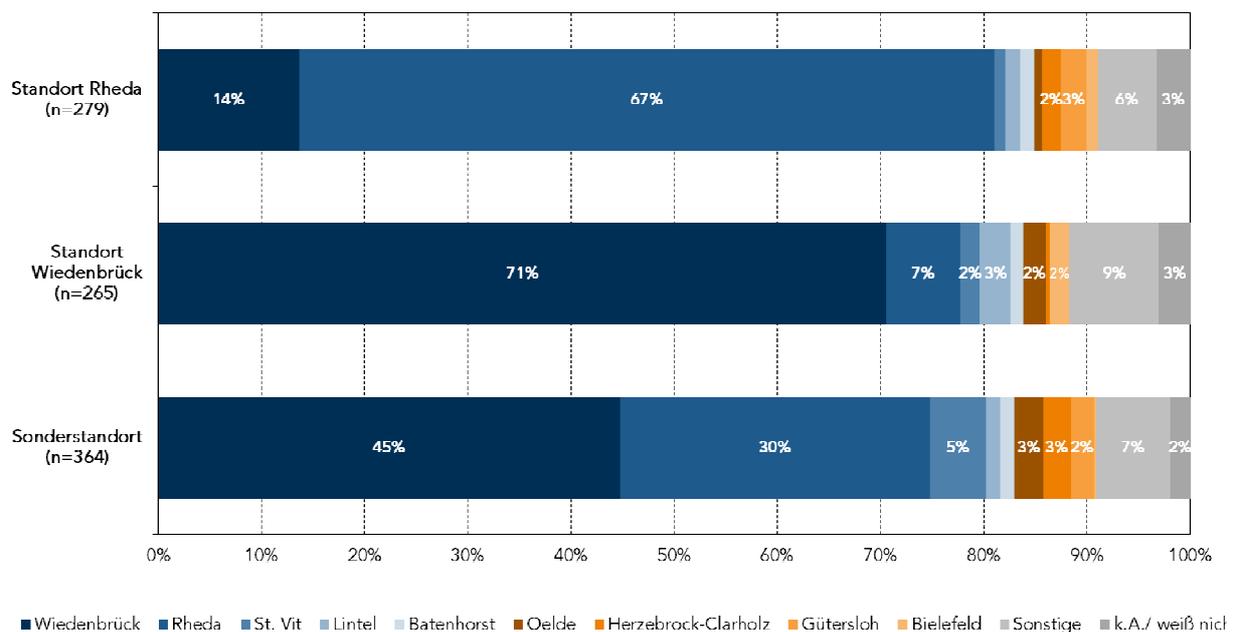
Kundenherkunft von Rheda-Wiedenbrück

Zur Ermittlung der Kundenherkunft in der Stadt Rheda-Wiedenbrück dienen die Ergebnisse der Passantenbefragung. Die von Stadt + Handel im September 2015 durchgeführte Passantenbefragung hat ergeben, dass mit rd. 84 % die Mehrheit der in Rheda-Wiedenbrück befragten Kunden aus Rheda-Wiedenbrück selbst kommt, die restlichen rd. 16 % der Kunden reisen aus dem Umland von Rheda-Wiedenbrück an (vgl. nachfolgende Abbildung).

Die Passantenbefragung im Innenstadtzentrum Wiedenbrück hat ergeben, dass mit rd. 83 % die Mehrheit der Probanden aus Rheda-Wiedenbrück, die übrigen rd. 17 % kommen aus dem Umfeld von Rheda-Wiedenbrück. Eine ähnliche Verteilung ergibt die Passantenbefragung am Sonderstandort Hauptstraße/Feldhüserweg, rd. 82 % kommen aus Rheda-Wiedenbrück, die restlichen rd. 18 % kommen aus dem Umland.

Während bei den Standorten Rheda und Wiedenbrück der überwiegende Teil der Kunden aus dem jeweiligen Stadtteil stammt (Rheda: rd. 67 %, Wiedenbrück: rd. 71 %), ergibt sich für den Sonderstandort ein ausgeglicheneres Verhältnis. Etwa 45 % der dort Befragten kommen aus Wiedenbrück, rd. 30 % aus Rheda. Damit wird deutlich, dass der Sonderstandort gleichermaßen im Wettbewerb zu den Zentren in Rheda und Wiedenbrück steht. Zudem wird deutlich, dass auch der Sonderstandort keine ausgeprägtere überörtliche Bedeutung gegenüber den Zentren entfalten kann.

Abbildung 12: Kundenherkunft (Passantenbefragung)



Quelle: Passantenbefragung (im IZ Rheda und IZ Wiedenbrück sowie am SO Hauptstraße/Feldhüserweg) Stadt + Handel 09/2015, n=908; Angaben bezogen auf die Gesamtzahl der Befragten.

Umsatzermittlung und Zentralität

Die Ermittlung der aktuellen Umsätze⁸ im Rheda-Wiedenbrücker Einzelhandel basiert auf allgemeinen und für Rheda-Wiedenbrück spezifizierten angebots- wie nachfrageseitigen Eingangsparametern:

- Als Ausgangsbasis der Umsatzschätzung werden die durchschnittlichen Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen sowie spezifische Kennwerte einzelner Anbieter zugrunde gelegt. Ein Datenportfolio des Büros Stadt + Handel wird laufend entsprechend der Werte aus der aktuellen Handelsfachliteratur aktualisiert. Hochgerechnet auf den Verkaufsflächenbestand ergibt sich unter Berücksichtigung nachfrageseitiger Rahmenbedingungen (insbesondere des einzelhandelsrelevanten

⁸ Umsätze nachfolgend angegeben als Brutto-Jahresumsatz.

Kaufkraftniveaus in Rheda-Wiedenbrück und dem Einzugsbereich) eine Datenübersicht des Umsatzes im Rheda-Wiedenbrücker Einzelhandel.

- Durch die Vor-Ort-Begehungen im Rahmen der Bestandserhebung konnte neben der Erfassung der Verkaufsflächen je Warengruppe die konkrete Situation vor Ort berücksichtigt werden. So fließt die Qualität der jeweiligen mikroräumlichen Standortrahmenbedingungen in die Umsatzberechnung ebenso mit ein wie die mit Blick auf das mögliche Umsatzpotenzial relevante Qualität der jeweiligen siedlungsstrukturellen Lage eines Betriebs (Innenstadtzentrum [Haupt-, Neben-, Ergänzungslage], Gewerbegebiet, Streulage etc.).

Insgesamt lässt sich hieraus ein gesamtstädtischer Einzelhandelsumsatz von rd. 249,3 Mio. Euro pro Jahr ermitteln. Knapp über die Hälfte (rd. 54 %) dieses Umsatzes werden durch die überwiegend kurzfristigen Bedarfsgüter erzielt, dabei hauptsächlich in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (s. folgende Tabelle). Ein Großteil des Umsatzes aus den mittelfristigen Bedarfsgütern, welche rd. 27 % des Gesamtumsatzes ausmachen, generiert sich aus den Warengruppen Bekleidung sowie Baumarktsortiment i. e. S. und Schuhe/Lederwaren. Auf die langfristigen Bedarfsgüter entfallen rd. 18 % des Gesamtumsatzes. Hier sind es vor allem die Warengruppen Neue Medien/Unterhaltungselektronik, Möbel und Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte, wobei die Mehrheit des Umsatzes aus der Warengruppe Neue Medien/Unterhaltungselektronik erzielt wird.

Gemessen an der vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ergibt sich gesamtstädtisch eine Zentralität⁹ von rd. 91 %.

⁹ Die Zentralität gibt das Verhältnis des örtlichen Umsatzes zur örtlichen Kaufkraft wieder. Bei einer Zentralität von über 100 % ist im Saldo der Kaufkraftabflüsse und -zuflüsse ein Nachfragezufluss anzunehmen, bei einem Wert unter 100 % ist im Saldo von Nachfrageabflüssen auszugehen.

Tabelle 6: Relevante Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte in Rheda Wiedenbrück

| Warengruppen | VKF (m ²) | Brutto-Jahres-Umsatz (Mio. €) | Kaufkraft (Mio. €) | Zentralität (in %) |
|--|-----------------------|-------------------------------|--------------------|--------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel | 22.180 | 109,6 | 111,0 | 99 % |
| Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken | 3.630 | 15,6 | 17,2 | 91 % |
| Blumen, zoologischer Bedarf | 1.820 | 5,4 | 5,5 | 98 % |
| PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher | 1.410 | 5,1 | 9,0 | 57 % |
| kurzfristiger Bedarfsbereich | 29.030 | 135,8 | 142,8 | 95 % |
| Bekleidung | 7.040 | 26,2 | 26,1 | 100 % |
| Schuhe/Lederwaren | 3.090 | 10,5 | 7,0 | 150 % |
| Pflanzen/Gartenbedarf | 11.060 | 6,4 | 4,1 | 155 % |
| Baumarktsortiment i. e. S. | 10.380 | 12,7 | 23,1 | 55 % |
| GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör | 4.090 | 4,7 | 3,3 | 141 % |
| Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente | 880 | 2,4 | 6,0 | 40 % |
| Sportartikel/Fahrräder/Camping | 1.600 | 4,6 | 5,1 | 91 % |
| mittelfristiger Bedarfsbereich | 38.140 | 67,5 | 74,7 | 90 % |
| Medizinische und orthopädische Artikel/ Optik | 1.020 | 2,9 | 3,9 | 75 % |
| Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz | 1.500 | 2,6 | 3,0 | 86 % |
| Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche | 2.710 | 2,5 | 2,9 | 86 % |
| Möbel | 6.900 | 8,8 | 14,6 | 60 % |
| Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte | 2.360 | 7,8 | 8,0 | 98 % |
| Neue Medien/Unterhaltungselektronik | 1.730 | 15,7 | 20,1 | 78 % |
| Uhren/Schmuck | 450 | 3,8 | 3,7 | 104 % |
| Sonstiges | 750 | 1,8 | 1,7 | 109 % |
| langfristiger Bedarfsbereich | 17.420 | 46,0 | 58,0 | 79 % |
| Gesamt | 84.590 | 249,3 | 275,4 | 91 % |

Quelle: Berechnung Stadt + Handel 2015; Kaufkraftzahlen; IFH 2015; Angaben gerundet; GPK = Glas/Porzellan/Keramik; PBS = Papier/Bürobedarf/Schreibwaren

Rheda-Wiedenbrück weist im kurzfristigen Bedarfsbereich eine Zentralität von rd. 95 % auf, wobei in allen Sortimentsbereichen Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen sind, welche beson-

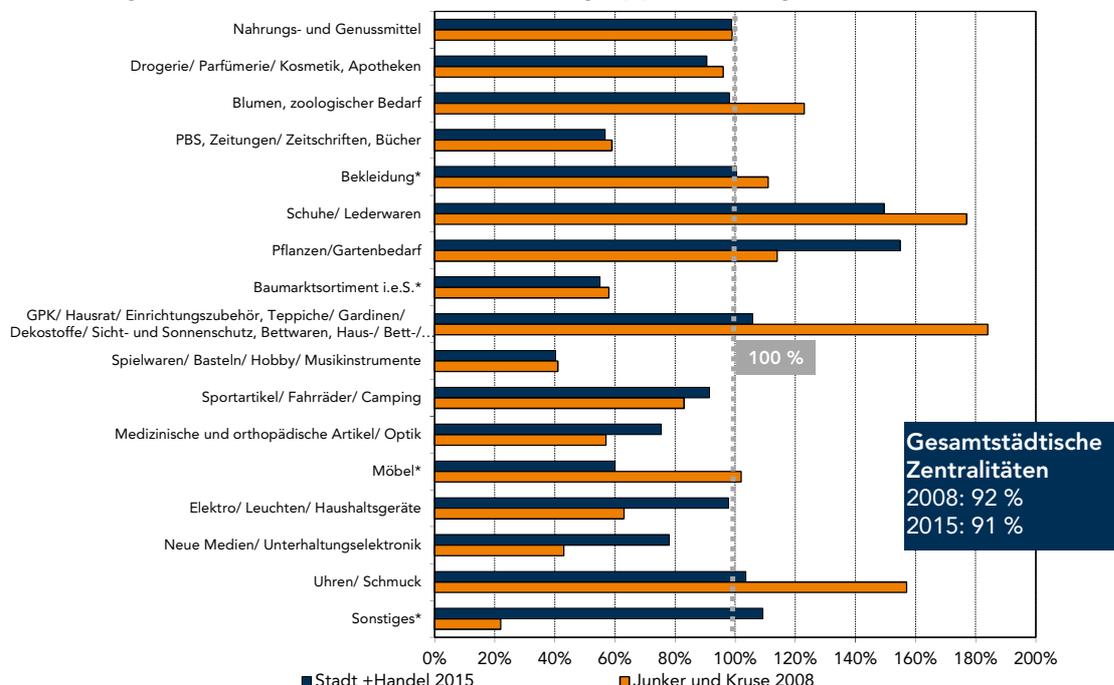
ders stark innerhalb der Warengruppe PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher (Zentralität von rd. 57%) ausgeprägt ist.

Im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel besteht mit einer Zentralität von rd. 99 % eine gute Ausgangslage, da im Saldo entsprechend nahezu kein Kaufkraftabfluss aus Rheda-Wiedenbrück festzustellen ist.

Im mittelfristigen Bedarfsbereich liegt die Zentralität bei insgesamt rd. 90 %. Bei Betrachtung der einzelnen Warengruppen sind markante Unterschiede bezüglich der Zentralitätswerte zu erkennen, welche im unmittelbarem Zusammenhang mit dem lokal verorteten Angebot stehen. Während für die Warengruppen Schuhe/Lederwaren (rd. 150 %), Pflanzen/Gartenbedarf (rd. 155 %) und GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör (rd. 141 %) die Kaufkraftzuflüsse höher liegen, liegen für die Warengruppen Baumarktsortiment i.e.S. (rd. 55 %) sowie Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente (rd. 40 %) teils stark ausgeprägte Kaufkraftabflüsse vor.

Auch im langfristigen Bedarfsbereich werden im Saldo Kaufkraftabflüsse verzeichnet, die Zentralität beläuft sich hier auf insgesamt rd. 79 %. Die Warengruppen Sonstiges (rd. 109 %) sowie Uhren/Schmuck (rd. 104 %) weisen Kaufkraftzuflüsse auf. Alle weiteren Warengruppen des langfristigen Bedarfsbereichs verzeichnen hingegen Kaufkraftabflüsse, welche vor allem in der Warengruppe Möbel (rd. 60 %) am stärksten ausgeprägt sind.

Abbildung 13: Zentralitätswerte nach Warengruppen im Vergleich 2008 und 2015



Quelle: Bestandserhebung Stadt + Handel 07/2015; Berechnungen Stadt + Handel 2015; Kaufkraftzahlen: IfH 2015; Junker und Kruse 2008; PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; *aufgrund verschiedener Sortimentssystematik nur bedingt vergleichbar.

Im Vergleich zu 2008 ist der gesamtstädtische Zentralitätswert von rd. 92 % um einen Prozentpunkt auf rd. 91 % im Jahr 2015 gesunken. Der Vergleich der Zentralitätswerte verhält sich überwiegend analog zu den aufgezeigten Entwicklungen der Verkaufsfläche. In den Warengruppen Pflanzen/Gartenbedarf; Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte sowie Neue Medien/Unterhaltungselektronik konnte die Zentralität im Vergleich zwischen 2008 und 2015 nennenswert gesteigert werden.

Die Zentralitätswerte sind eine wichtige Grundlage zur Ermittlung von absatzwirtschaftlichen Ansiedlungspotenzialen und werden im Kapitel 5.1 daher vertieft wieder aufgegriffen.

4.4 Zwischenfazit

Zu den für den Einzelhandel in Rheda-Wiedenbrück wesentlichen Rahmenbedingungen zählt:

- Die Stadt Rheda-Wiedenbrück weist als Einzelhandelsstandort durch die nächstliegenden Oberzentren Bielefeld und Paderborn sowie zusätzlich durch die benachbarten leistungsstarken Mittelzentren (u. a. Gütersloh) ein starkes Wettbewerbsumfeld auf.
- Die Stadt Rheda-Wiedenbrück ist geprägt durch ein bi-polares Siedlungsgebiet geprägt mit den Hauptorten Rheda und Wiedenbrück. Entsprechend verfügt die Stadt Rheda-Wiedenbrück auch über zwei hierarchisch gleichrangige zentrale Versorgungsbereiche, die jeweils über ein relativ geringes einzelhandelsbezogenes „Gewicht“ verfügen.
- Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer liegt in Rheda-Wiedenbrück bei rd. 100,3, so dass das Kaufkraftniveau der Rheda-Wiedenbrücker Bevölkerung nahezu dem bundesdeutschen Durchschnitt entspricht. Es ist jedoch seit 2008 (rd. 102,8) eine rückläufige einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer festzustellen.
- Eine besondere Herausforderung für den stationären Einzelhandel allgemein und auch für den Einzelhandelsstandort Rheda-Wiedenbrück stellt der Online-Handel dar, dessen Bedeutung in Deutschland im Verlauf der letzten Jahre spürbar angewachsen ist. Der Umsatzanteil des Online-Handels beläuft sich 2016 auf ein Volumen von knapp 50 Mrd. Euro (bzw. knapp 10% am gesamten Einzelhandelsumsatz in Deutschland).
- Die Entwicklungsdynamik im stationären Einzelhandel ist weiterhin gegeben. Insbesondere im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel ist eine hohe Entwicklungsdynamik festzustellen, welche nach wie vor mit erhöhten Verkaufsflächenansprüchen einhergeht.

Als positiv zu bewertende Standortfaktoren können folgende Aspekte aufgeführt werden:

- Für die Stadt Rheda-Wiedenbrück ist für die nächsten 10 Jahre insgesamt von mindestens stagnierenden bis leicht steigenden Einwohnerzahlen auszugehen.

- Die Verkaufsfläche pro Einwohner im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel liegt in Rheda-Wiedenbrück bei rd. 0,46 m²/Einwohner und damit über dem Niveau des Bundesdurchschnitts (rd. 0,4 m² VKF/ Einwohner). Seit 2008 ist die Nahversorgungsausstattung pro Kopf stabil geblieben.
- In den zentralen Versorgungsbereichen sind rd. 58 % der Betriebe und rd. 25 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche verortet, was die Versorgungsbedeutung im Stadtgefüge unterstreicht. Die Aufteilung der Strukturen auf zwei Zentren bedarf jedoch einer besonderen Aufmerksamkeit.

Besondere Aufmerksamkeit verlangen aus fachgutachterlicher Bewertung folgende Aspekte:

- Die Einzelhandelszentralität ist in Rheda-Wiedenbrück mit rd. 91 % insgesamt als ausbaufähig zu bewerten, verdeutlicht jedoch auch das starke regionale Wettbewerbsumfeld in welchem sich die Stadt Rheda-Wiedenbrück behaupten muss. Die mehrpolige Zentren- und Standortstruktur ist als weiterer Grund für die primär lokale Versorgungsfunktion der Handelsstandorte und des Einzelhandels in Rheda insgesamt zu bewerten.
- Die Verkaufsfläche pro Einwohner liegt mit rd. 1,8 m² pro Einwohner über dem Bundesdurchschnitt (1,4 m²/Einwohner), jedoch unter dem üblichen Ausstattungswert für Mittelzentren (meist > 2,0 m² Verkaufsfläche/Einwohner).
- Der Sonderstandort Hauptstraße/Feldhüser Weg übernimmt eine quantitativ herausragende Rolle im Gefüge der kommunalen Angebotsstandorte, dort liegen rd. 12 % der Einzelhandelsbetriebe, welche rd. 41 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche auf sich vereinen. Angesichts der überwiegend lokalen Kundenherkunft des Sonderstandortes und der Sortimentsüberschneidungen mit den Zentren ist er als primärer Wettbewerbsstandort zu den Zentren in Rheda und Wiedenbrück zu bewerten.
- Die zentralen Versorgungsbereiche verfügen jeweils über geringe Verkaufsflächen. Im Hinblick auf die Sicherung der Zentren für die Zukunft ist ein quantitativer Ausbau unbedingt empfehlenswert. Dazu sind - sofern möglich - auch Potenzialflächen auszuweisen und zu entwickeln.

Handlungsbedarf ergibt sich insgesamt zudem daraus, dass einerseits die vorhandenen positiven Einzelhandelsmerkmale Rheda-Wiedenbrücks für die Zukunft gesichert werden und nachfragegerecht weiterentwickelt werden müssen. Dies gilt insbesondere vor dem Hintergrund einer sehr aktiven überörtlichen Konkurrenz, gerade in den benachbarten Mittel- und Oberzentren, die ihr Angebot ständig fortentwickeln.

5 Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung

Bevor aufbauend auf der Bestandsanalyse und -bewertung konkrete Instrumente entwickelt und vorgestellt werden können, sind zunächst der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen sowie übergeordnete Leitlinien zur künftigen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Rheda-Wiedenbrück zu erarbeiten.

5.1 Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen

Die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens dient – als absatzwirtschaftliche Kenngröße – der Einordnung und Bewertung zukünftiger Einzelhandelsentwicklungen. In dem Entwicklungsrahmen werden angebots- und nachfrageseitige Rahmenbedingungen zusammengeführt und auf ihre zukünftige perspektivische Entwicklung hin untersucht. Mit Blick auf die der Kommune zur Verfügung stehenden Steuerungsinstrumentarien wird der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen in Form auf Warengruppen bezogenen Betriebs-typenentwicklungen aufbereitet. Der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen ist damit eine wichtige Basis für die Einzelhandelssteuerung in den Kommunen.

5.1.1 Vorbemerkungen zum ermittelten Entwicklungsrahmen

Der nachfolgend vorgestellte Entwicklungsrahmen ist im kommunalen Abwägungsprozess unter Berücksichtigung folgender Gesichtspunkte zu interpretieren:

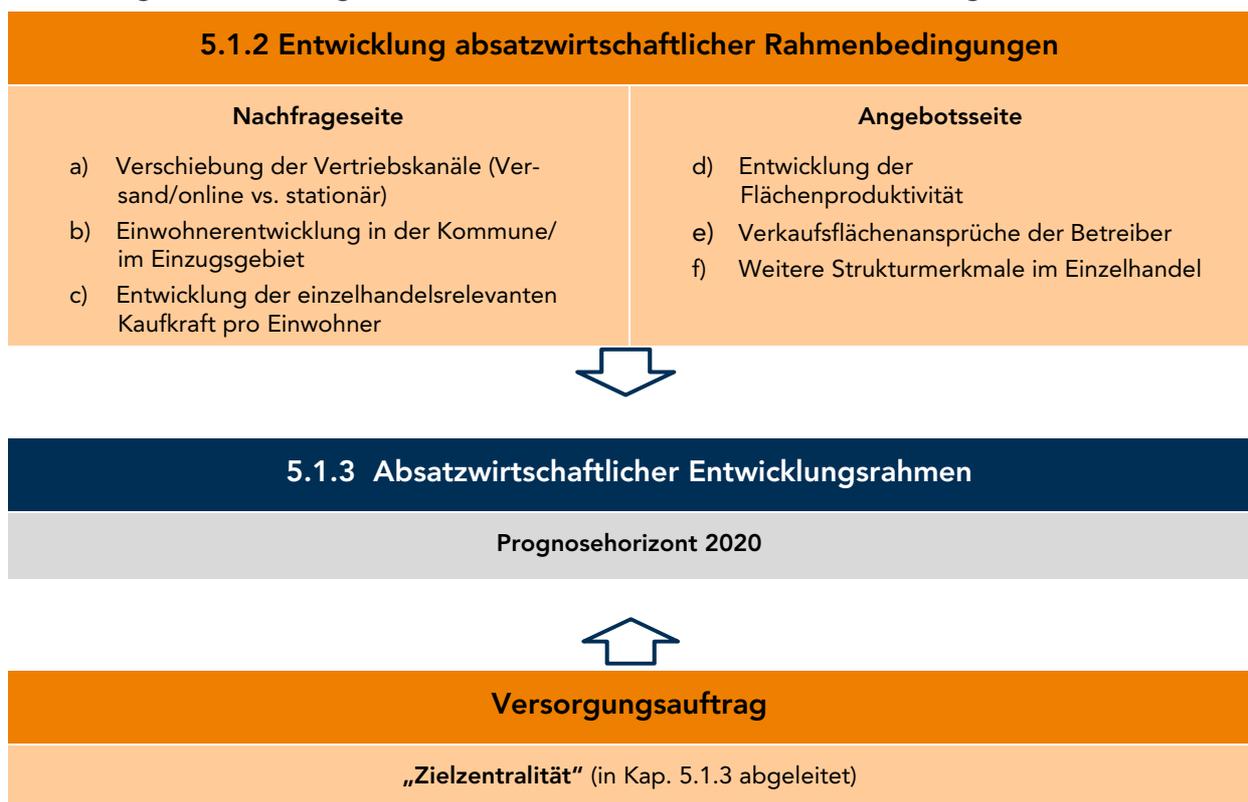
- Der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen kann und soll aufgrund seines naturgegeben mit Unsicherheiten behafteten Prognosecharakters grundsätzlich keine „Grenze der Entwicklung“, sondern vielmehr eine von mehreren Abwägungsgrundlagen zur künftigen städtebaulich begründeten Steuerung des Einzelhandels darstellen.
- Auch Vorhaben, die den absatzwirtschaftlich tragfähigen Entwicklungsrahmen überschreiten, können im Einzelfall zur gewünschten Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsangebots beitragen, wenn sie mit dem räumlichen Entwicklungsleitbild sowie den Zielen und Leitsätzen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Rheda-Wiedenbrück korrespondieren und wenn sie an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten angesiedelt werden. Für spezialisierte oder neuartige Anbieter sind Entwicklungsspielräume auch oberhalb der Verkaufsflächenangaben in den jeweiligen Warengruppen grundsätzlich denkbar, da sie in der aktuellen Form der Potentialanalyse noch keine Berücksichtigung finden können. Ebenso können Betriebsverlagerungen innerhalb Rheda-Wiedenbrücks gesondert beurteilt werden, weil sie sich gegenüber dem Neuansiedlungspotential neutral verhalten, solange mit der Verlagerung keine Betriebserweiterung verbunden ist.
- Vorhaben, die diesen Zielen und dem vorliegenden Konzept jedoch nicht entsprechen und die sich aufgrund ihrer Dimensionierung nicht in den ermittelten

absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen einfügen, können die städtebaulich präferierten Zentren und Standorte durch Umverteilungseffekte im Einzelfall gefährden.

- Der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen ist im engen Kontext mit den räumlichen Entwicklungsvorstellungen zu sehen. Erst im Kontext des räumlich gefassten Entwicklungsleitbilds kann der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen zur Verfolgung stadtentwicklungspolitischer Ziele eingesetzt werden. Deshalb können auch Vorhaben unterhalb der Verkaufsflächengrenze absatzwirtschaftlich unverträglich sein.

Grundsätzlich ist anzumerken, dass für eine zuverlässige Prognose des Verkaufsflächenbedarfs die gegenwärtigen, die vergangenen Entwicklungen sowie die angebots- und nachfrageseitigen Zielgrößen einbezogen werden. Aufbauend auf der gegenwärtigen Situation von Angebot und Nachfrage in Rheda-Wiedenbrück, werden der Berechnung die nachfolgenden Parameter zugrunde gelegt:

Abbildung 14: Ermittlungsmethodik des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens



Quelle: Eigene Darstellung.

Neben der Entwicklung angebots- und nachfrageseitiger Rahmenbedingungen ist der Versorgungsauftrag einer Kommune bei der Quantifizierung absatzwirtschaftlicher Entwicklungsspielräume von Bedeutung. Der anzustrebende Versorgungsgrad einer Kommune korrespondiert mit ihrer seitens der Regional- und Landesplanung angestrebten zentralörtlichen Aufgabenzuweisung. Dies ist in der Rechtsprechung und Literatur grund-

sätzlich anerkannt. So sollen Ober- und Mittelzentren beispielsweise zentrale Einzelhandelsfunktionen mit breit gefächerten Einzelhandelsangeboten auch für ihr zugeordnetes Einzugsgebiet wahrnehmen. Grundzentren kommt eine erweiterte Grundversorgung der örtlichen Bevölkerung zu. Dieser planerisch und rechtlich zugebilligte Versorgungsauftrag wird hier als sogenannte Zielzentralität aufgegriffen.

Im folgenden Kapitel werden die Eingangsgrößen für die Ermittlung des Entwicklungsrahmens einzeln erörtert.

5.1.2 Entwicklung absatzwirtschaftlicher Rahmenbedingungen

Die Gliederung der nachfolgenden Bausteine ergibt sich aus der Darstellung innerhalb der Abbildung 14.

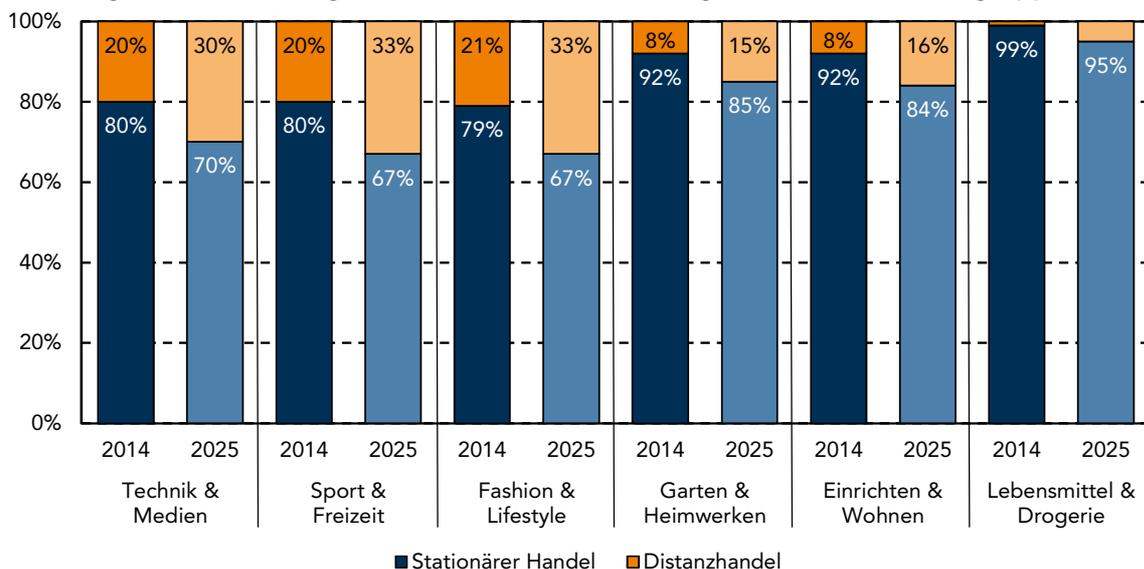
a) Entwicklungen im Online-Handel

Eine besondere Herausforderung für den stationären Einzelhandel allgemein stellt der Online-Handel dar, dessen Bedeutung in Deutschland im Verlauf der letzten Jahre spürbar angewachsen ist. So konnte das Onlinegeschäft in der näheren Vergangenheit stetig steigende Umsätze verzeichnen, wie die nachfolgende Abbildung verdeutlicht. Im Bezugsjahr 2015 erzielt der Online-Handel insgesamt ein Umsatzvolumen von rd. 46 Mrd. Euro (rd. 9 % des Gesamtumsatzes). Der Anteil ist sortimentspezifisch allerdings deutlich unterschiedlich ausgeprägt. Insbesondere in den Warengruppen PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher, Bekleidung sowie Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte und Neue Medien/Unterhaltungselektronik nimmt der Anteil des E-Commerce am Gesamtumsatz im Einzelhandel stetig zu. Damit sind vor allem zentrenrelevante Sortimente – insbesondere innenstadtrelevante Sortimente – betroffen.

Ob oder in welchem Maße dieser Trend für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden kann, ist derzeit allerdings nicht präzise vorherzusagen, so dass hierbei Annahmen für die jeweiligen Sortimentsbereiche eingeflossen sind, die in Spannweiten die möglichen Szenarien berücksichtigen. Aktuell vorliegende Prognosen gehen davon aus, dass der Anteil des E-Commerce-Umsatzes am Gesamtumsatz des Einzelhandels im Jahr 2020 bei rd. 20 bis 25 % liegen wird.¹⁰ Bezogen auf die unterschiedlichen Sortimente ist davon auszugehen, dass jährlich im Schnitt rd. ein bis zwei zusätzliche Prozentpunkte des Umsatzes online erwirtschaftet werden. Zu berücksichtigen ist innerhalb der Untersuchung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens, dass bereits in einigen Sortimentsbereichen erhebliche Einflüsse des Online-Handels spürbar sind.

¹⁰ Vgl. handelsdaten.de.

Abbildung 15: Entwicklung der Online-Anteile nach ausgewählten Sortimentsgruppen



Quelle: Eigene Darstellung nach GfK GeoMarketing GmbH (2015): Ecommerce: Wachstum ohne Grenzen? Bruchsal.

b) Zukünftige Bevölkerungsentwicklung

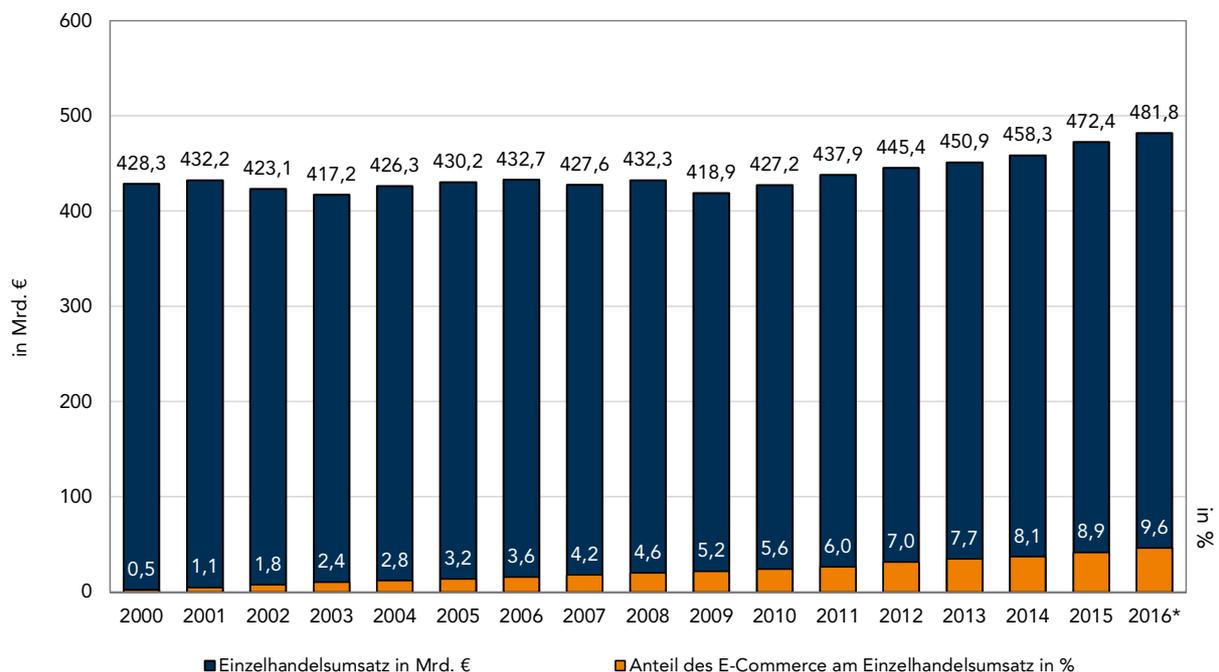
Zur Untersuchung der künftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Rheda-Wiedenbrück werden Daten des Statistischen Landesamtes NRW (IT.NRW) sowie der Bertelsmann Stiftung zugrunde gelegt. Die Prognose der Bertelsmann Stiftung sagt eine Stagnation der Bevölkerungszahl bis 2025 voraus. Die Prognose von IT.NRW hingegen zeigt eine starke Zunahme der Bevölkerung von rd. 6,5 % gegenüber des Ausgangswertes.

Weil die Bevölkerungsprognose durch IT.NRW sehr ambitioniert ausfällt, dient die Prognose der Bertelsmann Stiftung als Planungsannahme für die Modellberechnung der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts der Stadt Rheda-Wiedenbrück.

c) Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner (deutschlandweit)

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft stagnierte dagegen von etwa 2000 bis 2010 (knapp über 400 Mrd. Euro/Jahr). Seit etwa 2010 ist ein spürbarer Anstieg der einzelhandelsbezogenen Ausgaben festzustellen, so dass diese im Jahre 2015 bei rd. 472 Mrd. Euro liegen. Es ist darauf hinzuweisen, dass dieser Wert den Anteil der einzelhandelsbezogenen Kaufkraft beschreibt, der stationär und online ausgegeben wird. Die Online Ausgaben haben sich im gleichen Zeitraum deutlich erhöht (s. o.).

Abbildung 16: Entwicklung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland



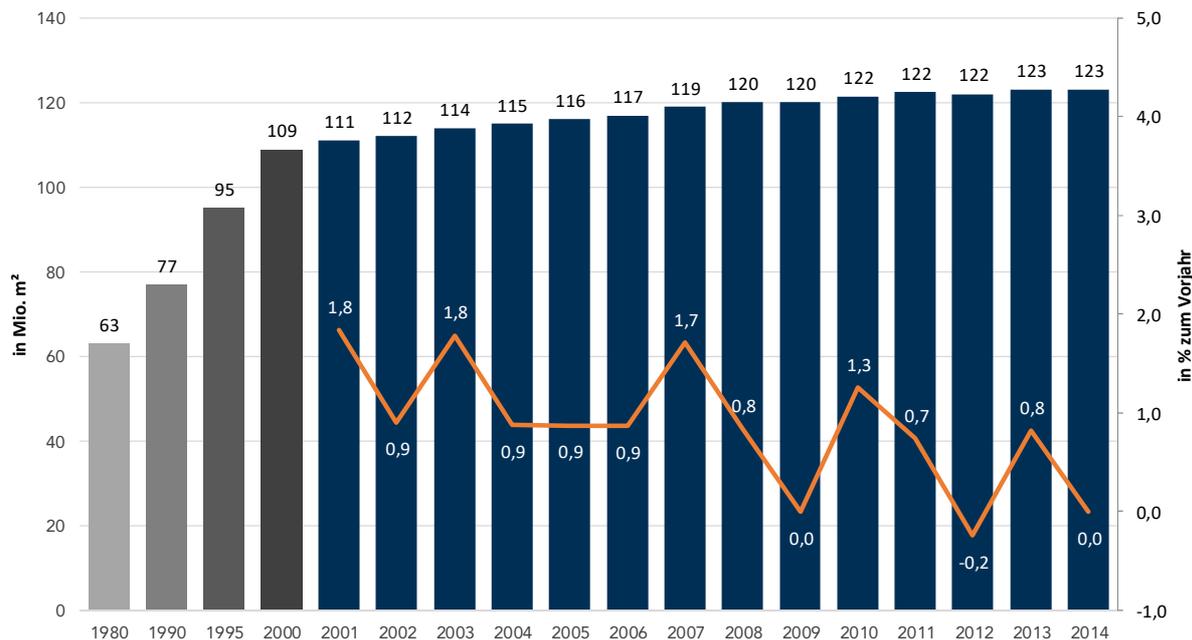
Quellen: bvH 2013 und Mittelwert verschiedener Schätzungen (u. a. elaboratum, Prof. Heinemann, Verbände)

Für die Ermittlung der absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale wird für die nächsten fünf Jahre eine insgesamt stagnierende Entwicklung der stationär relevanten Kaufkraft angenommen, wobei es in einzelnen Sortimentsbereichen zu stärkeren Verschiebungen in Richtung der online Vertriebskanäle kommen wird, während diese in anderen Bereichen weniger prägend sein werden (s. o.).

d) Entwicklung der Flächenproduktivitäten

In der Zeit von 2000 bis 2014 erfolgte bundesweit ein stetiges Wachstum der Verkaufsflächen durch Erweiterung und Neuerrichtung von Einzelhandelsbetrieben. Gleichzeitig stagnierte die Umsatzentwicklung nahezu, so dass folglich die Flächenproduktivität stetig abnahm. Der Verkaufsflächenwachstumstrend hat sich in den letzten Jahren allerdings bereits abgeschwächt.

Abbildung 17: Entwicklungsindex der Flächenproduktivitäten von 2000 bis 2014



Quellen: Hahn Gruppe: Real Estate Report - Germany 2000 bis 2014; *Prognose.

Eine lineare Fortsetzung dieses Trends ist nicht zuletzt aufgrund der o. g. dynamischen Entwicklung des Online Handels unwahrscheinlich. Die Flächenproduktivität ist in der Vergangenheit durch einen ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die dynamische und betriebstypologisch unterschiedliche Entwicklung deutlich ausdifferenziert und z. T. abgeschwächt. Das Erreichen von Grenzrentabilitäten wird durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben unterstrichen. Dies geht mit Marktsättigungstendenzen einher, die in einem weiteren Fortschreiten von Konzentrationsprozessen münden werden. Konsequenterweise kann zukünftig mit einem abgeschwächten Trend bei der Abnahme der Raumleistungen oder sogar – zumindest teilweise – mit stagnierenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden.

e) Weitere Strukturmerkmale im Einzelhandel

Die Anforderungen an den Standort entwickeln sich aus dem Trend hin zu größerer Mobilität sowie dem Wandel der Ansprüche an Preis, Sortimentsauswahl und Kopplungsmöglichkeiten. Entscheidende Standortkriterien für eine Neuansiedlung im (nahversorgungsrelevanten) Einzelhandel sind neben flächenseitigen Aspekten (Flächenangebot) und verkehrsseitigen Aspekten (innerörtliche Verkehrsanbindung, Parkplatzangebot) in erster Linie absatzwirtschaftliche Aspekte (Nähe zum Verbraucher, Kaufkraft, Bevölkerungsentwicklung, Bevölkerungsstruktur, Zentralität des Ortes). Nicht selten wird auch die Nähe zu weiteren Betrieben des Einzelhandels gesucht, um eine Kopplungsfähigkeit zu ermöglichen. Zudem ist der Einzelhandel zunehmend von nationalen und internationalen Konzernen geprägt. Die Konzentrationstendenzen betreffen in besonderem Maße den Le-

bensmitteleinzelhandel, in dem die fünf größten Unternehmen der Branche einen Bruttoumsatz von rd. 172 Mrd. Euro erwirtschaften.¹¹

5.1.3 Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für Rheda-Wiedenbrück

Eine zusammenfassende Übersicht zur Entwicklung der für den ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen zugrunde gelegten Parameter gibt die folgende Tabelle:

Tabelle 7: Eingangsparemeter zur Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens

| | Entwicklungsperspektive für Rheda-Wiedenbrück bis 2020 |
|--|--|
| Bevölkerungsentwicklung | leicht steigend bis stagnierend |
| Altersstruktur | zunehmend höherer Anteil älterer Menschen |
| Einzelhandelsrelevante Kaufkraft <u>pro Kopf</u> | Stagnation mit sortimentsbezogenen Unterschieden |
| Online-Handel | Anteil des E-Commerce (branchenabhängig) weiter steigend |
| Verkaufsflächenansprüche der Anbieter | sortimentspezifische Impulse in einigen Warengruppen |

Quelle: Eigene Darstellung.

Die Prognose des absatzwirtschaftlich tragfähigen Entwicklungsrahmens ergibt sich aus den Annahmen der vorstehend dargestellten angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen.

Nachfrageseitig wird die Entwicklung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumens in Rheda-Wiedenbrück voraussichtlich durch die Stagnation der Bevölkerungszahl und der damit einhergehenden Entwicklung der zur Verfügung stehenden einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Kopf (Verbrauchsausgabenentwicklung/Anteil der einzelhandelsrelevanten Ausgaben an Verbrauchsausgaben) sowie dem wachsenden E-Commerce-Anteil bestimmt. Die Prognose der Eingangswerte verdeutlicht eine Stagnation bzw. einen leichten Rückgang dieser Eingangsgrößen in den nächsten Jahren, weshalb ein allgemeiner Entwicklungsimpuls im Bereich der Nachfrage nicht zu erwarten ist. Es können neben der Stagnation allerdings sortimentsbezogene Unterschiede, sowohl leicht positiv, als auch leicht negativ, zu erwarten sein.

Angebotsseitig eröffnet sich in begrenztem Maße ein zusätzlicher absatzwirtschaftlich tragfähiger Verkaufsflächenrahmen durch weiterhin leicht rückläufige Flächenproduktivitäten.

¹¹ Vgl. EHI (2013): online abgerufen am 29.07.2014.

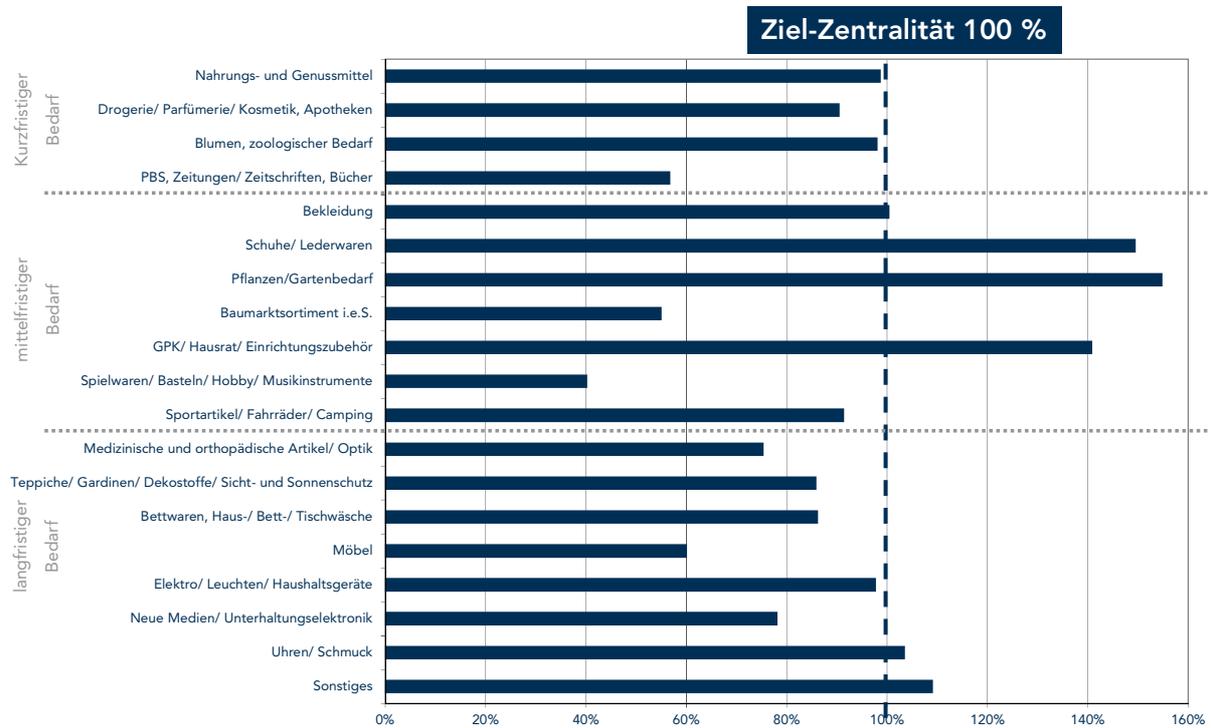
Die Prognose des absatzwirtschaftlich tragfähigen Entwicklungsrahmens ergibt sich aus den Annahmen der vorstehend dargestellten angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen.

Versorgungsauftrag: Zielzentralitäten

Die heutige Einzelhandelszentralität von Rheda-Wiedenbrück beträgt rd. 91 %. Hieraus erwachsen für einige der Warengruppen Erweiterungsspielräume bis zur jeweiligen Zielzentralität. Für alle Sortimente des kurzfristigen Bedarfs ist dauerhaft eine Zielzentralität von bis zu 100 % entwicklungspolitisch und gemessen am landesplanerischen Versorgungsauftrag als Mittelzentrum plausibel, da diese Sortimente grundsätzlich von allen Kommunen (und so auch denen im Einzugsbereich der Stadt Rheda-Wiedenbrück) gemessen an der jeweils vor Ort verfügbaren Kaufkraft vollständig zur Verfügung gestellt werden sollen.

Für die Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs wird zudem eine Zielzentralität von 100 % angesetzt, da das Mindestziel der Stadt Rheda-Wiedenbrück eine „Selbstversorgung“ der eigenen Bevölkerung sein sollte. Eine höhere Zielzentralität kann aufgrund der Wettbewerbssituation, die geprägt ist durch die leistungsstarken Ober- und Mittelzentren in räumlicher Nähe (hier insb. Bielefeld, Paderborn, Gütersloh und Lippstadt), nicht als realistische Prognosevariante zu Grunde gelegt werden. Gleichwohl resultieren bereits aus dieser Zielzentralität Entwicklungspotenziale für einige Warengruppen.

Abbildung 18: Zielzentralitäten nach Warengruppen und Zielzentralität



Quelle: Berechnungen Stadt + Handel 2015.

Ergebnisse des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens für Rheda-Wiedenbrück

Die nachfolgenden, in Abbildung 19 ersichtlichen, Prognoseergebnisse resultieren aus den oben dargestellten angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen und den aufgezeigten Zielzentralitäten für die Stadt Rheda-Wiedenbrück. Die in orange dargestellten Potenziale ergeben sich nur bei dem Eintreten einer eher optimistischen Entwicklung der Einwohner- und Kaufkraftsituation sowie einem eher geringerem Wachstums des Online Handels.

Abbildung 19: Ergebnisse des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens

| Warengruppe | Absatzwirtschaftliche Entwicklungspotenziale | |
|--|--|---|
| | Arrondierungsspielräume | Potenziale für Neuansiedlungen |
| Nahrungs- und Genussmittel | ✓ | ✓ |
| Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken | ✓ | ✓ |
| PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher | ✓ | ✓ |
| Bekleidung | ✓ | ✓ |
| Schuhe/Lederwaren | ✓ | |
| Baummarktsortiment i.e.S. | ✓ | ✓ |
| Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente | ✓ | ✓ |
| Sportartikel/Fahrräder/Camping | ✓ | ✓ |
| Medizinische und orthopädische Artikel/Optik | ✓ | |
| Teppiche/ Gardinen/ Dekostoffe/ Sichtschutz | ✓ | |
| Bettwaren/Haus-/Bett-/Tischwäsche | ✓ | ✓ |
| Möbel | ✓ | Potenzial für spezialisierten Fachmarkt ersichtlich |
| Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte | ✓ | |
| Neue Medien/ Unterhaltungselektronik | | |

Quelle: Eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2015; Die in orange dargestellten Potenziale ergeben sich nur bei dem Eintreten einer eher optimistischen Entwicklung der Einwohner- und Kaufkraftsituation sowie einem eher geringerem Wachstums des Online-Handels.

Die Ermittlung der absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale verdeutlicht Entwicklungsspielräume in verschiedenen Sortimenten. In den meisten Warengruppen ergeben sich zusätzliche Potentiale. Bezüglich des Sortimentsbereiches Nahrungs- und Genussmittel erfolgt im Hinblick auf zahlreiche Standortfragen eine aktuelle Kommentierung der Ergebnisse. Die Berechnungen wurden im Zuge der Konzepterstellung bereits im Jahre 2015 angestellt. Die aktuelle Prognose fällt demgegenüber positiver aus: So ist – entgegen der oben beschriebenen zurückhaltenden Annahme – tatsächlich eine positive Veränderung der Bevölkerung in Rheda-Wiedenbrück realitätsnah zu erwarten. Auf Basis der in den letzten zwei Jahren weiterhin positiven Entwicklung des realen Ausgabevolumens im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel ist auch weiterhin von einer positiven Entwicklung in diesem Bereich auszugehen. Im Zusammenspiel dieser Faktoren ist davon auszugehen, dass bis 2020 nunmehr realistischerweise von einem steigenden Nachfragepotenzial für Nahrungs- und Genussmittel ausgegangen werden kann, was die bereits auf Basis der Berechnungen aus dem Jahre 2015 basierenden Potenziale für Arrondierungen und Neuansiedlungen unterstreicht.

Für Rheda-Wiedenbrück bedeuten die Prognoseergebnisse zum absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen,

- dass die landes- bzw. regionalplanerisch zugewiesene Versorgungsfunktion Rheda-Wiedenbrücks in zahlreichen Warengruppen durch neue Angebote und Verkaufsflächen erweitert und verbessert werden kann;
- dass in den Warengruppen ohne ein nennenswertes quantitatives Entwicklungspotenzial neue Angebote und Verkaufsflächen überwiegend nur durch Umsatzumverteilungen im Bestand zu realisieren sind (dies trifft bei neuartigen oder speziellen Anbietern allerdings nur bedingt zu);
- dass bei einer deutlichen Überschreitung des ermittelten Entwicklungsrahmens ein ruinöser Wettbewerb mit ggf. städtebaulich negativen Folgen und eingeschränkten Entwicklungsmöglichkeiten für die Rheda-Wiedenbrücker Zentrenstruktur einerseits oder die flächendeckende Nahversorgungsstruktur andererseits resultiert und
- dass angesichts des teils begrenzten Entwicklungsrahmens für viele Warengruppen der Standortfrage im stadtentwicklungspolitischen Steuerungsgeschehen ein besonderes Gewicht beigemessen werden sollte.

Generell muss dieser Ansiedlungsrahmen stets mit üblicherweise am Markt vertretenen Betriebstypen und -formen gespiegelt werden; nicht jedes rechnerische Ansiedlungspotenzial entspricht einem für die jeweilige Warengruppe üblichen Fachgeschäft oder Fachmarkt. Zudem legen Handelsunternehmen für ihre Markteintrittsstrategien bzw. Standortplanungen ergänzende, hier nicht zu berücksichtigende Marktfaktoren¹² zugrunde; diese können durchaus zu unternehmerischen Ansiedlungsplanungen führen, die vom hier ermittelten Entwicklungsrahmen ggf. abweichen und städtebaulich nicht zwangsläufig verträglich sind.

5.2 Übergeordnete Entwicklungszielstellung für Rheda-Wiedenbrück

Im Rahmen des begleitenden Arbeitskreises sowie nach politischer Abstimmung wurde die übergeordnete räumliche Entwicklungszielstellung zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung der Stadt Rheda-Wiedenbrück ausführlich hergeleitet und diskutiert.

Folgende wesentliche Erkenntnisse aus der Strukturanalyse sind von besonderem Interesse für die Ausgangslage der Zielfindung:

- Die geringe Zentralität Rheda-Wiedenbrücks von rd. 91% begründet sich in der strukturellen Ausgangslage (Doppelstadt, attraktive Umlandgemeinden)
- Rheda-Wiedenbrück hat zwei faktische zentrale Versorgungsbereiche mit einer jeweiligen Verkaufsfläche von rund 10.000 m².
- Die Zentren sind ganz überwiegend auf die Stadtteilversorgungsfunktion ausgerichtet.

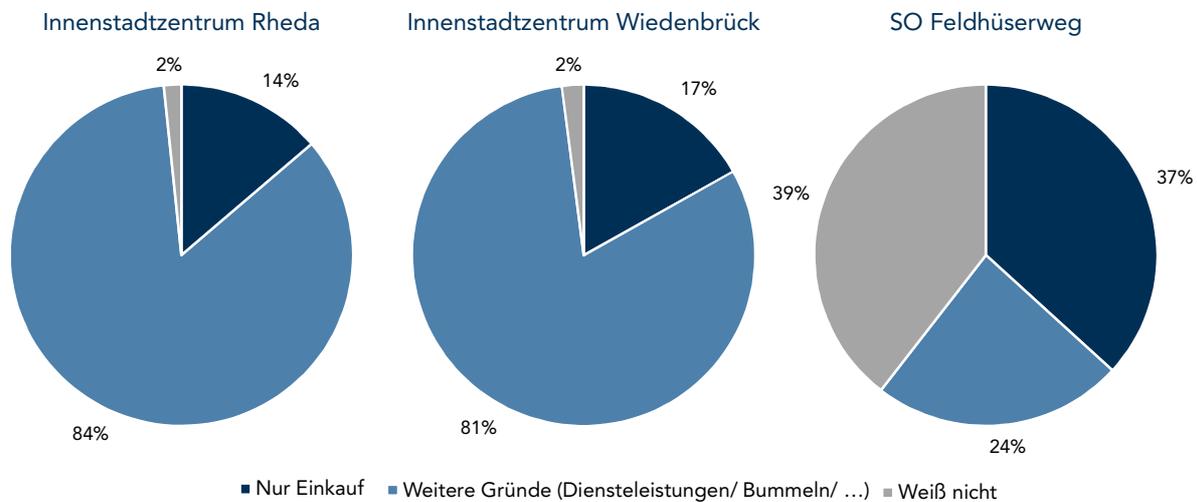
¹² Stellung im regionalen Wettbewerb, Positionierung gegenüber Mitbewerbern etc.

- Am Sonderstandort Hauptstraße/Feldhüserweg sind rd. 35.000 m² VKF verortet, welche überwiegend in fachmarktorientierten Angebote mit stadtweiter, jedoch kaum überörtlicher Versorgungsfunktion dargeboten werden.
- Die Potenzialberechnungen zeigen Ergänzungs- und Arrondierungsspielräume in Rheda-Wiedenbrück auf, aber insgesamt ein begrenztes Potenzial.

Ausgehend von diesen Rahmenbedingungen wurde die Frage gestellt, wo und mit welchem Ziel Entwicklungsimpulse zur Fortentwicklung des Einzelhandelsstandorts Rheda-Wiedenbrück gesetzt werden sollen. Bei dieser Frage gilt es zu berücksichtigen, welche Funktion die jeweiligen Standorte für die Besucher übernehmen und perspektivisch übernehmen können. Die Ergebnisse der Passantenbefragung liefern hier zusätzliche Erkenntnisse.

An den Antworten der Passanten wird deutlich (vgl. Abbildung 20), dass die beiden Innenstädte neben der Leitfunktion des Einzelhandels, für die Passanten eine Vielzahl an weiteren Funktionen/Aufenthaltsgründen bereithalten. Entsprechend kann die Schlussfolgerung gezogen werden, dass die beiden Innenstädte deutlich mehr sind als nur ein reiner Einzelhandelsstandort. Mehr als 80 % der Passanten in beiden Innenstädten haben bei der Befragung angegeben, die Innenstädte neben dem Einkauf auch aus einem weiteren Grund besucht zu haben. Dies stellt sich am Sonderstandort Hauptstraße/Feldhüserweg deutlich anders dar, welcher nahezu ausschließlich als Einkaufsstandort genutzt wird. Entsprechend liefert der Einzelhandel in der jeweiligen Innenstadt einen essentiellen Beitrag auch als Frequenzbringer für weitere Nutzungen, so dass dieser faktisch eine Leitfunktion für die Innenstädte übernimmt.

Abbildung 20: Besuchsgrund der Passanten des jeweiligen Einzelhandelsstandorts



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage Passantenbefragung Stadt + Handel 09-10/2015. Frage: „Weswegen sind Sie heute (außer zum Einkauf) hierhergekommen?“

Als wesentliche Fragestellung wurde im Arbeitskreis diskutiert, ob die beiden Innenstädte in Rheda-Wiedenbrück befähigt werden können auch langfristig noch das „Komplettpaket“ aus Einzelhandel, Nutzungsmischung und Städtebau bieten können – also dem Leitbild der europäischen Stadt zu entsprechen. Sofern in beiden Innenstädten die standortspezifischen Stärken zukünftig weiter ausgebaut bzw. auf diese gesetzt wird und gleichzeitig die bestehenden Schwächen möglichst minimiert werden, ist für beide Zentren eine Weiterentwicklung möglich.

Der Fokus der Weiterentwicklung sollte insbesondere auf der Individualität und Profilierung der beiden Innenstädte liegen und dabei die folgenden Bereiche betreffen:

- Handelsspezifische Themen: Sortimentsstruktur, Verkaufsflächenangebot, Qualitäten, Flächenpotenziale
- Weitere Themen: Nutzungsmischung, Branchenmix, Städtebau, Online, Tourismus, Vermarktung, Events etc.

Dabei weisen die beiden Innenstädte unterschiedliche Ausgangslagen auf, so dass die entsprechenden Schwerpunktsetzungen zur Weiterentwicklungen im konzeptionellen Bereich differenziert zu betrachten sind.

Innenstadtzentrum Wiedenbrück:

- Ausgangslage: hohe städtebauliche Qualität, breites Angebot von hoher Qualität, Vielzahl inhabergeführter Betriebe – Hohe Individualität, hohe Funktionsmischung
- Chancen und Perspektiven zur Weiterentwicklung des Zentrums: Das Innenstadtzentrum Wiedenbrück steht für das individuelle Einzelhandelsangebot und die hohe

Aufenthaltsqualität und stellt somit einen Gegenentwurf zu dem klassischen Versorgungseinkauf dar.

- Die Weiterentwicklung zu einem attraktiven und durchmischten Zentrum ist möglich und aus fachgutachterlicher Sicht auch sinnvoll!
- Primäre Aufgabe/Zielstellung des Einzelhandelskonzepts ist es demnach, das Innenstadtzentrum Wiedenbrück vor Fehlentwicklungen außerhalb zu schützen.

Innenstadtzentrum Rheda:

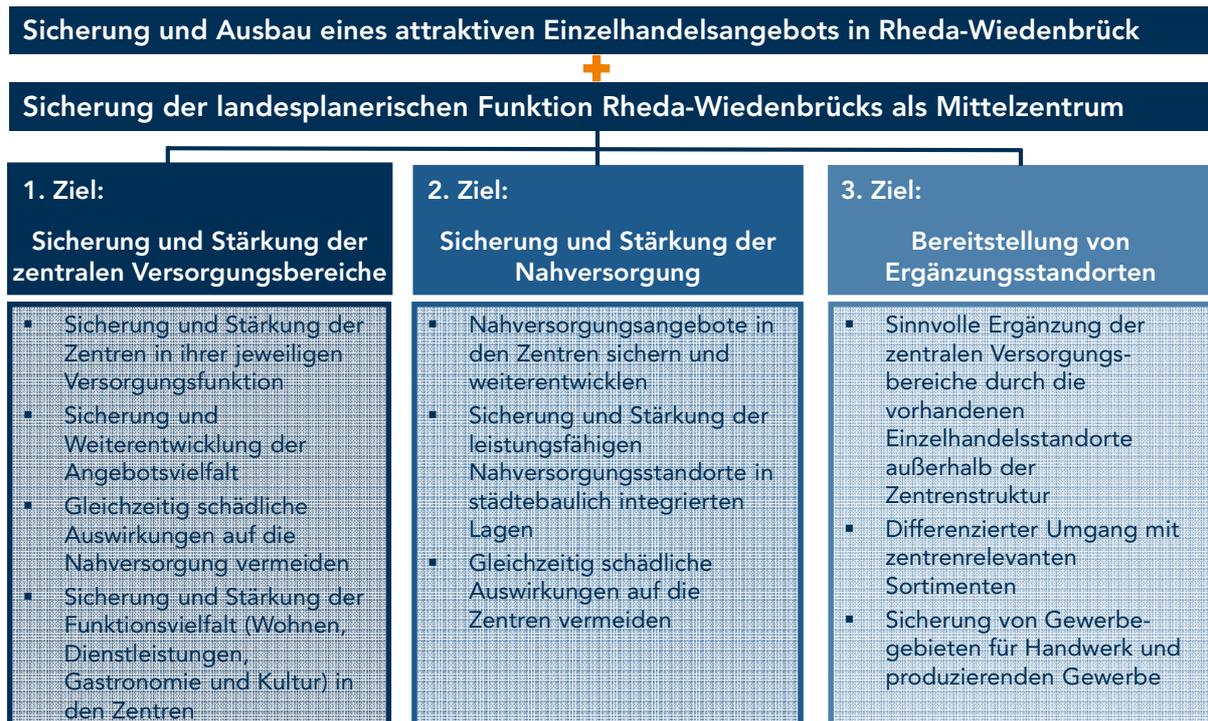
- Ausgangslage: Standort des Rathauses, hohe Funktionsmischung, Frequenzbringer Kaufland (Kopplungseffekte mit den weiteren Handelslagen wurden im Rahmen der Passantenbefragung bestätigt), eher funktional geprägt, im Vergleich zur Wiedenbrück mit geringerer städtebauliche Attraktivität
- Chancen und Perspektiven zur Weiterentwicklung des Zentrums: Gezielte Funktionsergänzungen des Einzelhandelsangebots in Rheda können das Innenstadtzentrum stärken und eine Perspektive verleihen!
- Primäre Aufgabe/Zielstellung des Einzelhandelskonzepts ist es demnach das Innenstadtzentrum Rheda vor Fehlentwicklungen außerhalb zu schützen und Flächenpotenziale für einzelhandelsbezogene Funktionsanreicherungen auszuweisen.

Wie bereits durch das bestehende Einzelhandelskonzept formuliert, ist es entsprechend weiterhin das Ziel, die zentrenrelevante Einzelhandelsentwicklung auf die beiden Innenstadtzentren zu fokussieren. Für die Weiterentwicklung des Sonderstandorts Hauptstraße/Feldhüserweg bedeutet dieses in der Konsequenz, dass zentren- und nahversorgungsrelevante Entwicklungen an diesem Standort die Entwicklungschancen der Innenstädte erschweren würden. Entsprechend soll der Sonderstandort – wie bisher – Positivstandort für den nicht zentrenrelevanten und nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel sein. Eine begründete Ausnahme bildet hier der dargestellte Nahversorgungsstandort Hauptstraße/Westring, der nach intensiver Abwägung relevanter Belange (insbesondere einer vergleichenden Bewertung mit der Potenzialfläche „Schanze“, siehe 6.2.5) in der Ausarbeitung des Konzepts als geplanter Nahversorgungsstandort für eine große Einwohnerzahl im Westlichen und süd-westlichen Stadtteilbereich (alleine rd. 5.600 EW im 700-Meter-Radius, wobei der zu versorgende Bereich noch darüber hinaus reicht) aufgenommen werden sollte.

Die Teilnehmer des Arbeitskreises haben sich unter Rückgriff auf die oben dargestellte Herleitung entsprechend dafür ausgesprochen, die Innenstädte Rheda und Wiedenbrück zukünftig primär zu stärken, ergänzend dazu die Sicherung und Stärkung der Nahversorgung zu forcieren und darüber hinaus am Sonderstandort Hauptstraße/Feldhüserweg die Weiterentwicklung mit nicht zentrenrelevanten Einzelhandel zu ermöglichen.

Als optimal ausgewogene und den weiteren stadtentwicklungspolitischen Entwicklungszielen der Stadt Rheda-Wiedenbrück bestmöglich entsprechende Zielperspektive sollen nach Teilräumen differenzierte Entwicklungszielstellungen, verbunden mit einer klaren Prioritätensetzung, angestrebt werden, welche überwiegend bereits in dem Einzelhandelskonzept 2008 in ähnlicher Weise empfohlen wurden. So bleiben die übergeordneten Entwicklungszielstellungen für Rheda-Wiedenbrück weiterhin bestehen und werden teilweise ergänzt:

Abbildung 21: Übergeordnete Entwicklungszielstellung für Rheda-Wiedenbrück



Quelle: Eigene Darstellung

Die Sicherung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche ist als Ziel höchster Priorität zu sehen. Neben der Stärkung der Innenstadtzentren als Einzelhandelsstandorte sollen zukünftig insb. auch die ergänzenden Angebote und das Wohnen in der Innenstadt aktiv gefördert werden. Insbesondere in Zeiten des Online Handels gewinnen multifunktionale und individuelle Innenstädte noch weiter an Bedeutung.

Als das Ziel nächster Priorität ist die Sicherung und Stärkung der Nahversorgung in Rheda-Wiedenbrück zu nennen. Hierzu sollen die leistungsfähigen Nahversorgungsstandorte in städtebaulich integrierten Lagen gesichert und gestärkt werden. Ansiedlungen und Erweiterungen zentren- und nahversorgungsrelevanter Betriebe in städtebaulich nicht integrierten Lagen sind zu vermeiden.

Des Weiteren soll für den nicht zentrenrelevanten und nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel weiterhin der Sonderstandort Hauptstraße/Feldhüserweg

bereitgestellt werden. In diesem Bereich sollen insbesondere die zentrenrelevanten Randsortimente von Betrieben kritisch gewürdigt werden.

Zwischen diesen jeweils unterschiedlichen Zielen ist nachfolgend ein präzise abgestimmtes Umsetzungsinstrumentarium zu entwickeln bzw. fortzuschreiben, so dass die Verfolgung des einen Zieles nicht die Umsetzung eines anderen Zieles gefährdet.

Einerseits ist für diese Form der ausgewogenen Zielumsetzung eine genaue Definition der zentrenrelevanten bzw. zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente erforderlich (s. Kapitel 9). Andererseits muss auch das Zentren- und Standortkonzept auf diese übergeordneten Entwicklungsziele näher eingehen und sie räumlich konkretisieren. Nicht zuletzt ist auch die Erarbeitung von auf diesen übergeordneten Entwicklungszielen bezogenen Ansiedlungsleitsätzen erforderlich, die in Kapitel 10 erfolgt.

6 Zentrenkonzept für Rheda-Wiedenbrück

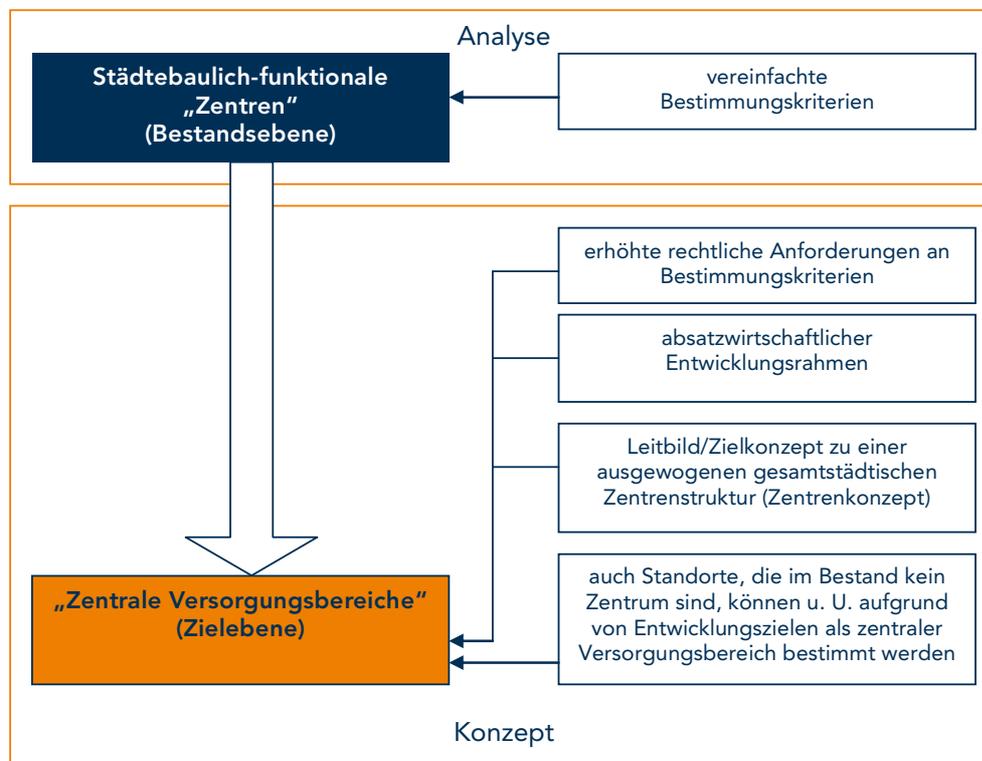
Während im vorangegangenen Kapitel die übergeordneten Leitlinien erörtert wurden, können darauf aufbauend im Folgenden konkrete konzeptionelle Umsetzungsinstrumente vorgestellt werden. Dabei handelt es sich neben dem Zentren- und Standortkonzept und der Sortimentsliste auch um bei Standortanfragen anzuwendende Ansiedlungsleitsätze.

6.1 Das Zentrenkonzept: Empfehlungen für die zentralen Versorgungsbereiche in Rheda-Wiedenbrück

Das Zentrenkonzept definiert die empfohlene künftige gesamtstädtische Zentrenstruktur für Rheda-Wiedenbrück unter Berücksichtigung der Analyseergebnisse, des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens und der übergeordneten Entwicklungszielstellungen.

Wesentlicher Bestandteil des Zentrenkonzepts ist die räumliche und funktionale Festlegung der zu empfehlenden künftigen Zentren als sog. zentrale Versorgungsbereiche. Die hierbei zugrunde zu legenden Festlegungskriterien wurden in Kapitel 2.2 detailliert vorgestellt. Die folgende Grafik veranschaulicht ergänzend, inwiefern die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche über die vereinfachte Beschreibung der Standort-Bestandsstruktur hinausgeht.

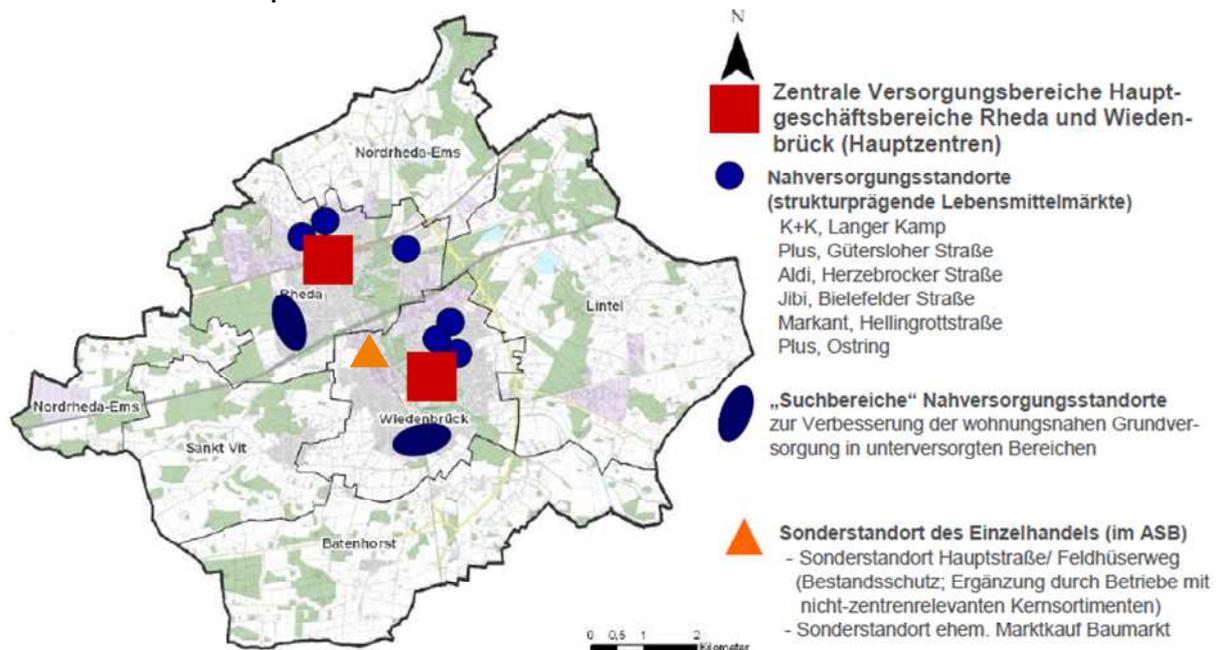
Abbildung 22: Methodik: Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen aus dem Bestand kommunaler städtebaulich-funktionaler Zentren



Quelle: Eigene Darstellung.

Das Einzelhandelskonzept der Stadt Rheda-Wiedenbrück aus dem Jahr 2008 definiert zwei zentrale Versorgungsbereiche im Stadtgebiet, welche der nachfolgenden Abbildung zu entnehmen sind. Hierbei handelt es sich um die zentralen Versorgungsbereiche Rheda und Wiedenbrück. Zusätzlich bestehen gemäß Einzelhandelskonzept 2008 sechs Nahversorgungsstandorte sowie der Sonderstandort Hauptstraße/ Feldhüserweg¹³.

Abbildung 23: Bestehende Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche gemäß Einzelhandelskonzepts der Stadt Rheda-Wiedenbrück aus dem Jahr 2008



Quelle: Junker und Kruse 2008.

Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts wird die bestehende Zentrenstruktur aus dem Jahr 2008 fortgeschrieben, so dass weiterhin die beiden Innenstädte (Rheda und Wiedenbrück) als die einzigen zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet ausgewiesen werden. Den Innenstadtzentren kommt weiterhin eine Versorgungsfunktion für das gesamte Stadtgebiet und zum Teil auch darüber hinaus zu (= mittelzentrale Versorgungsfunktion). Neben den zentralen Versorgungsbereichen werden auch in der Fortschreibung wieder Nahversorgungsstandorte sowie ein Sonderstandort ausgewiesen.

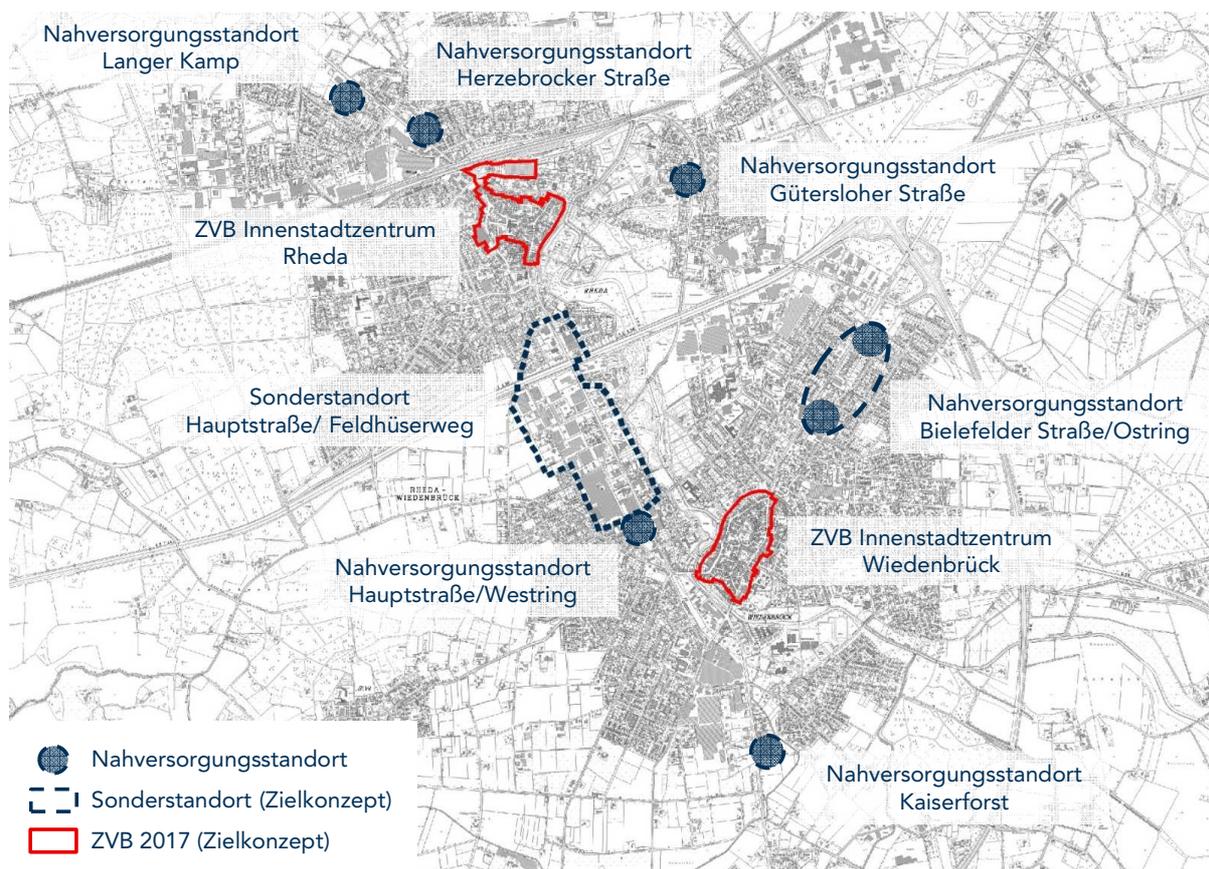
So werden mit den Standorten Langer Kamp, Gütersloher Straße, Herzebrocker Straße, Bielefelder Straße/Ostring (als gemeinsamer Nahversorgungsstandort), Kaiserforst und Hauptstraße/Westring im Rahmen der vorliegenden Konzeptfortschreibung sechs Nahversorgungsstandorte ausgewiesen. Gegenüber dem Einzelhandelskonzept 2008 weicht die die Einordnung der Nahversorgungsstandorte Hauptstraße/Westring und Kaiserforst ab. Zum anderen wird der im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes 2008 definierte Nahversorgungsstandort Helling-

¹³ Vgl. Junker und Kruse 2008, S. 103.

rottstraße im östlichen Stadtgebiet, welcher durch den nicht mehr marktgerecht aufgestellten Lebensmittelmarkt Markant „nah+frisch“ geprägt ist, im Zuge der Konzeptfortschreibung nicht mehr als Nahversorgungsstandort ausgewiesen. Dieser Standort ergänzt wie weitere z.T. kleinteilige Nahversorgungsstrukturen im Stadtgebiet das Nahversorgungsnetz, übernimmt jedoch nicht die hervorgehobene Bedeutung der vorgeannten Nahversorgungsstandorte.

Der sich nördlich an den Nahversorgungsstandort Hauptstraße/Westring anschließende Standortbereich Hauptstraße/Feldhäuserweg wird weiterhin als Sonderstandort für den nicht zentrenrelevanten und nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel ausgewiesen (siehe weitergehende Begründungen dazu in Kapitel 8). Die zukünftige Zentren- und Standortstruktur für die Stadt Rheda-Wiedenbrück stellt sich demnach schematisch wie folgt dar:

Abbildung 24: Zentren- und Standortstruktur in Rheda-Wiedenbrück (empfohlenes Zielkonzept)



Quelle: Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 07/2015; Kartengrundlage: Stadt Rheda-Wiedenbrück.

Zwischen den ZVB Innenstadtzentrum Rheda und Innenstadtzentrum Wiedenbrück bestehen keine Standorthierarchien, so dass diese als gleichrangige zentrale Versorgungsbereiche – mit jeweils unterschiedlicher Profilierungsstrategie – zu bewerten sind.

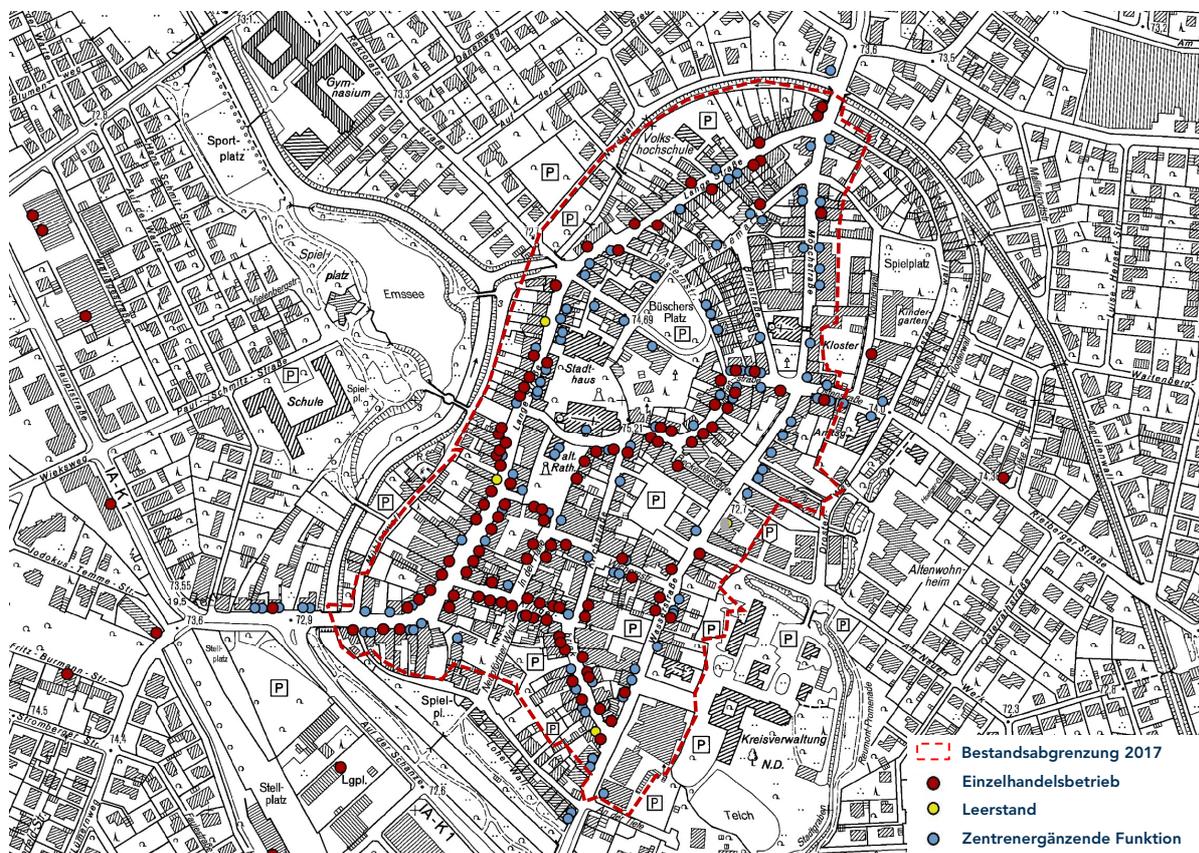
6.2 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Wiedenbrück

6.2.1 Standortmerkmale und Nutzungsstrukturen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Wiedenbrück

Die verkehrliche Erreichbarkeit durch den motorisierten Individualverkehr (MIV) sowie den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) ist für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Wiedenbrück gesichert (vgl. 4.1).

Im Folgenden wird die Ausstattung des ZVB mit Einzelhandel und zentrenergänzenden Funktionen beschrieben.

Abbildung 25: ZVB Innenstadtzentrum Wiedenbrück – Bestandsstruktur



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2015; Kartengrundlage: Stadt Rheda-Wiedenbrück.

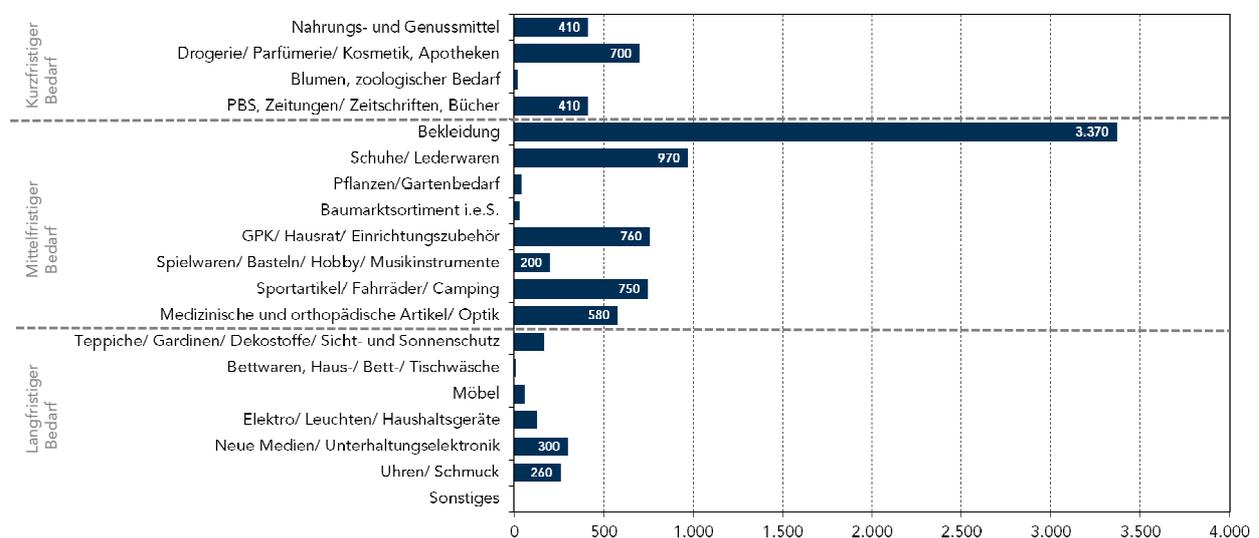
Die bisherige Abgrenzung des Innenstadtzentrums Wiedenbrück erfolgt im Norden und Süden durch die historischen Wallanlagen sowie durch die Wasserstraße und Lange Straße. Als wichtige Einzelhandelslage sind die befahrbaren Bereiche Lange Straße und die Straße Klingelbrink hervorzuheben.

Angebotsschwerpunkte und Fristigkeitsstufen

Insgesamt sind im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Wiedenbrück 108 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 9.150 m² verortet. Damit ist die Betriebszahl gegenüber dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2008 um 12 Betriebe rückläufig, was auf vereinzelt Betriebsaufgaben zurückzuführen ist. Ebenso hat die Verkaufsfläche gegenüber 2008 um rd. 2.250 m² aus selbigem Grund abgenommen.

Die größten Betriebe sind Intersport Wien, der Drogeriemarkt Rossmann sowie Brillen und Hörakustik Krane. Diese Betriebe werden um eine Vielzahl an kleinteiligen Fachgeschäften ergänzt.

Abbildung 26: Einzelhandelsangebot nach Verkaufsfläche im ZVB Innenstadt (in m²)



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2015, VKF-Angaben auf 10 m² gerundet.

Das Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt generiert sich in der Summe überwiegend aus Sortimenten des mittelfristigen Bedarfsbereichs (rd. 73 %), wobei insbesondere dem innerstädtischen Leitsortiment Bekleidung eine hohe Bedeutung mit rd. 37 % der Gesamtverkaufsfläche zukommt. Ebenso weisen auch die weiteren typischen Innenstadtsortimente Schuhe/Lederwaren, GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör sowie Sportartikel/Fahrräder/Camping Verkaufsflächenschwerpunkte im Innenstadtzentrum Wiedenbrück auf.

Güter des kurzfristigen Bedarfsbereiches stellen derzeit einen eher geringeren Angebotsfaktor dar. Rund 17 % der Gesamtverkaufsfläche liegt im kurzfristigen Bedarfsbereich verortet. Mit rd. 8 % der Gesamtverkaufsfläche bildet die Warengruppe Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken den Schwerpunkt innerhalb des kurzfristigen Bedarfsbereichs. Lediglich rd. 4 % der Gesamtverkaufsfläche des Innenstadtzentrums Wiedenbrücks

entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel. Dies liegt insbesondere darin begründet, dass innerhalb des Innenstadtzentrums kein strukturprägender Lebensmittelmarkt ansässig ist.

Auch Sortimente des langfristigen Bedarfsbereichs werden zu rd. 10 % der Gesamtverkaufsfläche im ZVB Innenstadt angeboten, welche sich aber größtenteils gleichmäßig auf die einzelnen Warengruppen verteilen. Lediglich die Warengruppen Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche sowie Möbel weisen eine deutlich nachgeordnete Bedeutung für die Innenstadt auf.

Insgesamt ist der Branchenmix in der Innenstadt von Rheda-Wiedenbrück demzufolge als überwiegend umfassend und bezüglich des Umfangs der dargebotenen Sortimente als attraktiv zu bewerten. Eine Ausnahme bildet hier, trotz einiger kleinteiliger Anbieter mit Lebensmitteln, der Lebensmittelbereich. Der vergleichsweise hohe Anteil an Verkaufsflächen im Bereich Bekleidung verdeutlicht zudem die innerstädtische Leitfunktion des Innenstadtzentrums Wiedenbrück.

Betriebsgrößenstruktur

Mit rd. 74 % verfügt die deutliche Mehrheit der im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Wiedenbrück ansässigen Einzelhandelsbetriebe über eine Ladengröße von unter 100 m² Verkaufsfläche. Der zentrale Versorgungsbereich wird folglich durch eine Vielzahl kleinteiliger Einzelhandelsstrukturen geprägt. Lediglich 28 Betriebe weisen eine Verkaufsfläche über 100 m² auf, wovon wiederum ein Betrieb eine Größe von mehr als 800 m² Verkaufsfläche erreicht. Die durchschnittliche Ladenlokalgröße in der Innenstadt von Wiedenbrück beträgt damit rd. 85 m² und weist auf den vielfältigen Besatz von kleinteiligen Fachgeschäften hin. Dies bedeutet aber auch, dass nur eine geringe Anzahl von Ladenlokalen vorhanden ist, welche einer üblicherweise von Filialisten nachgefragten Flächendimensionierung (zwischen rd. 300 und 800 m² VKF) entsprechen. Die Schaffung von marktadäquaten Verkaufsflächen, die auch für Fachmarktkonzepte attraktiv sind, stellt somit eine große Herausforderung für die Weiterentwicklung des Innenstadtzentrums Wiedenbrück dar.

Abbildung 27: Betriebsgrößenstruktur im ZVB Innenstadtzentrum Wiedenbrück



Quelle: Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 07/2015; Kartengrundlage: Stadt Rheda-Wiedenbrück.

Zentrenergänzende Funktionen

Zusätzlich zu den einzelhandelsrelevanten Nutzungen steigern Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen die Attraktivität des ZVB Innenstadt.

In Rheda-Wiedenbrück wird das Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Wiedenbrück allein in Erdgeschosslage durch 120 Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe ergänzt, welche die Gesamtfunktionalität des zentralen Versorgungsbereichs deutlich fördern. Besondere Bedeutung kommt den einzelhandelsnahen Dienstleistungen wie z. B. Friseuren, Banken, Reisebüros, Reinigungen sowie Schneidereien zu. Es besteht prinzipiell eine wichtige Kopplungsbeziehung zwischen der Tätigkeit eines Einkaufs und dem Aufsuchen dieser Dienstleistungs- und Gastronomieangebote. Größere Verwaltungsstellen, wie Schulen, Banken oder etwa die Post stellen relevante Frequenzbringer für den Einzelhandel und alle übrigen Zentrennutzungen dar. Die zentrenergänzenden Funktionen sind räumlich ausgewogen über den ZVB Innenstadtzentrum verteilt.

Ladenleerstand

Im ZVB Innenstadtzentrum standen zum Zeitpunkt der Bestandsaufnahme (07/2015) insgesamt drei Ladenlokale leer. Bei den Leerständen handelt es sich in gleichen Teilen um kleinteilige Ladenlokale bis maximal 110 m² Verkaufsfläche. Die Leerstände weisen eine überwiegend räumlich verstreute Lage über den gesamten ZVB Innenstadtzentrum auf, so dass sie aus Kundensicht weniger ins Auge fallen.

Innere Organisation des Innenstadtzentrums Wiedenbrück

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Wiedenbrück kann auf Basis der zuvor ausgeführten Analyseschritte und auf Basis der städtebaulichen Analyse vor Ort in verschiedene Lagen differenziert werden. Zur inneren Differenzierung des Wiedenbrücker Innenstadtzentrums werden mit der Hauptlage und der Nebenlage zwei unterschiedliche Lagebereiche definiert. Die Einordnung erfolgt anhand der städtebaulichen und der funktionalen Struktur, des Einzelhandelsbesatzes sowie der Zielvorstellungen.

Hauptlage

Als Hauptlage kann die beste Adresse eines Geschäftsbereiches bezeichnet werden. Eine erhöhte Handelsdichte sowie erhöhte Passantenfrequenz sind charakteristisch. Durch die höchste Funktionsdichte aus Einzelhandelsbetrieben und den ergänzenden Zentrenfunktionen erstreckt sich die Hauptlage Wiedenbrücks in Nord-Süd-Richtung, entlang der Langen Straße zwischen den Kreuzungsbereichen Lange Straße/Lichtestraße und Lange Straße/Mühlenwall. Der Mühlenwall, als Grenze des zentralen Versorgungsbereichs, dient dementsprechend auch als westliche Grenze der Hauptlage. Ebenfalls zur Hauptlage zählt die Straße Klingelbrink bis zum Kreuzungsbereich Klingelbrink/Wasserstraße. Die Kirchstraße bildet mit Ausnahme des Abzweigs Wichernstraße und dort angrenzende Teilbereiche der Wasserstraße und der Marienstraße bis zur Abzweigung Birnstraße die östliche Grenze der Hauptlage. Zur Hauptlage zählen alle Bereiche zwischen den beschriebenen Begrenzungen. Zentrale Plätze des Innenstadtzentrums Wiedenbrück (z. B. der Markt und der Kirchplatz) sind somit der Hauptlage zuzuordnen. In diesem Bereich, der durch einen Angebotsmix aus filialisierendem und inhabergeführtem Einzelhandel charakterisiert ist, sind mit den Drogeriefachmarkt Rossmann, dem Sportgeschäft Intersport Wien, dem Spielwarenladen Spielkistenwelt sowie dem Optiker und Hörakustiker Krane die wesentlichen Frequenzbringer des Innenstadtzentrums verortet.

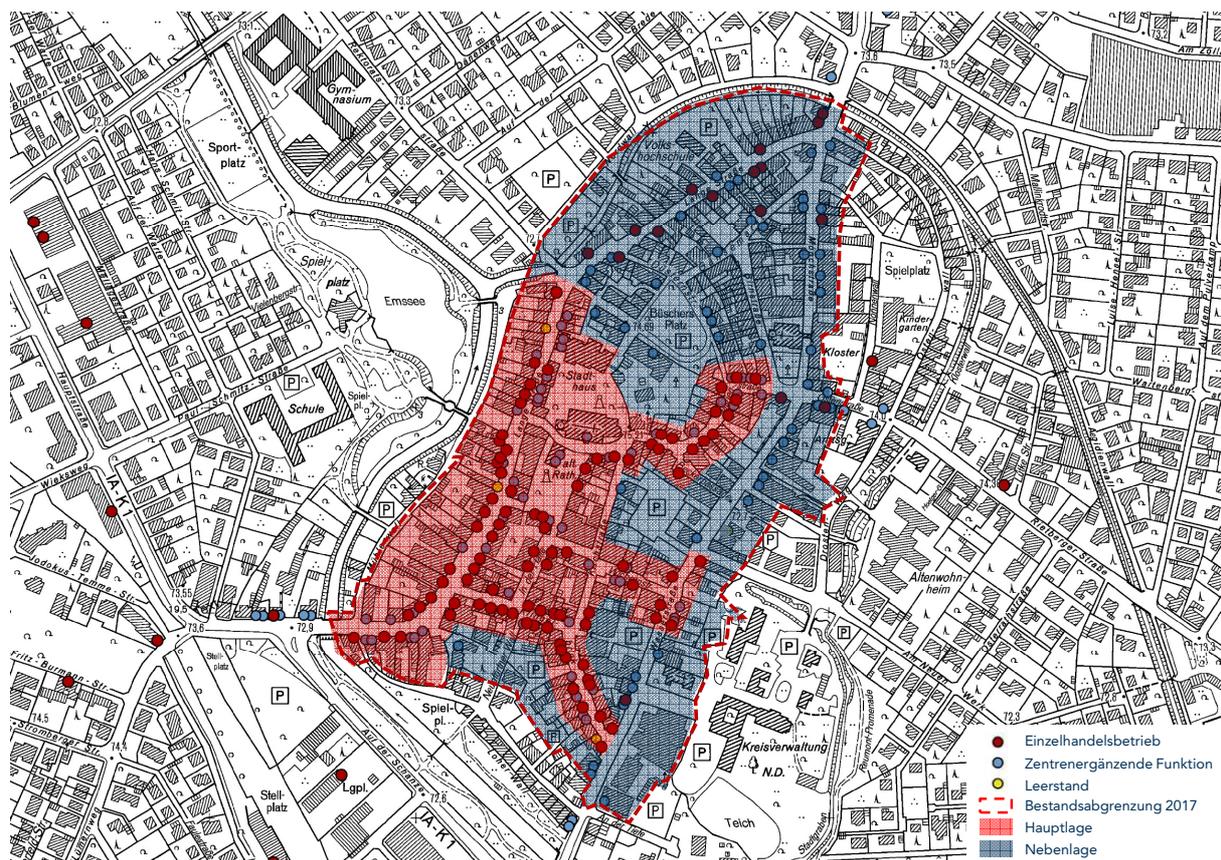
Aufgrund der gegebenen Bestandsstrukturen wird – abweichend zur Lageabgrenzung des Hauptgeschäftsbereichs aus dem Jahr 2008 – die Hauptlage des ZVB Innenstadtzentrum Wiedenbrück um die Bereiche Kirchstraße, Wichernstraße mit den angrenzenden Abschnitten der Wasserstraße, die Marienstraße sowie um den Markt ergänzt, welche im Einzelhandelskonzept 2008 als Nebenlage definiert wurden.

Nebenlage

Die Nebenlagen sind gekennzeichnet durch eine deutlich geringere Einzelhandelsdichte und Passantenfrequenz. Bedeutende Frequenzbringer sind in diesen Bereichen nicht vertreten, vielmehr sind kleinteilige, inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe bzw. spezialisierte Anbieter, die ein bestimmtes Zielpublikum ansprechen, charakteristisch. Darüber hinaus ist ein höherer Nutzungsanteil von zentrenergänzenden Funktionen und Wohneinheiten in Erdgeschosslage für diesen Lagebereich prägend. Das Angebot dieser Lagen ergänzt funktional das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot der Hauptlage.

Als Nebenlagen im Innenstadtzentrum von Wiedenbrück sind alle Bereiche des ZVB definiert, welche nicht der Hauptlage zugeordnet sind. Damit wurde die Abgrenzung der Nebenlage im Zuge der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts 2008 um den Markt, die Marienstraße sowie die Wichernstraße reduziert.

Abbildung 28: Lagebereiche im ZVB Innenstadtzentrum Wiedenbrück

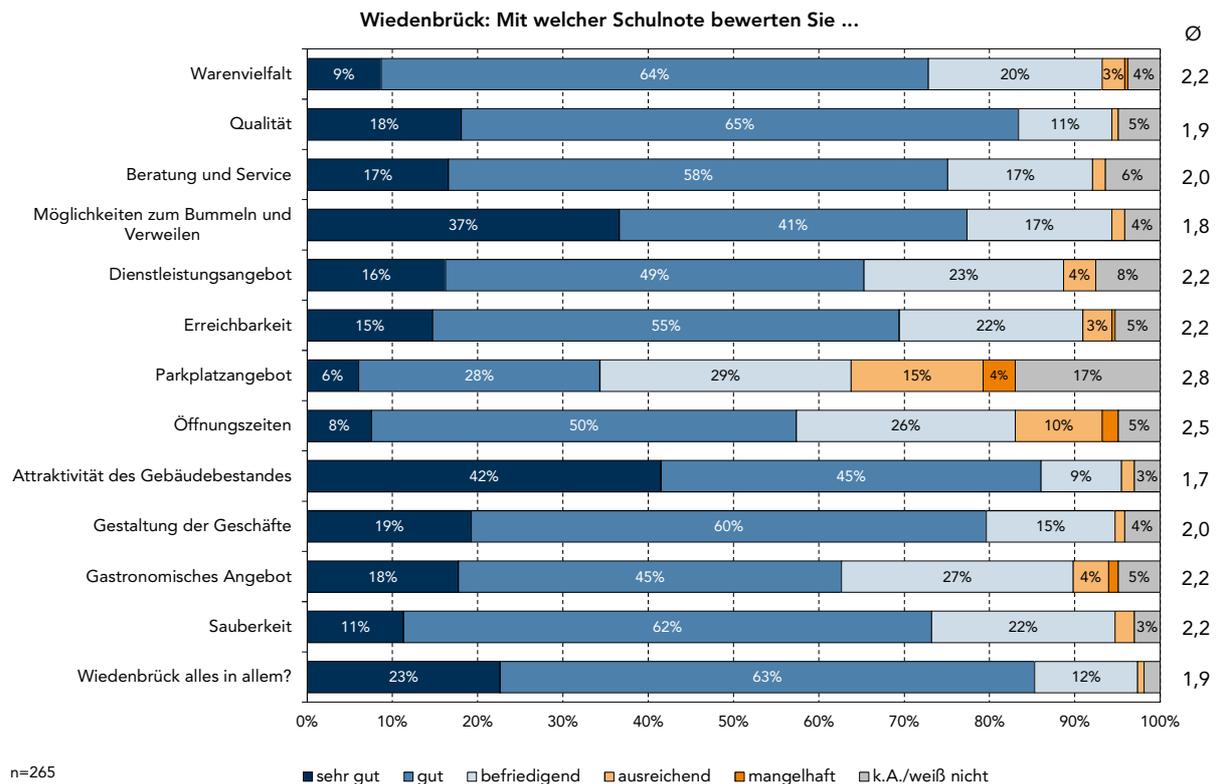


Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2015; Kartengrundlage: Stadt Rheda-Wiedenbrück.

6.2.2 Bewertung des Innenstadtzentrums aus Kundensicht

In der nachfolgenden Abbildung werden die im Rahmen der Passantenbefragung zur Attraktivität des Innenstadtzentrums Wiedenbrück abgefragten Aspekte dargestellt und zentrale Aussagen näher erläutert.

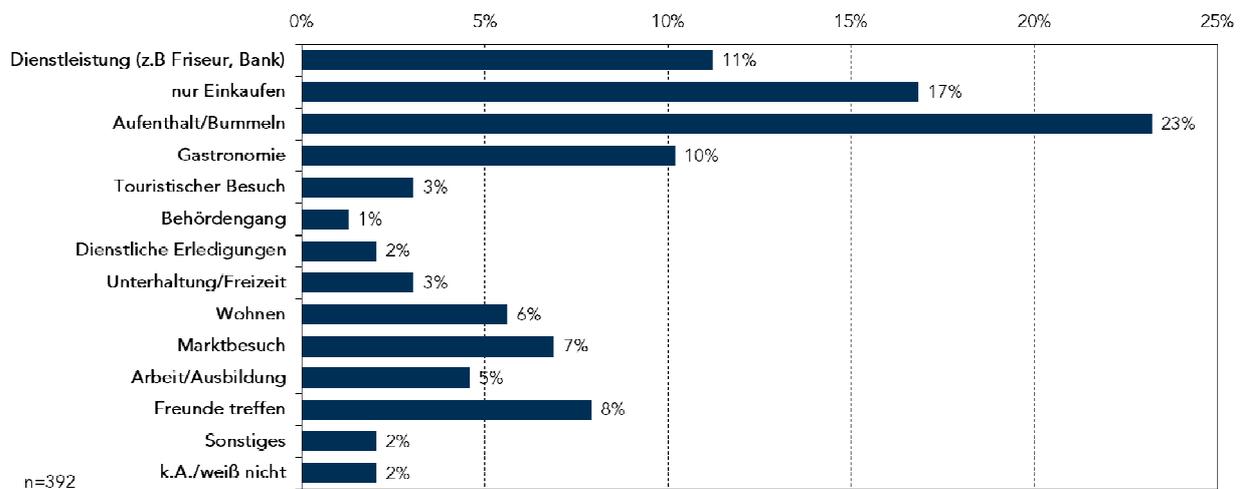
Abbildung 29: Bewertung des Innenstadtzentrums Wiedenbrück aus Kundensicht



Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel, 09-10/2015; n=908; Frage: „Aspekte Wiedenbrück: Bitte geben Sie an, welche Schulnote von 1 (sehr gut) bis 5 (mangelhaft) Sie für die folgenden Aspekte vergeben würden.“; n bei Berechnung der Durchschnittswerte abweichend.

Die Ergebnisse der Passantenbefragung zeigen, dass das Innenstadtzentrum Wiedenbrück über die verschiedenen abgefragten Aspekte hinweg als überwiegend gut (Durchschnittsnote 2,1) bewertet wird. Von den Befragten werden insbesondere die Qualität, die Möglichkeiten zum Bummeln und Verweilen sowie die Attraktivität des Gebäudebestandes als sehr gut eingeschätzt. Vor allem das Parkplatzangebot (2,8) und die Öffnungszeiten (2,5) lassen hingegen gewisse Handlungserfordernisse erkennen, da sie insgesamt häufiger als andere Aspekte negativ beurteilt wurden.

Abbildung 30: Besuchsgründe der Befragten in Wiedenbrück

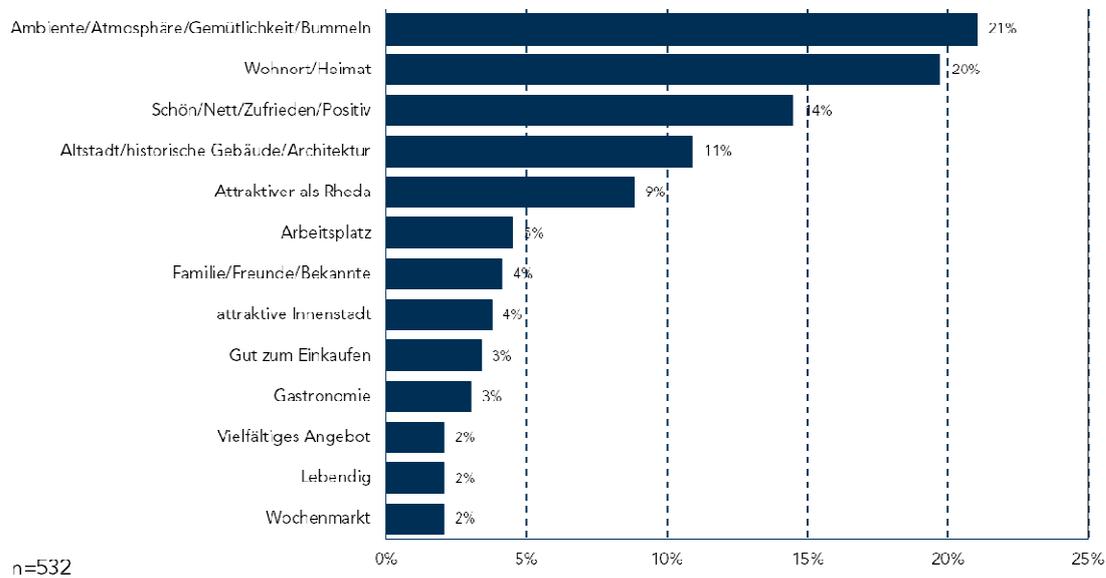


Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel, 09-10/2015; n=392; Frage: „Warum sind Sie heute (außer zum Einkaufen) in die Innenstadt von Wiedenbrück gekommen?“

Neben der Bewertung des Innenstadtzentrums Wiedenbrück durch die Befragten, gibt die Befragung ebenfalls Auskunft darüber, aus welchem Grund die Passanten das Innenstadtzentrum Wiedenbrück besuchen. Die drei Hauptbesuchsgründe sind Aufenthalt/Bummeln (rd. 23 %), nur zum Einkaufen (rd. 17 %) sowie die Inanspruchnahme von Dienstleistungen (rd. 11 %). Hieran wird deutlich, dass das Innenstadtzentrum Wiedenbrück neben dem Einzelhandelsstandort auch eine wichtige Funktion in der Darbietung von Dienstleistungen/ Gastronomie und als Aufenthaltsort übernimmt.

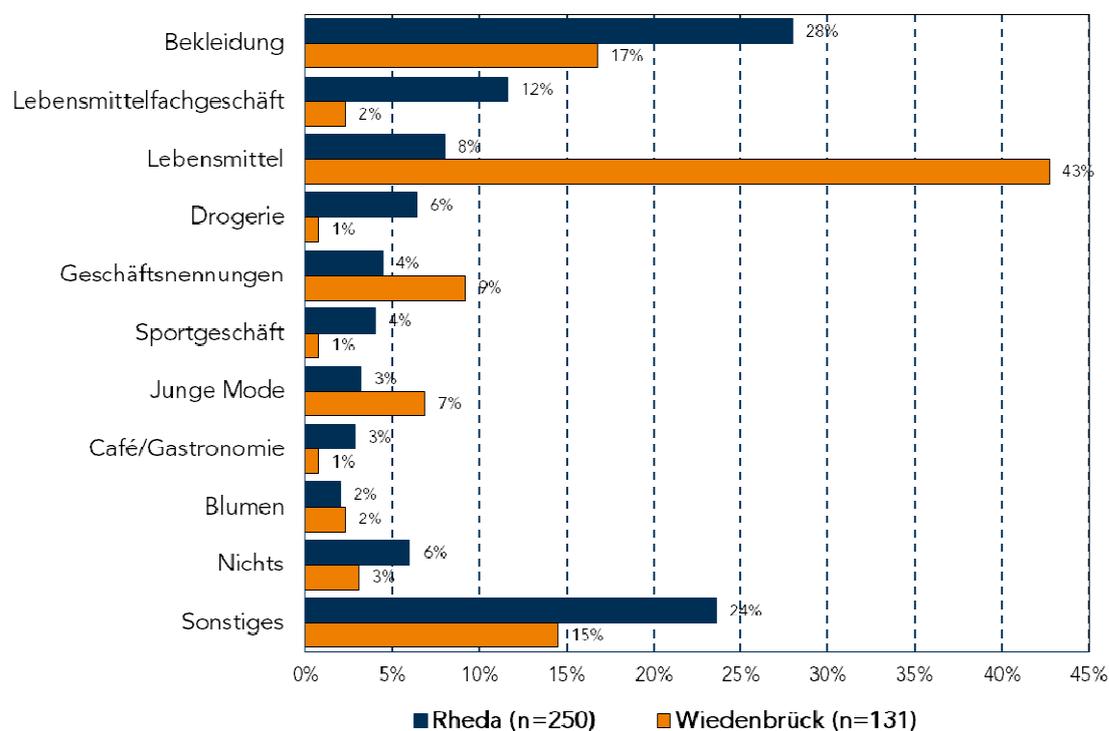
Vergleicht man die Besuchsgründe mit den Aspekten, welche die Befragten mit dem Innenstadtzentrum von Wiedenbrück verbinden (vgl. Abbildung 31), zeichnen sich gewisse Parallelen ab. Während der Hauptbesuchsgrund des Innenstadtzentrums Wiedenbrücks nach Auskunft der Befragten im Aufenthalt/Bummeln liegt, verbinden rd. 21 % der Befragten Ambiente/Atmosphäre/Gemütlichkeit/Bummeln mit dem Innenstadtzentrum Wiedenbrück. Für rd. 20 % der Befragten dient Wiedenbrück als Wohnstandort/Heimat. Die Altstadt/historische Gebäude/Architektur verbinden rd. 11 % mit dem Innenstadtzentrum Wiedenbrücks. Die Verbindungen, welche die Befragten zu Wiedenbrück angeben sind demnach durchweg positiv und sogar rd. 14 % geben dies auch als Aspekt an, welchen sie mit Wiedenbrück verbinden (schön/nett/zufrieden/positiv). Insgesamt rd. 9 % sind darüber hinaus der Meinung, dass das Innenstadtzentrum von Wiedenbrück attraktiver als das Innenstadtzentrum Rheda ist.

Abbildung 31: Verbindung der Befragten zu Wiedenbrück



Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel, 09-10/2015; n=392; Frage: „Was verbinden Sie im Allgemeinen mit der Innenstadt Wiedenbrück?“

Abbildung 32: Vermisste Waren in den Innenstadtzentren Rheda und Wiedenbrück



Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel, 09-10/2015; n=908; Frage: „Was würden Sie gern hier kaufen (aber leider gibt es das Angebot nicht)? Was vermissen Sie?“; Rheda n=250, Wiedenbrück n=131.

Die Befragungsergebnisse verdeutlichen sehr gut (vgl. Abbildung 32), dass vor allem Lebensmittel in der Wiedenbrücker Innenstadt vermisst werden (rd. 43%).

Nachrangig fehlt es den Befragten in Wiedenbrück an Bekleidungsgeschäften (rd. 17 %), hier auch insbesondere für junge Mode (rd. 7 %).

6.2.3 Räumliche und Funktionale Entwicklungsziele und Empfehlungen für das Innenstadtzentrum Wiedenbrück

Im Einzelnen sollten insbesondere folgende Erhaltungs- und Entwicklungsziele für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum – unter Beachtung der inneren Gliederung – in allen städtebaulichen und stadtentwicklungspolitischen Planungen der Stadt Rheda-Wiedenbrück, die einen Bezug zum Innenstadtzentrum Wiedenbrück aufweisen, berücksichtigt werden.

Tabelle 8: Übergeordnete Entwicklungszielstellung für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Wiedenbrück

| Erhaltung und Stärkung des Innenstadtzentrums durch... |
|---|
| <p>Sicherung und Intensivierung der Einzelhandelsfunktion des Innenstadtzentrums</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherung und Stärkung der Vielfalt an kleinen Fachgeschäften → Überwiegende Kleinteiligkeit bewahren (in Abstimmung mit der Schaffung marktadäquater Flächen, s. u.) ▪ Sicherung und Stärkung sowie Ansiedlung weiterer Magnetbetriebe → Ergänzung des Betriebstypenmixes wäre zielführend, ist jedoch aufgrund der Herausnahme der Potenzialfläche „Schanze“ kurz- und mittelfristig nicht realistisch ▪ Vielfältiges Warenangebot ausbauen, weitere (spezialisierte/bisher fehlende) Angebote schaffen ▪ Konzentration der Weiterentwicklung auf die Hauptlage des Innenstadtzentrums (vgl. Abbildung 28) <p>Schaffung von marktadäquaten und zukunftsfähigen Flächen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Beachtung moderner Flächenanforderungen (z. B. von Filialisten) ▪ Nachnutzung bestehender Leerstände ▪ Neue Flächen erschließen, Flächenzusammenlegungen als Option <p>Sicherung und Stärkung der Funktionsvielfalt des Innenstadtzentrums</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Weiterentwicklung der Funktionsmischung aus Einzelhandel, Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben, ergänzt durch innerstädtisches Wohnen |

Fortsetzung Tabelle 8

Aktivierende Innenstadtentwicklung

- Vermarktung Handelsstandort Wiedenbrück
- Geschäftsflächenmanagement (Flächenzusammenlegungen, Leerstandsmanagement, Zwischennutzung, Nachnutzung)
- Offline Strategie
- City-Management

Quelle: Eigene Darstellung.

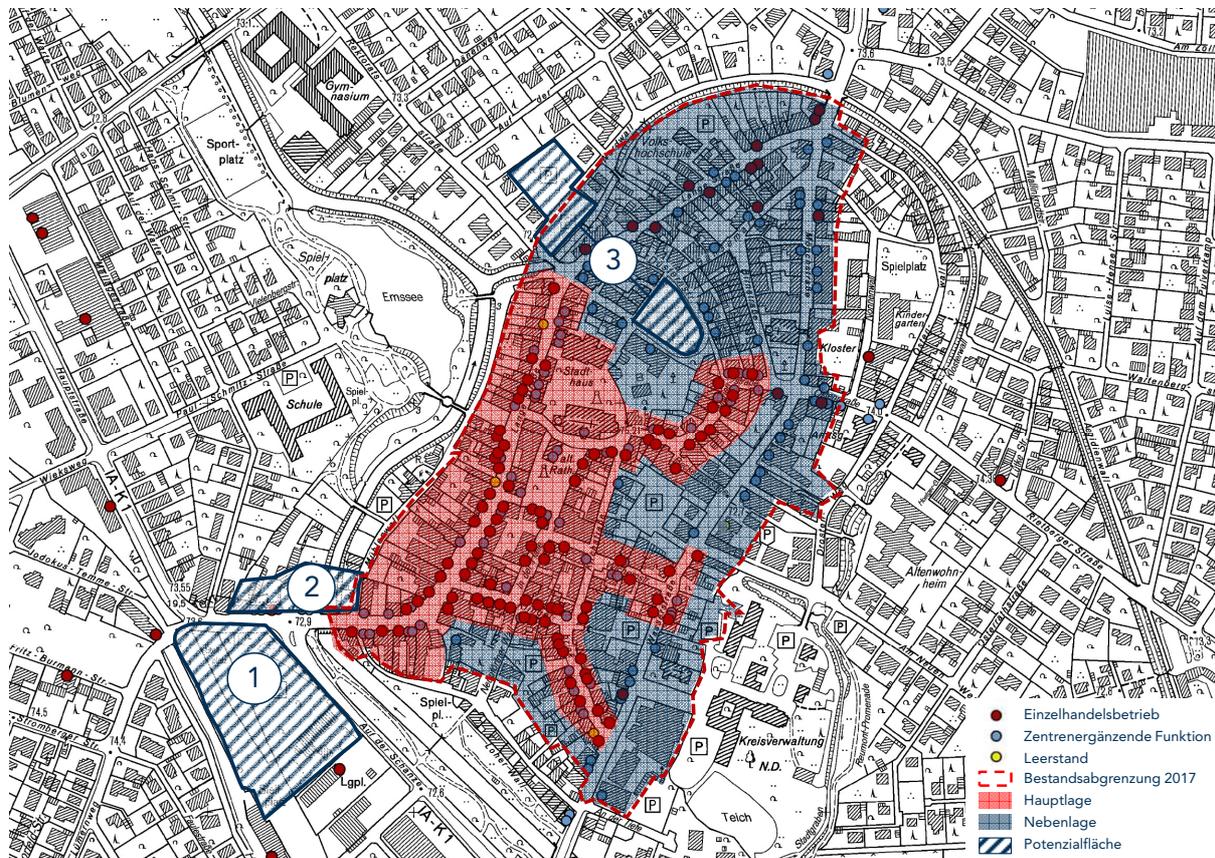
Für alle Empfehlungen ist entsprechend der übergeordneten Entwicklungszielstellungen für Rheda-Wiedenbrück zu berücksichtigen, dass Maßnahmen nicht zu negativen Auswirkungen auf den anderen zentrale Versorgungsbereich und/oder die flächendeckende Nahversorgung führen sollten.

6.2.4 Im Zusammenhang mit einer möglichen räumlich-funktionalen Fortentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum Wiedenbrück untersuchte Potenzialflächen

Die Bewertungen basieren auf der Anwendung der übergeordneten Entwicklungsziele sowie den konkreten Flächen-, Sortiments- und Ansiedlungsleitsätzen für die künftige Entwicklung des Einzelhandels in Rheda-Wiedenbrück.

Die Prüfung erfolgte primär aus der Sicht einer *einzelhandelsbasierten* Untersuchung; insofern können weitere, im Rahmen des erstellten Einzelhandelskonzeptes nicht tiefer gehend einbezogene Fachplanungen in eine vollständige Gesamtbewertung zusätzlich eingestellt werden. Insbesondere im Hinblick auf die Fragestellung, ob der Bereich „Schanze“ als Teil des ZVB mit einem großflächigen Lebensmittelmarkt entwickelt werden soll spielen ergänzende Argumente letztlich eine ausschlaggebende Rolle insbesondere im Hinblick auf die politische Einordnung der Potenzialfläche. (siehe Kapitel 6.2.5) Abbildung 33 zeigt eine Übersicht der Potenzialflächen in unmittelbarer Nähe zum ZVB Innenstadtzentrum Wiedenbrück.

Abbildung 33: Potentialflächen in unmittelbarer Nähe zum ZVB Innenstadtzentrum Wiedenbrück



Quelle: Eigene Darstellung, Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 07/2015; Karten-
grundlage: Stadt Rheda-Wiedenbrück.

Tabelle 9: Bewertung der Potentialfläche „Schanze“ (1)

| „Schanze“ (1) | |
|--|---|
| | |
| Makro- und mikroräumliche Lage | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kernstadt Wiedenbrück ▪ Lage am südwestlichen Rand des Innenstadtzentrums ▪ Gute verkehrliche Anbindung |
| Aktuelle Nutzung | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Derzeitige Nutzung als Parkplatz, müsste im Rahmen einer Bebauung anderweitig vorgehalten werden |
| Städtebaulich-funktionale Aspekte | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Weitere Ausdehnung der Hauptlage ▪ Unmittelbar am Eingangsbereich zur Einzelhandelslage des Innenstadtzentrums gelegen und somit im städtebaulich-funktionalem Zusammenhang zu dieser |
| Potenziale für Einzelhandelsnutzungen | <p><u>Pro</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Großes Flächenpotenzial (innerhalb der gewachsenen Strukturen nicht vorhanden) ▪ Schaffung eines attraktiven Eingangsbereichs in das Innenstadtzentrum ▪ Etablierung eines starken Frequenzbringers und einzigen strukturprägenden LM-Markt im Innenstadtzentrum ▪ Stärkung des südlichen Zentrenbereichs als Hauptlage der Einzelhandelslage <p><u>Herausforderungen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Parkplatzverlust ▪ Begrenzte Flächenverfügbarkeit aufgrund segmentiertem Flächenzuschnitt (Bahntrasse)(siehe dazu auch Kapitel 6.2.5) |
| Fazit | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Fläche zur Stärkung des Innenstadtzentrums als Ganzes grundsätzlich geeignet ▪ Attraktives städtebaulich-architektonisches Konzept erforderlich (Eingangstor zum Innenstadtzentrum) ▪ Entwicklung der Fläche mit einem Lebensmittelmarkt kann aus fachlicher/einzelhandelsbezogener Sicht uneingeschränkt empfohlen werden (Zweckbestimmung „Lebensmittelmarkt“) ▪ Die Entwicklung des Nahversorgungsstandortes „Hauptstraße/Westring“ wurde im Rahmen der Diskussion letztlich aufgrund der o.g. Herausforderungen politisch priorisiert. (siehe auch Kapitel 6.2.5) |

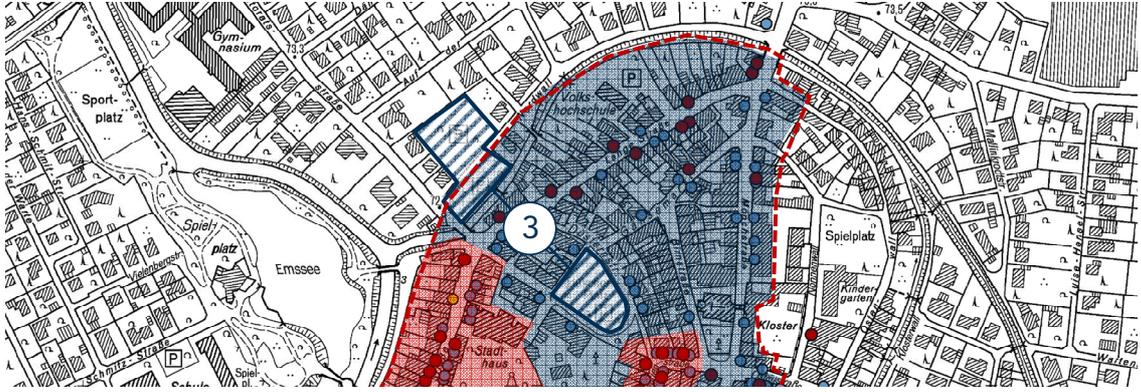
Quelle: Eigene Darstellung.

Tabelle 10: Bewertung der Potentialfläche „Auf der Schanze Nord“ (2)

| „Auf der Schanze Nord“ (2) | |
|--|---|
| | |
| Makro- und mikroräumliche Lage | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kernstadt Wiedenbrück ▪ Lage am südwestlichen Rand des Innenstadtzentrums ▪ Gute verkehrliche Anbindung |
| Aktuelle Nutzung/Nutzungsanfragen | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wohn- und Geschäftshäuser |
| Städtebaulich-funktionale Aspekte | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Unmittelbar am Eingangsbereich zur Einzelhandelslage des Innenstadtzentrums gelegen und somit im städtebaulich-funktionalem Zusammenhang zu dieser |
| Potenziale für Einzelhandelsnutzungen | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bei einer zielgerichteten Entwicklung der Potenzialfläche 1 wäre auch der Einbezug dieser Potenzialfläche in den ZVB zu empfehlen, um hier einen attraktiven Eingangsbereich in das Innenstadtzentrum von Wiedenbrück zu generieren. ▪ Flächen böten zudem Potenzial für Fachmarktansiedlungen, welche im historischen Kern des Zentrums nur schwierig zu realisieren sind |
| Fazit | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bei einer Entwicklung der Fläche 1 könnte die Fläche 2 zur Stärkung des Innenstadtzentrums als Ganzes beitragen ▪ Da Fläche 1 nicht mit großflächigem Einzelhandel entwickelt werden soll, ist ein Stärkungsimpuls durch Fläche 2 somit ebenfalls kaum realistisch. ▪ Insofern wird eine großflächige Einzelhandelsentwicklung nicht empfohlen. |

Quelle: Eigene Darstellung.

Tabelle 11: Bewertung der Potentialfläche „Büschers Platz“ unter Einbezug „Parkflächen Nordwall“ (3)

| „Büschers Platz“ unter Einbezug „Parkflächen Nordwall“ (3) | |
|--|---|
|  | |
| Makro- und mikroräumliche Lage | <ul style="list-style-type: none"> ■ Kernstadt Wiedenbrück ■ Lage am nordwestlichen Rand des Innenstadtzentrums bzw. nördlich innerhalb des Innenstadtzentrums gelegen ■ Gute verkehrliche Anbindung |
| Aktuelle Nutzung/Nutzungsanfragen | <ul style="list-style-type: none"> ■ Derzeitige Nutzung als Parkplatz, müsste im Rahmen einer Bebauung anderweitig vorgehalten werden |
| Städtebaulich-funktionale Aspekte | <ul style="list-style-type: none"> ■ Parkflächen Nordwall eher in Randlage zu bestehenden Geschäftslagen ■ Fläche Büschers Platz integriert, jedoch ebenfalls eher abseits der Handelslagen gelegen ■ Beide Flächen jedoch unter städtebaulich-funktionalen Gesichtspunkten geeignet für Einzelhandelsentwicklungen |
| Potenziale für Einzelhandelsnutzungen | <ul style="list-style-type: none"> ■ Aufgrund geringer Flächengröße allenfalls für die Ansiedlung von Fachgeschäften denkbar. |
| Fazit | <ul style="list-style-type: none"> ■ Einzelhandelsentwicklungen grundsätzlich zu empfehlen ■ Wesentliche Impulse zur Weiterentwicklung des ZVB sind durch die Aktivierung der Potenzialflächen nicht zu erwarten ■ Außerhalb des ZVB liegende Bereiche der Parkflächen Nordwall nicht in den ZVB aufnehmen und im Falle eines spezifischen Vorhabens hinsichtlich des Beitrages zur Zentrenentwicklung prüfen. Bei Kongruenz zu den Zielstellungen des Einzelhandelskonzepts, kann die Potentialfläche in die Abgrenzung des ZVB zu integriert werden. |

Quelle: Eigene Darstellung.

6.2.5 Vergleichende Standortbewertung „Schanze“ – „Hauptstraße/Westring“

Im Zuge der Konzeptausarbeitung wurde eine vergleichende Chancen und Risiken-Bewertung bezüglich der Entwicklung von großflächigem Lebensmittel-Einzelhandel im Bereich „Schanze“ und im Bereich Nahversorgungsstandort Hauptstraße/Westring durchgeführt, da ein ausreichendes Entwicklungspotenzial für die Realisierung beider Vorhaben nach Ersteinschätzung im Rahmen der Konzepterstellung fachgutachterlich unwahrscheinlich ist. Gegenstand und Ziel dieser Untersuchung war die Bewertung des vorhabenspezifischen Beitrages zur Verbesserung der quantitativen, qualitativen und räumlichen Versorgung sowie zur Zentrenstärkung und das Aufzeigen von städtebaulich-funktionalen Chancen und Risiken der Entwicklungsvorhaben für eine politische Entscheidungsfindung. Folgende Tabelle gibt die wesentlichen Bewertungen wider.

Tabelle 12: Bewertung einzelhandelsbezogener Parameter

| | Schanze | Hauptstraße/Westring |
|--|--------------------------------------|------------------------------|
| Beitrag zur quantitativen Nahversorgungssituation | + | + |
| | (insb. in integrierter Lage) | (insb. in integrierter Lage) |
| Beitrag zur Angebotsqualität im Stadtteil | + | ++ |
| | | (wg. Biomarkt) |
| Beitrag zur räumlichen Nahversorgung | + | - |
| | (+ 2.400 EW) | (max. + 400 EW) |
| Auswirkungen auf die integrierten Nahversorgungsstrukturen | Detailprüfung erforderlich | Detailprüfung erforderlich |
| Beitrag zur Zentrenentwicklung | ++ | - |
| | (Frequenzbringer/Angebots-ergänzung) | |

Quelle: Eigene Darstellung.

Wie obiger Tabelle zu entnehmen ist überwiegen aus einzelhandelsbezogener Sicht insbesondere aufgrund des Beitrages zur räumlichen Nahversorgung und zur Zentrenstärkung die städtebaulichen Vorteile der Entwicklung im Bereich „Schanze“ gegenüber einer Entwicklung im Bereich „Hauptstraße/Westring“.

Unter Einbezug weiterer in der Diskussion zum Standort „Schanze“ eingebrachter Fachbe-lange (Flächengröße „Schanze“, Kompensation Stellplätze „Schanze“, perspektivische Flächenverfügbarkeit, landesplanerische Restriktionen) erscheint jedoch eine Entwicklung „Hauptstraße/Westring“ auch möglich und wird insbesondere auf Seiten der Politik als anzustrebendes Entwicklungsszenario bevorzugt.

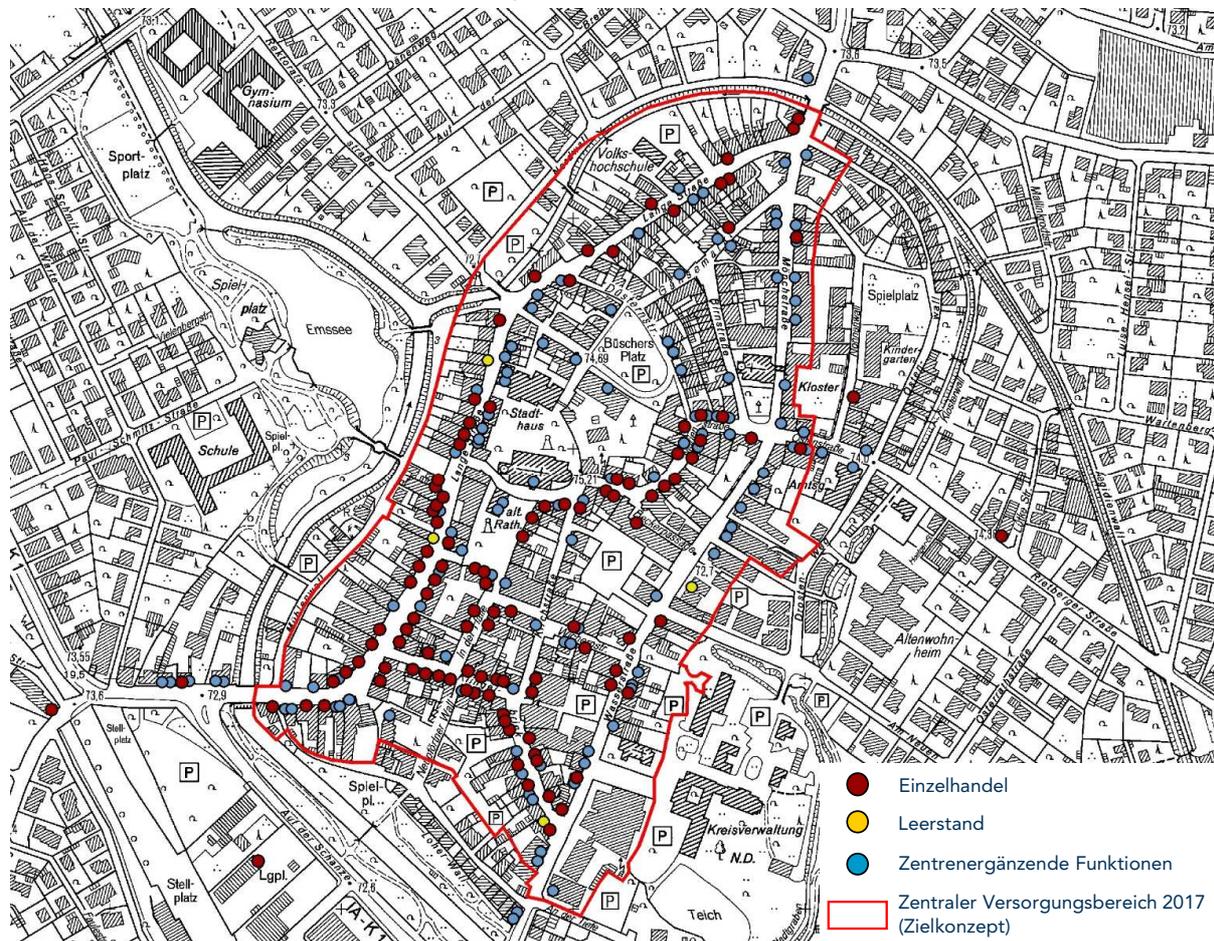
Entsprechend des politischen Wunsches wird das Szenario Entwicklung „Haupt-straße/Westring“ zur Grundlage der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkon-

zepts der Stadt Rheda-Wiedenbrück gemacht. Vor diesem Hintergrund wird ein Konzept ausgearbeitet, welches den Bereich „Hauptstraße/Westring“ künftig als Nahversorgungsstandort Hauptstraße/Westring ausweist (vgl. Kapitel 6.1 und 7.1.). Damit wird die Entwicklungsoption „Schanze“ in diesem Einzelhandelskonzept nicht weiterverfolgt, da das Potenzial für die parallele Entwicklung beider Standorte mit großflächigem Lebensmittelhandel als unrealistisch eingeschätzt wird.

6.2.6 Räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum Wiedenbrück

Auf Grundlage der Bestandserhebung, der Standortmerkmale und Nutzungsstruktur sowie der Entwicklungsziele ergibt sich im Einzelnen die folgende, anhand der vorgestellten Kriterien (vgl. Kapitel 2) begründete Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum Wiedenbrück. Es ergeben sich gegenüber der Aktualisierung der räumlichen Fassung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadtzentrum Wiedenbrück im Jahr 2008, keine nennenswerten Unterschiede. Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs erforderlich, diese wird in der folgenden Abbildung dargestellt.

Abbildung 34: Räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum Wiedenbrück (Zielkonzept)



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2015; Kartengrundlage: Stadt Rheda-Wiedenbrück.

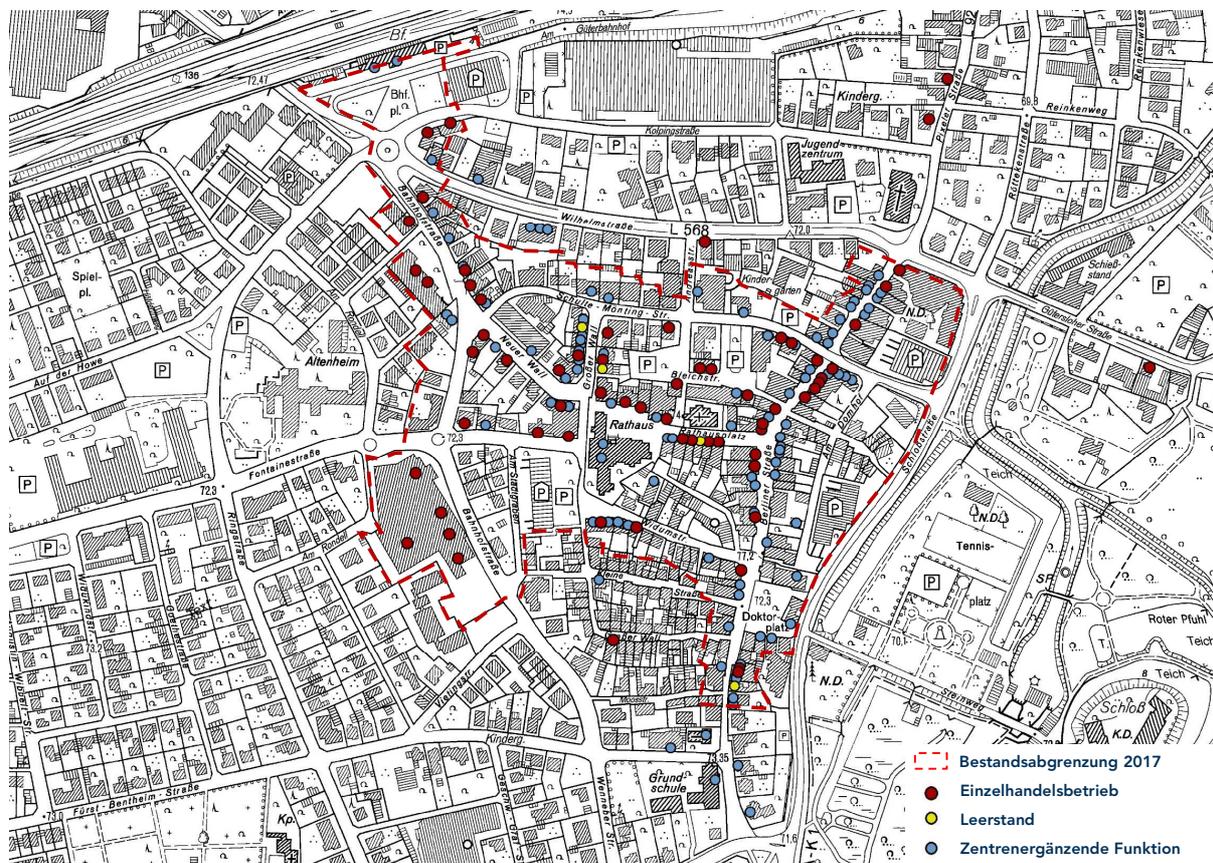
Im Vergleich zum Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2008 erfolgt die Abgrenzung in der Fortschreibung parzellenscharf.

6.3 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Rheda

6.3.1 Standortmerkmale und Nutzungsstrukturen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Rheda

Die verkehrliche Erreichbarkeit durch den motorisierten Individualverkehr (MIV) sowie den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) ist für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum gesichert (vgl. Kapitel 4.1). Im Folgenden wird die Ausstattung des ZVB Rheda mit Einzelhandel und zentrenergänzenden Funktionen beschrieben.

Abbildung 35: ZVB Innenstadtzentrum Rheda – Bestandstruktur



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2015; Kartengrundlage: Stadt Rheda-Wiedenbrück.

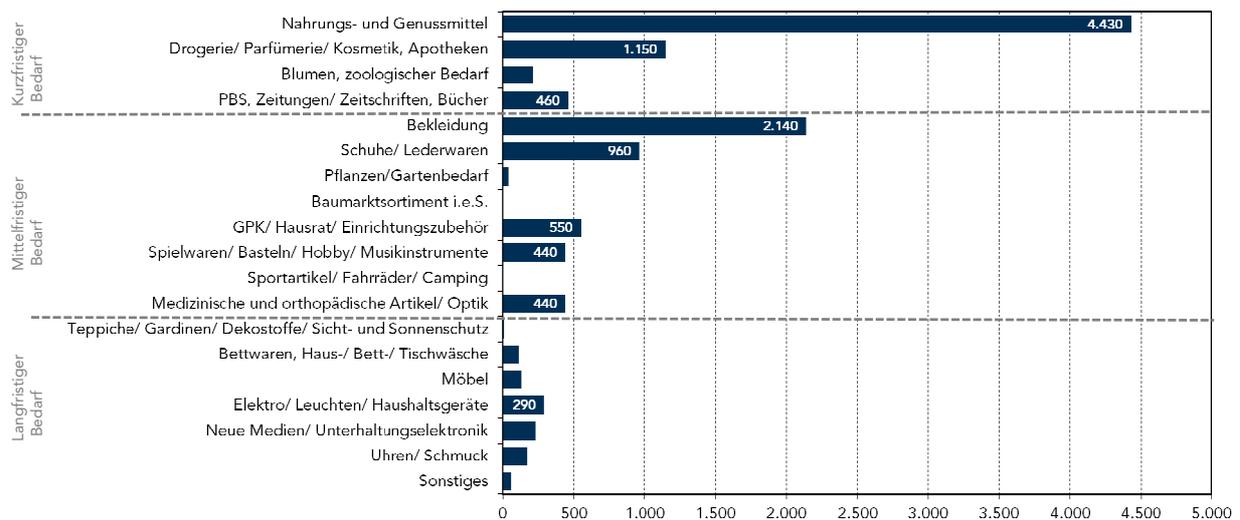
Die bisherige Abgrenzung des Innenstadtzentrums Rheda erfolgt im Norden im Wesentlichen durch die Schulte-Mönting-Straße, schließt im nordwestlichen Bereich die Bahnhofstraße inkl. angrenzender Wilhelmstraße bis zu den Bahngleisen mit ein. Die westliche Grenze des ZVB verläuft entlang der Bahnhofstraße und integriert den Einkaufsstandort Kaufland. Obgleich die östliche Grenze des ZVB im südlichen Teil durch die Berliner Straße und im nördlichen Teil durch die Schloßstraße gebildet wird, verläuft die südliche Grenze entlang der Widumstraße. Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Rheda ist in sich in Haupt- und Nebenlage sowie funktionalem Ergänzungsbereich gegliedert (vgl. Abbildung 33).

Angebotsschwerpunkte und Fristigkeitsstufen

Insgesamt sind im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum 59 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 11.820 m² verortet. Damit ist die Betriebszahl gegenüber dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2008 um 21 Betriebe rückläufig, was auf vereinzelte Betriebsaufgaben zurückzuführen ist. Die Verkaufsfläche ist hingegen nahezu konstant geblieben.

Die größten Betriebe sind der Vollsortimenter Kaufland, der Textildiscounter Kik, das Schuhgeschäft Schuh okay sowie der Drogeriemarkt dm. Diese Betriebe werden um eine Vielzahl an kleinteiligen Fachgeschäften ergänzt.

Abbildung 36: Einzelhandelsangebot nach Verkaufsfläche im ZVB Innenstadtzentrum Rheda (in m²)



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2015, VKF auf 10 m² gerundet.

Das Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Rheda generiert sich in der Summe überwiegend aus Sortimenten des kurzfristigen Bedarfsbereichs (rd. 53 %), wobei insbesondere dem Sortiment Nahrungs- und Genussmittel eine hohe Bedeutung, mit rd. 37 % der Gesamtverkaufsfläche, zukommt. Ebenso stellt auch die Warengruppe Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken einen weiteren Schwerpunkt innerhalb des kurzfristigen Bedarfsbereichs dar. Allerdings stellen Güter des mittelfristigen Bedarfsbereiches ebenfalls einen nicht unerheblichen Angebotsfaktor dar. Rd. 39 % der Gesamtverkaufsfläche des Innenstadtzentrums Rheda entfallen auf Sortimente des mittelfristigen Bedarfsbereichs. Mit rd. 18 % der Gesamtverkaufsfläche kommt dem innerstädtischen Leitsortiment Bekleidung die höchste Bedeutung zu. Ebenso weisen auch die weiteren typischen Innenstadtsortimente Schuhe/Lederwaren, GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör sowie Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente Verkaufsschwerpunkte im Innenstadtzentrum Rheda auf. Auch Sortimente des langfristigen Bedarfsbereichs werden zu rd. 8 % der Gesamtverkaufsfläche im ZVB Innenstadtzentrum angeboten, welche sich aber größtenteils gleichmäßig auf die einzelnen Warengruppen verteilen.

Der vergleichsweise hohe Anteil an Verkaufsflächen im Bereich Nahrungs- und Genussmittel verdeutlicht zudem die Funktion des Lebensmittelvollsortimenters Kaufland. Darüber hinaus ist auch dem Drogeriemarkt dm im Innenstadtzentrum von Rheda eine Funktion als Frequenzbringer und Magnetbetrieb des Innenstadtzentrums zuzuweisen.

Betriebsgrößenstruktur

Mit rd. 63 % verfügt die deutliche Mehrheit der im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Rheda ansässigen Einzelhandelsbetriebe über eine Ladengröße von unter 100 m² Verkaufsfläche. Der zentrale Versorgungsbereich wird folglich durch eine Vielzahl kleinteiliger Einzelhandelsstrukturen geprägt. Eine Anzahl von 22 Betrieben weist hingegen eine Verkaufsfläche über 100 m² auf. Davon weist kein Betrieb eine Ladengröße von 801 - 2.000 m² auf, wohingegen ein Betrieb (Kaufland) die Ladengröße von 2.000 m² überschreitet.

Die durchschnittliche Ladenlokalgröße im Innenstadtzentrum von Rheda beträgt damit rd. 200 m². Aufgrund des im Innenstadtzentrum verorteten großflächigen Verbrauchermarkts mit einer Ladengröße von mehr als 4.000 m² verzerrt sich die durchschnittliche Ladengröße entsprechend. Um einen wahrheitsgetreuen durchschnittliche Ladengröße zu errechnen, wird der Verbrauchermarkt bei der Berechnung der durchschnittlichen Ladengröße ausgeklammert. In dem Fall beträgt die durchschnittliche Ladengröße im Innenstadtzentrum Rheda rd. 125 m². Dies bedeutet aber auch, dass nur eine geringe Anzahl von Ladenlokalen vorhanden ist, welche einer üblicherweise von Filialisten nachgefragten Flächendimensionierung (zwischen rd. 300 und 800 m² VKF) entsprechen. Die Schaffung von Verkaufsflächen, die auch für Fachmarktkonzepte attraktiv sind, stellt somit eine große Herausforderung für die Weiterentwicklung des Innenstadtzentrums Rheda dar.

Im Vergleich zum Innenstadtzentrum Wiedenbrück sind Betriebe im Innenstadtzentrum Rheda im Durchschnitt rd. 40 m² größer (ohne Kaufland). Während in Rheda rd. 63 % der Einzelhandelsbetriebe über eine Ladengröße von unter 100 m² verfügen, sind in Wiedenbrück fast drei Viertel (rd. 74 %) der Betriebe kleiner als 100 m². In Wiedenbrück sind insgesamt nur zwei Betriebe größer als 400 m², in Rheda hingegen sind es insgesamt fünf Betriebe, inkl. des mehr als 4.000 m² großen Verbrauchermarkts.

Abbildung 37: Betriebsgrößenstruktur im ZVB Innenstadtzentrum Rheda



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2015; Kartengrundlage: Stadt Rheda-Wiedenbrück.

Zentrenergänzende Funktionen

Zusätzlich zu den einzelhandelsrelevanten Nutzungen steigern Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen die Attraktivität des ZVB Innenstadtzentrum Rheda. Daher beziehen die landesplanerischen Vorgaben hinsichtlich der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche öffentliche und private Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen in die Bewertung der Nutzungsdichte und -vielfalt ein.¹⁴

In Rheda-Wiedenbrück wird das Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Rheda allein in Erdgeschosslage durch 101 Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe ergänzt, welche die Gesamtfunktionalität des zentralen Versorgungsbereichs deutlich fördern. Besondere Bedeutung kommt den einzelhandelsnahen Dienstleistungen wie z. B. Friseuren, Banken, Reisebüros, Reinigungen sowie Schneidereien zu. Es besteht prinzipiell eine wichtige Kopplungsbeziehung zwischen der Tätigkeit eines Einkaufs und dem Aufsuchen dieser Dienstleistungs- und Gastronomieangebote. Wie oben bereits erörtert, stellen größere Verwaltungsstellen, Schulen, Banken oder etwa die Post relevante

¹⁴ Vgl. Einzelhandelserlass NRW.

Frequenzbringer für den Einzelhandel und alle übrigen Zentrennutzungen dar. Die zentrenergänzenden Funktionen sind räumlich ausgewogen über den ZVB Innenstadtzentrum Rheda verteilt.

Ladenleerstand

Im ZVB Innenstadtzentrum Rheda standen zum Zeitpunkt der Bestandsaufnahme (07/2015) insgesamt vier Ladenlokale leer. Bei den Leerständen handelt es sich um kleinteilige Ladenlokale mit einer maximalen Verkaufsfläche von rd. 135 m² Verkaufsfläche. Zwei der Leerstände sind im Bereich Großer Wall verortet, ansonsten weisen sie eine überwiegend räumlich verstreute Lage über den gesamten ZVB Innenstadtzentrum Rheda auf, so dass sie aus Kundensicht weniger ins Auge fallen.

Innere Organisation des Innenstadtzentrums Rheda

Zur inneren Differenzierung des Innenstadtzentrums in Rheda werden mit der Hauptlage, der Nebenlage sowie dem funktionalen Ergänzungsbereich drei unterschiedliche Lagebereiche definiert. Die Einordnung erfolgt anhand der städtebaulichen und der funktionalen Struktur, des Einzelhandelsbesatzes sowie der Zielvorstellungen.

Hauptlage

Durch die höchste Funktionsdichte aus Einzelhandelsbetrieben und den ergänzenden Zentrenfunktionen erstreckt sich die Hauptlage Rhedas entlang der Fußgängerzone rund um den Rathausplatz und der Berliner Straße bis zur Kreuzung Widumstraße sowie der Straße Neuer Wall, der sich anschließenden Straße Großer Wall bis zur Kreuzung Schulte-Mönting-Straße und der sich anschließenden Bahnhofstraße in nördlicher Richtung bis zum Kreisverkehr.

Aufgrund der gegebenen Bestandsstrukturen wird – abweichend zur Lageabgrenzung des Hauptgeschäftsbereichs aus dem Jahr 2008 – die Hauptlage des ZVB Innenstadtzentrum Rheda um die Berliner Straße bis zur Kreuzung Widumstraße sowie die Straße Neuer Wall, die anschließende Straße Großer Wall bis zur Kreuzung Schulte-Mönting-Straße und die anschließende Bahnhofstraße in nördlicher Richtung bis zum Kreisverkehr, welche im Einzelhandelskonzept 2008 als Nebenlage definiert wurden, erweitert.

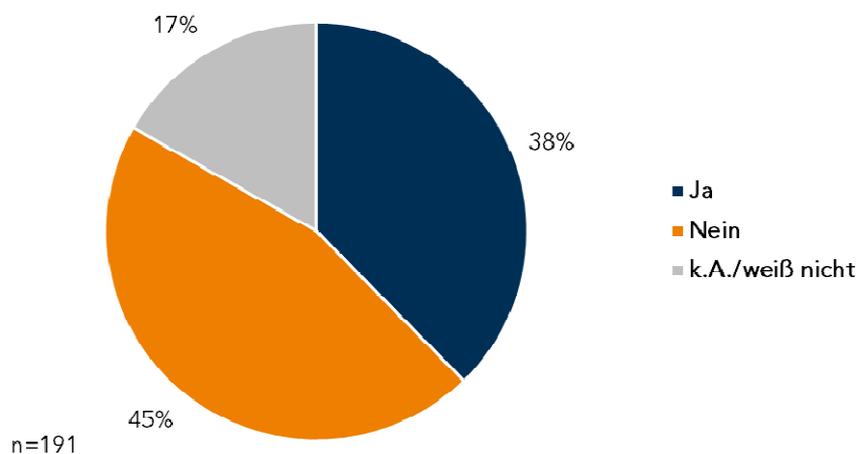
Nebenlage

Als Nebenlagen im Innenstadtzentrum von Rheda sind alle Bereiche des ZVB definiert, welche nicht der Hauptlage bzw. dem funktionalen Ergänzungsbereich zugeordnet sind. Damit wurde die Abgrenzung der Nebenlage im Zuge der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts 2008 um die Berliner Straße bis zur Kreuzung Widumstraße sowie der Straße Neuer Wall, der anschließenden Straße Großer Wall bis zur Kreuzung Schulte-Mönting-Straße und der anschließenden Bahnhofstraße in nördlicher Richtung bis zum Kreisverkehr, reduziert.

Funktionaler Ergänzungsbereich

Der funktionale Ergänzungsbereich liegt im südwestlichen Randbereich des ZVB Innenstadtzentrum Rheda entlang der Bahnhofstraße. Neben den Vollsortimenter Kaufland, welcher eine Magnetfunktion wahrnimmt ist in diesem Bereich ebenfalls der Drogeriemarkt dm angesiedelt, welcher ebenfalls als Frequenzbringer fungiert. Der Lagebericht stärkt das Innenstadtzentrum insbesondere aufgrund seiner Frequenzfunktion und Angebotsstruktur sowie den sich daraus ergebenden Kopplungsbeziehungen mit der Haupt- und Nebenlage. So konnte im Zuge der Passantenbefragung eine intensive Austauschintensität zwischen Kaufland und den sonstigen Innenstadtlagen herausgestellt werden.

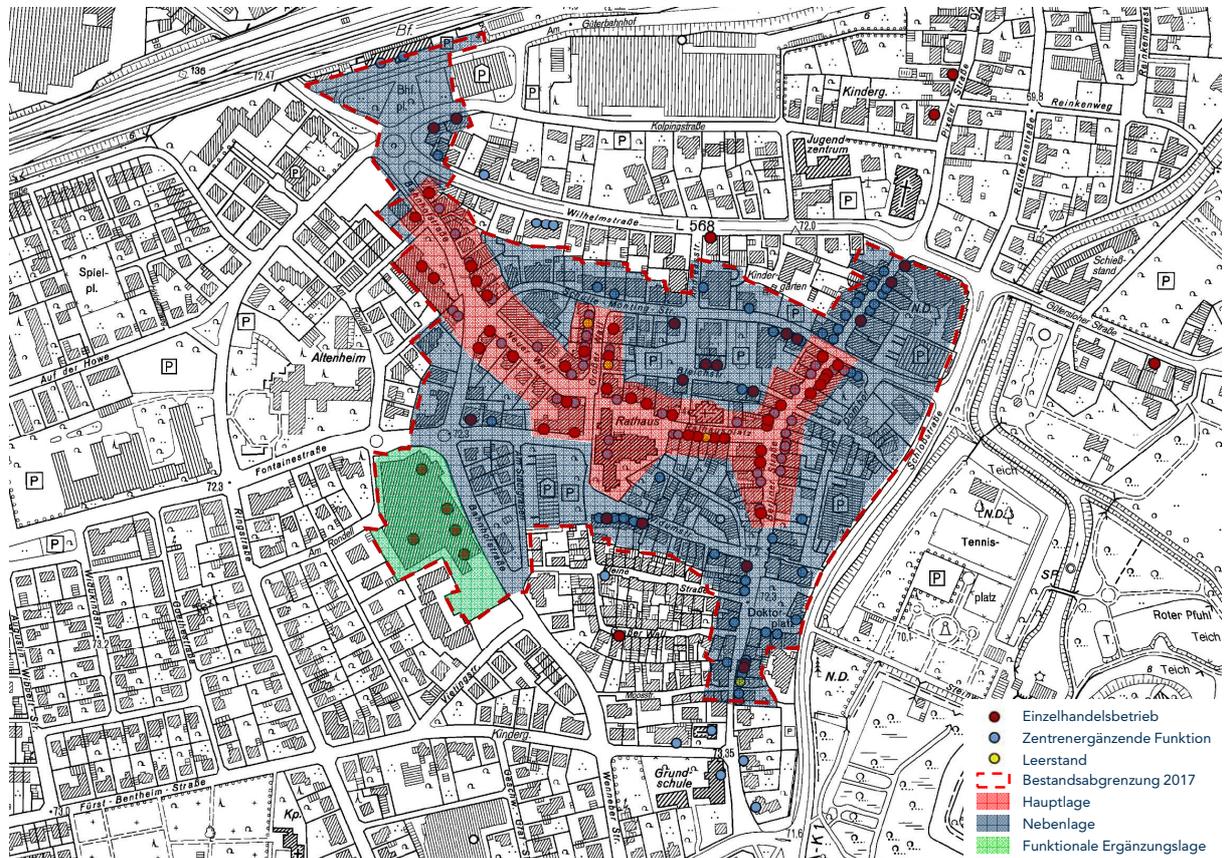
Abbildung 38: Befragte in der Innenstadt: „Haben Sie heute bereits bei Kaufland eingekauft oder planen Sie dies heute noch zu tun?“



Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel 2015.

Letztlich ergeben sich in der räumlichen Darstellung folgende Lagebereiche:

Abbildung 39: Lagebereiche im ZVB Innenstadtzentrum Rheda

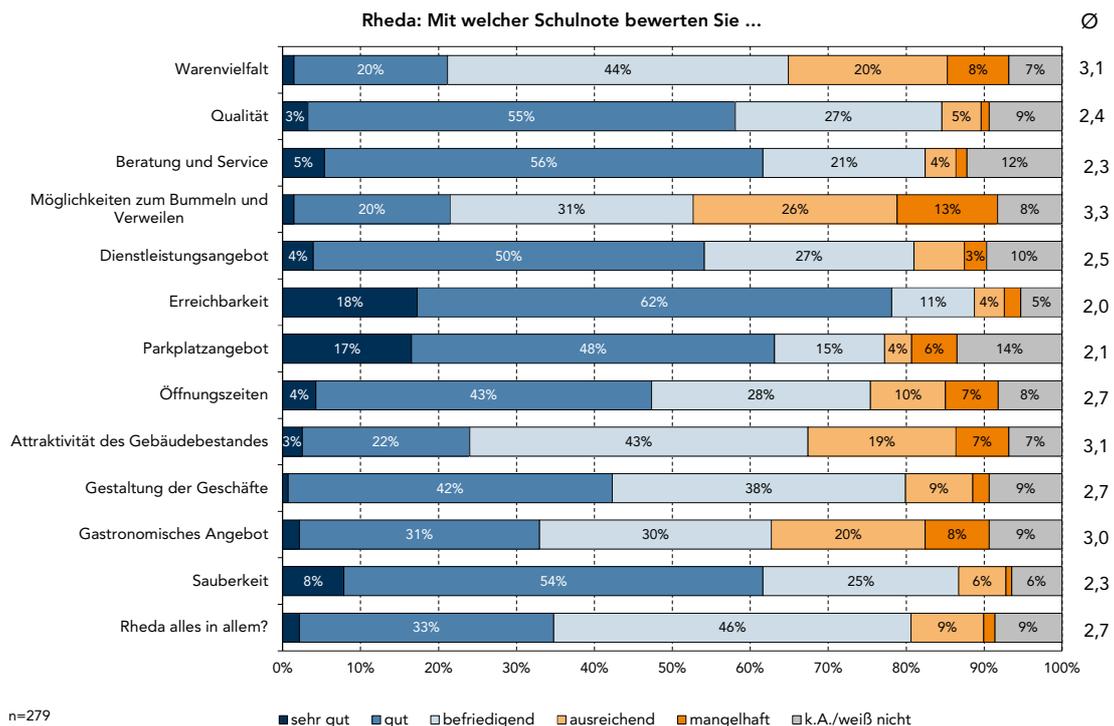


Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2015; Kartengrundlage: Stadt Rheda-Wiedenbrück.

6.3.2 Bewertung des Innenstadtzentrums Rheda aus Kundensicht

Nach den bereits in Kapitel 6.2.2 aufgezeigten Ergebnissen der Passantenbefragung von Rheda und Wiedenbrück im Vergleich, werden anhand der nachfolgenden Abbildungen die im Rahmen der Passantenbefragung zur Attraktivität des Innenstadtzentrums Rheda abgefragten Aspekte dargestellt und zentrale Aussagen näher erläutert.

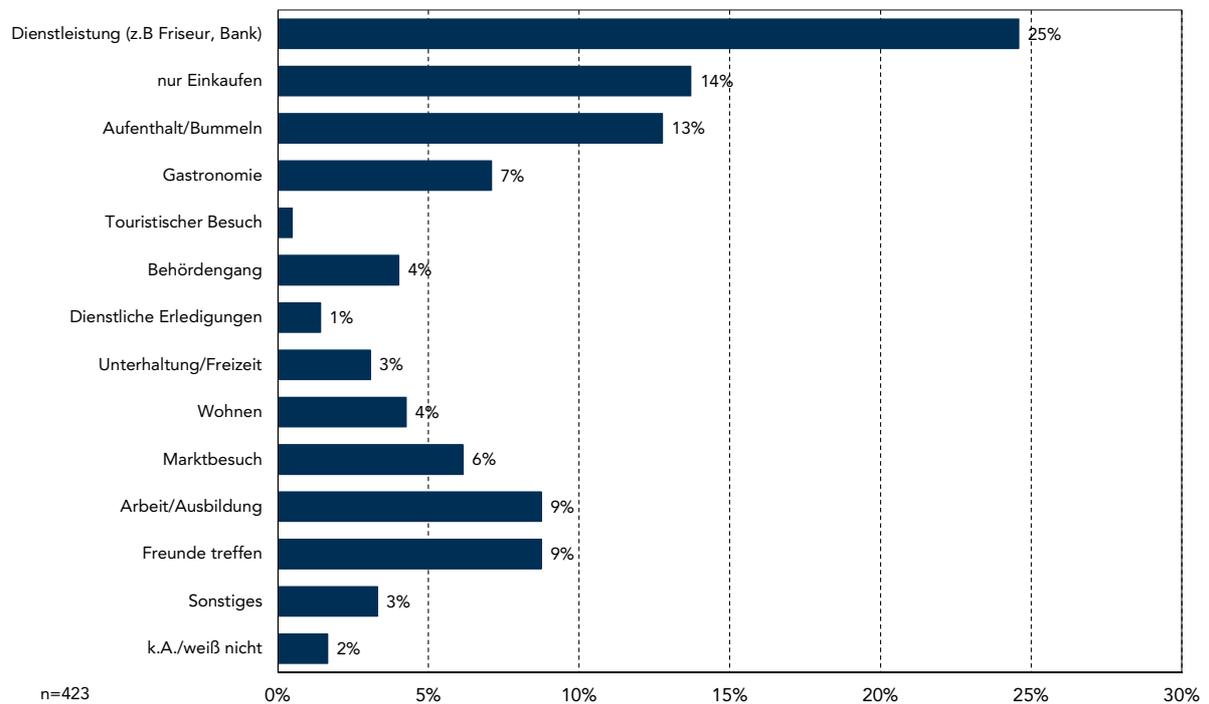
Abbildung 40: Bewertung des Innenstadtzentrums Rheda aus Kundensicht



Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel, 09-10/2015; n=279; Frage: „Aspekte Rheda: Bitte geben Sie an, welche Schulnote von 1 (sehr gut) bis 5 (mangelhaft) Sie für die folgenden Aspekte vergeben würden.“; n bei Berechnung der Durchschnittswerte abweichend.

Die Ergebnisse der Passantenbefragung zeigen, dass das Innenstadtzentrum Rheda über die verschiedenen abgefragten Aspekte hinweg als überwiegend gut, mit Tendenz zu befriedigend (Durchschnittsnote 2,6), bewertet wird. Von den Befragten werden insbesondere die Erreichbarkeit und das Parkplatzangebot als gut eingeschätzt. Die Qualität der Waren, die Beratung und der Service, das Dienstleistungsangebot, die Öffnungszeiten, die Gestaltung der Geschäfte sowie die Sauberkeit erhalten ebenfalls überwiegend gute Wertungen mit Tendenz zu befriedigend. Besonders die Möglichkeiten zum Bummeln und Verweilen (3,3), die Warenvielfalt (3,1), die Attraktivität des Gebäudebestandes (3,1) und das gastronomische Angebot (3,0) lassen hingegen gewisse Handlungserfordernisse erkennen, da sie insgesamt häufiger als andere Aspekte negativ beurteilt wurden.

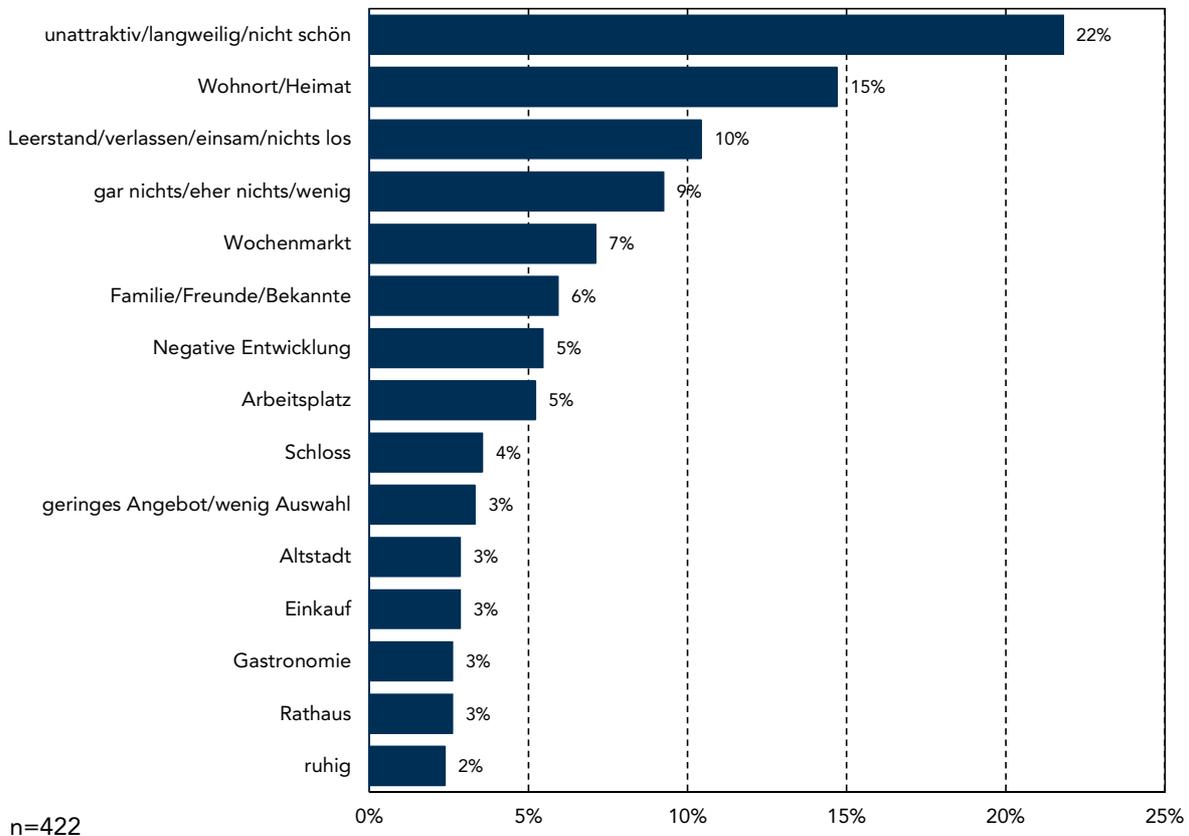
Abbildung 41: Besuchsgründe der Befragten in Rheda



Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel, 09-10/2015; n=423; Frage: „Warum sind Sie heute (außer zum Einkaufen) in die Innenstadt von Rheda gekommen?“

Neben der Bewertung des Innenstadtzentrums Rheda durch die Befragten, gibt die Befragung ebenfalls Auskunft darüber, aus welchem Grund die Passanten das Innenstadtzentrum Rheda besuchen. Die drei Hauptbesuchsgründe sind die Inanspruchnahme von Dienstleistungen (rd. 25 %), nur zum Einkaufen (rd. 14 %) sowie Aufenthalt und Bummeln (rd. 13 %).

Abbildung 42: Verbindung der Befragten zu Rheda



Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel, 09-10/2015; n=422; Frage: „Was verbinden Sie im Allgemeinen mit der Innenstadt Rheda?“

Rd. 22 % der Befragten verbinden Rheda mit unattraktiv/langweilig/nicht schön. Darüber hinaus äußern die Befragten weitere negative Verbindungen wie Leerstand/verlassen/einsam/nichts los (rd. 10 %) oder negative Entwicklung (rd. 5 %) mit dem Innenstadtzentrum von Rheda. Für rd. 15 % der Befragten dient Rheda als Wohnstandort/Heimat. Als positive Verbindung wird der Wochenmarkt genannt (rd. 7 %).

6.3.3 Räumliche und funktionale Entwicklungsziele und Empfehlungen für das Innenstadtzentrum Rheda

Im Einzelnen sollten insbesondere folgende Erhaltungs- und Entwicklungsziele für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum – unter Beachtung der inneren Gliederung – in allen städtebaulichen und stadtentwicklungspolitischen Planungen der Stadt Rheda-Wiedenbrück, die einen Bezug zum Innenstadtzentrum Rheda aufweisen, berücksichtigt werden.

Tabelle 13: Übergeordnete Entwicklungszielstellung für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Rheda

| Erhaltung und Stärkung des Innenstadtzentrums durch... |
|--|
| <p>Stärkung der Einzelhandelsfunktion des Innenstadtzentrums</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Endogene Flächenpotenziale innerhalb des Innenstadtzentrums aktivieren ▪ Ansiedlung von neuen Frequenzbringern unter Beachtung der Potenzialflächenbewertung (Kolpingstraße) und des dargelegten Pflichtenhefts <p>Sicherung und Stärkung der Funktionsvielfalt des Innenstadtzentrums</p> <p>Weiterentwicklung der Funktionsmischung aus Einzelhandel, Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben, ergänzt durch innerstädtisches Wohnen</p> |

Quelle: Eigene Darstellung.

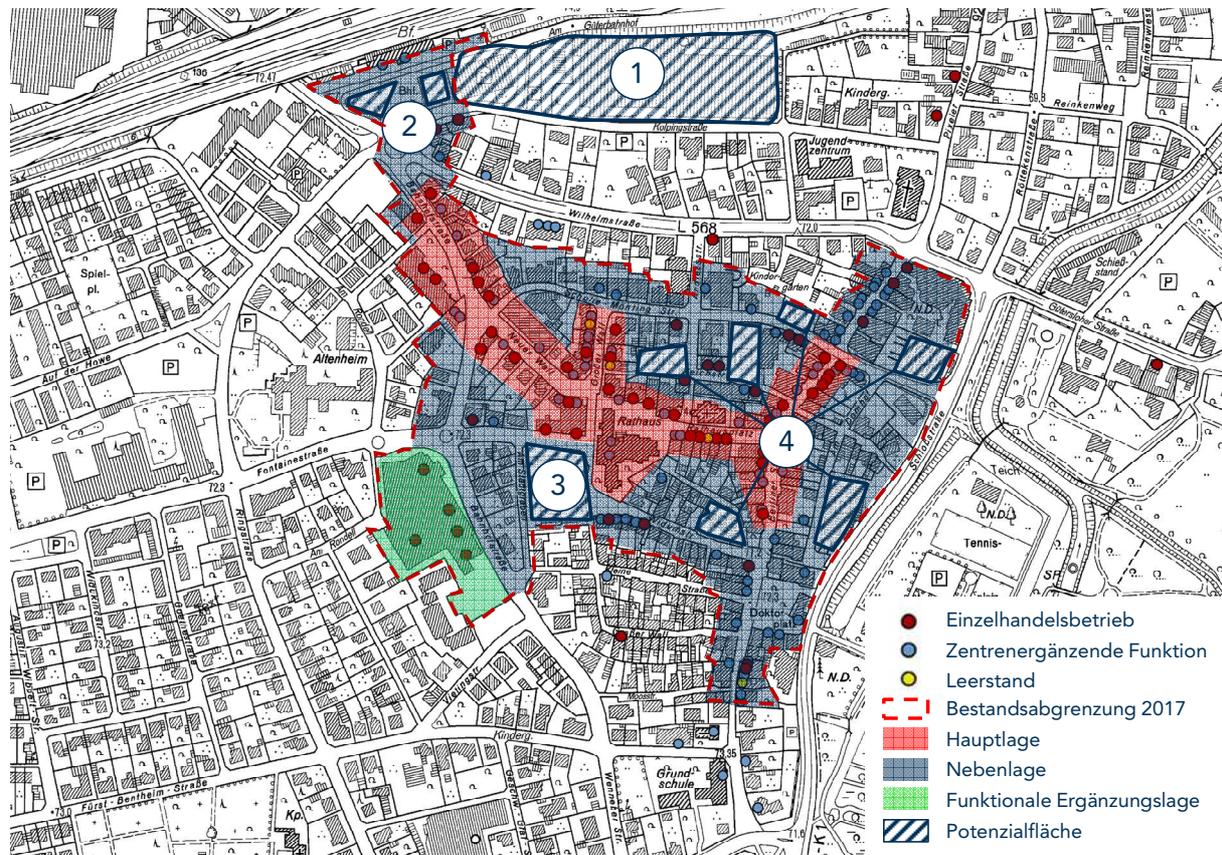
Für alle Empfehlungen ist entsprechend der übergeordneten Entwicklungszielstellungen für Rheda-Wiedenbrück zu berücksichtigen, dass Maßnahmen nicht zu negativen Auswirkungen auf andere zentrale Versorgungsbereiche und/oder die flächendeckende Nahversorgung führen.

6.3.4 Potenzialflächen zur räumlich-funktionalen Fortentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum Rheda

Die Bewertungen basieren auf der Anwendung der übergeordneten Entwicklungsziele sowie den konkreten Flächen-, Sortiments- und Ansiedlungsleitsätzen für die künftige Entwicklung des Einzelhandels in Rheda-Wiedenbrück.

Die Prüfung erfolgte primär aus der Sicht einer *einzelhandelsbasierten* Untersuchung; insofern können weitere, im Rahmen des erstellten Einzelhandelskonzeptes nicht tiefer gehend einbezogene Fachplanungen in eine vollständige Gesamtbewertung zusätzlich eingestellt werden. Abbildung 43 zeigt eine Übersicht der Potenzialflächen innerhalb sowie in unmittelbarer Nähe zum ZVB Innenstadtzentrum Rheda. Die innerhalb der bisherigen Zentrenabgrenzung liegenden Potenzialflächen sind in unmittelbarer Nähe zum ZVB Innenstadtzentrum Rheda gelegen.

Abbildung 43: Potentialflächen in unmittelbarer Nähe zum ZVB Innenstadtzentrum Rheda



Quelle: Eigene Darstellung, Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2015; Kartengrundlage: Stadt Rheda-Wiedenbrück.

Tabelle 14: Bewertung der Potentialfläche „Kolpingstraße“ (1)

| „Kolpingstraße“ (1) | |
|--|---|
| | |
| Makro- und mikroräumliche Lage | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lage am nordöstlichen Rand des Innenstadtzentrums Rheda ▪ Unmittelbar am Eingangsbereich zum Innenstadtzentrum gelegen (Bahnhof) |
| Aktuelle Nutzung/Nutzungsanfragen | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Industrielle Nutzung |
| Städtebaulich-funktionale Aspekte | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Schaffung einer neuen Handelslage angrenzend an bestehende Handelslagen ▪ Gute verkehrliche Erschließung über MIV und ÖPNV ▪ Möglichkeit zur Schaffung eines attraktiven Eingangstors in Nähe zum Bahnhof |
| Potenziale für Einzelhandelsnutzungen | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wegekopplung zwischen Potenzialfläche und ZVB möglich ▪ Ausreichende Flächengröße für größere Einzelhandelsentwicklung die zur Funktionsstärkung des ZVB Rheda beitragen kann |
| Fazit | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Attraktives städtebaulich-architektonisches Konzept erforderlich ▪ Fläche zur Stärkung des Innenstadtzentrums als Ganzes geeignet (Beachtung Pflichtenheft (s. Kap. 6.3.5) zwingend erforderlich |

Quelle: Eigene Darstellung.

Tabelle 15: Bewertung der Potentialflächen „Baufenster Bahnhofsvorplatz“ (2)

| „Baufenster Bahnhofsvorplatz“ (2) | |
|--|--|
| | |
| Makro- und mikroräumliche Lage | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kernstadt Rheda ▪ Lage innerhalb der bestehenden Geschäftslagen ▪ verkehrliche Anbindung gegeben |
| Aktuelle Nutzung/Nutzungsanfragen | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Derzeitige Nutzung als Vorplatz und als Parkplatzflächen müssten im Rahmen einer Bebauung anderweitig vorbehalten werden |
| Städtebaulich-funktionale Aspekte | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Potenzialflächen außerhalb der Hauptlage des ZVB Innenstadt Rheda gelegen ▪ Unmittelbar am Eingangsbereich zur Innenstadt gelegen (Bahnhof) ▪ Eingangstorcharakter |
| Potenziale für Einzelhandelsnutzungen | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Flächengrößen nicht ausreichend für größere Einzelhandlungsentwicklung |
| Fazit | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wegekopplung zwischen Potenzialfläche Kolpingstraße und ZVB (funktionaler „Trittstein“) ▪ Attraktives städtebaulich-architektonisches Konzept erforderlich ▪ Entwicklung grundsätzlich zu empfehlen, jedoch nur mit kleinteiligem Einzelhandel oder gastronomischen/bahnhofsaffine Nutzungen (bspw. Bäckerei/Café/Imbiss/Bistro, Kiosk/Zeitschriften) realitätsnah |

Quelle: Eigene Darstellung.

Tabelle 16: Bewertung der Potentialflächen „Parkdeck am Rathaus“ (3)

| „Parkdeck am Rathaus“ (3) | |
|--|--|
| Makro- und mikroräumliche Lage | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kernstadt Rheda ▪ Lage innerhalb der bestehenden Geschäftslagen ▪ verkehrliche Anbindung gegeben |
| Aktuelle Nutzung/Nutzungsanfragen | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Derzeitige Nutzung als Parkplatzflächen müssten im Rahmen einer Bebauung anderweitig vorgehalten werden |
| Städtebaulich-funktionale Aspekte | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Potenzialfläche außerhalb der Hauptlage, aber direkt an die Hauptlage angrenzend gelegen; Nähe zu funktionalen Ergänzungslage (Kaufland, dm, ...) ▪ Potenzial für eine gesteigerte Anbindung der Kaufland-Immobilie an die weiteren Zentrenlagen (Parkfläche gegenüber Rathaus) |
| Potenziale für Einzelhandelsnutzungen | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Flächengrößen eher knapp bemessen für größere Einzelhandlungsentwicklung. Mögliche Konzepte sind dahingehend auf realitätsnahe Umsetzbarkeit zu prüfen. ▪ Möglichkeit der Kopplung der Kaufland-Immobilie mit dem Kernbereich der Innenstadt |
| Fazit | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Einzelhandlungsentwicklungen aus städtebaulicher Sicht grundsätzlich zu empfehlen ▪ Flächengröße und Lage jedoch kritisch |

Quelle: Eigene Darstellung.

Tabelle 17: Bewertung der Potentialflächen „Parkplätze“ und „Areal Pott Hartwig“ (4)

| „Parkplätze“ und „Areal Pott Hartwig“ (4) | |
|--|---|
| Makro- und mikroräumliche Lage | <ul style="list-style-type: none"> ■ Kernstadt Rheda ■ Lage innerhalb der bestehenden Geschäftslagen ■ verkehrliche Anbindung gegeben |
| Aktuelle Nutzung/Nutzungsanfragen | <ul style="list-style-type: none"> ■ Derzeitige Nutzung als Parkplatzflächen müssten im Rahmen einer Bebauung anderweitig vorgehalten werden |
| Städtebaulich-funktionale Aspekte | <ul style="list-style-type: none"> ■ Flächen dispers im ZVB Rheda verteilt ■ Flächen abseits des Hauptgeschäftsbereichs gelegen |
| Potenziale für Einzelhandelsnutzungen | <ul style="list-style-type: none"> ■ Flächengrößen nicht ausreichend für größere Einzelhandlungsentwicklung |
| Fazit | <ul style="list-style-type: none"> ■ Einzelhandelsentwicklungen aus städtebaulicher Sicht grundsätzlich zu empfehlen ■ Flächengröße und Lage jedoch eher ungeeignet |

Quelle: Eigene Darstellung.

6.3.5 „Pflichtenheft“ für eine mögliche Entwicklung der Potenzialfläche „Kölpingstraße“

Eine Einzelhandelsentwicklung im Bereich der Kölpingstraße wird unter Beachtung der für den ZVB Rheda aufgeführten Zielstellungen unter konsequenter Beachtung der folgenden Rahmenbedingungen empfohlen:

- Eine städtebauliche Anbindung und Integration des Handelsstandortes in Richtung der weiteren Zentrenlagen und zum Bahnhof ist maßgeblich für die Entstehung von Kopplungseffekten und daraus resultierenden Synergien für den Einzelhandel im ZVB Rheda (Themen u. a. Anordnung Stellplätze, Schaffung von Fußwegeverbindungen, ...).
- Der Einbezug des Bahnhofsvorplatzes im Sinne einer städtebaulichen Gesamtentwicklung wird empfohlen.
- Die Stadt sollte auf eine attraktive Eingangssituation und somit eine sehr hohe städtebauliche und architektonische Qualität hinwirken.

- Maßgeblich für das Entstehen von Synergieeffekten ist eine funktional abgestimmte Einzelhandelsentwicklung mit dem Zentrum Rheda. Insbesondere solche Einzelhandelsformate und Sortimente sollten aufgenommen werden, die im ZVB Rheda nicht vorhanden sind und auch perspektivisch aufgrund der Betreiberanforderungen und Flächen-/Immobilienstrukturen in den gewachsenen Lagen des ZVB nicht realisierbar sind.
- Insofern ist die Ansiedlung von Fachmarktkonzepten zu empfehlen. Kleinteilige Nutzungen sind den gewachsenen Zentrenlagen vorzuziehen und sollten im Bereich der Potenzialfläche Kolpingstraße nicht oder allenfalls in einem sehr geringen Rahmen (bspw. ein Backshop innerhalb eines Lebensmittelmarktes) zugelassen werden. Ein Ausschluss von zentrenrelevanten Einzelhandelsbetrieben mit einer Verkaufsfläche von unter 200 m² (als grober Anhaltswert) ist zu empfehlen.
- Zudem darf die Neuentwicklung kein verkaufsflächenbezogenes Übergewicht gegenüber strukturprägenden Lagebereichen im ZVB Rheda gewinnen. In diesem Kontext sollte die Gesamtdimensionierung der neu zu entwickelnden Einzelhandelsverkaufsflächen die Verkaufsfläche des Ergänzungsbereiches Kaufland nicht überschreiten. Es empfiehlt sich daher eine Orientierung der Gesamtdimensionierung der Neuentwicklung an der Dimensionierung der bestehenden Kaufland-Immobilie (etwa 5.000 m² GVKF), wobei auch die konkrete Sortimentszusammensetzung des zu entwickelnden Standortbereiches von Bedeutung für die abschließende Gesamtdimensionierungsfrage ist. Eine ausgewogene Entwicklung ist entscheidend für die Möglichkeit zur Bildung von zwei gleichwertigen Polen (funktionale Ergänzungslagen der gewachsenen Strukturen).
- Im Rahmen der Projektbearbeitung wurde ersichtlich, dass bereits innerhalb des Einzelhandelskonzeptes grobe Richtwerte für eine funktional ergänzende Entwicklung verankert werden sollen, um sowohl für die innerstädtischen Einzelhändler, als auch für mögliche Investoren Planungssicherheit zu gewährleisten. Eine Ermittlung von Verkaufsflächenanhaltswerten für zentrenrelevante und nahversorgungsrelevante Sortimente erfolgt unter Berücksichtigung
 - des derzeitigen sortimentspezifischer Bestand innerhalb des ZVB Rheda,
 - einem Abgleich mit den Strukturen am Sonderstandort Hauptstraße/Feldhüserweg sowie IT Wiedenbrück) und
 - dem sortimentspezifischen Kaufkraftpotential im Stadtteil Rheda. (Die Angebote sind hinsichtlich der Dimensionierung an der der Versorgungsfunktion des ZVB für den Stadtteil Rheda zu orientieren.)
- Folgende Verkaufsflächenanhaltswerte ergeben sich für die angestrebte Einzelhandelsentwicklung:

Abgestimmte Einzelhandelsentwicklung mit den gewachsenen Lagen des Innenstadtzentrums

Um den Einzelhandelsstandort Innenstadtzentrum Rheda insgesamt zu stärken sind die folgenden Rahmenbedingungen bei einer Flächenentwicklung zu beachten:

Tabelle 18: Verkaufsflächenanhaltswerte für die anstehende Flächenentwicklung

| Sortimentsgruppe | Verkaufsflächenanhaltswerte aus städtebaulicher Perspektive |
|---|---|
| Nahrungs- und Genussmittel | Nur ergänzendes Angebot zum bestehenden strukturprägenden Lebensmittelmarkt: daher Lebensmittelvollsortimenter zu empfehlen rd. 2.000 m ² VKF |
| Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken | rd. 600 m ² VKF |
| PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher | rd. 700 m ² VKF |
| Bekleidung | rd. 1.500 m ² VKF |
| Schuhe/Lederwaren | - |
| GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör | rd. 600 m ² VKF |
| Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente | rd. 600 m ² VKF |
| Sportartikel/Fahrräder/Camping | rd. 800 m ² VKF |
| Bettwaren/Haus-Bett-/Tischwäsche | rd. 800 m ² VKF |

Quelle: eigene Darstellung. Die hier aufgeführten Anhaltswerte sind sortimentsbezogene Werte und im Rahmen einer vorhabenbezogenen Einzelfallprüfung auf städtebauliche und landesplanerische Verträglichkeit zu prüfen und ggf. zu modifizieren.

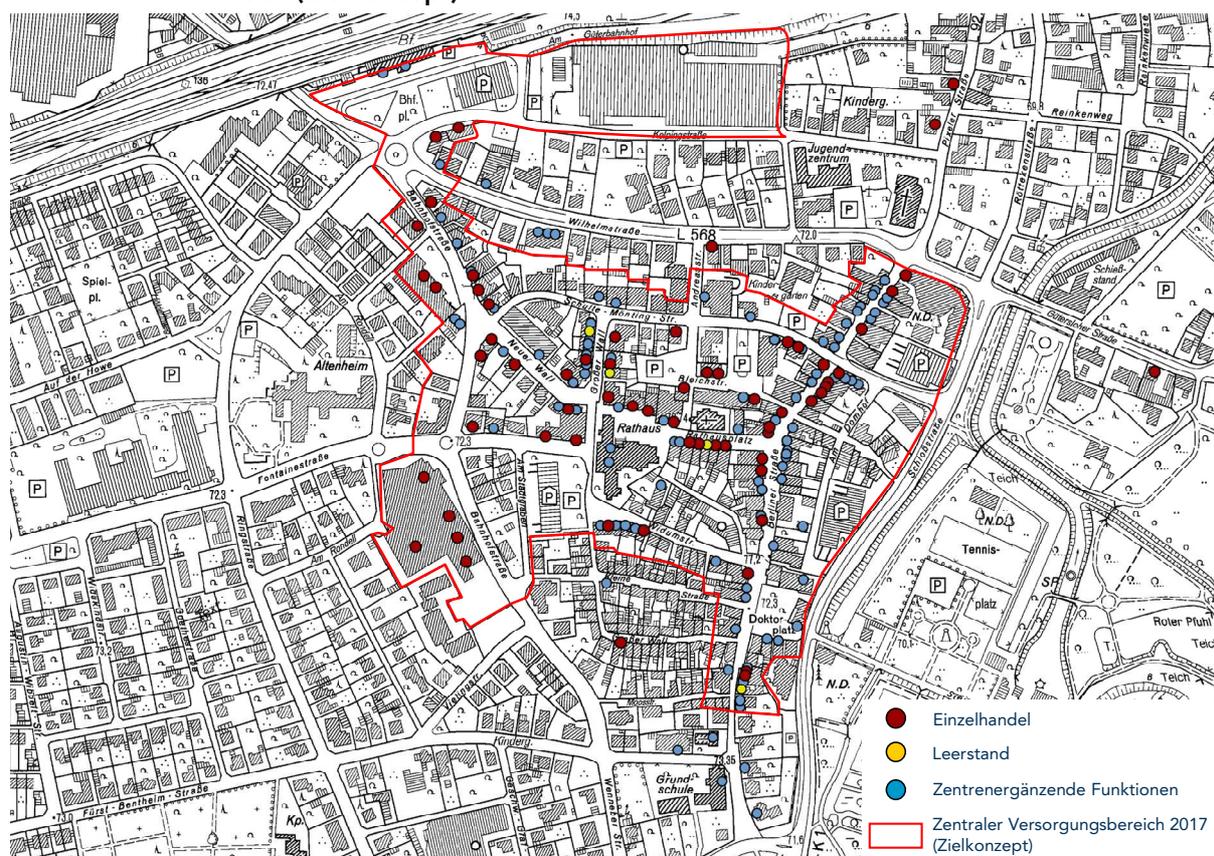
Es handelt sich um grobe Anhaltswerte. Letztlich verträgliche VKF können im Falle einer Projektrealisierung je nach Ausprägung des Gesamtkonzepts, der vorgesehenen Betreiber und der daraus resultierenden Auswirkungen sowohl leicht nach oben als auch nach unten abweichen. Eine einzelfallbezogene städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeitsprüfung ist im Zuge einer Projektrealisierung somit zwingend erforderlich.

6.3.6 Räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum Rheda

Auf Grundlage der Bestandserhebung, der Standortmerkmale und Nutzungsstruktur sowie der Entwicklungsziele ergibt sich im Einzelnen die folgende, anhand der vorgestellten Krite-

rien (vgl. Kap. 2.2) begründete Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum Rheda. Es ergeben sich gegenüber der Aktualisierung der räumlichen Fassung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadtzentrum Rheda im Jahr 2008 keine nennenswerten Unterschiede. Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs erforderlich, diese wird in der folgenden Abbildung dargestellt.

Abbildung 44: Räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum Rheda (Zielkonzept)



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2015; Kartengrundlage: Stadt Rheda-Wiedenbrück.

Im Vergleich zu der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs aus dem Jahr 2008 wird die räumliche Festlegung im Zielkonzept leicht verändert. Die Ausdehnung des ZVB wird im Bereich der Berliner Straße reduziert. Somit verläuft die Grenze des ZVB in diesem Bereich nicht entlang der Kreuzung Berliner Straße/Oelder Straße, sondern endet mit der Einmündung der Moosstraße. Der im Einzelhandelskonzept 2008 als Entwicklungsfläche ausgewiesene nördliche Bereich des Innenstadtzentrums Rheda wird in der Fortschreibung des Konzepts ebenfalls verkleinert. Die Abgrenzung orientiert sich im Zielkonzept entlang der Bahnhofstraße und Wilhelmstraße. Ergänzend wird die Potenzialfläche Kolpingstraße in die Abgrenzung des ZVB aufgenommen. Die Verknüpfung der Standortbereiche erfolgt über die Bahnhofstraße, die ab Einmündung der Schulte-Mönting-Straße auf knapp 150 m

Wegelänge durch sieben Einzelhandelsbetriebe geprägt ist und demnach eine spürbare Einzelhandelsdichte vorweisen kann. Es handelt sich um unterschiedliche überwiegend zentrenrelevante Nutzungen in gemischten Formaten (bspw. Fachmarkt (Schuhokay), Blumengeschäft, Apotheke etc.), die unterschiedliche Kundengruppen, primär Fußgänger aber auch Autokunden und Bahnnutzer, ansprechen.

Neben den Einzelhandelsnutzungen sind vier zentrenergänzende Funktionen verortet, die zur Multifunktionalität beitragen.

Der Straßenzug vermittelt ein lebendiges Bild. Die Bahnhofstraße wirkt weniger als trennendes als vielmehr verbindendes Element (u. a. Zebrastreifen im Bereich Apotheke). Die Nähe zum Bahnhof zeigt sich in nennenswerten Fußgängerfrequenzen. Insofern ist ein funktionaler und städtebaulicher Zusammenhang zwischen Bahnhof und Geschäftslagen im Ortszentrum bereits heute ausgeprägt. Ein „Anschmiegen“ an die gewachsenen Geschäftslagen bei einer Projektausgestaltung, wie im „Pflichtenheft“ gefordert, ist demnach realistisch. Auch die Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereichs ist nicht überdimensioniert. Nach Realisierung der Entwicklungsfläche im Bereich Kolpingstraße läge die Ausdehnung bei rd. 850 m bis zum südlichen Ende des ZVB und nur rd. 650 m bis zum Ende der Hauptlage (Ecke Rathausplatz/Berliner Straße).

7 Nahversorgungskonzept

In diesem Kapitel wird die Nahversorgungsstruktur der Stadt Rheda-Wiedenbrück analysiert. Darauf aufbauend werden konzeptionelle Empfehlungen zur Sicherung und Fortentwicklung der Nahversorgungsstruktur dargelegt.

7.1 Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Nahversorgung in Rheda-Wiedenbrück

Aufgrund der hohen Bedeutung von Angeboten des täglichen Bedarfs wird die Nahversorgungsstruktur in Rheda-Wiedenbrück vertiefend analysiert. Im Blickpunkt steht hierbei, ob und inwieweit die Nahversorgung insbesondere in den Wohngebieten flächendeckend gewährleistet wird.

Tabelle 19: Ausstattungskennziffern Nahrungs- und Genussmittel (NuG) Rheda-Wiedenbrück

| | |
|-------------------------------------|--|
| Einwohner | rd. 49.389 (bezogen auf 2017, folgende Berechnungen beziehen sich auf den Stand 2015) |
| VKF-Ausstattung je Einwohner | rd. 0,46 m ² VKF/EW (im Bundesschnitt 0,4 m ²) |
| Verkaufsflächenanteil | <ul style="list-style-type: none"> ▪ in zentralen Versorgungsbereichen: rd. 22 % ▪ In sonstigen städtebaulich integrierten Lagen: rd. 16 % ▪ In städtebaulich nicht integrierten Lagen: rd. 62 % |
| Betriebstypenmix | <ul style="list-style-type: none"> ▪ 5 x Lebensmitteldiscounter ▪ 5 x Supermarkt ▪ 2 x Verbrauchermarkt/SB-Warenhaus ▪ 7 x Getränkemarkt (> 200 m² VKF) ▪ ergänzt um 65 weitere Lebensmittel- Fachgeschäfte (inkl. Tankstellen, Kioske, Hofläden und Lebensmittel-Handwerk) |
| Zentralitätskennziffer | rd. 99 % |

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2015; Berechnungen Stadt + Handel; Einwohnerzahl Rheda-Wiedenbrück: Stadt Rheda-Wiedenbrück, Stand Januar 2015, nur Hauptwohnsitz.

Die obenstehende Tabelle zeigt, dass die Stadt Rheda-Wiedenbrück gesamtstädtisch über eine angemessene quantitative Ausstattung im Bereich der Nahversorgung verfügt. So liegt sie z. B. bei der Verkaufsflächenausstattung mit Nahrungs- und Genussmitteln bei rd. 0,46 m² Verkaufsfläche je Einwohner und damit über dem Bundesdurchschnitt von rd. 0,4 m². Gegenüber dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2008 ist bei diesem Kennwert keine Veränderung festzustellen. Der Zentralitätswert von rd. 99 % im Bereich Nahrungs- und Genussmittel verdeutlicht, dass sich die Bürger von Rheda-Wiedenbrück überwiegend innerhalb von Rheda-Wiedenbrück mit Lebensmitteln versorgen und im Saldo entsprechend nur sehr geringe Kaufkraftabflüsse (rd. 1,4 Mio. Euro p. a.) festzustellen sind.

Vor dem Hintergrund einer qualitativ hochwertigen und wohnortnahen Nahversorgung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel besteht somit vor allem ein Potenzial zur Verbesserung der räumlichen Angebotsstrukturen (aktuell liegen rd. 62 % der Verkaufsflächen in nicht integrierten Lagen), welches gleichermaßen zur Sicherung und Optimierung Strukturen in den Innenstadtzentren und zur Stärkung und Weiterentwicklung der Nahversorgungsstandorte genutzt werden sollte.

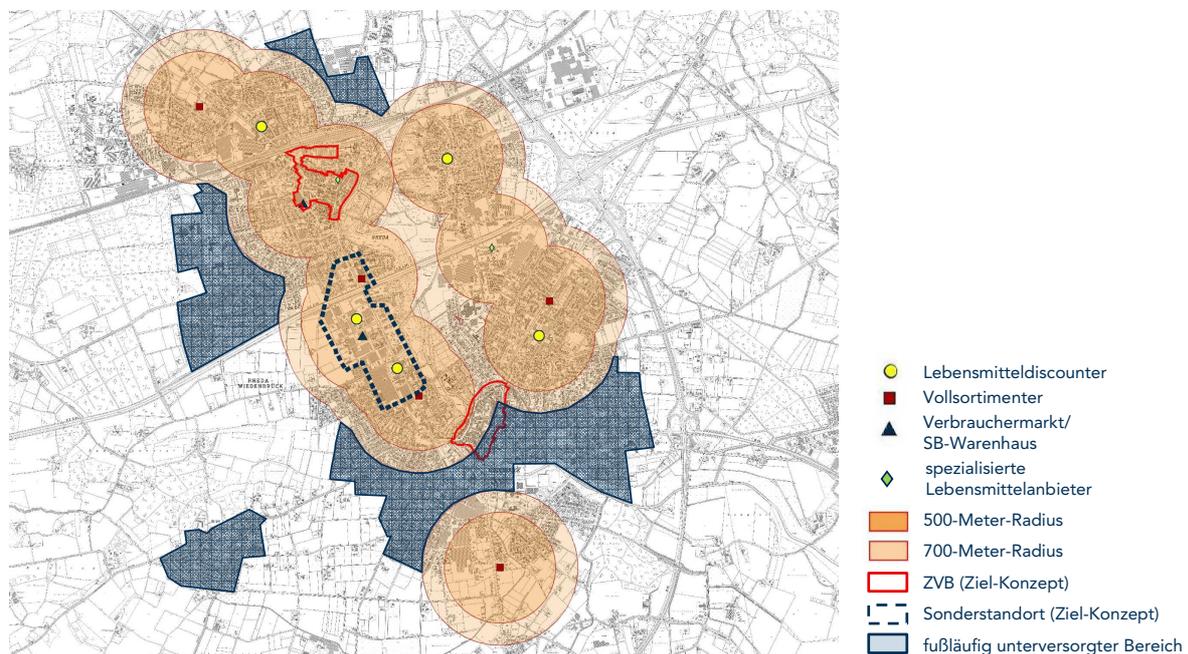
Räumliche Nahversorgungsstruktur in Rheda-Wiedenbrück

In die Analyse der Nahversorgungsangebote werden alle Lebensmittelmärkte mit einer Verkaufsfläche über 400 m² eingestellt, da anzunehmen ist, dass ab dieser Angebotsgröße ein ausreichendes Vollsortiment, insbesondere der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel, bereitgestellt werden kann.

Die folgende Abbildung veranschaulicht das derzeitige Grundgerüst der Lebensmittelnaheversorgung für das Stadtgebiet von Rheda-Wiedenbrück. Um die Versorgungsqualität und die räumliche Erreichbarkeit der Angebote zu verdeutlichen, sind die Nahbereiche der relevanten Lebensmittelmärkte mit einem Radius von 500 m bis 700 m Luftlinie um die Angebotsstandorte herum gekennzeichnet. Diese generalisierte Luftlinienentfernung entspricht einer Annäherung an die realen Bedingungen vor Ort. Es wird die Entfernung einer Wegelänge von 10 Minuten bzw. einer fußläufigen Entfernung von 700 m bis 1.000 m als Kriterium der fußläufigen Versorgungsqualität angenommen. In Abhängigkeit von der Dichte der Wohnbebauung und dem Verlauf der Wegenetze können diese Angaben in Form der 500 m bzw. 700 m Radien generalisiert werden. Sofern Siedlungsbereiche in einem solchen Nahbereich liegen, kann dort von einer ausreichenden Nahversorgung ausgegangen werden.¹⁵ In Gebieten außerhalb dieser Nahbereiche ist die Nahversorgungssituation hinsichtlich der räumlichen Erreichbarkeit bereits als nicht mehr optimal zu werten.

¹⁵ Eine Luftlinienentfernung von 500 - 700 m wird allgemein als Kriterium der Versorgungsqualität angenommen, da diese Entfernung einer Wegelänge von bis zu rd. 700 – 1.000 m bzw. einem Zeitaufwand von rd. 10 Gehminuten entspricht.

Abbildung 45: Die Nahversorgungsstruktur in Rheda-Wiedenbrück im Überblick



Quelle: Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 07/2015; Kartengrundlage: Stadt Rheda-Wiedenbrück.

Aus Abbildung 45 ist ersichtlich, dass die bestehenden Lebensmittelanbieter in Rheda-Wiedenbrück ein solides Grundgerüst für eine überwiegend flächendeckende und somit fußläufige Versorgung gewährleisten.

Da das zusätzliche Ansiedlungspotenzial für zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimentsbereiche nicht unbegrenzt ist und damit insbesondere durch ungelante Ansiedlungen von Lebensmittelbetrieben gesamtstädtische oder kleinräumige Umsatzverteilungen in städtebaulich relevanten Größenordnungen resultieren können, welche wiederum mit Betriebsschließungen, Störungen der Nahversorgungs- und Zentrenstruktur sowie daraus resultierenden Trading-Down-Effekten einhergehen können, ist zu empfehlen, dass die künftigen Ansiedlungsbemühungen der Stadt Rheda-Wiedenbrück nachfolgenden übergeordneten Zielstellungen entsprechen.

Abbildung 46: Gesamtstädtische Entwicklungsziele der Nahversorgung

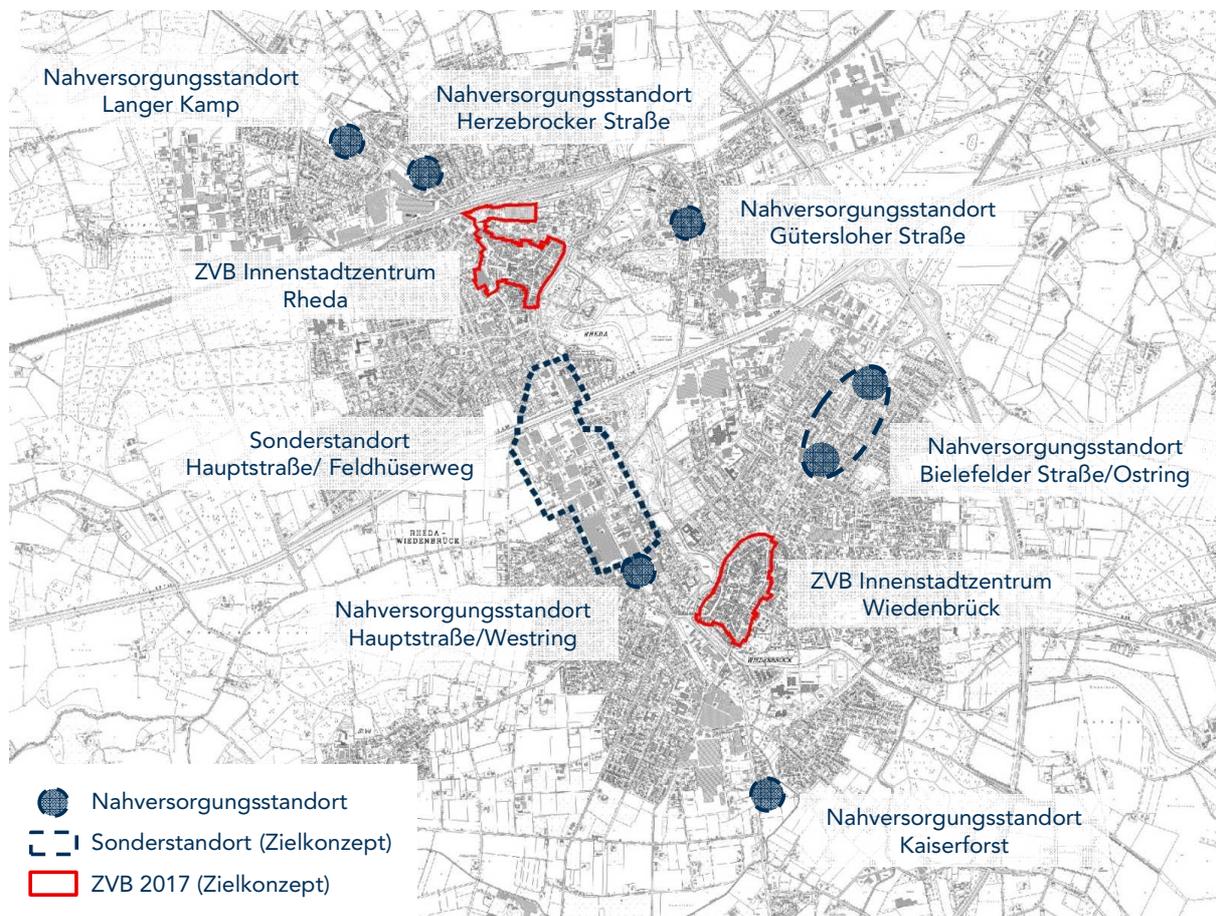


Quelle: Eigene Darstellung.

Wie die obige Abbildung darlegt, ist in Rheda-Wiedenbrück vorrangig das Nahversorgungsangebot in den zentralen Versorgungsbereichen Innenstadtzentrum Rheda und Innenstadtzentrum Wiedenbrück zu sichern und weiterzuentwickeln (also auch auszubauen). Diesem Ziel kommt die höchste Bedeutung zu, da Lebensmittelmärkte innerhalb der Innenstadtzentren wichtige Frequenzbringer und Magnetbetriebe darstellen. Auf die entsprechenden Entwicklungsoptionen im Zusammenhang mit der „Kolpingstraße“ sei an dieser Stelle hingewiesen.

Nachgeordnet zur Sicherung und Stärkung der Nahversorgung ist das Nahversorgungsangebot an den Nahversorgungsstandorten langfristig zu sichern und funktionsgerecht weiterzuentwickeln (siehe auch Kapitel 7.2). In Rheda-Wiedenbrück werden mit den Nahversorgungsstandorten Langer Kamp, Gütersloher Straße, Herzebrocker Straße, Bielefelder Straße/Ostring (als gemeinsamer Nahversorgungsstandort), Kaiserforst und Hauptstraße/Westring insgesamt sechs Nahversorgungsstandorte festgelegt, welche für die wohnortnahe Grundversorgung in den umliegenden Siedlungsbereichen eine bedeutende Position einnehmen. Diese zeichnen sich durch das Vorhandensein von mindestens einem Lebensmittelmarkt in städtebaulich integrierter Lage, welcher die Funktion der Bereitstellung einer Grundversorgung für die Bevölkerung umliegender Wohnquartiere übernimmt und ggf. ergänzende zentrenergänzende Funktionen sowie ergänzende Einzelhandelsbetriebe, aus. Wie im Kontext der gesamtstädtischen Entwicklungsziele zur Nahversorgung bereits erwähnt, sollen im Sinne einer Sicherung und Stärkung der Nahversorgung das Nahversorgungsangebot an den Nahversorgungsstandorten gesichert und bedarfsgerecht weiterentwickelt werden.

Abbildung 47: Nahversorgungsstandorte in Rheda-Wiedenbrück



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2015; Kartengrundlage: Stadt Rheda-Wiedenbrück.

Neuansiedlungen bzw. Erweiterungen strukturprägender Lebensmittelmärkte an den Nahversorgungsstandorten sind gemäß der in Kapitel 7.3 dargestellten Prüfroutinen bei Vorliegen einer konkreten Anfrage entsprechend zu prüfen.

Ansiedlungen in integrierten Lagen außerhalb der Nahversorgungsstandorte (und außerhalb der ZVB) können im Einzelfall die Nahversorgung optimieren, sofern die in Kapitel 7.3 dargelegten Prüfroutinen erfüllt sind. Allerdings ist in diesem Zusammenhang angesichts der räumlich bereits angemessenen Versorgungssituation, den aktuellen innerstädtischen Planvorhaben sowie Weiterentwicklungsbestrebungen an einigen Nahversorgungsstandorten ein sehr behutsamer und eher zurückhaltender Umgang zu empfehlen.

Ansiedlungen und/oder Erweiterungen von Vorhaben mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment in städtebaulich nicht integrierten Lagen sind konsequent auszuschließen.

Als Instrument zur Erreichung dieser Entwicklungsziele der Nahversorgung ist die Bauleitplanung anzuwenden, die zum einen an gewünschten Standorten die bauplanungs-

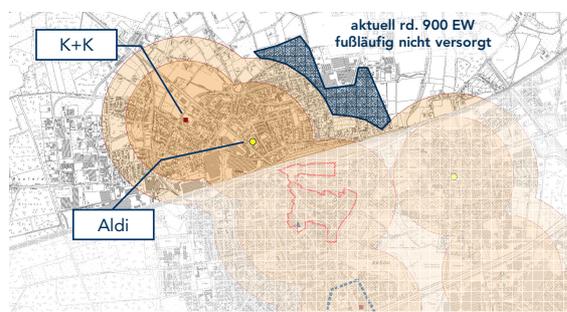
rechtliche Zulässigkeit von Vorhaben ermöglicht und an nicht gewollten Standorten den Ausschluss vorantreibt.

7.2 Empfehlungen zur Optimierung der Nahversorgungsstruktur in Rheda-Wiedenbrück

Folgend wird eine genauere Analyse der räumlichen, quantitativen und qualitativen Nahversorgung in den einzelnen Siedlungsbereichen vorgenommen. Auf dieser Basis werden stadtteilbezogene Empfehlungen zur Fortentwicklung der Nahversorgung hergeleitet.

Rheda-Wiedenbrück Nord

Abbildung 48: Steckbrief zur Nahversorgungsstruktur in Rheda-Wiedenbrück-Nord



- Lebensmitteldiscounter
- Vollsortimenter
- ▲ Verbrauchermarkt/
SB-Warenhaus
- ◆ spezialisierte
Lebensmittelanbieter
- 500-Meter-Radius
- 700-Meter-Radius
- ZVB (Zielkonzept)
- Sonderstandort (Zielkonzept)
- Fußläufig unterversorgter Bereich

| Ausstattungskennziffern (Nahrungs- und Genussmittel) | |
|--|--|
| Verkaufsfläche (m ²) | 2.990 m ² VKF |
| VKF-Ausstattung NuG je EW | 0,43 m ² VKF je EW |
| Betriebstypenmix | 1 x Lebensmittelsupermarkt 1 x Lebensmitteldiscounter |
| Einwohnerzahl Rheda-Wiedenbrück Nord | rd. 6.900 EW |

Räumliche Nahversorgung

- Fußläufige Nahversorgung überwiegend gegeben, teilräumige Defizite im nord-östlichen Randbereich ersichtlich

Quantitative Versorgung

- Quantitative VKF-Ausstattung leicht überdurchschnittlich

Qualitative Versorgung

- Angemessene qualitative Nahversorgung durch vollsortimentiertes und discountiertorientiertes Angebot
- Beide Lebensmittelmärkte mit aktuell marktgängig dimensionierten Verkaufsflächenausstattungen

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2015; Kartengrundlage: Stadt Rheda-Wiedenbrück; Einwohnerzahlen: IT-NRW (Stand: 09.05.2011).

Einordnung der Ergebnisse und Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Nahversorgung in Rheda-Wiedenbrück-Nord:

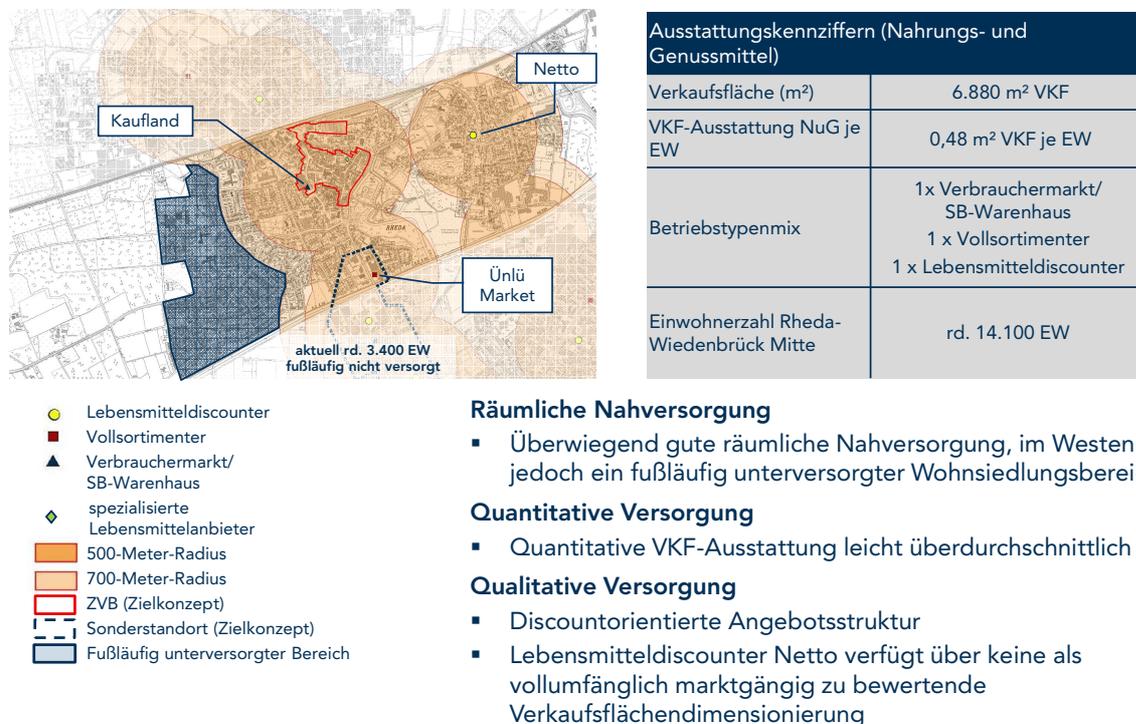
Der **Nahversorgungsstandort Langer Kamp** gewährleistet mittels des Lebensmittelsupermarkts K + K eine nahezu flächendeckende Nahversorgung im nordwestlichen Bereich Rheda-Wiedenbrücks. Der hier angesiedelte Lebensmittelsupermarkt verfügt über eine aktuell als marktgängig zu bewertende Verkaufsflächenausstattung. Damit bietet der Nahversorgungsstandort ein umfassendes nahversorgungsrelevantes Angebot für die nordwestlich angrenzenden Wohnquartiere. Der **Nahversorgungsstandort Herzebrocker Straße** ergänzt mittels des Lebensmitteldiscounters Aldi die Nahversorgung im nordwestlichen Bereich Rheda-Wiedenbrücks. Es handelt sich um einen modernen Lebensmitteldiscounter, welcher über eine aktuell marktgängige Verkaufsflächenausstattung verfügt. Die beiden Nahversorgungsstandorte im Norden von Rheda gewährleisten demnach auch eine umfassende qualitative Nahversorgung, da durch diese sowohl ein vollsortimentiertes als auch ein discountiertes Angebot vorgehalten wird.

Im nordöstlichen Siedlungsbereich ist derzeit kein strukturprägender Lebensmittelmarkt ansässig, so dass den beiden Nahversorgungsstandorten auch eine Versorgungsfunktion für diese Siedlungsbereiche zukommt. Das Einwohnerpotenzial im räumlich nicht optimal versorgten ist Bereich nicht ausreichend für die Ansiedlung eines zusätzlichen marktgängigen Lebensmittelmarktes. Der Nahversorgungsstandort Herzebrocker Straße wird darüber hinaus durch einen Lebensmittelhandwerkbetrieb ergänzt.

Die Nahversorgungsstandorte sollten langfristig gesichert und bedarfsgerecht weiterentwickelt werden (in Anlehnung an das unten dargestellte Prüfschema für Lebensmittelmärkte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche).

Rheda-Wiedenbrück Mitte

Abbildung 49: Steckbrief zur Nahversorgungsstruktur in Rheda-Wiedenbrück-Mitte



Quelle: Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 07/2015; Kartengrundlage: Stadt Rheda-Wiedenbrück; Einwohnerzahlen: IT-NRW (Stand: 09.05.2011).

Einordnung der Ergebnisse und Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Nahversorgung in Rheda-Wiedenbrück-Mitte:

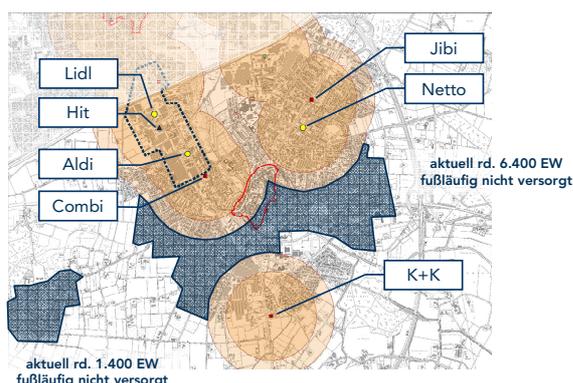
Die vorhandenen Lebensmittelbetriebe stellen eine angemessene quantitative Angebotsausstattung bereit. Die Versorgung wird vorrangig über den innerstädtischen Kaufland sowie den Netto Markt an der Gütersloher Straße bereitgestellt. Der Ünlü Markt im Süden des Stadtteils stellt ein eher spezialisiertes Angebot zur Verfügung. Der **Nahversorgungsstandort Gütersloher Straße** eine nahezu flächendeckende Nahversorgung in den östlichen Siedlungsbereichen von Rheda. Der hier angesiedelte Lebensmitteldiscounter verfügt jedoch derzeit über keine als vollumfänglich marktgängig zu bewertende Verkaufsflächendimensionierung, so dass für eine langfristige Sicherung dieses Nahversorgungsstandortes ggf. eine bedarfsgerechte Erweiterung des Lebensmittelmarktes förderlich sein kann. Weiterhin wird das Nahversorgungsangebot am Nahversorgungsstandort Gütersloher Straße durch drei weitere Betriebe mit Sortimenten des täglichen Bedarfsbereichs ergänzt. Es handelt sich hierbei um einen Getränkemarkt, einen Minimarkt sowie einen Lebensmittelhandwerksbetrieb.

Insgesamt ist das Angebot demnach im Hinblick auf den Betriebstypenmix als optimierungsfähig zu bewerten. Insbesondere ein moderner vollsortimentierter Markt könnte die Strukturen ergänzen. Dieser sollte in zentraler Lage (s.o.: Bereich Kolpingstraße) realisiert werden. Der **Nahversorgungsstandort Gütersloher Straße** soll langfristig gesichert und bedarfsgerecht weiterentwickelt werden (in Anlehnung an das unten dargestellte Prüfschema für Lebensmittelmärkte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche).

Das Einwohnerpotenzial im räumlich nicht optimal versorgten Bereich (rd. 3.400 Einwohner) ist kaum ausreichend für die Ansiedlung eines zusätzlichen marktgängigen Lebensmittelmarktes. Insbesondere die Entwicklungszielstellungen für die Potenzialfläche Kolpingstraße würden durch eine zusätzliche Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes außerhalb des ZVB aufgrund der bereits heute nicht geringen Verkaufsflächenausstattung im Stadtteil konterkariert.

Rheda-Wiedenbrück Süd

Abbildung 50: Steckbrief zur Nahversorgungsstruktur in Rheda-Wiedenbrück-Süd



| Ausstattungskennziffern (Nahrungs- und Genussmittel) | |
|--|---|
| Verkaufsfläche (m ²) | 11.870 m ² VKF |
| VKF-Ausstattung NuG je EW | 0,52 m ² VKF je EW |
| Betriebstypenmix | 1x Verbrauchermarkt/ SB-Warenhaus 3 x Vollsortimenter 3 x Lebensmitteldiscounter |
| Einwohnerzahl Rheda-Wiedenbrück Süd | rd. 23.000 EW |

- Lebensmitteldiscounter
- Vollsortimenter
- ▲ Verbrauchermarkt/
SB-Warenhaus
- ◆ spezialisierte
Lebensmittelanbieter
- 500-Meter-Radius
- 700-Meter-Radius
- ZVB (Zielkonzept)
- Sonderstandort (Zielkonzept)
- Fußläufig unterversorgter Bereich

Räumliche Nahversorgung

- Nahezu flächendeckende Nahversorgung im nördlichen Kernbereich, Lebensmittelbetriebe am SO Hauptstraße/Feldhüserweg aufgrund ihrer Lage am Rand bzw. jenseits der Wohngebiete jedoch ohne bzw. allenfalls eingeschränkter Nahversorgungsfunktion
- Im südlichen Kernbereich Defizite in der räumlichen Nahversorgung
- Kein größerer Nahversorger im Stadtteil Sankt Vit

Quantitative Versorgung

- Quantitative VKF-Ausstattung deutlich überdurchschnittlich

Qualitative Versorgung

- Umfassende qualitative Nahversorgungsausstattung
- Jibi, K+K, Netto und Lidl mit keiner als vollumfänglich marktgängig zu bewertenden Verkaufsfläche

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2015; Kartengrundlage: Stadt Rheda-Wiedenbrück; Einwohnerzahlen: IT-NRW (Stand: 09.05.2011).

Einordnung der Ergebnisse und Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Nahversorgung:

Die vorhandenen Lebensmittelbetriebe stellen eine vergleichsweise hohe quantitative Angebotsausstattung bereit. Die Lebensmittelanbieter sind vorrangig im Bereich des Sonderstandortes Hauptstraße/Feldhüser Weg verortet. Die Nahversorgungsstandorte an der Bielefelder Straße und am Ostring sowie der geplante Nahversorgungsstandort Hauptstraße/Westring sind die einzigen (strukturprägenden) integrierten Strukturen in Rheda-Wiedenbrück-Süd. Die drei Standorte sollten perspektivisch auf die Versorgung der zu diesen Standorten jeweils nächstgelegenen Wohnsiedlungsbereiche ausgerichtet sein, wobei die Reichweite des Nahversorgungsstandortes Kaiserforst aufgrund seiner eher peripheren Lage und der geringeren Einwohnerzahl im Umfeld etwas begrenzter ist. Aufgrund der perspektivisch auch in der Innenstadt von Wiedenbrück nicht ersichtlichen Lebensmittelnahversorgung übernehmen die Nahversorgungsstandorte somit auch die Nahversorgungsfunktion für die in unmittelbarer Nähe des ZVB Wiedenbrück lebenden Einwohner.

Der **Nahversorgungsstandort Bielefelder Straße** (Jibi) und der **Nahversorgungsstandort Ostring** (Netto) gewährleisten die Nahversorgung im nordöstlichen Siedlungsbereich von Wiedenbrück. Beide Lebensmittelmärkte sind jedoch vor dem Hintergrund ihrer Größendimensionierungen als nicht vollumfänglich marktgängig zu bewerten, so dass für eine langfristige Sicherung dieser Nahversorgungsstandorte eine bedarfsgerechte Erweiterung der Lebensmittelmärkte förderlich sein kann. Die Nahversorgungsstandorte sind um weitere Betriebe mit Sortimenten des täglichen Bedarfsbereichs ergänzt. Neben Lebensmittelhandwerksbetrieben sind darüber hinaus Tankstellenshops sowie ein Kiosk angesiedelt. Die Nahversorgungsstandorte sollen langfristig gesichert und bedarfsgerecht, insbesondere auch als Gegengewichte zu den nicht integrierten Lagen, weiterentwickelt werden soll (in Anlehnung an das unten dargestellte Prüfschema für Lebensmittelmärkte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche). Dies kann auch die Ergänzung um weitere Nahversorgungseinrichtungen im Bereich der Bielefelder Straße bzw. des Ostringes beinhalten, sofern dadurch die Entwicklung an anderen Nahversorgungsstandorten insbesondere in Wiedenbrück nicht konterkariert wird.

Der **Nahversorgungsstandort Kaiserforst** gewährleistet mittels des Lebensmittelmarkts K+ K die wohnortnahe Grundversorgung für den südlichen Siedlungsbereich der Stadt Rheda-Wiedenbrück. Der Lebensmittelmarkt ist als modern zu bewerten, verfügt jedoch im Vergleich zu aktuellen Betreiberkonzepten über keine als vollumfänglich marktgängig zu bewertende Verkaufsfläche, so dass für eine langfristige Sicherung dieses Nahversorgungsstandortes ggf. eine bedarfsgerechte Erweiterung des Lebensmittelmarktes förderlich sein kann. Neben dem Lebensmittelmarkt wird das Nahversorgungsangebot am Nahversorgungsstandort Kaiserforst durch einen Lebensmittelhandwerksbetrieb ergänzt. Damit gewährleistet der Nahversorgungsstandort die wohnortnahe Grundversorgung im südli-

chen Stadtbereich, welcher zum Zeitpunkt der Erstellung des Einzelhandelskonzepts im Jahre 2008 über keine fußläufige Nahversorgung verfügte.

Der **geplante Nahversorgungsstandort Hauptstraße/Westring** soll eine Versorgungsfunktion für die südlich sowie südöstlich und südwestlich lebende Bevölkerung sowie aufgrund der vergleichsweise geringen Entfernung gegenüber den anderen Nahversorgungsstandorten auch für St. Vit übernehmen. Der Nahversorgungsstandort soll langfristig bedarfsgerecht, insbesondere auch als Gegengewichte zu den nicht integrierten Lagen, entwickelt werden soll (in Anlehnung an das unten dargestellte Prüfschema für Lebensmittelmärkte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche). Zwingende Voraussetzung für die Entwicklung wäre die Anpassung des Regionalplans (derzeit GIB) sowie der Nachweis, dass eine dortige Entwicklung unter Beachtung des Nahversorgungskonzepts für Wiedenbrück der Gewährleistung der wohnortnahen Versorgung dient. Insofern ist für sämtliche Entwicklungen der Nachweis der städtebaulichen und landesplanerischen Verträglichkeit zu erbringen.

St. Vit

Das Einwohnerpotenzial im räumlich nicht versorgten Bereich St. Vit (rd. 1.400 Einwohner) ist nicht ausreichend für die Ansiedlung eines zusätzlichen marktgängigen Lebensmittelmarktes. Eine Versorgung sollte über die bestehenden Strukturen im Hauptsiedlungsbereich erfolgen (vor allem den geplanten Nahversorgungsstandort Hauptstraße/Westring). Die Etablierung eines Kleinflächenkonzeptes oder alternativer Versorgungsoptionen sind in Erwägung zu ziehen, aufgrund der Nähe zum Hauptsiedlungsbereich und der dortigen umfassenden Angebotsstrukturen eher weniger realistisch.

Weitere Stadtteile

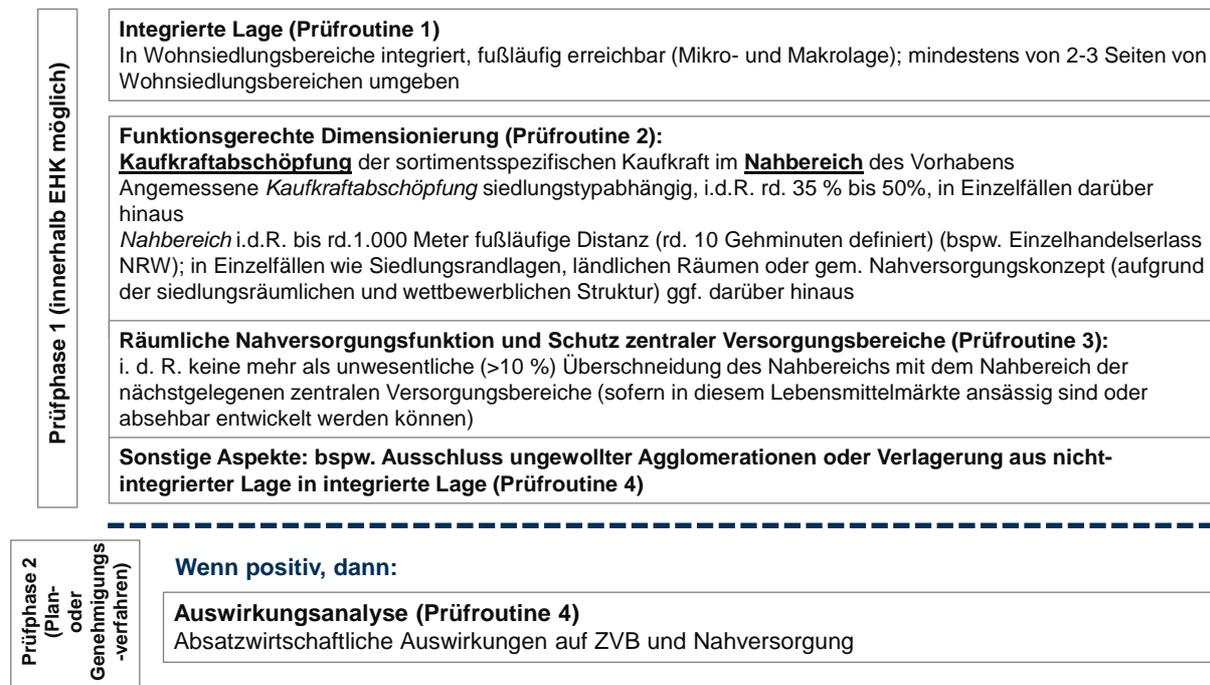
In den Stadtteilen Batenhorst und Lintel ist derzeit kein strukturprägendes Nahversorgungsangebot vorhanden. Auch dort reicht die bestehende Mantelbevölkerung allerdings nicht für die Neuansiedlung eines marktgängigen Lebensmittelanbieters aus. Die Etablierung von Kleinflächenkonzepten oder alternativer Versorgungsoptionen (Bringedienste, Hofläden mit Schwerpunkt nahversorgungsrelevanter Sortimente, „gebündelter“ mobiler Handel o. ä.) sind in Erwägung zu ziehen.

7.3 Prüfschema zur Ansiedlung oder Erweiterung von Lebensmittelmärkten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche

Nahversorgungsstandorte sollen bedarfsgerecht weiterentwickelt werden. Dies bedarf in erster Linie einer Positivbegründung. Die Frage nach absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen ist erst nachrangig – im Falle einer vorliegenden Positivbegründung im Sinne des Einzelhandelskonzeptes zu stellen.

Demnach wird für Rheda-Wiedenbrück folgendes Bewertungsschema für Nahversorgungsvorhaben¹⁶ außerhalb zentraler Versorgungsbereiche vorgeschlagen:

Abbildung 51: Prüfschema zur Ansiedlung oder Erweiterung von Lebensmittelmärkten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche



Quelle: Stadt + Handel, 2016.

¹⁶ Das Vorhaben muss ein zentren- und nahversorgungsrelevantes Hauptsortiment aufweisen. Der Anteil der zentrenrelevanten Randsortimente des Vorhabens muss bei weniger als 10 % der Gesamtverkaufsfläche liegen.

8 Konzept für den ergänzenden Sonderstandort

Neben den zentralen Versorgungsbereichen besteht in Rheda-Wiedenbrück eine weitere strukturprägende Einzelhandelsagglomeration mit einem deutlichen Standortgewicht. Im folgenden Kapitel wird erörtert, welche Entwicklungsempfehlungen für diesen weiteren ergänzenden Standortbereich zugunsten einer gewinnbringenden gesamtstädtischen Standortbalance zu formulieren sind. Der ermittelte absatzwirtschaftlich tragfähige Entwicklungsrahmen weist Entwicklungspotenziale auch in den nicht zentrenrelevanten und nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereichen aus, die primär an dem im folgenden Kapitel dargestellten Sonderstandort angesiedelt werden sollten.

8.1 Übergeordnete Zielstellungen Sonderstandortkonzept

Im Sinne dieser gesamtstädtischen Standortbalance und der übergeordneten Entwicklungszielstellung zur Einzelhandelsentwicklung in Rheda-Wiedenbrück sind mehrere Zielstellungen mit der Weiterentwicklung des Sonderstandorts verbunden.

Sonderstandorte sind in der Zielstellung grundsätzlich als Ansiedlungsbereiche für den *großflächigen* Einzelhandel mit *nicht* zentrenrelevanten und nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten zu verstehen. Sie dienen der Ergänzung des Innenstadteinzelhandels, indem sie Einzelhandelsbetriebe aufnehmen

- die einen überdurchschnittlichen Flächenverbrauch aufweisen,
- die im Innenstadtzentrum räumlich schlecht anzusiedeln wären,
- die Sortimente führen, die den zentralen Versorgungsbereich wie auch die flächendeckende Nahversorgungsstruktur in ihrer Entwicklung nicht beeinträchtigen.

Primär sollten an den Sonderstandorten also die großflächigen Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment angesiedelt werden. Die gezielte Ausweisung von Sonderstandorten und die nähere planerische Befassung mit ihnen trägt begünstigend dazu bei, dass

- Angebotsflächen für geeignete Vorhaben sehr kurzfristig zur Verfügung gestellt werden können, weil die realen Flächen dazu frühzeitig vorbereitet werden und die örtliche Bauleitplanung diesbezügliche Angebote bereits im Vorfeld gestalten kann,
- ihre Leistungsfähigkeit gezielt optimiert werden kann, z. B. in erschließungstechnischen Fragestellungen,
- sie durch Aufgabenteilung, Spezialisierung, Größe sowie die Bündelungswirkung auch in der überörtlichen Nachfrage als Einkaufsstandort für bestimmte Sortimente deutlich wahrgenommen werden,
- benachbarte Nutzungsarten durch eine räumlich klare Fassung der jeweiligen Sonderstandorte vor einem schleichend unter Druck geratenen Bodenpreisgefüge, der von der Einzelhandelsfunktion ausgehen könnte, geschützt werden. Dieses wird ins-

besondere den auf günstige Grundstücke und Entwicklungsspielräume angewiesenen sonstigen Gewerbe- oder Handwerksbetrieben zugutekommen.

Eine gesamtstädtische Konzentration auf einige wenige, dafür leistungsfähige ergänzende Standortbereiche ist aus städtebaulicher Sicht sinnvoll, weil eine solche Standortbündelung aus Kundensicht attraktivere und damit auch für das überörtliche Nachfragepotential im mittelfürlichen Einzugsgebiet interessantere Standorte schafft. Die Standortkonzentration kann also zur Sicherung und zum Ausbau der Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland beitragen.

Für Rheda-Wiedenbrück wird der Standortbereich Hauptstraße/Feldhüserweg als Sonderstandort für nicht zentren- und nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel ausgewiesen.

8.2 Sonderstandort Hauptstraße/Feldhüserweg

Der Sonderstandort Hauptstraße/Feldhüserweg liegt zwischen den Stadtteilen Rheda und Wiedenbrück sowohl nördlich als auch südlich der A 2 und ist zwischen der Ringstraße und der Hauptstraße verortet. Der Standort ist autokundenorientiert und somit für den MIV verkehrlich gut angebunden.

Die Abgrenzung wird gegenüber dem Konzept aus 2008 leicht verändert (siehe unten). Im neu abgegrenzten Bereich sind 31 Einzelhandelsbetriebe ansässig, die eine Verkaufsfläche von rd. 32.240 m² aufweisen. Der größte Betrieb ist der Möbeldiscounter Poco im nördlichen Bereich des Sonderstandortes. Das Angebot des Sonderstandorts verteilt sich relativ gleichmäßig über Waren des kurzfristigen, mittelfristigen sowie langfristigen Bedarfsbereichs. Ein leichter Angebotsschwerpunkt (rd. 38 % der Verkaufsfläche) liegt im Bereich des mittelfristigen Bedarfsbereiches. Angebote des langfristigen Bedarfsbereiches machen einen Anteil von rd. 34 % der Verkaufsfläche aus, Angebote des kurzfristigen Bedarfsbereichs verfügen mit rd. 28 % der Verkaufsfläche über den geringsten Anteil. Bei Betrachtung der Verkaufsflächenanteile nach Warengruppen verfügen Nahrungs- und Genussmittel über den größten Anteil der Verkaufsfläche des Sonderstandorts (rd. 22 % der Verkaufsfläche). Auch ist der Sonderstandort durch eine Vielzahl an Fachmärkten mit zentrenrelevantem Hauptsortiment vorgeprägt. Daraus ergibt sich eine große Konkurrenz zu den zentralen Versorgungsbereichen Innenstadtzentrum Rheda sowie Innenstadtzentrum Wiedenbrück.

Empfehlungen zur funktionalen Weiterentwicklung

Die Standorteigenschaften (gute verkehrliche Erreichbarkeit, Vorprägung durch großflächigen Einzelhandelsbetrieb) des Sonderstandorts Hauptstraße/Feldhüserweg sollten als positive Entwicklungsvoraussetzung für die Weiterentwicklung genutzt werden.

Der Sonderstandort soll dauerhaft ergänzender Standort sein

- für den großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment,

- auch für den kleinflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment.

Zudem werden für die Weiterentwicklung des Sonderstandortes Hauptstraße/Feldhüserweg folgende Empfehlungen ausgesprochen:

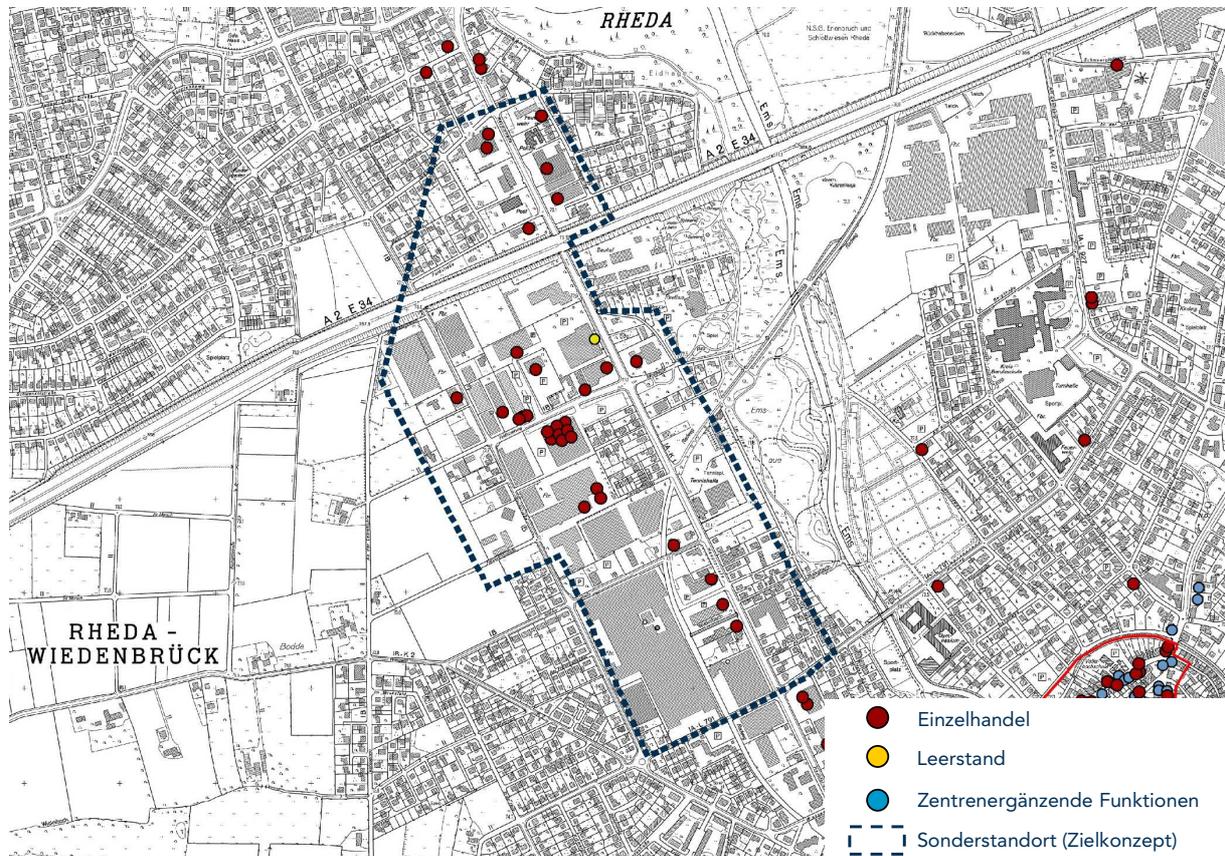
- Bestandschutz für die bestehenden Einzelhandelsangebote,
- restriktiver Umgang mit der Weiterentwicklung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Hauptsortiment,
- restriktiver Umgang mit zentren- sowie zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimenten. Die zentren- sowie zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente sind auf bis zu max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche je Betrieb zu begrenzen (vgl. Ansiedlungsleitsatz III, Kapitel 10.2).

Empfehlungen zur räumlichen Ausprägung

Zugunsten der nicht einzelhandelsbezogenen gewerblichen Grundstücksangebote und somit zum Schutz der produzierenden Betriebe bzw. des ansässigen Handwerks, sollte eine weitere Ausdehnung des Einzelhandels über die dargestellte räumliche Festlegungsempfehlung hinaus, durch den tendenziell deutlich höhere Grundstückswerte erzielt werden würden, vermieden werden. Die Abgrenzung wurde gegenüber 2008 im südlichen Teil zurückgenommen, da diesem Bereich aufgrund der Nahversorgungsbedeutung für die in drei Himmelsrichtungen direkt angrenzenden¹⁷ und den weiter südlich/südöstlich/südwestlich anschließenden Wohnsiedlungsbereiche gemäß aktuellem Konzept eine Nahversorgungsbedeutung zukommt (siehe Nahversorgungsstandort Hauptstraße/Westring).

¹⁷ Im 700-Meter-Radius leben rd. 5.600 Einwohner (Einwohnerdaten: IT.NRW, Stand: 09.05.2011).

Abbildung 52: Räumliche Festlegungsempfehlung des Sonderstandorts Hauptstraße/Feldhüserweg



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2015; Kartengrundlage: Stadt Rheda-Wiedenbrück.

9 Sortimentenliste für die Stadt Rheda-Wiedenbrück

Zur Feinsteuerung von Einzelhandelsvorhaben ist die Definition der in Rheda-Wiedenbrück als zentrenrelevant sowie zentren- und nahversorgungsrelevant zu bewertenden Sortimente in Form einer Sortimentenliste erforderlich. Erst mit Vorliegen einer solchen Sortimentenliste kann in der Bauleitplanung oder im Baugenehmigungsverfahren im Zusammenspiel mit den Ansiedlungsleitsätzen des Einzelhandelskonzepts festgestellt werden, ob ein geplantes Vorhaben oder eine Standortplanung den Zielen und Empfehlungen dieses Konzepts entsprechen.

9.1 Rechtliche Anforderungen

Die Steuerungsempfehlungen des Einzelhandelskonzepts, die als Grundlage der Bauleitplanung dienen, müssen hinreichend bestimmt bzw. bestimmbar und daher abschließend sein. Sortimentenlisten, welche die Begriffe „insbesondere“, „zum Beispiel“ bzw. „beispielsweise“ enthalten, sind auch im Sinne der gängigen Rechtsprechung nicht hinreichend präzise und können zur bauleitplanerischen Steuerung nicht verwendet werden.

Auch ein bloßer Rückgriff auf landesweite Sortimentenlisten wäre nicht ausreichend. Vielmehr hat die planende Gemeinde *sortimentsspezifisch* und *abschließend* darzulegen, welche aktuellen örtlichen Gründe jeweils für oder gegen die Festlegung von Sortimenten in der Sortimentenliste sprechen.¹⁸

9.2 Methodische Herleitung

Die Sortimentenliste gibt Auskunft darüber, in welchen Bereichen des Gemeindegebietes welche Sortimente zukünftig angeboten werden sollen (unter Beachtung des Bestandschutzes). So werden für zukünftige Einzelhandelsvorhaben Ausschluss- bzw. Positivräume geschaffen.

Bei der Herleitung der Sortimentenliste ist zum einen die Einzelhandelsbestandsstruktur von Bedeutung, insbesondere hinsichtlich der Verkaufsflächenanteile der Sortimente und der Sortimentenschwerpunkte nach städtebaulichen Lagen. Berücksichtigt werden sollten außerdem die Charakteristika (Besuchfrequenz, Integrationsfähigkeit, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit) der einzelnen Sortimente. Zudem ist es erforderlich, die künftigen Entwicklungsoptionen von Branchen und Standorten im Zusammenhang mit der Zielperspektive des Einzelhandelskonzepts zu beachten, um die Sortimente bezüglich ihrer Zentrenrelevanz festzulegen. Es können hierbei auch solche Sortimente als zentrenrelevant festgelegt werden, die noch nicht oder nur in geringem Maße in einem zentralen Versorgungsbereich vorhanden sind, die aber aufgrund ihrer strategischen Bedeutung künftig

¹⁸ Zu dieser Anforderung liegt eine gefestigte landesgerichtliche Rechtsprechung vor, so z. B. OVG Münster Urteil vom 03.06.2002 - 7A D 92/99.NE, gleichlautend auch VGH Baden-Württemberg Urteil vom 02.05.2005 - AZ 8 S 1848/04.

dort verstärkt angesiedelt werden sollen.¹⁹ Bei der Bewertung der künftigen Zielperspektive ist allerdings zu beachten, dass die anzustrebende Entwicklung realistisch erreichbar sein sollte.

Zudem ist zu bedenken, dass Sortimente nicht ausschließlich für sich allein genommen bewertet werden sollten, sondern dass sich ihre Zentrenrelevanz oder Nahversorgungsrelevanz zum Teil zusätzlich aus der Kopplung mit anderen Sortimenten begründet.

Im Rahmen der Erarbeitung der Rheda-Wiedenbrücker Sortimentsliste ist die Überprüfung der bestehenden Liste aus dem Einzelhandelskonzept des Jahres 2008 unabdingbar. Erster Schritt ist die Prüfung auf Vollständigkeit und ggf. Ergänzung um fehlende Sortimente. Aufgrund der zum Teil starken Ausdifferenzierung einzelner Sortimentsbereiche, die in der Realität kaum abgrenzbar sind, erfolgt im zweiten Schritt eine sinngemäße Zusammenfassung einzelner Sortimente zu einer neuen Sortimentsgruppe. Aufgrund teilweise fehlender Nachvollziehbarkeit/Bestimmtheit wird auf die Ausweisung des Sortiments Geschenkartikel verzichtet und entsprechende Artikel den jeweiligen Sortimentsgruppen zugeordnet (z. B. Geschenke aus dem Sportbereich dem Sortiment Sportartikel). Dies dient der Gewährleistung einer hinreichend konkreten Nachvollziehbarkeit für die Zwecke der Bauleitplanung. Darüber hinaus werden in diesem Zusammenhang Modifizierungen der Benennung und Gruppierung der Sortimentsgruppen vorgenommen. In einem abschließenden Schritt werden die Sortimente in die entsprechende Zentrenkategorien eingeordnet.

Die nachstehende Tabelle fasst die Beurteilungskriterien für die Zentrenrelevanz von Sortimenten zusammen:

¹⁹ Vgl. hierzu den BVerwG Beschluss vom 10.11.2004 – AZ 4 BN 33.04 sowie z. B. die Rechtsprechung des VGH Baden-Württemberg Urteil vom 30.01.2006 – AZ 3 S 1259/05.

Tabelle 20: Beurteilungskriterien für die Zentrenrelevanz von Sortimenten

Zentrenrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die einen zentralen Versorgungsbereich städtebaulich-funktional im Bestand strukturell prägen,
- die eine hohe Kundenfrequenz in einem zentralen Versorgungsbereich bewirken,
- die einen geringen Flächenanspruch haben und sich in einen Zentrumsbereich räumlich integrieren lassen,
- die für einen attraktiven Branchenmix und damit die Attraktivität eines Zentrums notwendig sind,
- die vom Kunden überwiegend auch ohne Pkw transportiert werden können,
- die in einem Zentrum kaum oder noch gar nicht angesiedelt sind, dort aber aufgrund der städtebaulichen Zielperspektive künftig stärker ausgebaut werden sollten.

Zentren- und Nahversorgungsrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die Merkmalen der Zentrenrelevanz entsprechen,
- die zugleich zu einem deutlichen Anteil ihres Bestands auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche in städtebaulich integrierten Lagen angesiedelt sind und dort zu einer flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung für die Wohnbevölkerung beitragen.

Nicht zentren- und nicht zentren- und nahversorgungsrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die zentrale Lagen nicht prägen,
- die aufgrund ihrer Größe oder Beschaffenheit auch in städtebaulich nicht integrierten Lagen angeboten werden bzw. sich nicht für die Ansiedlung in zentralen Lagen eignen.

Quelle: Eigene Darstellung.

Die aktuelle städtebauliche Verortung der Verkaufsflächen stellt sich in Rheda-Wiedenbrück wie folgt dar (vgl. nachstehende Tabelle):

Tabelle 21: Sortimentsspezifische Verkaufsflächenverortung in der Stadt Rheda-Wiedenbrück

| Sortimente | zentrale Versorgungsbereiche | | städtebaulich integrierte Lage | | städtebaulich nicht integrierte Lage | | Gesamt* |
|--|------------------------------|-------|--------------------------------|------|--------------------------------------|------|---------|
| | m ² | % | m ² | % | m ² | % | |
| Augenoptik | 740 | 100 % | - | - | < 10 | 0 % | 740 |
| Kinderwagen | 10 | 100 % | - | - | - | - | 10 |
| Medizinische und orthopädische Artikel | 280 | 99 % | - | - | < 10 | 1 % | 280 |
| Uhren/Schmuck | 430 | 97 % | - | - | 10 | 3 % | 440 |
| Kurzwaren/Schneiderbedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche | 270 | 93 % | - | - | 20 | 7 % | 290 |
| Bücher | 360 | 86 % | 30 | 7 % | 30 | 7 % | 450 |
| Telekommunikationsartikel | 280 | 84 % | - | - | 50 | 16 % | 340 |
| Bekleidung (ohne Sport-/ Berufsbekleidung, inkl. Kürschnerwaren) | 5.520 | 79 % | 70 | 1 % | 1.380 | 20 % | 6.960 |
| Sportartikel (inkl. Sportbekleidung) | 610 | 78 % | 150 | 18 % | 30 | 4 % | 790 |
| Waffen/Jagdbedarf/Angeln | 50 | 78 % | - | - | 10 | 22 % | 60 |
| Papier/Büroartikel/Schreibwaren | 420 | 69 % | 20 | 3 % | 170 | 28 % | 600 |
| Spielwaren | 370 | 64 % | 70 | 13 % | 130 | 23 % | 570 |
| Schuhe, Lederwaren | 1.930 | 63 % | 10 | 0 % | 1.140 | 37 % | 3.070 |
| Apotheken | 270 | 57 % | 210 | 43 % | - | - | 480 |
| Leuchten/Lampen | 170 | 55 % | 80 | 25 % | 60 | 20 % | 300 |
| Parfümerieartikel, Drogeriewaren und Kosmetika (inkl. Wasch- und Putzmittel) | 1.580 | 50 % | 110 | 4 % | 1.430 | 46 % | 3.120 |
| Hausrat | 330 | 42 % | 150 | 18 % | 320 | 40 % | 800 |
| Glas/Porzellan/Keramik | 210 | 37 % | 100 | 18 % | 250 | 45 % | 570 |
| Elektrokleingeräte | 220 | 35 % | 20 | 3 % | 390 | 62 % | 630 |
| Foto- und optische Erzeugnisse und Zubehör | 10 | 32 % | - | - | 30 | 68 % | 40 |
| Einrichtungszubehör | 770 | 28 % | 60 | 2 % | 1.880 | 69 % | 2.710 |
| Zeitungen/Zeitschriften | 100 | 27 % | 60 | 16 % | 210 | 57 % | 370 |
| Nahrungs- und Genussmittel | 4.830 | 22 % | 3.520 | 16 % | 13.600 | 62 % | 22.000 |
| Unterhaltungselektronik | 150 | 22 % | - | - | 560 | 78 % | 710 |
| Heimtextilien (Gardinen, Dekostoffe, Sicht-/Sonnenschutz) | 170 | 18 % | - | - | 780 | 82 % | 950 |
| Fahrräder und Zubehör | 140 | 17 % | 540 | 68 % | 120 | 15 % | 790 |
| (Schnitt-)Blumen | 40 | 17 % | 40 | 16 % | 180 | 67 % | 270 |
| Computer (PC-Hardware und -Software) Computer/ -peripherie und -Zubehör | 80 | 14 % | 30 | 4 % | 480 | 82 % | 590 |

Fortsetzung Tabelle 21

| Sortimente | zentrale Versorgungsbereiche | | städtebaulich integrierte Lage | | städtebaulich nicht integrierte Lage | | Gesamt* |
|---|------------------------------|------|--------------------------------|------|--------------------------------------|-------|---------|
| | m ² | % | m ² | % | m ² | % | |
| Zoologischer Bedarf und lebende Tiere | 190 | 12 % | 300 | 19 % | 1.060 | 68 % | 1.540 |
| Haus-/Bett- und Tischwäsche | 100 | 10 % | 10 | 1 % | 860 | 89 % | 970 |
| Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel) | 190 | 3 % | 930 | 14 % | 5.740 | 84 % | 6.860 |
| Gartenartikel (ohne Gartenmöbel) | 40 | 2 % | 2.070 | 78 % | 550 | 21 % | 2.660 |
| Elektrogroßgeräte | 30 | 2 % | 30 | 2 % | 1.340 | 96 % | 1.400 |
| Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör) | 10 | 2 % | 30 | 4 % | 610 | 94 % | 650 |
| Bettwaren | 20 | 1 % | - | - | 1.720 | 99 % | 1.730 |
| Pflanzen/Samen | 30 | 0 % | 1.400 | 17 % | 6.940 | 83 % | 8.370 |
| Baummarktsortiment i. e. S. | 30 | 0 % | 5.940 | 57 % | 4.380 | 42 % | 10.350 |
| Aktionsware | - | - | 150 | 24 % | 500 | 76 % | 650 |
| Teppiche (Einzelware/ohne Teppichböden) | - | - | - | - | 550 | 100 % | 550 |
| Campingartikel (ohne Campingmöbel) | derzeit nicht vorhanden | | | | | | |
| Erotikartikel | derzeit nicht vorhanden | | | | | | |
| Briefmarken/Münzen | derzeit nicht vorhanden | | | | | | |
| Musikinstrumente und Musikalien | derzeit nicht vorhanden | | | | | | |

Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2015; VKF auf 10 m² gerundet; *Differenzen zur absoluten und prozentualen Gesamtsumme rundungsbedingt.

Obwohl in einigen Sortimenten eine räumlich nicht eindeutige Vorprägung (Verortung der Verkaufsflächen) erkennbar ist, weisen einzelne Sortimente aufgrund der angeführten Beurteilungskriterien für die Zentrenrelevanz (Besuchfrequenz, Integrationsfähigkeit, Kopplungsaffinität, Transportfähigkeit) die Voraussetzung zur Einordnung als zentrenrelevantes Sortiment auf. Diese Sortimente sind – gemäß den in dem vorliegenden Einzelhandelskonzept formulierten Zielstellungen – zur Stärkung und Differenzierung der Bestandsstrukturen in dem zentralen Versorgungsbereich von wesentlicher Bedeutung.

Daher werden folgende Sortimente trotz ihrer derzeitigen prozentual höchsten Verortung in den städtebaulichen Lagekategorien städtebaulich integrierte Lage und städtebaulich nicht integrierte Lage bzw. obwohl diese Sortimente derzeit in Rheda-Wiedenbrück nicht vorhanden sind, auch vor dem Hintergrund des bestehenden Einzelhandelskonzepts aus dem Jahre 2008, welches ebenso planerische Zielstellungen ausdrückt, als **zentrenrelevant** definiert:

- Computer und Zubehör (integriert in Neue Medien/Unterhaltungselektronik (inkl. Tonträger))

- Unterhaltungselektronik (integriert in Neue Medien/Unterhaltungselektronik (inkl. Tonträger))
- Einrichtungszubehör
- Elektrokleingeräte
- Heimtextilien (Gardinen, Dekostoffe, Sicht-/Sonnenschutz)
- Musikinstrumente und Zubehör
- Haus-, Bett- und Tischwäsche

Bezüglich der oben stehenden Sortimente ist festzuhalten, dass diese regelmäßig in (z. T. auch kleinflächigen) Fachgeschäften angeboten werden. Eine Integration in die Bestandsstrukturen der zentralen Versorgungsbereiche Innenstadtzentrum Rheda und Innenstadtzentrum Wiedenbrück ist möglich. In einzelnen Sortimenten bestehen Verkaufsfächenpotenziale gemäß des dargestellten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens (s. Kap. 5.1), so dass insgesamt eine realistische Zielperspektive für die Ansiedlung der Sortimente in den Innenstadtzentren festgestellt werden kann.

Für Fahrräder und Zubehör sowie Teppiche ist eine entsprechende Entwicklungsperspektive bei einer gleichermaßen geringen zentrenprägung nicht zu erkennen. Daher wird abweichend zum EHK 2008 eine nicht zentrenrelevante Einordnung empfohlen.

Die Sortimente

- Bild- und Tonträger
- Computer und Zubehör
- Foto
- Telekommunikation und Zubehör
- Unterhaltungselektronik und Zubehör

werden im Hinblick auf eine Anpassung an die wirtschaftliche und soziale Realität (Multifunktionsgeräte etc.) zu einem Sortiment „Neue Medien/Unterhaltungselektronik (inkl. Tonträger)“ zusammengefasst (bleiben damit zentrenrelevant).

Das Sortiment Geschenkartikel ist in der wirtschaftlichen und sozialen Realität nicht hinreichend bestimmbar abgrenzbar und wird bestehenden Sortimenten zugeordnet.

Im Ergebnis der rechtlichen Anforderungen sowie auf Basis der aktuellen städtebaulichen Verortung der Verkaufsfächen und den dargestellten städtebaulichen Zielstellungen ergibt sich die folgende Liste zentrenrelevanter bzw. zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente in Rheda-Wiedenbrück als sog. „Rheda-Wiedenbrücker Liste“.

9.3 Sortimentsliste für die Stadt Rheda-Wiedenbrück („Rheda-Wiedenbrücker Liste“)

Tabelle 22: Sortimentsliste für die Stadt Rheda-Wiedenbrück („Rheda-Wiedenbrücker Liste“)

| Kurzbezeichnung Sortiment | Nr. nach WZ 2008 ²⁰ | Bezeichnung nach WZ 2008 |
|------------------------------------|--------------------------------|---|
| Zentrenrelevante Sortimente | | |
| Augenoptik | 47.78.1 | Augenoptiker |
| Bekleidung (ohne Sportbekleidung) | 47.71 | Einzelhandel mit Bekleidung |
| Bücher | 47.61 47.79.2 | Einzelhandel mit Büchern Antiquariate |
| Elektrokleingeräte | aus 47.54 | Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (NUR: Einzelhandel mit Elektrokleingeräten einschließlich Näh- und Strickmaschinen) |
| Glas/Porzellan/Keramik | 47.59.2 | Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren |
| Haus-/Bett-/Tischwäsche | aus 47.51 | Einzelhandel mit Haus- und Tischwäsche, z. B. Hand-, Bade- und Geschirrtücher, Tischdecken, Stoffservietten, Bettwäsche |
| Hausrat | aus 47.59.9 | Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (NUR: Einzelhandel mit Hausrat aus Holz, Metall und Kunststoff, z. B. Besteck und Tafelgeräte, Koch- und Bratgeschirr, nicht elektrische Haushaltsgeräte, sowie Einzelhandel mit Haushaltsartikeln und Einrichtungsgegenständen anderweitig nicht genannt) |

²⁰ WZ 2008 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistisches Bundesamtes, Ausgabe 2008.

| Kurzbezeichnung Sortiment | Nr. nach WZ 2008 | Bezeichnung nach WZ 2008 |
|---|------------------------|--|
| Zentrenrelevante Sortimente | | |
| Heimtextilien (Gardinen, Dekostoffe, Sicht-/Sonnenschutz) | aus 47.53 aus 47.51 | Einzelhandel mit Vorhängen und Gardinen Einzelhandel mit Dekorations- und Möbelstoffen, dekorativen Decken und Kissen, Stuhl- und Sesselauflagen u. ä. |
| Kurzwaren/Schneidereibedarf/ Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle) | aus 47.51 | Einzelhandel mit Textilien (NUR: Einzelhandel mit Kurzwaren, z. B. Nähadeln, handelsfertig aufgemachte Näh-, Stopf- und Handarbeitsgarn, Knöpfe, Reißverschlüsse sowie Einzelhandel mit Ausgangsmaterial für Handarbeiten zur Herstellung von Teppichen und Stickereien) |
| Medizinische und orthopädische Artikel | 47.74 | Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Artikeln |
| Musikinstrumente und Musikalien | 47.59.3 | Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien |
| Neue Medien/Unterhaltungselektronik (inkl. Tonträger) | 47.41 | Einzelhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software |
| | 47.42 | Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten |
| | 47.78.2 | Einzelhandel mit Foto- und optischen Erzeugnissen (ohne Augenoptiker) |
| | 47.43 | Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik |
| | 47.63 | Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern |
| Papier/Büroartikel/Schreibwaren sowie Künstler- und Bastelbedarf | 47.62.2 | Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln |
| Schuhe, Lederwaren | 47.72 | Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren |
| Spielwaren | 47.65 | Einzelhandel mit Spielwaren |
| Sportartikel (inkl. Sportbekleidung) | aus 47.64.2 | Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingartikel, Anglerbedarf und Boote) |
| Uhren/Schmuck | 47.77 | Einzelhandel mit Uhren und Schmuck |

| Kurzbezeichnung Sortiment | Nr. nach WZ 2008 | Bezeichnung nach WZ 2008 |
|--|----------------------------|--|
| Zentrenrelevante Sortimente | | |
| Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände | 47.78.3 aus 47.59.9 | <i>Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln (NUR: Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen) Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Holz-, Kork-, Korb- und Flechtwaren)</i> |
| Waffen/Jagdbedarf | aus 47.78.9 | <i>Sonstiger Einzelhandel a. n. g. (daraus NUR: Einzelhandel mit Waffen und Munition)</i> |
| Kurzbezeichnung Sortiment | Nr. nach WZ 2008 | Bezeichnung nach WZ 2008 |
| Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente | | |
| Apotheken | 47.73 | <i>Apotheken</i> |
| Nahrungs- und Genussmittel | 47.2 | <i>Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)</i> |
| Drogerie/Parfümerie/Kosmetik | 47.75 | <i>Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln</i> |
| (Schnitt-)Blumen | aus 47.76.1 | <i>Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (NUR: Blumen)</i> |
| Zeitungen/Zeitschriften | 47.62.1 | <i>Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen</i> |

| Kurzbezeichnung Sortiment | Nr. nach WZ 2008 | Bezeichnung nach WZ 2008 |
|---|------------------|---|
| Nicht zentrenrelevante und nicht zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente | | |
| Die Aufführung der nicht zentrenrelevanten und nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente soll zur Verdeutlichung beitragen, welche Sortimente vor dem Hintergrund der Zielstellungen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts der Stadt Rheda-Wiedenbrück als nicht kritisch gesehen werden und ist somit erläuternd, jedoch nicht abschließend. | | |
| Angelbedarf | aus 47.64.2 | Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (daraus NUR: Anglerbedarf) |
| Baumarktsortiment i. e. S. | 47.52 | Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf (daraus NICHT: Einzelhandel mit Rasenmähern, siehe Gartenartikel) |
| | aus 47.53 | Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (NUR: Einzelhandel mit Tapeten und Fußbodenbelägen) |
| | aus 47.59.9 | Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen (daraus NUR: Einzelhandel mit Sicherheitssystemen wie Verriegelungseinrichtungen und Tresore) |
| | aus 47.78.9 | Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (NUR: Einzelhandel mit Heizöl, Flaschengas, Kohle und Holz) |
| Bettwaren | aus 47.51 | Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Matratzen, Steppdecken u.a. Bettdecken, Kopfkissen u. a. Bettwaren) |
| Campingartikel (ohne Campingmöbel) | aus 47.64.2 | Einzelhandel mit Campingartikeln (ohne Sportartikel; Anglerbedarf und Boote) |
| Elektrogroßgeräte | aus 47.54 | Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrogroßgeräten wie Wasch-, Bügel- und Geschirrspülmaschinen, Kühl- und Gefrierschränken und -truhen) |
| Erotikartikel | aus 47.78.9 | Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (NUR: Einzelhandel mit Erotikartikeln) |
| Fahrräder und Zubehör | 47.64.1 | Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör |
| Kinderwagen | aus 47.59.9 | Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (NUR: Einzelhandel mit Kinderwagen) ²¹ |
| Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör) | 45.32 | Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör |
| | 45.40 | Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör (daraus NUR: Einzelhandel mit Teilen und Zubehör für Krafträder) |
| Leuchten/Lampen | aus 47.59.9 | Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen a.n.g. (daraus NUR: Einzelhandel mit Lampen und Leuchten) |

²¹ Die Zuordnung zu Haushaltsgegenständen begründet sich aus der Überleitung des WZ 2003 zum WZ 2008.

| | | |
|---|--------------------|--|
| Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel) | 47.59.1 47.79.1 | Einzelhandel mit Wohnmöbeln Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen |
| Pflanzen/Samen | 47.76.1 | Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Blumen) |
| Sportgroßgeräte | aus 47.64.2 | Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (daraus NUR: Sportgroßgeräte ohne Campingartikel und Campingmöbel, Anglerbedarf und Boote) |
| Teppiche (ohne Teppichböden) | 47.53 | Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Teppichen, Brücken und Läufern) |
| Zoologischer Bedarf und lebende Tiere | aus 47.76.2 | Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren |
| Sonstiger Einzelhandel, anderweitig nicht genannt | aus 47.78.9 | Einzelhandel mit Non-Food-Waren anderweitig nicht genannt |

Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 07/2015.

Gegenüber dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2008 ergeben sich somit folgende Modifizierungen der Sortimentsliste:

- Aufgrund der zum Teil starken Ausdifferenzierung einzelner Sortimentsbereiche in der bestehenden Liste, welche in der wirtschaftlichen Realität kaum voneinander abzugrenzen sind, ist die Zusammenlegung der Sortimente Unterhaltungselektronik und Zubehör, Computer und Zubehör, Foto, Bild- und Tonträger, Telekommunikation und Zubehör in ein Sortiment Neue Medien/Unterhaltungselektronik (inkl. Tonträger) erfolgt.
- Abweichend zum Beschluss des Rates vom 18.03.2013 werden die Sortimente Neue Medien/Unterhaltungselektronik (inkl. Tonträger) sowie Elektrokleingeräte aufgrund der Zielvorgaben des LEP NRW sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel als zentrenrelevant eingestuft.
- Aufgrund fehlender Nachvollziehbarkeit/Bestimmtheit wird auf die Ausweisung des Sortiments Geschenkartikel verzichtet und die Artikel werden den jeweiligen Sortimentsgruppen zugeordnet.
- Das Sortiment Kinderwagen wird als nicht zentrenrelevant und nicht zentren- und nahversorgungsrelevant eingeordnet.
- Für die Sortimente Fahrräder und Zubehör sowie Teppiche (Einzelware) wird eine Bewertung als nicht zentren- und nahversorgungsrelevant empfohlen.

Für die kommunale Feinsteuerung empfiehlt es sich, die Sortimente in die textlichen Festsetzungen (bzw. Begründungen) der entsprechenden Bauleitpläne zu übernehmen sowie in der Begründung zusätzlich diese Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts als Grundlage

der Sortimentsliste zu benennen.²² Hierbei sollten gleichzeitig die Sortimente mit den angegebenen Nummern des Warengruppenverzeichnisses sowie dessen Sortimentsbezeichnungen gekennzeichnet werden, um eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit des Bauleitplans zu gewährleisten.

²² Vgl. Kuschnerus 2007: Rn. 531.

10 Ansiedlungsleitsätze

Die Ansiedlungsleitsätze konkretisieren die übergeordneten Entwicklungsziele zur künftigen Einzelhandelsentwicklung für alle Arten des Einzelhandels und für alle denkbaren Standortkategorien in Rheda-Wiedenbrück und ermöglichen somit eine Steuerung der städtebaulich bestmöglichen Einzelhandelsentwicklung in der Zukunft.

10.1 Einordnung und Begründung der Ansiedlungsleitsätze

Diese Ansiedlungsleitsätze stellen ein Regelwerk dar, das transparente, nachvollziehbare Zulässigkeitsentscheidungen und bauleitplanerische Abwägungen vorbereitet. Sie gewährleisten zudem die notwendige Flexibilität hinsichtlich künftig ggf. erforderlicher Einzelfallentscheidungen. Sie dienen dazu, die Standortstruktur des Einzelhandels in Rheda-Wiedenbrück insbesondere zugunsten einer gesamtstädtisch gewinnbringenden Entwicklung zu sichern und weiter auszugestalten.

Durch die klare Regel-Ausnahme-Struktur, mit für alle Beteiligte transparenten Standortbewertungen, tragen diese Ansiedlungsleitsätze im Zusammenspiel mit der Rheda-Wiedenbrücker Sortimentsliste zu einer im hohen Maße rechtssicheren Ausgestaltung von Zulässigkeitsentscheidungen und Bauleitplänen bei und garantieren somit Planungs- und Investitionssicherheit, sowohl für bestehende Einzelhandelsbetriebe als auch für ansiedlungsinteressierte Betreiber noch nicht in der Stadt Rheda-Wiedenbrück ansässiger Einzelhandelsbetriebe.²³

Die in den Ansiedlungsleitsätzen gefassten Steuerungsempfehlungen differenzieren Einzelhandelsbetriebe nach

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

Die Ansiedlungsleitsätze sind für Neubau- wie auch Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels konzipiert. Auf bestehende Einzelhandelsbetriebe, die nicht verändert werden, sind sie nicht anzuwenden; der übliche genehmigungsrechtliche Bestandsschutz wird somit gewährleistet.

²³ Wesentliche Voraussetzung für die gewinnbringende Nutzung der in dieser Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts enthaltenen Leitsätze und Steuerungsempfehlungen ist die politisch gestützte Bekräftigung dieser Inhalte, verbunden mit einer künftig konsequenten Anwendung. Auf diese Weise entfalten die Leitsätze und Steuerungsempfehlungen ihre Potentiale für die Rechtssicherheit kommunaler Instrumente, für die Investitionssicherheit sowie für die Sicherung und strategische Weiterentwicklung der Einzelhandelsstandorte in Rheda-Wiedenbrück, insbesondere der Zentren.

10.2 Ansiedlungsleitsätze

Folgende Ansiedlungsleitsätze werden für Rheda-Wiedenbrück empfohlen:

Leitsatz I:

Zentrenrelevanter Einzelhandel als Hauptsortiment soll in den zentralen Versorgungsbereichen Innenstadtzentrum Rheda und Innenstadtzentrum Wiedenbrück angesiedelt werden:²⁴

Einzelhandelsbetriebe mit einem zentrenrelevanten (aber nicht nahversorgungsrelevanten) Hauptsortiment sollen grundsätzlich in den zentralen Versorgungsbereichen zulässig sein.

Damit können beide Zentren in ihrer heutigen Attraktivität gesichert und maßvoll entwickelt werden. Gleichzeitig wird eine Streuung wichtiger Einzelhandelsangebote, ein Ungleichgewicht der sonstigen Standorte gegenüber den Zentren sowie die potenzielle Gefährdung der Zentren verhindert.

Der aufgezeigte absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen dient in den ZVB als Leitlinie (und nicht als Entwicklungsgrenze), deren Überschreiten in den stadtentwicklungspolitisch bedeutsamen ZVB im Einzelfall zur Attraktivierung des Einzelhandelsangebots beitragen kann.

Des Weiteren wird auf die konkreten Empfehlungen zur Zentrenentwicklung in Kapitel 6 (inkl. der Empfehlungen für die Potenzialflächen) verwiesen.

Leitsatz II:

Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment soll primär in den zentralen Versorgungsbereichen Innenstadtzentrum Rheda und Innenstadtzentrum Wiedenbrück angesiedelt werden.

Aufgrund der hohen Bedeutung, die die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente als Kundenmagnet und somit für die Besucherfrequenz in den zentralen Versorgungsbereichen haben sowie mit Blick auf den begrenzten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen – im Bereich der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente – sollen Einzelhandelsvorhaben mit einem zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment primär in den zentralen Versorgungsbereichen selbst angesiedelt werden.

Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment ist zur Sicherung und Stärkung der wohnortnahen Versorgung auch an den ausgewiesenen Nahversorgungsstandorten und nachrangig in sonstigen integrierten Lagen zu empfehlen.

²⁴ Unter Berücksichtigung des städtebaulichen und landesplanerischen Nichtbeeinträchtigungsgebots.

Gemäß Nahversorgungskonzept kann das Nahversorgungsangebot auch an den Nahversorgungsstandorten und nachrangig in sonstigen integrierten Lagen ausgewogen und funktionsgerecht weiterentwickelt werden. Die Verkaufsflächendimensionierungen sind unter Beachtung der im Nahversorgungskonzept empfohlenen Prüfungsroutinen (siehe Kapitel 7.3) herzuleiten.

Leitsatz III:

Sondergebietspflichtiger, großflächiger Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment soll primär an dem ausgewiesenen Sonderstandort Hauptstraße/Feldhüserweg angesiedelt werden.

Eine Ansiedlung ist auch an anderen Standorten im gesamten Stadtgebiet grundsätzlich möglich, wenn städtebauliche Gründe dafür sprechen.

Denn Ziel ist es, Angebote aus Kundensicht attraktiv räumlich zu bündeln und einer Dispersion des Einzelhandelsstandortgefüges, auch im Interesse der Standortsicherung für produzierende Betriebe und Handwerksbetriebe, entgegenzuwirken. Entwicklungsempfehlungen zu dem Sonderstandort werden in Kapitel 8 formuliert.

Die gesamte Verkaufsfläche der zentrenrelevanten sowie zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente je Vorhaben ist dabei auf bis zu maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche bzw. max. 2.500 m² je Betrieb zu begrenzen. Eine weitere Begrenzung der zentren- sowie zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente ist unter Berücksichtigung möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen und unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben zu empfehlen.

Wird durch eine Sondergebietsfestsetzung ein Standort für einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO mit einem nicht zentren- und nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment zugelassen, sollten die zentren- sowie zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente des Einzelhandelsbetriebs begrenzt werden, um einer potenziellen Gefährdung des Entwicklungsziels für den zentralen Versorgungsbereich entgegenzuwirken.

Grundsätzlich sollten Verkaufsflächenbegrenzungen für Randsortimente *je Sortimentsgruppe* nach einer Prüfung im Einzelfall²⁵ vorgenommen werden. Im Rahmen einer stringenten Bauleitplanung kann zur Begrenzung aller zentren- sowie zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente für großflächige Vorhaben i. S. v. § 11 Abs. 3 BauNVO mit nicht zentren- und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment ein Anteil aller Randsortimente von in der Summe max. 10 % an der Gesamtverkaufsfläche als geeigneter

²⁵ Ein Einzelfallnachweis der Unschädlichkeit gerade der zentrenrelevanten Randsortimente ist bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im Rahmen der erforderlichen vorhabenbezogenen Verträglichkeitsbewertung nach § 11 Abs. 3 BauNVO bzw. § 34 Abs. 3 BauGB zu leisten.

Indikator herangezogen werden. Dieser Wert leitet sich aus der in diesem Kontext anhaltenden Fachdiskussion und der Rechtsprechung ab (vgl. u. a. Kuschnerus 2007).

Da dieser Schwellenwert die unterschiedliche Sensitivität der zentrenrelevanten bzw. zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente nicht ausreichend berücksichtigen kann, die sich aus ihrer jeweils unterschiedlichen sortimentspezifischen Angebotsstruktur in dem zentralen Versorgungsbereich ergibt, sollen Verkaufsflächenobergrenzen für Randsortimente *je Sortimentsgruppe* nach einer Prüfung im Einzelfall ggf. auch unterhalb der genannten Grenzen vorgenommen werden.

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

Zentrenrelevante Sortimente als Randsortiment in Vorhaben *in den zentralen Versorgungsbereichen* sollen regelmäßig und ohne Verkaufsflächenbegrenzung zugelassen werden.

Nicht großflächige Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment können im Grundsatz an allen Standorten im Stadtgebiet zugelassen werden, wo dies nach den bauplanungsrechtlichen Vorgaben zulässig ist und städtebauliche Gründe nicht entgegen stehen, wobei zugunsten der oben genannten Faktoren ebenfalls die Ansiedlung zur Standortbündelung primär an dem empfohlenen Sonderstandort nahe zu legen ist.

Leitsatz IV: Ausnahmsweise zulässig: Verkaufsstellen von Handwerksbetrieben sowie produzierenden oder weiterverarbeitenden Gewerbebetrieben.

Ausnahmsweise sollen Verkaufsstellen von Handwerks-, produzierenden und weiterverarbeitenden Gewerbebetrieben zugelassen werden („Handwerkerprivileg“), wenn

- eine räumliche Zuordnung zum Hauptbetrieb,
- die Errichtung im betrieblichen Zusammenhang,
- eine deutliche flächen- und umsatzmäßige Unterordnung sowie eine sortimentsbezogene Zuordnung zum Hauptbetrieb gegeben ist und
- die Gesamtverkaufsfläche keine Großflächigkeit erreicht, d. h. höchstens 800 m² VKF umfasst.

11 Schlusswort

Im Fokus des Einzelhandelskonzepts steht Frage nach einer zukunftsfähigen Ausgestaltung des kommunalen Zentren- und Standortsystems, unter Beachtung der speziellen Rahmenbedingungen in Rheda-Wiedenbrück (insb. mehrpolige Struktur) sowie der prägenden Trends im Einzelhandel (u. a. Wachstum des Online-Handels). Während der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Rheda-Wiedenbrück wurden – begleitet und konstruktiv unterstützt durch die Verwaltung, die Arbeitsgruppe und die Politik – mögliche Entwicklungswege und deren Konsequenzen intensiv erörtert.

Im Ergebnis steht ein klares Bekenntnis zu den bestehenden Zentren in Rheda und Wiedenbrück. Die Attraktivierung der Zentren ist dabei eng verbunden mit quantitativen und räumlichen Weiterentwicklungen (insb. Potenzialfläche „Kolpingstraße“), der Arbeit im Bestand (Schaffung marktadäquater Flächen innerhalb der ZVB) sowie eine zielgerichtete Profilierung der Zentren. In diesem Zusammenhang werden neben der Stadt auch weitere Akteure (Händler, Immobilieneigentümer etc.) eine gewichtige Rolle einnehmen müssen.

Nicht zuletzt ist eine konsequente und zügige bauleitplanerische Umsetzung des Konzeptes von entscheidender Bedeutung. Dies betrifft die herausgearbeiteten Positivstandorte (vor allem die Potenzialfläche „Kolpingstraße“), vielmehr aber den Sonderstandort Hauptstraße/Feldhüserweg, da bei einer ungesteuerten Entwicklung in diesem Standortbereich die im Einzelhandelskonzept aufgeführten Entwicklungsziele deutlich schwieriger realisierbar sein dürften. In diesem fortgeschriebenen Einzelhandelskonzept werden die notwendigen Instrumente zur bauleitplanerischen Umsetzung auf eine aktuelle und belastbare Basis gestellt.

Durch den Beschluss des Einzelhandelskonzepts durch das zuständige kommunalpolitische Gremium werden die Empfehlungen für die Verwaltung zu einer insbesondere zu berücksichtigenden sonstigen städtebaulichen Planung, die also mit hohem Gewicht in die Abwägung einzustellen ist (gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 und § 9 Abs. 2a Satz 2 BauGB); zugleich entfalten die enthaltenen Instrumente hierdurch ihre größtmögliche Wirkung für die Rechtssicherheit der Bauleitplanung und der Genehmigungspraxis. Ebenso trägt der Beschluss dazu bei, dass die Effizienz der Verwaltungsarbeit in Sachen Standortbeurteilungen gewährleistet werden kann.

Obschon dieses vorliegende Einzelhandelskonzept für die Stadt Rheda-Wiedenbrück zunächst ein primär stadtplanerisches Instrumentarium darstellt, kann es auch in anderen Zusammenhängen (Teil-)Beiträge zur Fortentwicklung der Handelsstandorte leisten, so zum Beispiel im Rahmen der Wirtschaftsförderung. Das Konzept bietet zudem Anknüpfungspunkte für neue große wie auch kleinere Entwicklungsvorhaben (etwa in zentralen Versorgungsbereichen), für Detailkonzepte zu einzelnen Standorten und Fragestellungen sowie für prozessbegleitende Maßnahmen bzw. die Einbindung der Händlerschaft und der Immobilieneigentümer in die Maßnahmen zur Standortstärkung.

Literatur- und Quellenverzeichnis

Literatur und Handelsfachdaten

Hahn Gruppe (2007): Retail Real Estate Report 2007/2008. Bergisch Gladbach.

Hahn Gruppe (2008): Retail Real Estate Report 2008/2009. Bergisch Gladbach

Hahn Gruppe (2009): Retail Real Estate Report 2009/2010. Bergisch Gladbach

Hahn Gruppe (2010): Retail Real Estate Report 2010/2011. Bergisch Gladbach

Hahn Gruppe (2012): Retail Real Estate Report 2012/2013. Bergisch Gladbach

Hahn Gruppe (2014): Retail Real Estate Report 2013/2014. Bergisch Gladbach

IFH (2012): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2012. Köln

Junker und Kruse (2008): Einzelhandelskonzept für die Stadt Rheda-Wiedenbrück. Dortmund

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

Statistisches Bundesamt (WZ 2008) (2008): Klassifikation der Wirtschaftszweige. Ausgabe 2008. Wiesbaden

Sonstige Quellen

GfK Geomarketing (2014): Einzelhandel Europa 2014 (www.gfk.com/de/Documents/Geomarketing/White-Paper-Studien/GfK_Studie_Handel-Europa-2014.pdf)

Website Handelsdaten: www.handelsdaten.de

Website HDE: www.einzelhandel.de

Website IT.NRW: www.it.nrw.de

Abbildungsverzeichnis

| | | |
|---------------|---|----|
| Abbildung 1: | Das hierarchisch abgestufte System zentraler Versorgungsbereiche (modellhaft) | 5 |
| Abbildung 2: | Erarbeitungsschritte Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts | 13 |
| Abbildung 3: | Lage in der Region | 18 |
| Abbildung 4: | Siedlungsstruktur der Stadt Rheda-Wiedenbrück | 19 |
| Abbildung 5: | Benchmark: innerstädtische Verkaufsflächen Rheda, Wiedenbrück und Vergleichsstädte | 22 |
| Abbildung 6: | Einzelhandelsbestand nach Warengruppen und Lagebereichen (in m ² VKF) | 23 |
| Abbildung 7: | Einzelhandelsbestand nach Warengruppen im Vergleich (in m ² VKF) | 24 |
| Abbildung 8: | Zukünftige Bevölkerungsentwicklung in Rheda-Wiedenbrück 2015 bis 2025 | 25 |
| Abbildung 9: | Einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveau in Rheda-Wiedenbrück und in Umlandkommunen | 26 |
| Abbildung 10: | Entwicklung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveaus in Rheda-Wiedenbrück seit 2007 | 27 |
| Abbildung 11: | Entwicklung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland | 28 |
| Abbildung 12: | Kundenherkunft (Passantenbefragung) | 29 |
| Abbildung 13: | Zentralitätswerte nach Warengruppen im Vergleich 2008 und 2015 | 32 |
| Abbildung 14: | Ermittlungsmethodik des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens | 36 |
| Abbildung 15: | Entwicklung der Online-Anteile nach ausgewählten Sortimentsgruppen | 38 |
| Abbildung 16: | Entwicklung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland | 39 |
| Abbildung 17: | Entwicklungsindex der Flächenproduktivitäten von 2000 bis 2014 | 40 |
| Abbildung 18: | Zielzentralitäten nach Warengruppen und Zielzentralität | 43 |
| Abbildung 19: | Ergebnisse des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens | 44 |
| Abbildung 20: | Besuchsgrund der Passanten des jeweiligen Einzelhandelsstandorts | 47 |
| Abbildung 21: | Übergeordnete Entwicklungszielstellung für Rheda-Wiedenbrück | 49 |

| | | |
|---------------|---|----|
| Abbildung 22: | Methodik: Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen aus dem Bestand kommunaler städtebaulich-funktionaler Zentren _____ | 51 |
| Abbildung 23: | Bestehende Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche gemäß Einzelhandelskonzepts der Stadt Rheda-Wiedenbrück aus dem Jahr 2008 _____ | 52 |
| Abbildung 24: | Zentren- und Standortstruktur in Rheda-Wiedenbrück (empfohlenes Zielkonzept) _____ | 53 |
| Abbildung 25: | ZVB Innenstadtzentrum Wiedenbrück – Bestandsstruktur _____ | 54 |
| Abbildung 26: | Einzelhandelsangebot nach Verkaufsfläche im ZVB Innenstadt (in m ²) _____ | 55 |
| Abbildung 27: | Betriebsgrößenstruktur im ZVB Innenstadtzentrum Wiedenbrück _____ | 57 |
| Abbildung 28: | Lagebereiche im ZVB Innenstadtzentrum Wiedenbrück _____ | 59 |
| Abbildung 29: | Bewertung des Innenstadtzentrums Wiedenbrück aus Kundensicht _____ | 60 |
| Abbildung 30: | Besuchsgründe der Befragten in Wiedenbrück _____ | 61 |
| Abbildung 31: | Verbindung der Befragten zu Wiedenbrück _____ | 62 |
| Abbildung 32: | Vermisste Waren in den Innenstadtzentren Rheda und Wiedenbrück _____ | 62 |
| Abbildung 33: | Potentialflächen in unmittelbarer Nähe zum ZVB Innenstadtzentrum Wiedenbrück _____ | 65 |
| Abbildung 34: | Räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum Wiedenbrück (Zielkonzept) _____ | 71 |
| Abbildung 35: | ZVB Innenstadtzentrum Rheda – Bestandsstruktur _____ | 72 |
| Abbildung 36: | Einzelhandelsangebot nach Verkaufsfläche im ZVB Innenstadtzentrum Rheda (in m ²) _____ | 73 |
| Abbildung 37: | Betriebsgrößenstruktur im ZVB Innenstadtzentrum Rheda _____ | 75 |
| Abbildung 38: | Befragte in der Innenstadt: „Haben Sie heute bereits bei Kaufland eingekauft oder planen Sie dies heute noch zu tun?“ _____ | 77 |
| Abbildung 39: | Lagebereiche im ZVB Innenstadtzentrum Rheda _____ | 78 |
| Abbildung 40: | Bewertung des Innenstadtzentrums Rheda aus Kundensicht _____ | 79 |
| Abbildung 41: | Besuchsgründe der Befragten in Rheda _____ | 80 |
| Abbildung 42: | Verbindung der Befragten zu Rheda _____ | 81 |
| Abbildung 43: | Potentialflächen in unmittelbarer Nähe zum ZVB Innenstadtzentrum Rheda _____ | 83 |

| | | |
|---------------|---|-----|
| Abbildung 44: | Räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum Rheda (Zielkonzept) _____ | 90 |
| Abbildung 45: | Die Nahversorgungsstruktur in Rheda-Wiedenbrück im Überblick | 94 |
| Abbildung 46: | Gesamtstädtische Entwicklungsziele der Nahversorgung _____ | 95 |
| Abbildung 47: | Nahversorgungsstandorte in Rheda-Wiedenbrück _____ | 96 |
| Abbildung 48: | Steckbrief zur Nahversorgungsstruktur in Rheda-Wiedenbrück-Nord _____ | 97 |
| Abbildung 49: | Steckbrief zur Nahversorgungsstruktur in Rheda-Wiedenbrück-Mitte _____ | 99 |
| Abbildung 50: | Steckbrief zur Nahversorgungsstruktur in Rheda-Wiedenbrück-Süd_ _____ | 100 |
| Abbildung 51: | Prüfschema zur Ansiedlung oder Erweiterung von Lebensmittelmärkten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche _ | 103 |
| Abbildung 52: | Räumliche Festlegungsempfehlung des Sonderstandorts Hauptstraße/Feldhüserweg _____ | 107 |

Tabellenverzeichnis

| | | |
|-------------|---|-----|
| Tabelle 1: | Zentrale Versorgungsbereiche _____ | 6 |
| Tabelle 2: | Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche _____ | 7 |
| Tabelle 3: | Übersicht über die verwendeten empirischen Erhebungsbausteine | 14 |
| Tabelle 4: | Einzelhandelsbestand in Rheda-Wiedenbrück _____ | 20 |
| Tabelle 5: | Einzelhandelsbestand nach Lagebereichen _____ | 23 |
| Tabelle 6: | Relevante Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte in Rheda Wiedenbrück _____ | 31 |
| Tabelle 7: | Eingangsparameter zur Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens _____ | 41 |
| Tabelle 8: | Übergeordnete Entwicklungszielstellung für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Wiedenbrück _____ | 63 |
| Tabelle 9: | Bewertung der Potentialfläche „Schanze“ (1) _____ | 66 |
| Tabelle 10: | Bewertung der Potentialfläche „Auf der Schanze Nord“ (2) _____ | 67 |
| Tabelle 11: | Bewertung der Potentialfläche „Büschers Platz“ unter Einbezug „Parkflächen Nordwall“ (3) _____ | 68 |
| Tabelle 12: | Bewertung einzelhandelsbezogener Paramater _____ | 69 |
| Tabelle 13: | Übergeordnete Entwicklungszielstellung für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Rheda _____ | 82 |
| Tabelle 14: | Bewertung der Potentialfläche „Kolpingstraße“ (1) _____ | 84 |
| Tabelle 15: | Bewertung der Potentialflächen „Baufenster Bahnhofsvorplatz“ (2) _____ | 85 |
| Tabelle 16: | Bewertung der Potentialflächen „Parkdeck am Rathaus“ (3) _____ | 86 |
| Tabelle 17: | Bewertung der Potentialflächen „Parkplätze“ und „Areal Pott Hartwig“ (4) _____ | 87 |
| Tabelle 18: | Verkaufsflächenanhaltswerte für die anstehende Flächenentwicklung _____ | 89 |
| Tabelle 19: | Ausstattungskennziffern Nahrungs- und Genussmittel (NuG) Rheda-Wiedenbrück _____ | 92 |
| Tabelle 20: | Beurteilungskriterien für die Zentrenrelevanz von Sortimenten _____ | 110 |
| Tabelle 21: | Sortimentspezifische Verkaufsflächenverortung in der Stadt Rheda-Wiedenbrück _____ | 111 |

Tabelle 22: Sortimentliste für die Stadt Rheda-Wiedenbrück („Rheda-Wiedenbrücker Liste“) _____ 114

Glossar

Betriebsform (Betriebstyp)

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

Bindungsquote

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

Business Improvement District (BID)

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

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

Einzelhandel

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

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

Einzelhandelsrelevante Nachfrage

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

Fabrikladen (Factory Outlet)

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

Fachdiscounter

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

Fachgeschäft

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

Fachmarkt

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

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

Factory-Outlet-Center (FOC)

(auch Herstellerdirektvermarktungszentrums (HDZ)) Mittel- bis großflächige Ansammlung von Einzelhandelsbetrieben, in denen im Direktvertrieb Waren von mehreren Herstellungsunternehmen in separaten Ladeneinheiten dem Konsumenten zum Verkauf angeboten werden. Neben den Markenshops finden sich in FOCs oft gastronomische Ange-

bote im Gebäudekomplex. Von Fabrikverkäufen (Fabrikläden) unterscheiden sich FOCs durch die räumliche Trennung von Produktion und Verkauf. FOCs liegen meist außerhalb urbaner Zentren auf der „grünen Wiese“ in verkehrsgünstiger Lage und in Fabriknähe.

Flächenproduktivität

Auch Raumleistung oder Flächenleistung genannt. Bezeichnet den Umsatz eines Einzelhandelsbetriebs pro m² Verkaufsfläche und Jahr.

Grenzrentabilität

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

Immobilien- und Standortgemeinschaft (ISG)

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

Innenstadt

Das Gebiet einer Stadt, in dem sich die gesamtstädtisch und überörtlich bedeutsamen Institutionen konzentrieren. Der Begriff der Innenstadt ist i. d. R. nicht mit demjenigen des Innenstadtzentrums (IZ) gleichzusetzen, da die Abgrenzung neben der baulichen Dichte und der Dichte der Einzelhandels- und Dienstleistungsfunktionen auch die historische Entwicklung und Bedeutung von Zentrenbereichen berücksichtigt, weniger als der Begriff des IZ jedoch auf dem Einzelhandel beruht.

Innenstadtzentrum (IZ)

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

Katalogschauraum

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

Kaufhaus

Zentral gelegener großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einem breiten und tiefen Non-Food-Sortiment, der meistens im Wege der Bedienung Waren aus zwei oder mehr Branchen anbietet, davon wenigstens eine in tiefer Gliederung. Am weitesten verbreitet sind Kaufhäuser mit Bekleidung und Textilien oder verwandten Bedarfsrichtungen. Starke

Konzentration auf bestimmte Warengruppen. Ein Lebensmittelangebot ist meistens nicht vorhanden. Verkaufsfläche > 1.000 m²

Kaufkraft

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

Kaufkraftbindung

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

Kaufkraftkennziffer

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

Lebensmitteldiscounter

Lebensmitteldiscounter zeichnen sich durch ein spezialisiertes Sortiment mit einer niedrigen Artikelzahl aus. Weitere Merkmale sind Selbstbedienung, einfache Ladenausstattung und aggressive Marketing-Strategien. Die Verkaufsflächengröße von modernen Lebensmitteldiscountern beträgt i.d.R. bis zu 1.300 m².

Nahversorgungszentrum (NVZ)

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

SB-Warenhaus

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

Sortiment

Die Auswahl bzw. Struktur aller angebotenen Artikel eines Handelsunternehmens.

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

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

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

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

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

Städtebaulich integrierte Lage (siL)

Als städtebaulich integrierte Lage (auch: sonstige integrierte Lage) werden diejenigen Siedlungsbereiche bezeichnet, die überwiegend in Wohnbereiche eingebettet sind. Die bauliche Dichte sowie die Dichte der Einzelhandelsnutzungen und sonstigen Funktionen reichen in dieser Lage nicht aus, diese Lage als zentralen Versorgungsbereich einzuordnen.

Städtebaulich nicht integrierte Lage (niL)

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

Stadtteilzentrum (STZ)/Ortsteilzentrum (OTZ)

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

Supermarkt

Verkauf des Lebensmittelvollsortiments inkl. Frischfleisch sowie Verkauf von Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs. Meist Selbstbedienung. Die Verkaufsflächengröße von modernen Lebensmittel-supermärkten beträgt i.d.R. bis zu 1.800 m².

Trading down Prozess

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

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

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

Umsatz

Der Umsatz beschreibt die Absatzmengen eines Unternehmens, einer Branche, einer sonstigen Wirtschaftseinheit oder eines definierten Standortes innerhalb einer bestimmten zeitlichen Periode. Im vorliegenden Bericht wird der Umsatz i. d. R. als monetärer Brutto-Jahresumsatz angegeben.

Urban Entertainment Center (UEC)

Kombination von großflächigem Einzelhandel, Gastronomie und thematisch integrierte Freizeit und Unterhaltungsangebote (z. B. Multiplex Kino oder Musical Theater).

Verbrauchermarkt

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

Verkaufsfläche

In die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebs werden grundsätzlich nicht nur die von Kunden betretbaren Bereiche mit eingerechnet, sondern auch die Kassenzone, Pack- und Entsorgungszonen, Käse-, Fleisch- und Wursttheken und ein Windfang. Weitere Räumlichkeiten wie Personalbüros, Aufenthalts- und Lagerräume, reine Lagerflächen und für Kunden nicht sichtbare Bereiche zur Vorbereitung der Waren zählen jedoch nicht zur Verkaufsfläche.

Warenhaus

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

Zentraler Versorgungsbereich

Zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen sämtliche städtebaulich-funktionalen Zentren (Innenstadtzentrum, Nebenzentren, Stadtteil- oder Ortsteilzentren, Nahversorgungszentren) einer Kommune. Der Begriff ist gleichbedeutend mit dem Schutzgut „zentraler Versorgungsbereich“ z. B. nach § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO und ist damit gesetzlich begründeter Gegenstand der Bauleitplanung.

Zentralitätskennziffer

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

Zentrenergänzende Funktion

Zentrenergänzende Funktionen bezeichnen den Einzelhandel innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ergänzende Nutzungen wie z.B. Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe. So gelten Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe als Nutzungen, die typischerweise in zentralen Versorgungsbereichen vorhanden sind und zu deren Attraktivitätssteigerung beitragen (vgl. OVG NRW, Urteil vom 15.02.2012).