



## Einzelhandelskonzept für die Stadt

# VERSMOLD

Auftraggeber: Stadt Versmold

Projektbearbeitung: Dipl.-Ing. Peter U. Berger  
Dipl.-Geogr. Gudula Böckenholt

Projektverantwortung: Dipl.-Ing. Peter U. Berger

Köln, im Dezember 2008



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH  
Ludwigsburg | Büros in Erfurt, Köln, München  
Geschäftsführer: Dr. Manfred Bauer, Dr. Stefan Holl  
51147 Köln, Frankfurter Str. 249 b  
Telefon: 02203 - 96430 Telefax: 02203 - 964319  
eMail: office.koeln@gma.biz, <http://www.gma.biz>

## **Vorbemerkung**

Im Februar 2008 erteilte die Stadt Versmold der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Büro Köln, den Auftrag zur Erarbeitung eines ökonomisch und städtebaulich orientierten Einzelhandelskonzeptes. Die Untersuchung verfolgt das Ziel, ein Entwicklungskonzept für den Einzelhandel in der Stadt Versmold aufzustellen. Dabei sind Aussagen über das künftig zu erwartende Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten, die anzustrebende Ausstattung mit Einzelhandelsflächen sowie über sinnvolle Veränderungen bzw. Ergänzungen der Sortimente und der Standorte zu treffen.

Die inhaltlichen Schwerpunkte, die methodische Abwicklung und Zwischenergebnisse wurden in einem projektbegleitenden Arbeitskreis diskutiert und abgestimmt.

Der nachfolgende Bericht fasst die Ergebnisse der Untersuchung zusammen und dient der Stadt als Entscheidungsgrundlage für die Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandortes Versmold. Die GMA verpflichtet sich, die ihr im Rahmen der Erstellung des Gutachtens zugeleiteten Informationen sowie die Ergebnisse der Untersuchung vertraulich zu behandeln. Die Weitergabe des Berichtes an Dritte bedarf der schriftlichen Zustimmung des Auftraggebers bzw. der GMA.

G M A  
Gesellschaft für Markt- und  
Absatzforschung mbH  
Büro Köln

Köln, im Dezember 2008  
PB / BÖ - aw

<b>INHALTSVERZEICHNIS</b>	<b>Seite</b>
Vorbemerkung	
<b>I. Aufgabenstellung und Rahmenbedingungen</b>	<b>1</b>
1. Aufgabenstellung	1
2. Methodik	2
3. Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung	4
3.1 Kundenverhalten	4
3.2 Flächen- und Standortentwicklung im Einzelhandel	6
4. Entwicklungen und Perspektiven der Nahversorgung	10
5. Planungsrechtliches Instrumentarium zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel	17
<b>II. Strukturdaten und Kaufkraft der Stadt Versmold</b>	<b>25</b>
1. Strukturdaten	25
1.1 Geografische Lage und Einordnung in die Landesplanung	25
1.2 Bevölkerungsstruktur und -entwicklung	27
1.3 Arbeitsmarkt und Pendlerströme	29
1.4 Städtebauliche Rahmenbedingungen	30
2. Marktgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft	31
2.1 Marktgebiet und Bevölkerung	31
2.2 Kaufkraft	35
2.2.1 Grundlagen der Kaufkraftberechnung	35
2.2.2 Kaufkraftpotenzial in der Stadt Versmold	36
<b>III. Ergebnisse der Einzelhandels- und Bürgerbefragungen</b>	<b>39</b>
1. Einzelhandelsbefragung	39
1.1 Beschäftigtenstruktur	39
1.2 Betriebsstruktur und Ansiedlungsdauer	40
1.3 Investitionsverhalten	42
2. Bürgerbefragung	42

---

2.1	Einkaufshäufigkeit und -motivation der Bürger	42
2.2	Gründe für und gegen einen Einkauf in Versmold	45
2.3	Bedeutung der Stadt Versmold als Einkaufsort	46
2.3.1	Einkaufsorientierung bei Waren des kurzfristigen Bedarfs	46
2.3.2	Einkaufsorientierung bei Waren des mittelfristigen Bedarfs	48
2.3.3	Einkaufsorientierung bei Waren des langfristigen Bedarfs	50
3.	Bewertung des Einzelhandelsstandortes Versmold	52
3.1	Image und Verbesserungsvorschläge zum Einzelhandel	52
3.1.1	Bewertung des Einzelhandelsimages	52
3.1.2	Ergänzungswünsche zum Einzelhandels- sowie zum Dienstleistungs- und Gastronomieangebot	54
3.1.3	Anregungen der Befragten zur Verbesserung der Einkaufssituation in Versmold	56
<b>IV.</b>	<b>Einzelhandelsstruktur der Stadt Versmold</b>	<b>58</b>
1.	Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten	58
2.	Einzelhandelsausstattung in den Ortsteilen	61
3.	Die Verteilung großflächiger Einzelhandelsbetriebe	65
4.	Verkaufsflächenausstattung im Vergleich	67
5.	Kaufkraftbewegungen	68
6.	Städtebauliche Situation	72
6.1	Versorgungszentren	72
6.2	Räumliches Ordnungsmodell	76
6.3	Weiterentwicklung der Nahversorgung	77
<b>V.</b>	<b>Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandortes Versmold</b>	<b>81</b>
1.	Verkaufsflächenzusatzbedarf bis zum Jahr 2020	81
1.1	Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung bis zum Jahr 2020	81
1.1.1	Bevölkerungsprognose	81
1.1.2	Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben	81

---

1.1.3	Kaufkraftprognose	82
2.	Die Umsatz- und Verkaufsflächenentwicklung bis zum Jahr 2020	85
2.1	Umsatzerwartung bis zum Jahr 2020	85
2.2	Der zusätzliche Verkaufsflächenbedarf bis zum Jahr 2020	87
3.	Branchen- und Standortkonzept	89
4.	Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Einkaufsstadt Versmold	94
4.1	Städtebauliche Zielsetzung	94
4.2	Einzelhandelszentralität	95
4.3	Sortimentskonzept	98
4.4	Standortkonzept	101
4.4.1	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Versmold	104
4.4.2	Bewertung potenzieller Ansiedlungsstandorte	111
4.5	Verkehrskonzept Innenstadt	118
4.5.1	Bewertung der Ausgangssituation	118
4.5.2	Verkehrsmittelwahl	120
4.5.3	Verkehrs- und Parkplatzimage	122
4.5.4	Anregungen der Befragten zur Verbesserung der Verkehrs- und Parkplatzsituation	123
4.5.5	Fließender Verkehr	124
4.4.6	Verkehrsberuhigung	128
4.5.7	Ruhender Verkehr	136
4.6	Stadtbildqualität	143
5.	Maßnahmen im Rahmen des Marketings	171
5.1	Einzelbetriebliche Maßnahmen	171
5.2	Vorschläge zur Optimierung der gemeinschaftlichen Marketingpolitik	174
<b>VI.</b>	<b>Fazit der Untersuchung</b>	<b>178</b>

## **I. Aufgabenstellung und Rahmenbedingungen**

### **1. Aufgabenstellung**

Die Stadt Versmold übernimmt nach den landesplanerischen Zielen Versorgungsfunktionen eines Grundzentrums in einem Gebiet mit überwiegend ländlicher Raumstruktur. Aufgrund der geringen Entfernung zu den benachbarten Oberzentren Bielefeld und Osnabrück sowie zu den Mittelzentren in der Region ist die Stadt jedoch starken Wettbewerbswirkungen ausgesetzt. Die durch den Zusammenschluss der früher dem Amt Versmold zugehörigen Gemeinden Bockhorst, Hesselteich, Loxten, Oesterweg, Peckeloh und Versmold gebildete Stadt weist eine polyzentrische Gliederung auf, wobei Versmold als Hauptzentrum der privaten und öffentlichen Infrastruktur fungiert, während die deutlich kleiner strukturierten Ortsteile nur begrenzte (Nah-)Versorgungsfunktionen ausüben.

Im Zusammenhang mit der Neuaufstellung des Flächennutzungsplans, Planungen im Rahmen des Stadtumbaus und der Wohnflächenentwicklung möchte die Stadt Versmold eine aktuelle Datenbasis mit Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandortes erhalten. Aufbauend auf einer Analyse der derzeitigen Angebotssituation sowie des Einkaufsverhaltens der Verbraucher wird ein gesamtstädtisches Einzelhandels- und Zentrenkonzept als Leitfaden für eine wirtschaftlich tragfähige und städtebaulich verträgliche Einzelhandelsentwicklung konzipiert, um einerseits die gewachsenen Versorgungsstrukturen im Stadtgebiet von Versmold zu sichern und andererseits die Chancen für eine stärkere Kaufkraftbindung durch Angebotsergänzungen, insbesondere im innerstädtischen Versorgungszentrum, zu nutzen.

Für die Bearbeitung wurden im Wesentlichen folgende Arbeitsschritte durchgeführt:

- Analyse und Bewertung der Einzelhandelssituation innerhalb der Stadt und im Spannungsfeld zu benachbarten Einkaufsstädten,
- Bewertung der Kaufkraftzu- und -abflüsse sowie der Umsatz- und Zentralitätskennziffern,

- Konzept zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandortes Versmold mit Hinweisen zu Sortimenten, Verkaufsflächenpotenzialen und zusätzlichen Geschäftsansiedlungen / -erweiterungen,
- Ableitung der Zentrenrelevanz von Sortimenten als Grundlage für den Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt,
- Bewertung der Zentrenstruktur, Definition und Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt,
- Bewertung potenzieller Ansiedlungs- bzw. Erweiterungsstandorte des Einzelhandels,
- Handlungsempfehlungen zur künftigen Einzelhandels- und Standortentwicklung.

## 2. Methodik

In Analogie zur Systematik der amtlichen Statistik werden die Betriebe gemäß dem Schwerpunkt ihrer Umsatztätigkeit zugeordnet. Der vorliegenden Untersuchung liegt eine Feingliederung zugrunde, die sich an die Gliederung der Einzelhandelsstatistik anlehnt. Dabei unterscheidet die **GMA-Systematik**:

1. Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Lebensmittel, Getränke, Tabak, Bäckerei- und Fleischereihandwerk),
2. Gesundheit und Körperpflege (inkl. Drogerie-, Parfümerie- und Apothekenwaren, Sanitätsbedarf),
3. Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf,
4. Bücher, Zeitschriften, Schreib-, Papierwaren, Büroartikel, Spielwaren,
5. Bekleidung, Schuhe, Sport (inkl. Damen-, Herren- Kinderbekleidung, Schuhe, Lederwaren, Sportbekleidung / -schuhe),
6. Elektrowaren (inkl. Elektrogroßgeräte, -zubehör, Beleuchtung, Unterhaltungselektronik, Ton- / Bildträger, Computer / Telekommunikation, Foto),

7. Hausrat, Möbel, Einrichtungsgegenstände (inkl. Glas, Porzellan, Keramik (GPK), Geschenkartikel, Möbel, Küchen, Kunstgegenstände, Heimtextilien / Bettwaren),
8. Sonstiger Einzelhandel (inkl. Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf, Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge, Optik, Uhren / Schmuck, Autozubehör, Fahrräder / Sportgeräte etc.).

Die Untersuchungsergebnisse basieren auf einer Reihe primärstatistischer Erhebungen, die im Rahmen der Strukturuntersuchung durchgeführt wurden:

- **Bestandsaufnahme** aller im Stadtgebiet ansässigen Betriebe des Ladeneinzelhandels und des Ladenhandwerks (= Totalerhebung) durch GMA-Mitarbeiter im April 2008,
- schriftliche **Befragung der Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe** im Mai / Juni 2008; von den im Stadtgebiet ermittelten 166 Betriebsstätten beteiligten sich 42 Betriebe an der Befragung (= ca. 25 % Rücklauf),
- **Kundenwohnorterhebung**, die von insgesamt 47 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetrieben zur Ermittlung des Kundeneinzugsbereichs durchgeführt wurde; hierbei wurden in einem Zeitraum von zwei Wochen im Mai / Juni 2008 die Wohnorte von 38.997 Kunden erfasst,
- **Bürgerbefragung** in Form einer schriftlichen Repräsentativbefragung im Stadtgebiet von Versmold, bei der im April 2008 insgesamt 2.500 Bürger angeschrieben wurden, von denen sich 741 Befragte (= ca. 30 % Rücklauf) an der Befragungsaktion beteiligten,
- **Kartierung der Nutzungsstruktur** in der Kernstadt von Versmold im Juni 2008.

Das Befragungsprogramm und das methodische Vorgehen wurden mit dem Auftraggeber und dem begleitenden Arbeitskreis abgestimmt. Der Arbeitskreis setzte sich zusammen aus Vertretern der Stadt Versmold, der Politik, des örtlichen Gewerbes, des Haus- und Grundeigentümergebietes, der IHK und der GMA-Projektleitung. Die Untersuchungsergebnisse wurden wie folgt vorgestellt und diskutiert:

- Konstituierende Arbeitskreissitzung am 06.03.2008 mit Abstimmung der Befragungsprogramme,
- Informationsveranstaltung zur Vorbereitung der Befragungen am 16.04.2008,
- Arbeitskreissitzung mit Vorstellung der Ergebnisse aus den Befragungen und Erhebungen am 06.11.2008,
- Präsentation der Ergebnisse vor Vertretern der Stadt und des örtlichen Einzelhandels am 16.12.2008.

### 3. Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung

#### 3.1 Kundenverhalten

Die Einzelhandelsentwicklung der letzten Jahrzehnte ist in entscheidendem Maße von der gestiegenen **Mobilität** der Verbraucher beeinflusst worden.<sup>1</sup> Einerseits entstanden im Zuge des Suburbanisierungsprozesses in vielen Wohngebieten neue Einzelhandelsstandorte. Andererseits wurde durch die Massenmotorisierung die Konzentration von Einzelhandelbetrieben an Pkw-orientierten Standorten außerhalb gewachsener Innenstädte oder Nahversorgungslagen ermöglicht.

Mit der Steigerung der Mobilität und der Erlebniskomponente des Einkaufens geht eine sinkende Standort- und Betriebstreue der Verbraucher einher, so dass sich der Wettbewerb um den Kunden intensiviert hat. Die Erwartungen der Kunden an den Einzelhandel beziehen sich auf folgende Faktoren:

- alle Waren des täglichen Bedarfs in einem Geschäft kaufen zu können (One-Stop-Shopping)
- aus einem großen Angebot auswählen zu können (Angebotsvielfalt)

---

<sup>1</sup> So stieg zwischen 1960 und 2008 der Pkw-Bestand von ca. 4,5 Mio. auf ca. 41,2 Mio. Pkw an (Quelle: Kraftfahrt-Bundesamt).

- die Geschäfte gut erreichen zu können (Erreichbarkeit)
- die jeweils gewünschte Menge eines Produktes kaufen zu können (Mengenverfügbarkeit)
- zur gewünschten Zeit einkaufen zu können (Öffnungszeiten)
- in einer ansprechenden Atmosphäre einkaufen zu können (Einkaufsatmosphäre)
- zu niedrigen Preisen einkaufen zu können (Preis)
- ein qualitativ ansprechendes Angebot zu erhalten (Qualität)
- in mehreren gleichartigen Geschäften einkaufen zu können (Vielzahl der Geschäfte)
- in unterschiedlichen Geschäften einkaufen zu können (Betriebsformenvielfalt)
- bequem einkaufen zu können (Convenience).

Im Hinblick auf das Einkaufsverhalten ist zwischen dem **Versorgungs- und dem Erlebniseinkauf** zu unterscheiden. Während die reine Bedarfsdeckung möglichst unkompliziert und preisbewusst erledigt werden soll, avanciert Einkaufen gleichzeitig zur Freizeitbeschäftigung, bei der das Einkaufserlebnis im Vordergrund steht. Die Inanspruchnahme eines Discountangebotes oder eines Kleinpreiskaufhauses einerseits und des Feinkosthandels oder des hochpreisigen Bekleidungsfachgeschäftes andererseits stellt für viele Konsumenten heute keinen Widerspruch mehr dar.

Auch durch die **demografischen Entwicklungen** sind zunehmend Auswirkungen auf die Einzelhandelslandschaft zu erwarten. Gemäß aktuellen Prognosen ist von einem Rückgang der Wohnbevölkerung in Deutschland von z.Z. ca. 82 Mio. auf ca. 77 Mio. im Jahre 2030 auszugehen, wobei etwa ein Drittel der Einwohner älter als 60 Jahre sein wird.

### 3.2 Flächen- und Standortentwicklung im Einzelhandel

Nach dem Zweiten Weltkrieg nahm die Zahl der Einzelhandelsbetriebe aufgrund steigender Einkommen und Konsumwünsche bis etwa 1960 stetig zu. Danach setzte ein Rückgang der eigenständigen Betriebe, verbunden mit einer Zunahme von Filialbetrieben, ein (**Konzentration**). Begleitet wurde dieser Prozess von einem umfangreichen Wachstum der Verkaufsflächen und einer Veränderung der Beschäftigtenstruktur im Einzelhandel mit mehr Teilzeitbeschäftigten bei gleichzeitig geringerem Qualifikationsniveau (**Rationalisierung**).

Der bundesdeutsche Einzelhandel konnte seit 1990 einen Verkaufsflächenzuwachs um ca. 42 Mio. m<sup>2</sup> auf insgesamt 119 Mio. m<sup>2</sup> im Jahre 2007 verzeichnen.<sup>1</sup> Bis zum Jahre 2010 wird eine Verkaufsfläche von 122 Mio. m<sup>2</sup> erwartet. Das hohe Verkaufsflächenwachstum ist dabei insbesondere auf den Boom großflächiger Einzelhandelsbetriebe zurückzuführen. Vor dem Hintergrund des hohen Verkaufsflächenwachstums bei stagnierenden Einzelhandelsumsätzen ist eine rückläufige Flächenproduktivität im Einzelhandel zu konstatieren; diese Entwicklung wird sich auch zukünftig fortsetzen.

Der **Einzelhandelsumsatz** im engeren Sinne stieg im Zeitraum 1995 - 2001 um rund 11,7 Mrd. € auf ca. 387,7 Mrd. €, gleichbedeutend einen nominalen Zuwachs von ca. 3,1 %. Dies entspricht einer insgesamt rückläufigen realen Umsatzentwicklung. Nach einer Phase auch nominal rückläufiger Umsätze - im Jahre 2003 wurden noch 378,0 Mrd. € umgesetzt - steigt der Umsatz im Einzelhandel seit 2004 nominal wieder an. Im Jahre 2007 lag der Umsatz bei ca. 395,8 Mrd. €, für das Jahr 2008 liegt nach vorläufigen Daten eine nominale Steigerung um ca. 2,0 % vor.<sup>2</sup> Aufgrund der deutlich gestiegenen Verkaufsfläche werden in den letzten Jahren abnehmende Flächenproduktivitäten erzielt; allein zwischen 2000 und 2007 sank die durchschnittliche Flächenproduktivität um rund 5,2 %.

Neben einer insgesamt positiven Entwicklung der Volkswirtschaft sowie gesellschaftlicher und demografischer Veränderungen hat insbesondere eine **Neubewertung von Stand-**

---

<sup>1</sup> vgl. EHI Retail Institute GmbH: Handel aktuell, Struktur, Kennzahlen und Profile des internationalen Handels - Schwerpunkt Deutschland, Österreich, Schweiz, Ausgabe 2008 / 2009, Köln, S. 185

<sup>2</sup> vgl. EHI, a.a.O., S. 184

**ortfaktoren und Standortqualitäten** eine Veränderung der Handelslandschaft herbeigeführt. Viele großflächige Betriebe wie Möbelhäuser, Baumärkte, Gartencenter, Heimtextilienfachmärkte oder Autozubehörfachmärkte haben im Zuge ihres steigenden Flächenbedarfs die Innenstädte verlassen. Hierbei waren insbesondere Aspekte der Flächenverfügbarkeit und betriebswirtschaftliche Gründe (in erster Linie Grundstückskosten) sowie Anforderungen an die verkehrliche Erreichbarkeit ausschlaggebend.

Bundesweit hat sich ein Trend verfestigt, demzufolge sich der Einzelhandel mit Möbeln / Einrichtungsgegenständen sowie Heimwerker- und Gartenartikeln<sup>1</sup> an dezentralen Standorten konzentriert, während die Innenstadt ihre Position als Standort für Bekleidung, Schuhe, Elektronik, Uhren und Schmuck und andere hochwertige Sortimente behauptete. Die feste Zuordnung einzelner Sortimente zu Betriebstypen oder Standortkategorien wird jedoch ab Mitte der achtziger Jahre durch die Entwicklung der Randsortimente in Frage gestellt.<sup>2</sup>

Das von klassischen Einzelhandelsstandorten unabhängige, überwiegend Pkw-orientierte „sekundäre“ Netz<sup>3</sup> hat nach der Entwicklung der Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser durch die zunehmende Ansiedlung von (Nonfood-)Fachmärkten ein beträchtliches Eigenleben entwickelt. Zunehmend suchen auch Fachmärkte und Fachgeschäfte gezielt die Agglomerationsvorteile im sekundären Einzelhandelsnetz. Unter Berücksichtigung der nach wie vor zunehmenden Motorisierung wird dieses sekundäre Netz weiter an Bedeutung gewinnen und damit zur Verschärfung der Standortkonkurrenz zwischen zentralen und dezentralen Lagen führen. Durch eine breit und tief gegliederte Angebotspalette am Stadtrand wird die Stellung der Innenstädte und Stadtteilzentren weiter geschwächt, sofern keine gezielten Gegenmaßnahmen ergriffen werden.

---

<sup>1</sup> Einzelhandel mit so genannten nicht zentrenrelevanten Sortimenten, vgl. Kapitel V.2.4 (Sortimentsliste)

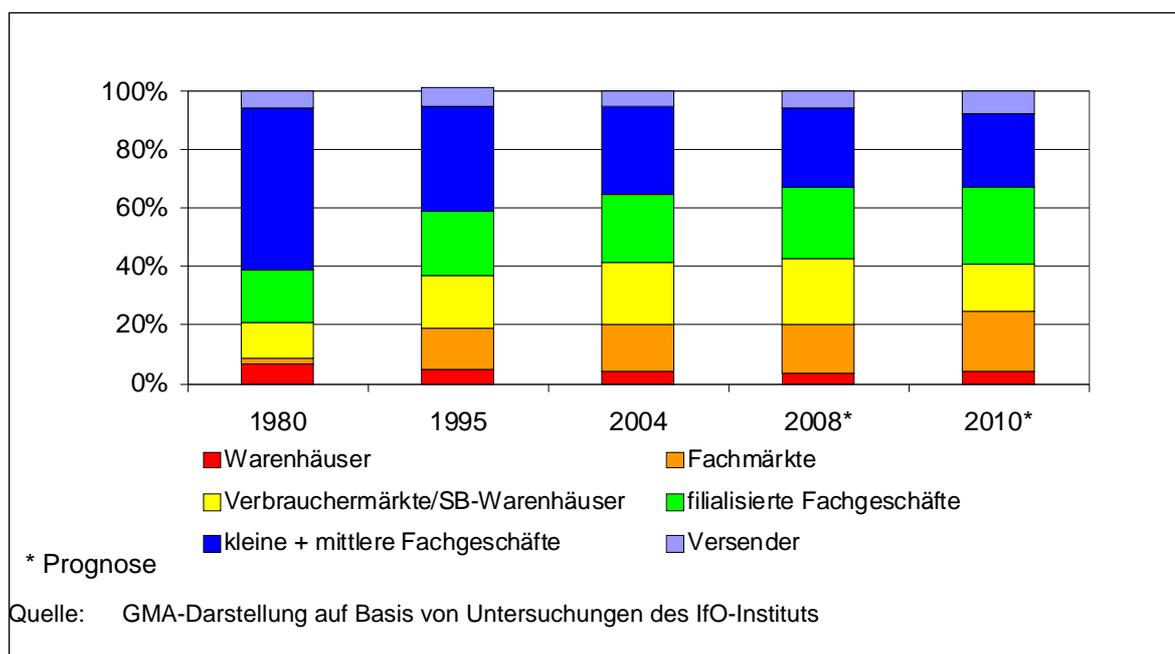
<sup>2</sup> Beispielhaft können Heimtextilien, Glas, Porzellan, Keramik u. a. als feste Sortimentsbausteine des Möbelhandels angeführt werden.

<sup>3</sup> B. Tietz bezeichnet das Netz innerörtlicher Zentren und Streulagen als primäres Einzelhandelsnetz, den Versandhandel und Direktvertrieb als tertiäres Einzelhandelsnetz und das Automobilhandels- und Tankstellenhandelsnetz als quartäres Handelsnetz; vgl. Tietz, B., Rothaar, B.: City-Studie, Landsberg / Lech, 1991, S. 158 ff.

### 3.3 Entwicklung der Betriebstypen

Mit den Flächen- und Standortveränderungen gehen auch unterschiedliche Entwicklungen der Betriebstypen einher. Gewinner seit Ende der siebziger Jahre sind die Fachmärkte, für die auch zukünftig mit einer Erweiterung des Marktanteils zu rechnen ist. Gliedert man den **Einzelhandel nach den Wachstumschancen**, so zählen insbesondere Fachmärkte, leistungsfähige Fachgeschäfte / filialisierter Nonfood-Einzelhandel, Spezialanbieter, Mehrfachdiscounter, Verbrauchermärkte / SB-Warenhäuser, Lebensmitteldiscounter sowie Online-Shops zu den Betriebstypen mit positiven Entwicklungsperspektiven, während u. a. für kleine unprofilierte Fachgeschäfte und Warenhäuser Schrumpfrisiken bestehen.

**Abb. 1: Die Entwicklung der Marktanteile der Betriebstypen bis zum Jahr 2010**



Im Bereich der **Nahversorgung** ist durch die schrittweise Vergrößerung der Lebensmittelbetriebe eine Konzentration auf wenige Versorgungsstandorte eingetreten. Die Entwicklung der Größenstruktur von Lebensmittel-SB-Märkten wird sich aufgrund der betriebswirtschaftlichen Aspekte auch zukünftig zu größeren Einheiten vollziehen. Derzeit liegt die betriebswirtschaftliche Mindestgröße für einen frischeorientierten Lebensmittelsupermarkt bei ca. 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Jedoch gibt es auch Konzepte, die in hochverdichteten

Einzugsgebieten wieder auf kleinflächige Supermärkte mit Verkaufsflächen zwischen 500 und 1.000 m<sup>2</sup> setzen, wie die City-Märkte der REWE Group, die zurzeit in Großstädten mit Erfolg getestet werden.

Die aktuelle Einzelhandelsentwicklung wird insgesamt von folgenden Tendenzen beeinflusst:

- Der „**E-Commerce**“ (= Internet-Handel) nimmt mittlerweile einen beachtlichen Stellenwert im Einzelhandel ein. Der Umsatz konnte von 1,0 Mrd. € im Jahr 2000 auf 13,4 Mrd. € im Jahr 2008 ausgeweitet werden.<sup>1</sup> So wird v. a. der Kauf bestimmter Produktgruppen – wie Bekleidung, Textilien, Schuhe, Medien, Bild- und Tonträger sowie Unterhaltungselektronik /-technik - in zunehmenden Maße über das Internet abgewickelt. Der Anteil der E-Commerce-Nutzer liegt mittlerweile bei rund 48 %<sup>2</sup>, in der Altersgruppe 14 – 29 Jahre nutzen bereit ca. 72 % das Internet für den Kauf von Einzelhandelswaren.
- Der Marktanteil des **Versandhandels** am Einzelhandelsumsatz liegt aktuell bei ca. 7,2 % und konnte in den letzten Jahren nur geringfügig ausgebaut werden, obwohl beträchtliche Investitionen in neue Medien vorgenommen wurden. Bei der zunehmenden Zahl der Versandhandelsanbieter sind gegenwärtig einerseits verstärkte Spezialisierungsanstrengungen und andererseits gezielte Marketingansätze zur Verstärkung der Kundenbindung festzustellen.
- Die Entwicklung von **Factory-Outlet-Centern** (FOC) ist auf ausgewählte Standorte begrenzt. Ein FOC stellt eine Agglomeration herstellerbetriebener Ladeneinheiten innerhalb eines großflächigen Gebäudekomplexes oder einer Anlage mit einer Gesamtverkaufsfläche von mindestens 3.000 m<sup>2</sup> dar. Unabhängig vom Ort der Produktion mieten und betreiben Hersteller eigene Ladeneinheiten, in denen eigenproduzierte Sortimente, bestehend aus Auslaufmodellen, Produktionsüberhängen, 2. Wahl-Artikeln, Waren zu Markttestzwecken etc., direkt an den Endverbraucher ver-

---

<sup>1</sup> vgl. EHI, a.a.O., S. 246

<sup>2</sup> Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren

kauft werden.<sup>1</sup>

- Großformen des Handels suchen zunehmend die Verknüpfung mit Freizeitaktivitäten (**Urban-Entertainment-Center**). Ein UEC stellt eine Kombination von verschiedenen Unterhaltungs-, Erlebnis- und Gastronomieangeboten dar. Dieser Angebotschwerpunkt wird um erlebnisorientierte Einzelhandelsnutzungen ergänzt. Als Vorreiter dieser Entwicklung kann das CentrO in Oberhausen bezeichnet werden.
- Die **Filialisierungswelle** setzt sich zwischenzeitlich in nahezu allen Branchen fort. Die Marktbedeutung von **Franchiseunternehmen**, die Existenzgründern den Weg in die Selbstständigkeit ermöglichen, wird auch zukünftig wachsen.
- Betriebstypen, die in den zurückliegenden Jahren teilweise die Innenstädte verließen, versuchen heute mit veränderten Konzepten, die **Standortvorteile der Innenstadt** zu nutzen. Beispiele hierfür sind die zunehmende Akzeptanz des Standortes Innenstadt durch SB-Warenhäuser, ausgewählte Fachmarktangebote (z. B. Elektrofachmärkte) sowie Shopping-Center.
- Von der zunehmenden **Konzentration** auf der Einkaufsseite gehen erhebliche Wettbewerbswirkungen aus. So ging z. B. in der Lebensmittelbranche die Zahl der selbstständigen Unternehmen deutlich zurück. Zukünftig dürften die Schwierigkeiten kleinerer und mittlerer Unternehmen mit nur begrenzter Umsatzleistung zunehmen, außerhalb von Verbundgruppen beliefert zu werden.

#### 4. Entwicklungen und Perspektiven der Nahversorgung

Seit einigen Jahren ist in der wohnungsnahen Versorgung eine Abwanderung von Einzelhandelsbetrieben sowohl im ländlichen Raum als auch in Stadtteillagen und Wohngebieten festzustellen, die mit den übergeordneten Trends der Einzelhandelsentwicklung korrespondiert. Die Grundversorgung mit Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren, sonstigen Lebensmitteln, Zeitschriften, Schreibwaren, Drogeriewaren, Wasch- und Putzmitteln,

---

<sup>1</sup> vgl. Vogels, P. und Will, J.: Raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen von Factory-Outlet-Center, Grundlagenuntersuchung im Auftrag des Bundesministeriums für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau, Basel / Boston / Berlin, 1999.

Blumen und Apothekenartikeln in unmittelbarer Nähe des Wohnortes ist vielerorts nicht mehr bzw. nur noch eingeschränkt möglich; zunehmend werden weiter entfernte Einkaufsschwerpunkte mit dem Pkw angefahren.

Mit dem Rückzug des Handels aus Wohnlagen geraten auch konsumnahe Dienstleister unter wirtschaftlichen Druck, so etwa Friseure, Reinigungen, Kreditinstitute oder Postfilialen. Idealtypisch sind einem Nahversorgungszentrum nicht nur Angebote aus dem Lebensmittelbereich, sondern auch aus dem Konsumgüterbereich und dem Dienstleistungssektor zuzuordnen. Je umfassender der Angebots- und Nutzungsmix strukturiert ist, desto höher ist die Versorgungsqualität und damit die Attraktivität eines Geschäftszentrums.

Die Ursachen für die Ausdünnung des Einzelhandelsangebotes in Nahversorgungslagen sind vielfältig, lassen sich jedoch vereinfacht folgenden Faktoren zurechnen:

- **Harter Kostendruck der Unternehmen:** Nach einer Phase der Ausbreitung der Lebensmittelbetriebe in der Fläche durch zusätzliche Kaufkraft und Suburbanisierungsprozesse ist das Netz der lebensmittelbezogenen Nahversorgung wieder weitmaschiger geworden. Gründe hierfür sind der harte Kostendruck der Unternehmen, der dazu führt, dass Grenzertragsstandorte immer wieder auf den Prüfstand gestellt und ggf. sogar vor Ablauf des Mietvertrages aufgegeben werden.
- **Steigende Ansprüche der Verbraucher:** Die Verbraucher wünschen eine größere Auswahl, zudem soll möglichst alles unter einem Dach angeboten werden. Dafür suchen die Verbraucher größere Betriebe auf und nehmen auch längere Fahrwege in Kauf. Bei den kleineren Betrieben im Wohnumfeld wird häufig nur noch der Ergänzungsbedarf („Vergesslichkeitsbedarf“) gedeckt, wodurch deren Umsatz stark zurückgegangen ist.
- **Mobilitätsverhalten:** Der Motorisierungsgrad und die Mobilität der Bevölkerung ist heute um ein Vielfaches höher als zu der Zeit, als der klassische kleinstrukturierte Lebensmitteleinzelhandel etabliert wurde. Die Verbraucher sind heute sehr mobil, auch ältere Verbraucher nutzen oftmals den Pkw zum Einkauf und legen sich nicht nur auf eine Einkaufsstätte fest. Insofern bedingen die gestiegenen Verbraucheran-

sprüche und die höhere Mobilität eine geänderte Betriebsstruktur sowie neue Standortanforderungen.

- **Demografische Entwicklung:** Die Verkleinerung der Haushalte führt in bestehenden, für eine "Nachverdichtung" des Wohnbestandes nicht geeigneten Stadtteilen, tendenziell zu einer abnehmenden Einwohnerzahl im fußläufigen Einzugsbereichen von Nahversorgungsbetrieben und damit zum Rückgang des Kundenpotenzials. Bei Einzugsgebieten von unter 4.000 - 6.000 Einwohnern wird eine leistungsfähige und gleichzeitig wirtschaftliche Nahversorgung der Bevölkerung zunehmend schwieriger.
- **Konzentrations- und Filialisierungstendenz:** Die Zahl möglicher Betreiber von Supermärkten und Discountern hat sich in den letzten 20 Jahren auf etwa fünf leistungsfähige Anbieter reduziert, die vorwiegend bundesweit, z. T. auch regional tätig sind. Kettenunabhängige inhabergeführte Geschäfte sind kaum noch anzutreffen.
- **Gezielte Standortanforderungen:** Die Handelsunternehmen konzentrieren ihre Standortnachfrage auf wenige Standorte, die bestimmte Anforderungen (z. B. Grundstücksgröße, Erreichbarkeit, Einsehbarkeit) erfüllen müssen. Das unternehmerische Standortwahlverhalten divergiert dabei häufig mit den städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt.
- **Größenstruktur von Lebensmittelmärkten:** Die Entwicklung der Betriebsgrößen wird sich auf Grund der betriebswirtschaftlichen Aspekte auch zukünftig zu größeren Einheiten vollziehen. Derzeit liegt die betriebswirtschaftliche Mindestgröße für einen neuen frischeorientierten Lebensmittel-Supermarkt bei ca. 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Für die Zukunft ist eine steigende Tendenz zu erwarten.<sup>1</sup>
- **Druck auf klassische Supermärkte:** Während der discountierende Lebensmittel-einzelhandel in jüngerer Zeit auf stete Zuwächse verweisen kann, gerät der „normale Supermarkt“ vielerorts unter Druck. Auf der einen Seite soll er, so die Wünsche der Kunden, ein preisgünstiges Sortiment wie die Discounter bereithalten, auf der anderen Seite konkurriert er im Frischebereich mit dem Lebensmittelhandwerk. Ins-

---

<sup>1</sup> Konzepte, die wieder auf kleinflächigere Supermärkte und Verkaufsflächen von ca. 500 - 1.000 m<sup>2</sup> setzen (wie die City-Märkte der Rewe-Group), beschränken sich vorwiegend auf hochverdichtete Einzugsgebiete von Großstädten.

gesamt veränderte sich der Marktanteil der Lebensmittel-Discountmärkte am gesamten Lebensmittel-Einzelhandelsumsatz vom Jahr 1991 mit ca. 23 % auf etwa 42 % im Jahr 2007 (vgl. Tabelle 1).

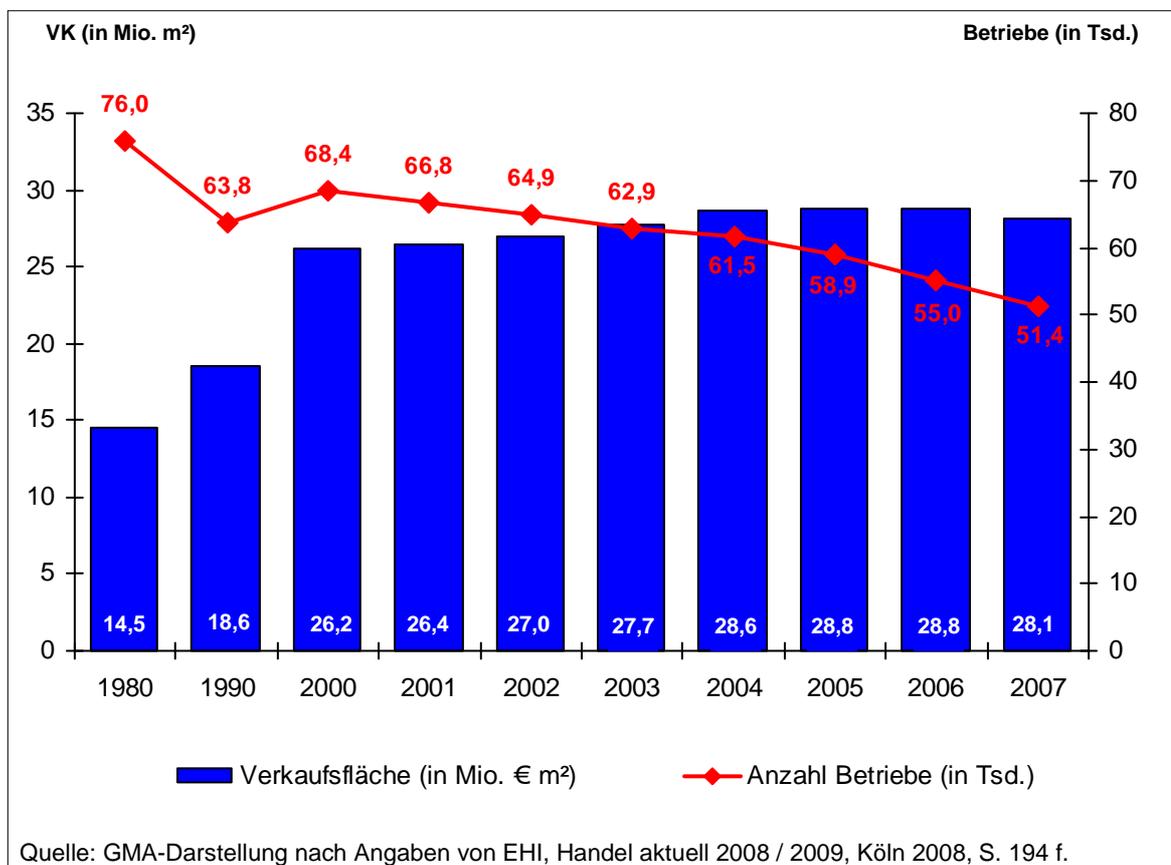
- **Ausgabeverhalten:** Das Ausgabeverhalten der Bürger hat sich in den letzten Jahren deutlich verändert. Dabei sind die Ausgaben für den Einzelhandel deutlich gesunken. So flossen 1975 noch rd. 22 % der Konsumausgaben der privaten Haushalte in den Lebensmittelbereich<sup>1</sup> und noch ca. 10 % in die Sparte Bekleidung und Schuhe, 2007 waren es noch rund 14 % bzw. ca. 5 %. Demgegenüber müssen die Bürger nun höhere Ausgaben für Wohnung und Energiekosten (ca. 24 % der Konsumausgaben), Verkehr und Nachrichtenübermittlung (ca. 17 %) sowie Gesundheitspflege, Bildungswesen oder Dienstleistungen sozialer Einrichtungen u. a. (ca. 18 %) aufwenden.

**Tabelle 1: Die Struktur im Lebensmitteleinzelhandel nach Betriebsformen in der Bundesrepublik Deutschland im Jahr 2007**

Betriebsformen	Anzahl der Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz (netto)	
	abs.	in %	in Mio. m <sup>2</sup>	in %	in Mrd. €	in %
SB-Warenhäuser / Verbrauchermärkte	3.233	6,3	6,36	22,7	34,3	26,2
Discounter	15.219	29,6	10,65	37,9	55,2	42,2
Supermärkte	8.137	15,8	6,56	23,4	29,5	22,6
übrige SB-Geschäfte	24.770	48,2	4,49	16,0	11,7	9,0
<b>Gesamt</b>	<b>51.359</b>	<b>100,0</b>	<b>28,06</b>	<b>100,0</b>	<b>130,7</b>	<b>100,0</b>
Quelle: EHI, Handel aktuell 2008 / 09, S. 196						

<sup>1</sup> Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren; Quelle: Statistisches Bundesamt, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen, Private Konsumausgaben und verfügbares Einkommen, 2. Vierteljahr 2008, Wiesbaden

Abb. 2: Entwicklung des Lebensmitteleinzelhandels



In Analogie zu anderen Branchen bzw. Betriebstypen des Einzelhandels sind auch für das Ladenhandwerk die Filialisierung und räumliche Konzentration als dominante Entwicklungen zu beobachten. Die starke Filialisierung des Ladenhandwerks lässt sich vor allem im Bäckereisektor nachvollziehen. Stellten die selbstständigen Bäckereibetriebe im Jahr 1980 noch einen Anteil von ca. 76 % an der Gesamtheit aller Bäckereifachgeschäfte, so vereinigten diese im Jahr 2007 lediglich noch ein Anteil von knapp 35 % auf sich.<sup>1</sup>

Die räumliche Konzentration und die damit zusammenhängende Standortausdünnung vollzog sich noch stärker im Metzgereihandwerk. Während die Anzahl der Bäckereifachgeschäfte in den vergangenen Jahren weitgehend konstant blieb, reduzierte sich die Betriebsstättenzahl im Fleischerhandwerk von ca. 28.700 Geschäften im Jahr 1980 auf nur noch ca. 17.140 Geschäfte im Jahr 2007.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> vgl. [www.baeckerhandwerk.de](http://www.baeckerhandwerk.de) / Daten-kompakt

<sup>2</sup> vgl. EHI, a.a.O., S. 223

Eine stärkere Positionierung der Betriebe des Lebensmittelhandwerks erfolgt durch die Integration weiterer Artikel aus dem Lebensmittelsektor sowie ergänzender Sortimente aus dem Nonfood-Bereich. In gewisser Weise drängen diese Geschäfte in die Lücken, welche die aufgegebenen Lebensmittelmärkte hinterlassen haben. Derartige Betriebe des Ladenhandwerks (z. B. das Konzept der BÄKO-Einkaufsgenossenschaft<sup>1</sup>) stellen bereits eine Übergangsform zu Convenience-Konzepten<sup>2</sup> dar.

Für den Lebensmitteleinzelhandel mit **ethnischem Hintergrund** (in Deutschland v. a. türkische und russische Lebensmittelanbieter) ist eine Zunahme der Betriebe und Verkaufsflächen zu verzeichnen. Dies liegt zum einen an der steigenden Nachfrage in diesem Bereich, zum anderen an der hohen Bereitschaft ausländischer Mitbürger zum Schritt in die Selbstständigkeit.<sup>3</sup> Oftmals werden von Anbietern ausländischer Lebensmittel Standorte in integrierten Lagen belegt, die vorher von kleinen Supermärkten, Discountern oder so genannten „Tante Emma-Läden“ betrieben wurden und heute aufgrund von Wirtschafts- oder Standortfaktoren nicht mehr den aktuellen Anforderungen der Betreiber entsprechen. Damit übernehmen in zahlreichen kleinen Nahversorgungs- oder Stadtteilzentren - neben Bäckern und Metzgern - zunehmend Anbieter ausländischer Lebensmittel Nahversorgungsfunktion für die ansässige Wohnbevölkerung.

Eine deutlich steigende Bedeutung weisen in den vergangenen Jahren auch die Anbieter von Biolebensmitteln auf. Nach einer Reihe von Lebensmittelskandalen ist die Bevölkerung in Deutschland für Biolebensmittel sensibilisiert. Die steigende Nachfrage hat auch zu einem deutlichen Wandel auf der Anbieterseite geführt. Nach den ersten Fachgeschäften für biologische Lebensmittel, den Weltläden sowie Reformhäusern, ist auch im Bio-

---

<sup>1</sup> Das „BÄKO-Konzept“ (Nahversorger-Ausbaustufe) setzt neben dem Kernsortiment (= Backwaren / Snacks) auf sog. „Impulssortimente“ (Tabak, Presse, Getränke, Snacks) und „Ergänzungssortimente“ (Frische-Produkte, sonstige Non-Food, sonstige Lebensmittel, Dienstleistungen)

<sup>2</sup> Zum Convenience-Bereich zählen Tankstellen-Shops, Bäckereien mit Zusatzsortimenten, Kioske, Bahnhofsmärkte usw. „Convenience“ steht für bequem und verfügbar, wobei das Hauptmerkmal die Kombination aus Handel, Dienstleistung und Gastronomie in verkehrlich gut erreichbarer Lage (meist Frequenzstandorte) darstellt. Insbesondere Tankstellenshops bieten z. T. bereits deutlich über 5.000 Artikel an.

<sup>3</sup> Für viele ausländische Mitbürger ist eine Integration im Rahmen eines Angestelltenverhältnisses in den hiesigen Arbeitsmarkt aufgrund von diversen Faktoren immer noch schwierig. Dementsprechend wird von vielen der Weg in die Selbstständigkeit im Bereich Handel oder Gastronomie gewählt, wobei i. d. R. andere betriebliche Kostenstrukturen entstehen als bei den filialisierten Lebensmittelmärkten mit angestellten Mitarbeitern (insbesondere Personalkosten).

segment ein Trend zur Filialisierung festzuhalten. So befindet sich eine Reihe von **Biosupermarktketten** auf Expansionskurs, auch wenn sich dieser bei den meisten Anbietern auf bestimmte Bundesländer bzw. Regionen bezieht. So hat der Marktführer Alnatura mittlerweile rd. 35 Filialen, v. a. in Baden-Württemberg, Bayern, Hamburg, Hessen, Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz.<sup>1</sup> Gerade in Mittel- und Großstädten treten die Biosupermärkte auch als Nachfolgenutzungen auf den Flächen ehemaliger konventioneller Lebensmittelfilialen auf.<sup>2</sup>

Mit dem **Rückzug der Handels- und Dienstleistungsbetriebe** aus ländlichen Gemeinden und Stadtteillagen kann die wohnortnahe Versorgung an sog. Grenzertragsstandorten nicht mehr flächendeckend gewährleistet werden. Zahlreiche, größtenteils fußläufig erreichbare Standorte wurden zwischenzeitlich aufgegeben oder stehen zunehmend auf dem Prüfstand. Als Folge können nicht alle Teile der Bevölkerung im gleichen Umfang und in der gleichen Qualität versorgt werden. Dies betrifft neben sehr kleinen Ortschaften v. a. suburbane Bereiche mit einer geringeren Bevölkerungsdichte. Die heute nachgefragten Betriebsgrößen benötigen ein höheres Bevölkerungspotenzial in ihrem Einzugsbereich. Entsprechend fällt das Einzugsgebiet bei geringer Bevölkerungsdichte räumlich größer aus, so dass die **fußläufige Erreichbarkeit** größtenteils nicht mehr gewährleistet werden kann. Die vielfach gewünschte fußläufig erreichbare Nahversorgung ist am ehesten Qualitätsmerkmal dicht besiedelter Kernbereiche (Innenstädte, Gründerzeitquartiere, u. a.). Künftig ist davon auszugehen, dass weniger mobile Bevölkerungsgruppen zunehmend gezwungen sind, im Rahmen der Grundversorgung auf Nachbarschaftshilfe, öffentliche Verkehrsmittel, mobile Händler oder auf Einkaufsdienstleistungen zurückzugreifen.

---

<sup>1</sup> Quelle: Internet-Auftritt [www.alnatura.de](http://www.alnatura.de).

<sup>2</sup> Auch beim konventionellen Lebensmittelhandel steigt der Anteil an Bioprodukten; die meisten Filialketten führen mittlerweile eine eigene Biomarkte (z. B. BioBio bei Plus, Bioness bei Lidl).

## 5. Planungsrechtliches Instrumentarium zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel

### Rechtsgrundlagen

Die wesentlichen Rechtsgrundlagen für die Planung und Genehmigung von Einzelhandelsstandorten stellen das **Baugesetzbuch** (BauGB) und die **Baunutzungsverordnung** (BauNVO) dar. Nach § 11 Abs. 3 BauNVO i. V. m. der dazu ergangenen Rechtsprechung ist für Neuansiedlungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können, ab ca. 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche bzw. ca. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, die Festsetzung eines Kern- oder entsprechenden Sondergebietes in der Regel erforderlich. Nach § 11 Abs. 3 S. 2 BauNVO sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen, Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich, auf die zentralen Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt erfasst. In Bezug auf die Beurteilung der genannten Auswirkungen sind v. a. die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des geplanten Betriebs zu berücksichtigen.

### Aktualisierung des Baugesetzbuches (BauGB)

In der aktualisierten Fassung des Baugesetzbuches vom 21.12.2006 sind in § 9 (2a) für im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34 BauGB) zur **Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche**, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden, folgende Regelungen getroffen:

- In einem Bebauungsplan können bestimmte Arten der allgemein zulässigen baulichen Nutzungen als zulässig bzw. nicht zulässig oder als ausnahmsweise zulässig festgelegt werden.
- Die Festsetzungen können für Teile des räumlichen Geltungsbereichs des Bebauungsplans unterschiedlich getroffen werden.

- Bei den Festsetzungen zur Zulässigkeit von baulichen Nutzungen ist insbesondere ein hierauf bezogenes städtebauliches Entwicklungskonzept (§ 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB) zu berücksichtigen, das Aussagen der Gemeinde / eines Gemeindeteils enthält.
- In den zu erhaltenden / zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereichen sollen die planungsrechtlichen Voraussetzungen für Vorhaben, die den Versorgungsbereichen dienen, vorhanden sein oder durch einen in Aufstellung befindlichen Bebauungsplan vorgesehen sein.

Mit der aktuellen Regelung des § 34 Abs. 3a Satz 1 BauGB werden die Erweiterung, Änderung, Nutzungsänderung oder Erneuerung eines zulässigerweise errichteten Gewerbe- oder Handwerksbetriebes in Gemengelagen erleichtert. Diese Erleichterung findet aber gem. § 24 Abs. 3a Satz 2 BauGB keine Anwendung auf Einzelhandelsbetriebe, die die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung beeinträchtigen oder schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden haben können.

Neben den zentralen Versorgungsbereichen soll also auch ausdrücklich die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung keinen Schaden nehmen. Eine Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung liegt dann vor, wenn sich bei Realisierung des Vorhabens etwa kleinere Betriebe in der näheren Umgebung nicht mehr halten könnten und dies für die nicht motorisierte Bevölkerung zu längeren Wegen führen würde. Dabei genügt die Möglichkeit einer solchen Beeinträchtigung.

### **Aktualisierung des Gesetzes zur Landesentwicklung**

Das Gesetz zur Änderung des Gesetzes zur Landesentwicklung (**Landesentwicklungsprogramm - LEPro**) vom 13.06.2007 schreibt vor, dass großflächiger Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten in NRW grundsätzlich nur noch in sog. zentralen Versorgungsbereichen, d.h. in den Innenstädten, Stadtteilzentren und Ortsmittelpunkten angesiedelt werden darf.

Nach der Anhörung der kommunalen Spitzenverbände wurde der Vorschlag aufgegriffen, die Neuregelung als verbindliches Ziel der Raumordnung auszuweisen, das damit bei der Regional- und Bauleitplanung zu beachten ist.

Die Kernpunkte des Änderungsgesetzes sind wie folgt zu skizzieren:

- Zur Belebung der Zentren darf in Zukunft großflächiger Einzelhandel mit nahversorgungs- / zentrenrelevanten Sortimenten nur noch in zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden.
- Außerhalb der Zentren soll nur noch großflächige Einzelhandelsbetriebe zugelassen werden, die für eine lebenswerte Entwicklung der Innenstädte nicht zwingend erforderlich sind, z. B. Möbelmärkte, Gartencenter, Baumärkte etc. Solche Betriebe dürfen nur max. 10 % der Verkaufsfläche für zentren- und nahversorgungsrelevante Randsortimente, jedoch nicht mehr als insgesamt 2.500 m<sup>2</sup>, nutzen.
- Hersteller-Direktverkaufszentren (Factory-Outlet-Center) mit mehr als 5.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche dürfen in Zukunft nur noch in Gemeinden mit mehr als 100.000 Einwohnern realisiert werden.

Die Landesregierung will darüber hinaus mit den benachbarten Bundesländern Hessen und Niedersachsen einheitliche Linien für die Ansiedlung von Hersteller-Direktverkaufszentren insbesondere an den NRW-Landesgrenzen verabreden.

Das Gesetz legt weiterhin fest, dass bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen geprüft werden muss, ob der zu erwartende Umsatz des geplanten Vorhabens für nicht zentrenrelevante Sortimente die entsprechende Kaufkraft der Einwohner im Gemeindegebiet nicht übersteigt. In diesem Fall „kann in der Regel davon ausgegangen werden, dass keine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche oder der wohnungsnahen Versorgung [...] vorliegt“.

Aufgrund der Neufassung des Gesetzes zur Landesentwicklung (Landesentwicklungsprogramm - LEPro) werden die vorstehend aufgeführten Kriterien im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Versmold als Rechtsgrundlage berücksichtigt.

### **Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen<sup>1</sup>**

Zur Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten sind zusätzlich zu den Regelungen durch Gesetze und Verordnungen eine sehr umfängliche Rechtsprechung sowie Verwaltungsvorgaben, in Nordrhein-Westfalen u. a. in der Form des **Einzelhandelserlasses**, zu würdigen. Nach Maßgabe des Einzelhandelserlasses müssen Standorte für großflächigen Einzelhandel (u. a. Sondergebiete) nach Art, Lage und Umfang der angestrebten zentralörtlichen Gliederung und der in diesem Rahmen zu sichernden Versorgung der Bevölkerung entsprechen sowie räumlich und funktional einem Siedlungsschwerpunkt zugeordnet sein (vgl. Ziffer 3.1). Eine Ausnahme ist bei Märkten mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten möglich, wenn der Umfang zentrenrelevanter Randsortimente nicht mehr als 700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche beträgt und keine wesentlichen Auswirkungen auf das innergemeindliche Zentrensystem eintreten. Die Erreichbarkeit mit dem ÖPNV ist zu sichern.

### **Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)**

In Gebieten mit Bebauungsplänen resultiert die Art der baulichen Nutzung aus deren Festsetzungen. Werden in Bebauungsplänen die in der BauNVO bezeichneten Baugebiete festgelegt, sind Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe der §§ 2 bis 9 BauNVO - teils ausdrücklich als Läden oder Einzelhandelsbetriebe, teils allgemein als Gewerbebetriebe benannt - in allen Baugebieten zulässig:

- Sie sind eingeschränkt - bezogen auf die Versorgung des Gebietes - zulässig in allgemeinen und besonderen Wohngebieten sowie Kleinsiedlungsgebieten,
- sie sind allgemein zulässig in Dorf-, Misch-, Gewerbe- und Industriegebieten (§§ 4 bis 9 BauNVO),

---

<sup>1</sup> Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben, Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben, 22.09.2008.

- in reinen Wohngebieten (§ 3 BauNVO) können nur "Läden, die zur Deckung des täglichen Bedarfs für die Bewohner des Gebiets dienen" als Ausnahme zugelassen werden.

### **Nicht beplanter Innenbereich (§ 34 BauGB)**

Nach § 34 Abs. 1 BauGB ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und die Erschließung gesichert ist. Nach § 34 Abs. 2 BauGB ist hinsichtlich der Art der baulichen Nutzung die BauNVO anzuwenden. Danach ist ein Vorhaben zulässig, wenn es nach der Verordnung allgemein zulässig wäre. In der aktuellen Fassung des BauGB von 2004 wird im Abs. 3 ausgeführt, dass von dem Vorhaben (nach Abs. 1/2) keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden ausgehen dürfen. Die potenziellen Auswirkungen eines Einzelhandelsvorhabens sind im Rahmen einer Einzelfallprüfung darzulegen.

### **Außenbereich (§ 35 BauGB)**

Im Außenbereich sind Einzelhandelsbetriebe nicht vorgesehen. Sollen dort solche Betriebe genehmigt werden, setzt dies die Aufstellung eines Bebauungsplanes voraus.

### **Großflächiger Einzelhandel**

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

- Liegt ein großflächiger Handelsbetrieb vor? Wenn dies zutrifft (ab ca. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche<sup>1</sup>), dann ist zu klären:

---

<sup>1</sup> vgl. BVerwG 4 C 14.04 vom 24.11.2005 zur Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben lt. § 11 Abs. 3 BauNVO.

- Liegen Auswirkungen vor? Wenn dies der Fall ist, gilt die Zulässigkeit nur für ein Kern- oder ein Sondergebiet.

Anders als in der vorhergehenden Bewertungspraxis sind für die Einstufung mehrerer Einzelhandelsbetriebe als "ein" großflächiger Betrieb im Sinne von § 11 Abs. 3 Nr. 2, die in der zusammenführenden Betrachtung den Schwellenwert der Großflächigkeit erreichen, nicht mehr zu erwartende Agglomerationseffekte, sondern das Vorliegen einer Funktionseinheit erforderlich. Die künftige Behandlung orientiert sich somit nicht mehr an den aus der Nachbarschaft resultierenden Marktwirkungen eines Betriebes.

### **Ausschluss / Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen**

Die Anwendung der §§ 11 Abs. 3 BauNVO und 34 BauGB erfolgt stets einzelfallbezogen und stellt wegen des Einzelfallcharakters nur eine Reaktion dar. Lediglich eine Bauleitplanung kann vorbeugende Regelungen treffen und damit zukünftige Entwicklungen systematisch steuern. Die sicherste Form der Problembewältigung für die kommunale Praxis sind die im BauGB und in der BauNVO ausgeführten **Festsetzungsmöglichkeiten in Bebauungsplänen** zum Ausschluss und / oder zur Gliederung von Einzelhandelsflächen.

Über die Beschränkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO hinaus können Gemeinden weitergehende Festsetzungen über die Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben (auch für nicht großflächige Betriebe) treffen. Nach §§ 1 Abs. 5 und 9 BauNVO können - ggf. räumlich beschränkt - Einzelhandelsbetriebe generell oder bestimmte Arten von Einzelhandelsbetrieben ausgeschlossen oder als nur ausnahmsweise zulässig festgesetzt werden.

Weiter differenzierende Bebauungsplanfestsetzungen sind möglich, sofern die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebietes gewahrt bleibt. Festsetzungen von zulässigen Verkaufsflächenobergrenzen sind in der Rechtsprechung umstritten. Einzelhandelsbetriebe einzelner Branchen oder Warengruppen können dagegen ausgeschlossen werden. Positive wie negative (Branchen-)Festsetzungen sind gleichermaßen bei Vorliegen der sonstigen materiell-rechtlichen Voraussetzungen nach §§ 11 Abs. 5 und 9 BauNVO als Gliederungsmöglichkeiten innerhalb der einzelnen Baugebiete zulässig.

Zu den bauplanungsrechtlichen Festsetzungen der aus städtebaulichen Gründen notwendigen Beschränkungen in der Zulässigkeit von einzelnen Branchen oder Warengruppen kann auf die Klassifikation des Statistischen Bundesamtes zu den Einzelhandelsbereichen sowie auf die Differenzierung von zentrenrelevanten bzw. nicht zentrenrelevanten Sortimenten in der vorliegenden Untersuchung verwiesen werden.

Zur Durchsetzung einer städtebaulich ausgerichteten Einzelhandels- und Standortentwicklung sind folgende Steuerungs- und Ordnungsmaßnahmen zu empfehlen:<sup>1</sup>

„Zur Sicherung einer verbrauchernahen Versorgung sind **Einzelhandels- und Zentrenkonzepte** aufzustellen bzw. zu aktualisieren. In diesen räumlich-funktionalen Zentrenkonzepten muss auch die Nah- und Grundversorgung einen hohen Stellenwert haben. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept einer Stadt sollte möglichst mit den Kommunen des Umlandes abgestimmt werden. Darüber hinaus ist eine laufende stadtreionale Kooperation mit den Umlandgemeinden zu empfehlen.

Zur Umsetzung des Zielkonzeptes sollten bezogen auf die Grund- und Nahversorgung an geeigneten Standorten innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche entsprechende **Sondergebiete** für die Ansiedlung oder Erweiterung von Supermärkten und Discountmärkten festgesetzt werden. Es gilt, mehr mit positiven Standortangeboten als mit Verboten zu agieren. Entsprechende Sondergebietsfestsetzungen können die notwendige Investitions- und Planungssicherheit (auch für Erweiterungen) vermitteln.

Es ist sinnvoll, ständigen **Kontakt mit den zuständigen Vertretern der Supermarkt- und Discountmarktketten** zu halten und zu versuchen, Neuansiedlungen solcher Märkte entsprechend dem Zentrenkonzept ausschließlich auf die zentralen Versorgungsbereiche auszurichten. Es sollte kooperativ nach einer möglichst großen gemeinsamen Schnittmenge der betrieblichen Interessen und der städtebaulichen Interessen gesucht werden.

Zentrenrelevanter Einzelhandel sollte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche vor allem in **Misch-, Gewerbe- und Industriegebieten** konsequent durch entsprechende **Bebauungsplanfestsetzungen gem. § 1 Abs. 9 BauNVO** ausgeschlossen oder doch zumindest weitgehend eingeschränkt werden. Die dafür notwendigen Planänderungen sollten zumindest in den für Supermärkte und Discountmärkte interessanten Randbereichen vorsorglich durchgeführt werden, um unnötige Schwierigkeiten und Entschädigungspflichten zu vermeiden, die bei einem Abwarten entsprechender Bauanträge entstehen können.

**Ältere Plangebiete sind auf die neue BauNVO umzustellen**, um insbesondere zentrenschädigende Einzelhandelsgroßprojekte auszuschließen.

Trotz des neuen § 34 Abs. 3 BauGB kann sich eine **zentrenorientierte Überplanung bislang unbeplanter Innenbereiche** empfehlen. Dabei ist die durch § 13 BauGB 2004 neu eingeführte Möglichkeit eines vereinfachten Verfahrens zu nutzen.

---

<sup>1</sup> vgl. Dr. Heinz Janning, Beigeordneter der Stadt Rheine, Das Instrumentarium des Städtebaurechts zur Sicherung der Nahversorgung, in: Land ohne Läden? Alternative Möglichkeiten der Lebensmittelversorgung, NRW-Tagung 02.11.2004.

---

Insgesamt gilt es, die vorhandenen Instrumente des Planungsrechts auf der Basis eines fundierten Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes konsequent zu nutzen. [...] Probleme bei der städtebaulichen Steuerung des Einzelhandels [sind] in der Regel nicht auf Unzulänglichkeiten des Rechts, sondern auf Vollzugsdefizite und auf politische Fehlentscheidungen zurückzuführen, [...].

**Zur Umsetzung der Zentrenkonzepte und damit gleichzeitig auch zur Sicherung der Grund- und Nahversorgung steht [...] ein geeignetes und ausreichend differenziertes Steuerungsinstrument zur Verfügung.“**

## **II. Strukturdaten und Kaufkraft der Stadt Versmold**

### **1. Strukturdaten**

#### **1.1 Geografische Lage und Einordnung in die Landesplanung**

Die an der Grenze zwischen Münsterland und Ostwestfalen, in der münsterländischen Bucht, gelegene Stadt Versmold beheimatet knapp 21.400 Einwohner.<sup>1</sup> Das Stadtgebiet gliedert sich in die Ortsteile Bockhorst, Hesselteich, Loxten, Oesterweg, Peckeloh und Versmold. Die Stadt soll nach den Zielen der Landesplanung die Funktion eines Grundzentrums in einem Gebiet mit überwiegend ländlicher Raumstruktur wahrnehmen. Durch die geringe Entfernung zu den Oberzentren Bielefeld und Osnabrück sowie zu den benachbarten Mittelzentren (u. a. Halle / Westfalen, Gütersloh, Rheda-Wiedenbrück und Warendorf) in einem Umkreis von ca. 25 km bestehen starke Wettbewerbsbeziehungen zu anderen Einkaufsstädten der Region.

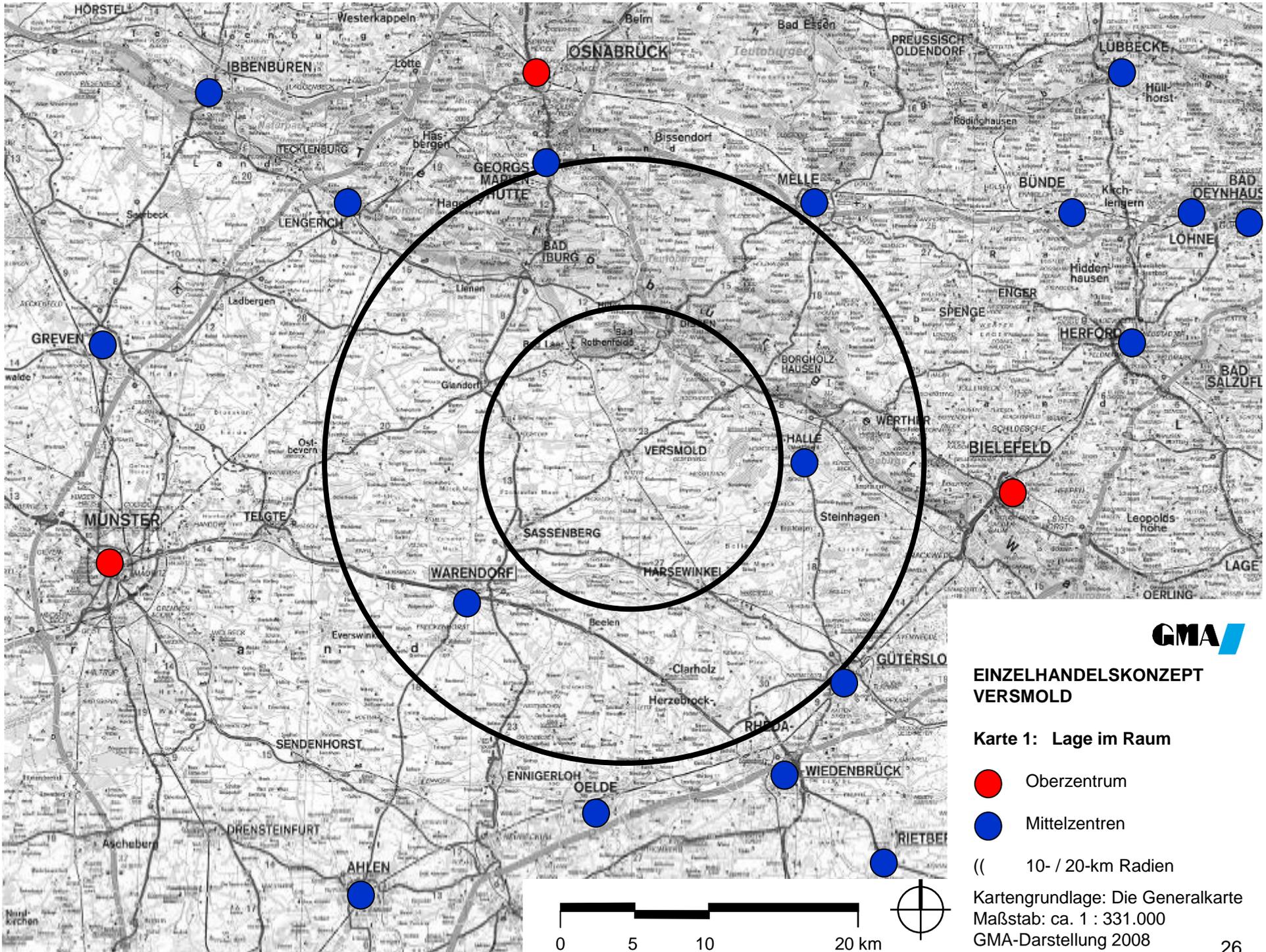
Die überregionale Verkehrsanbindung der Stadt Versmold hat sich durch den Ausbau der A 33 (Osnabrück - Paderborn), welche das Stadtgebiet an der Nord-Ost-Grenze tangiert und über die B 476 (Warendorf – Melle) angebunden ist, deutlich verbessert,. Die B 476 durchquert das Stadtgebiet in von Südwest nach Nordost, wobei die Innenstadt durch die Ringstraße Münsterstraße / Westheider Weg im Nordwesten umfahren wird. Von der B 476 zweigen mehrere Verkehrsstraßen ab, welche die Kernstadt mit den umliegenden Ortsteilen und Nachbarkommunen verbinden. Die Stadt verfügt damit über eine leistungsfähige Anbindung an das (über-)regionale Verkehrsnetz.

Die Stadt verfügt über einen Anschluss an die Teutoburger Wald Eisenbahn, die jedoch nur noch durch den Güterverkehr bedient. Regionalbusse fahren nach Gütersloh, Bielefeld, Halle (Westfalen), Borgholzhausen und Warendorf (Anrufbus). Versmold gehört zum Verkehrsverbund OstWestfalenLippe.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Quelle: Stadt Versmold, Stand 03 / 2008

<sup>2</sup> vgl. [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)



**EINZELHANDELSKONZEPT  
VERSMOLD**

**Karte 1: Lage im Raum**

- Oberzentrum
- Mittelzentren

(( 10- / 20-km Radien

Kartengrundlage: Die Generalkarte  
 Maßstab: ca. 1 : 331.000  
 GMA-Darstellung 2008

## 1.2 Bevölkerungsstruktur und -entwicklung

In der Stadt Versmold leben derzeit 21.389 Einwohner, die sich auf sechs Ortsteile verteilen. Den Einwohnerschwerpunkt bildet mit ca. 48 % der Einwohner der Kernort Versmold; die größten Einwohnerzahlen der Ortsteile weisen Peckeloh (ca. 17 %), Loxten (ca. 15 %) und Oesterweg (ca. 10 %) auf (vgl. Tabelle 2).

**Tabelle 2: Einwohnerverteilung in der Stadt Versmold**

Ortsteil	Einwohner	
	abs.	in %
Bockhorst	1.807	8,5
Hesselteich	540	2,5
Loxten	3.139	14,7
Oesterweg	2.201	10,3
Peckeloh	3.539	16,6
Versmold	10.163	47,5
<b>Stadt Versmold gesamt</b>	<b>21.389</b>	<b>100</b>
Quelle: GMA-Darstellung auf Basis von Angaben der Stadt Versmold, Stand: März 2008 (Hauptwohnsitze)		

Im Zeitraum von 1997 bis 2007 ist in der Stadt Versmold eine positive Einwohnerentwicklung zu beobachten; die Einwohnerzahl nahm um ca. 6,2 % zu. Die Einwohnerentwicklung liegt damit im Vergleichszeitraum noch über dem Durchschnitt des Kreises Gütersloh (ca. + 5,0 %) sowie des Landes Nordrhein-Westfalen (ca. + 0,1 %).

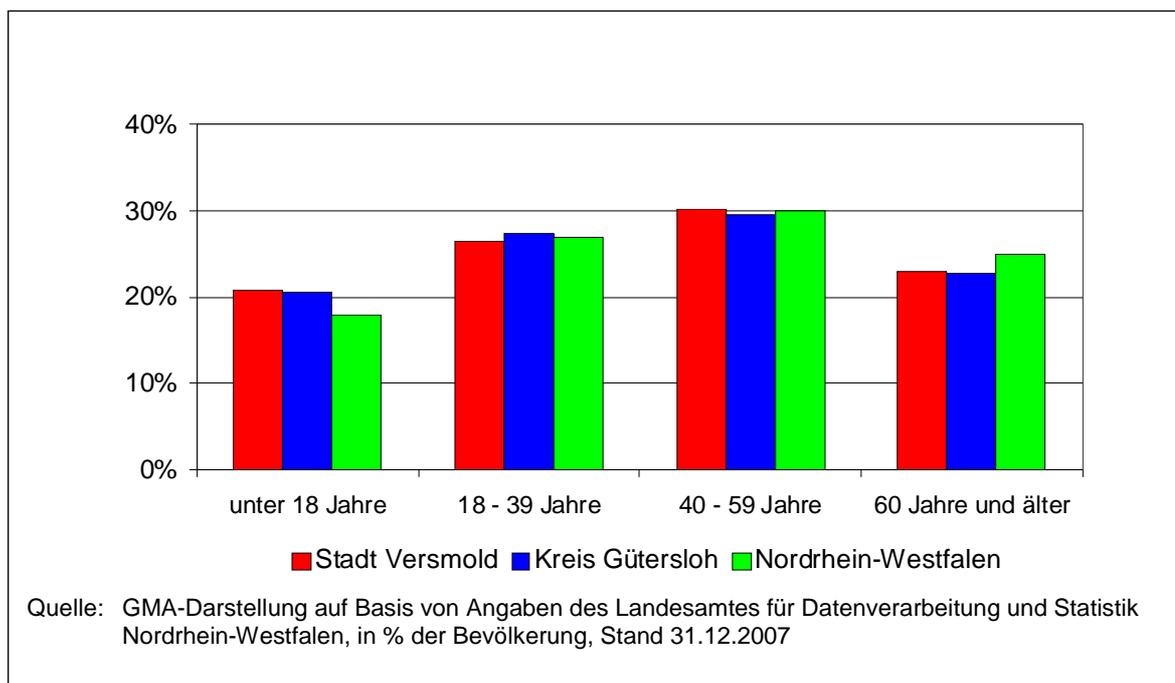
Im Vergleich zum Landesdurchschnitt lässt die Altersstruktur der Bevölkerung in der Stadt Versmold – ähnlich der Struktur im Kreis Gütersloh - einen **überdurchschnittlichen Anteil an Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen** erkennen. Damit korrespondiert ein geringerer Anteil der älteren Bevölkerung (60 Jahre und älter), so dass eine relativ junge Bevölkerungsstruktur ablesbar ist (vgl. Abb. 3).

**Tabelle 3: Einwohnerentwicklung in der Stadt Versmold**

Jahr	Einwohner Stadt Versmold	
	abs.	1997 = 100,0
1997	19.968	100,0
1998	20.106	100,7
1999	20.212	101,2
2000	20.397	102,1
2001	20.634	103,3
2002	20.830	104,3
2003	20.909	104,7
2004	20.992	105,1
2005	21.064	105,5
2006	21.059	105,5
2007	21.204	106,2

Quelle: GMA-Darstellung auf Basis von Daten des NLS, Stand jeweils 31.12. (Hauptwohnsitze)

**Abb. 3: Die Altersstruktur der Bevölkerung im Vergleich**



### 1.3 Arbeitsmarkt und Pendlerströme

Die wirtschaftliche Bedeutung der Stadt wird nach wie vor durch den sekundären Sektor geprägt, etwa 45 % der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten sind dieser Sparte zuzuordnen. Innerhalb des sekundären Sektors nimmt die fleischverarbeitende Industrie / Lebensmittelproduktion und -logistik (u. a. mit den Firmen Reinert, Wiltmann und Nölke, Kühlhaus Frigoropa / Nordfrost-Gruppe) in Versmold einen hohen Stellenwert ein. Weitere bedeutende Unternehmen sind den Sparten Handel, Gastgewerbe und Verkehr zugeordnet.

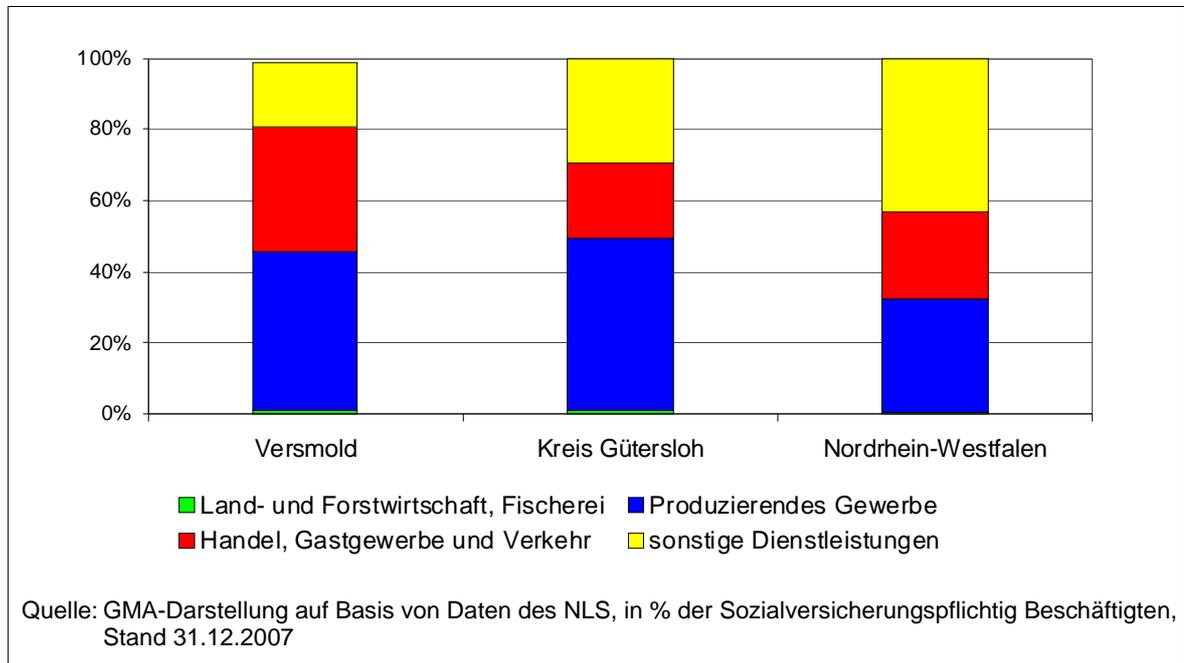
Im Jahr 2007 waren in Versmold ca. 7.888 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte gemeldet, im Jahr 2006 lag die Zahl noch bei 8.112.<sup>1</sup> Etwa 45 % der Beschäftigten sind im Verarbeitenden Gewerbe tätig; diese Sparte ist – ähnlich dem Kreis Gütersloh - überdurchschnittlich stark ausgeprägt. Einen weiteren Schwerpunkt bildet der Bereich Handel, Gastgewerbe und Verkehr, der mit ca. 35 % deutlich über dem Niveau des Kreises (ca. 21 %) und des Landes Nordrhein-Westfalen (ca. 24 %) liegt. Demgegenüber sind den sonstigen Dienstleistungen mit ca. 18 % verhältnismäßig wenige Beschäftigte zuzuordnen; diese Sparte ist im Kreis (ca. 29 %) sowie vor allem im Land (ca. 43 %) deutlich stärker ausgeprägt (vgl. Abb. 4).

Die Stadt Versmold fungiert auch als wichtiger Arbeitsort für auswärtige Beschäftigte. Den 4.171 Einpendlern stehen 4.152 Auspendler gegenüber, so dass insgesamt eine fast ausgeglichene Pendlerbilanz zu konstatieren ist.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Quelle: LDS NRW, Landesdatenbank, Stand: 30.06.2007 und 30.06.2006

<sup>2</sup> Quelle: Bundesagentur für Arbeit: Pendler in NRW 2007, S. 18

**Abb. 4: Beschäftigtenstruktur im Vergleich**

#### 1.4 Städtebauliche Rahmenbedingungen

Aufgrund der stadtgeschichtlichen Entwicklung der Stadt Versmold mit der im Jahr 1973 vorgenommenen kommunalen Neugliederung mit Einbindung der ehemals selbstständigen Gemeinden Bockhorst, Hesselteich, Loxten, Oesterweg und Peckeloh in die Stadt Versmold weist die heutige siedlungsstrukturelle und städtebauliche Situation unterschiedliche Merkmale auf. So werden die peripheren Ortsteile durch eine ländliche, freiflächenorientierte Siedlungsstruktur mit geringer Ausprägung der Ortskerne charakterisiert. Die „Golddörfer“ Bockhorst und Oesterweg weisen gut erhaltene, sanierte Dorfkerne auf. Demgegenüber bildet die Versmolder Innenstadt einen vergleichsweise stark verdichteten, urbanen Stadtmittelpunkt mit einer vielfältigen Versorgungsstruktur. Als Schwerpunkt der öffentlichen und privaten Infrastruktur und als städtebaulicher Kristallisationspunkt mit einem sanierten Stadtkern, einer Reihe stadtbildprägender, historischer Gebäude und einer verkehrsberuhigten Geschäftszone übernimmt die Stadtmitte eine Leitfunktion für die Identifikation der Bürger und Besucher mit der Stadt Versmold.

Im Hinblick auf die landschaftsprägenden Rahmenbedingungen des Stadtgebietes ist die Lage der Stadt im so genannten „Drei-Länder-Eck“ im Schnittpunkt von Ravensberger Land, Münsterscher Bucht und der weitläufigen Mittelgebirgslandschaft des Teutoburger Waldes ein wichtiger Standortfaktor, der sowohl die Wohn- und Freizeitqualität als auch die touristischen Funktionen der Stadt prägt.

Im Rahmen der Stadtentwicklung plant die Stadt Versmold zurzeit u.a die Neuaufstellung des Flächennutzungsplans, Projekte im Rahmen des Stadtumbaus und der Wohnflächenentwicklung. Das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept soll ergänzend Leitlinien zur Steuerung des Einzelhandels, speziell großflächiger Einzelhandelsbetriebe, an innerstädtischen und peripheren Standorten des Stadtgebietes aufzeigen. Vor dem Hintergrund der in den letzten Jahren eingetretenen Strukturveränderungen im innerstädtischen Einzelhandel mit Geschäftsschließungen und Mindernutzungen soll das Einzelhandels- und Zentrenkonzept dazu beitragen, insbesondere die Funktion der Innenstadt als Hauptzentrum der Einkaufsstadt zielgerichtet weiterzuentwickeln und zu stärken.

## **2. Marktgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft**

### **2.1 Marktgebiet und Bevölkerung**

Als einzelhandelsrelevantes Marktgebiet wird der Raum bezeichnet, in dem die Verbraucher sich überwiegend zum Einkauf nach Versmold orientieren.

Die Abgrenzung des Marktgebietes erfolgt unter Berücksichtigung folgender Kriterien:

- Ergebnisse der GMA-Einzelhandelsbefragung in der Stadt Versmold im Mai / Juni 2008,
- Ergebnisse der Kundenwohnerhebung durch den Einzelhandel in der Stadt Versmold Mai / Juni 2008,
- Bewertung der topografischen und siedlungsstrukturellen Bedingungen sowie der Verkehrserschließung des Raumes,

- Bewertung der übergemeindlichen Wettbewerbssituation, wobei insbesondere das Einzelhandelsangebot in benachbarten Ober- und Mittelzentren berücksichtigt wird,
- die Pendlerbewegungen (Ein- und Auspendler).

Bei der in 47 Einzelhandelsbetrieben der Stadt Versmold durchgeführten Kundenwohnerhebung wurden die Wohnorte von insgesamt 38.997 Kunden erfasst. Insgesamt stammen ca. 85 % der befragten Kunden aus der Stadt Versmold (vgl. Tabelle 4). Der Einkaufsstandort Versmold besitzt mit einem durchschnittlichen Anteil von ca. 15 % auswärtigen Kunden nur eine **vergleichsweise geringe Ausstrahlungskraft** in das Umland.

Die **Intensität der übergemeindlichen Verflechtungen** mit den einzelnen Städten / Gemeinden ist anhand der Kennziffern „Kundenanteil an der Gesamtkundenzahl“ sowie „Kundenanteil an der Einwohnerzahl der Herkunftskommune“ zu bewerten. Für die an der Kundenerhebung beteiligten Versmolder Betriebe ist die höchste übergemeindliche Verflechtungsintensität mit den benachbarten Kommunen Borgholzhausen, Bad Rothenfelde, Dissen, Bad Laer und Sassenberg / Füchtorf festzustellen; dabei ist vor allem in den unmittelbar an Versmold angrenzenden Ortsteilen dieser Kommunen von einer stärkeren Einkaufsorientierung in Richtung Versmold auszugehen.

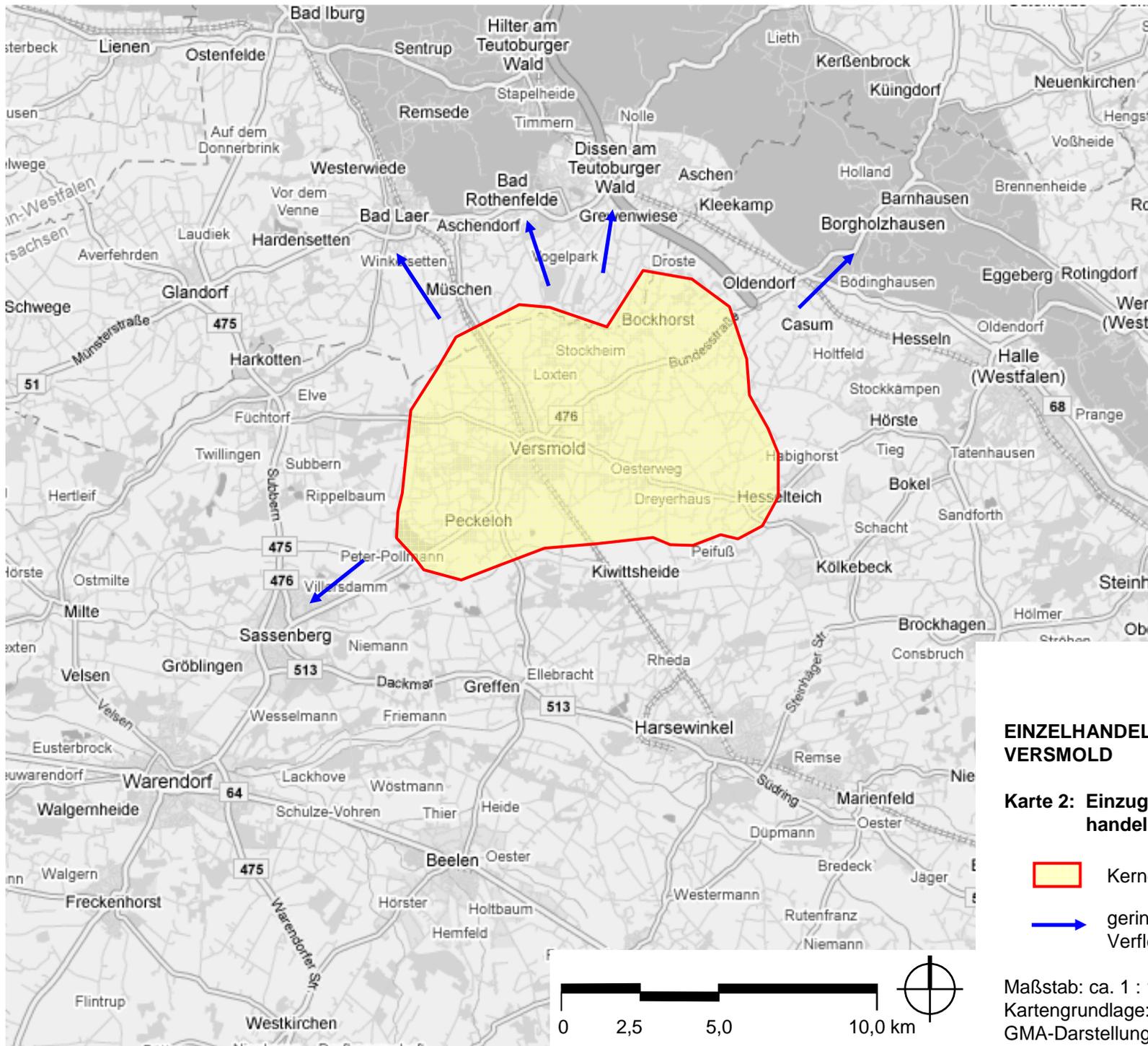
**Tabelle 4: Wohnorte der Einzelhandelskunden in der Stadt Versmold**

Kundenwohntort (Stadt / Stadt)	Anzahl der Einwohner	Anzahl der Kunden	Kunden in % der Gesamtkundenzahl	Kunden in % der Einwohner
<b>Versmold, davon</b>	<b>21.389</b>	<b>33.050</b>	<b>84,8</b>	<b>154,5</b>
Versmold, Kernort	10.163	22.500	57,7	221,4
Bockhorst	1.807	4.351	11,2	240,8
Hesselteich	540	541	1,4	100,2
Loxten	3.139	1.720	4,4	54,8
Oesterweg	2.201	1.742	4,5	79,1
Peckeloh	3.539	2.196	5,6	62,1
Fortsetzung nächste Seite				

Fortsetzung von vorheriger Seite				
Kundenwohntort (Stadt / Stadt)	Anzahl der Einwohner	Anzahl der Kunden	Kunden in % der Gesamtkundenanzahl	Kunden in % der Einwohner
Borgholzhausen	8.721	934	2,4	10,7
Bad Rothenfelde	7.299	435	1,1	6,0
Dissen	9.303	547	1,4	5,9
Bad Laer	9.251	384	1,0	4,2
Sassenberg / Füchtorf	14.331	589	1,5	4,1
Halle	21.177	511	1,3	2,4
Harsewinkel / Greffen	24.220	499	1,3	2,1
Warendorf	38.375	158	0,4	0,4
Glandorf	6.854	143	0,4	2,1
Hilter	10.277	120	0,3	1,2
Steinhagen	19.938	107	0,3	0,5
Beelen	6.366	101	0,3	1,6
Fremdenverkehrsgäste	./.	227	0,6	./.
Sonstige Städte / Gemeinden	./.	1.192	3,1	./.
<b>Auswärtige Städte gesamt</b>	<b>./.</b>	<b>5.947</b>	<b>15,2</b>	<b>./.</b>
<b>Gesamt</b>	<b>./.</b>	<b>38.997</b>	<b>100,0</b>	<b>./.</b>
Quelle: GMA-Kundenwohnererhebung, Einwohnerdaten (Quelle: Stadt Versmold, Stand März 2008 sowie NLS, Stand 31.12.2007 und LDS NRW, Stand 31.12.2007), ca.-Werte				

Vor dem Hintergrund der verhältnismäßig geringen Intensität der übergemeindlichen Verflechtungen ist die Stadt Versmold in erster Linie als Selbstversorgerort zu klassifizieren, der schwerpunktmäßig auf die Versorgung der eigenen Wohnbevölkerung ausgerichtet ist und darüber hinaus begrenzte übergemeindliche Verflechtungen zu den Nachbarkommunen Borgholzhausen, Bad Rothenfelde, Dissen, Bad Laer und Sassenberg / Füchtorf aufweist.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> vgl. Karte 2: Das Einzugsgebiet des Einzelhandels der Stadt Versmold



**EINZELHANDELSKONZEPT  
VERSMOLD**

**Karte 2: Einzugsgebiet des Einzelhandels der Stadt Versmold**

- Kerneinzugsgebiet
- geringe übergemeindliche Verflechtungen

Maßstab: ca. 1 : 171.500  
 Kartengrundlage: Google-Maps  
 GMA-Darstellung

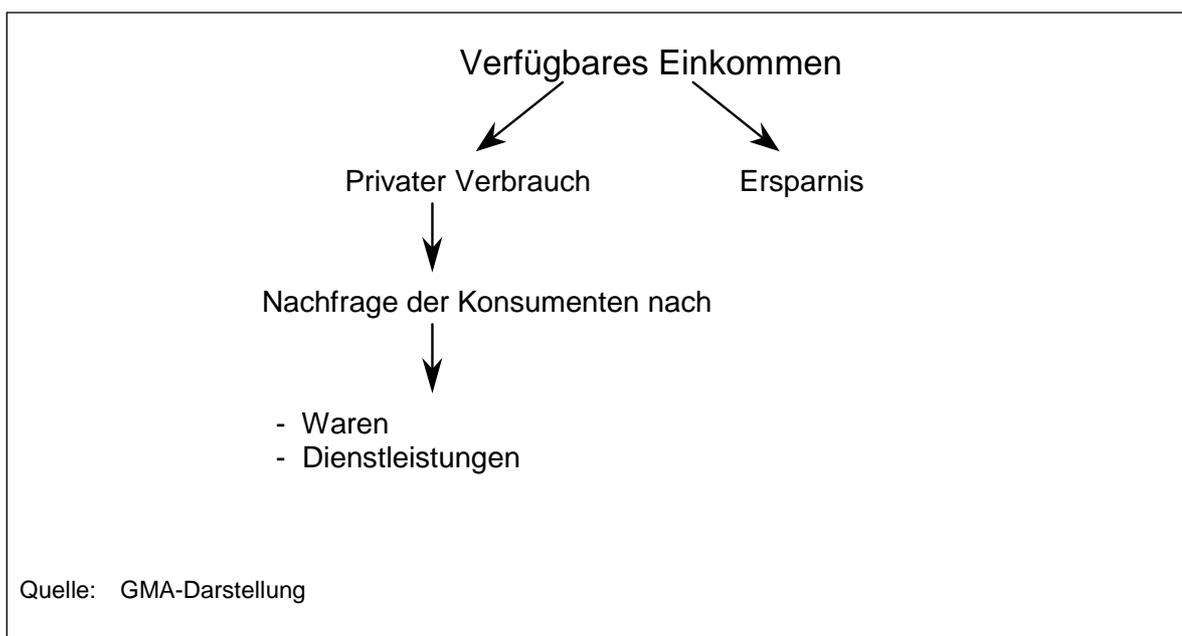
Dabei ist jedoch darauf hinzuweisen, dass die in der Stadt Versmold ansässigen Betriebe über eine z. T. stark differierende Ausstrahlungskraft verfügen und insbesondere der flächenintensive und / oder spezialisierte Einzelhandel in der Stadt Versmold – so z. B. die großflächigen Anbieter der Sparten Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Einrichtungsbedarf – teilweise auch größere Marktgebiete erschließen. Umsätze, die mit außerhalb der Stadt Versmold wohnhaften Kunden getätigt werden, werden nachfolgend als Streuumsätze ausgewiesen.

## 2.2 Kaufkraft

### 2.2.1 Grundlagen der Kaufkraftberechnung

Die Grundlage für die Berechnung der Nachfrage nach Waren und Dienstleistungen bildet das Nettosozialprodukt zu Faktorkosten, aus dem das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte abgeleitet wird. Die Nachfrage der Konsumenten nach Waren und Dienstleistungen errechnet sich aus dem verfügbaren Einkommen wie in Abb. 5 dargestellt.

**Abb. 5: Einzelhandelsrelevante Nachfrage**



Für die Planung von Einzelhandelsflächen können Dienstleistungskäufe vernachlässigt werden. Von Bedeutung sind lediglich die Warenkäufe der privaten Haushalte. Dabei ist jedoch zu beachten, dass die Warenkäufe sowohl in Ladengeschäften (Einzelhandel i.e.S.) als auch in Nichtladengeschäften (z. B. Versandhandel) wirksam werden können. Die Pro-Kopf-Ausgaben ohne Berücksichtigung regionaler Kaufkraftunterschiede belaufen sich nach eigenen Berechnungen derzeit auf **ca. 5.264,- €**

Die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben müssen um die regionalen Kaufkraftunterschiede bereinigt werden. Die Stadt Versmold weist mit einem regionalen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkoeffizienten von 97,6 bezogen auf den Bundesdurchschnitt ein unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau auf.<sup>1</sup>

## 2.2.2 Kaufkraftpotenzial in der Stadt Versmold

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in der Stadt Versmold beläuft sich derzeit auf ca. 109,9 Mio. €, davon entfallen ca. 37,3 Mio. € auf Nahrungs- und Genussmittel und ca. 72,6 Mio. € auf Konsumgüter (vgl. Tabelle 5).

**Tabelle 5: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt Versmold im Jahr 2007**

Sortiment / Warengruppe	Kaufkraft in Mio. € in Versmold
Lebensmittel, Getränke	30,1
Bäckereihandwerk	3,5
Fleischereihandwerk	3,7
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>	<b>37,3</b>
Drogerie-, Parfümeriewaren	4,3
Apotheken-, Sanitätswaren	9,1
Fortsetzung nächste Seite	

<sup>1</sup> Die GfK, Nürnberg, ermittelt auf der Grundlage der Lohn- und Einkommensstatistiken das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau für Städte und Gemeinden.

Fortsetzung von vorheriger Seite	
Sortiment / Warengruppe	Kaufkraft in Mio. €
<b>Gesundheit, Körperpflege</b>	<b>13,4</b>
Blumen, Pflanzen	1,6
zoologischer Bedarf	0,8
<b>Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf</b>	<b>2,4</b>
Bücher, Zeitschriften	2,3
Papier-, Büro-, Schreibwaren	2,4
Spielwaren	0,7
<b>Bücher, Schreib- / Spielwaren</b>	<b>5,4</b>
Damenbekleidung	5,9
Herrenbekleidung	3,2
Kinderbekleidung	0,6
Schuhe	2,6
Lederwaren	0,5
Sportartikel	1,3
<b>Bekleidung, Schuhe, Sport</b>	<b>14,1</b>
weiße Ware	1,9
Leuchten, Elektroinstallation, -zubehör	0,7
Unterhaltungselektronik	2,4
Ton-, Bildträger	1,1
Computer, Telekommunikation	2,3
Foto, -zubehör	1,4
<b>Elektrowaren</b>	<b>9,8</b>
Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel	2,1
Möbel, Küchen, Antiquitäten, Kunst	6,9
Heimtextilien, Bettwaren, Gardinen	1,8
<b>Hausrat, Möbel, Einrichtungen</b>	<b>10,8</b>
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	8,3
Teppiche, Bodenbeläge	1,0
Fortsetzung nächste Seite	

Fortsetzung von vorheriger Seite	
<b>Sortiment / Warengruppe</b>	<b>Kaufkraft in Mio. €</b>
Optik	1,0
Uhren, Schmuck	1,2
Autozubehör	2,2
Sportgeräte	1,4
Sonstige Einzelhandelswaren	1,6
<b>Sonstiger Einzelhandel</b>	<b>16,7</b>
<b>Konsumgüter</b>	<b>72,6</b>
<b>Einzelhandelswaren gesamt</b>	<b>109,9</b>
Quelle: GMA-Berechnungen 2008 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)	

### **III. Ergebnisse der Einzelhandels- und Bürgerbefragungen**

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Einzelhandels- und Bürgerbefragung dargestellt. Die Darstellung der jeweils abgefragten Bewertung des Einzelhandelsstandortes Versmold erfolgt im abschließenden Kapitel in einer vergleichenden Gegenüberstellung.

#### **1. Einzelhandelsbefragung**

Von den 166 Einzelhandelsbetrieben in der Stadt Versmold haben sich 42 aktiv an der Befragung beteiligt (ca. 25 % Rücklaufquote). Nachfolgend werden die wichtigsten Betriebsstrukturdaten der antwortenden Betriebe vorgestellt und bewertet.

##### **1.1 Beschäftigtenstruktur**

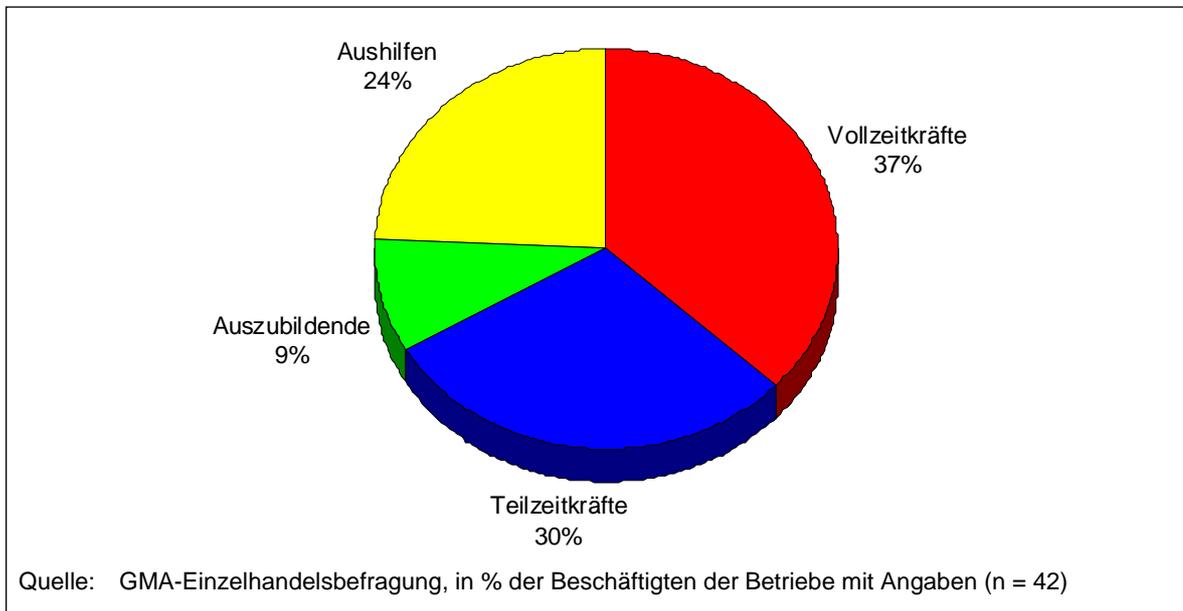
Der Mitarbeiterstamm der antwortenden Betriebe beläuft sich auf insgesamt 284 Arbeitskräfte, davon sind ca. 37 % (= 105 Arbeitskräfte) Vollzeitkräfte. Mit ca. 30 % (= 84 Beschäftigte) schlägt der Anteil der Teilzeitkräfte zu Buche, der Aushilfenanteil beläuft sich auf ca. 24 % (= 69 Beschäftigte). Bei den antwortenden Einzelhändlern sind insgesamt 26 Auszubildende tätig (vgl. Abb. 6).

Die durchschnittliche Beschäftigtenzahl liegt bei ca. 4 rechnerischen Vollzeitkräften je Betrieb.<sup>1</sup> Damit beteiligten sich neben kleineren Betrieben auch einige (mittel-)große Anbieter an der Befragungsaktion, die für die Betriebsstruktur in Versmold prägend sind.

---

<sup>1</sup> Bei der Umrechnung in Vollzeitkräfte werden Teilzeitbeschäftigte und Auszubildende mit einem Faktor von 0,5 und Aushilfskräfte mit einem Faktor von 0,25 bewertet.

**Abb. 6: Beschäftigte im Einzelhandel nach Art des Beschäftigungsverhältnisses**



## 1.2 Betriebsstruktur und Ansiedlungsdauer

Nach den Angaben der befragten Einzelhändler sind 34 Betriebe als Hauptgeschäfte und 8 Betriebe als Filialbetriebe einzuordnen, so dass eine Filialisierungsquote von ca. 19 % vorliegt (vgl. Abb. 7). Dabei ist zu berücksichtigen, dass sich Filialbetriebe tendenziell in geringerem Umfang an der Befragung beteiligen, so dass die Quote insgesamt deutlich höher liegen dürfte.

**Abb. 7: Filialisierung im Einzelhandel**

Von den antwortenden Betrieben haben 29 ihre Geschäftsräume angemietet und bei 13 Anbietern befinden sich die Geschäftsräume in Eigentum. Die Eigentumsquote ist im interkommunalen Vergleich mit ca. 31 % als leicht unterdurchschnittlich zu bewerten.

Bezüglich der Ansiedlungsdauer der Betriebe am derzeitigen Standort zeigt sich folgende Struktur:

- 7 Betriebe bis zu 5 Jahre,
- 7 Betriebe seit 5 - 9 Jahren,
- 6 Betriebe seit 10 - 19 Jahren,
- 7 Betriebe seit 20 - 29 Jahren,
- 3 Betriebe seit 30 - 39 Jahren,
- 11 Betriebe seit 40 Jahren und mehr.

Ein Betrieb machte zu dieser Frage keine Angabe.

Im Vergleich zu ähnlich strukturierten Einkaufsorten ist eine verhältnismäßig hohe Standorttreue im Einzelhandelsbesatz zu erkennen, die auf eine starke Identifikation der Unternehmer mit Versmold als Betriebsstandort schließen lässt.

### **1.3 Investitionsverhalten**

Auf die Frage nach beabsichtigten betrieblichen Veränderungen innerhalb der nächsten zwei bis drei Jahre wurden folgende Angaben genannt:<sup>1</sup>

- 13 Betriebe planen eine Modernisierung ihrer Geschäftsräume,
- 3 Betriebe streben eine Sortimentsveränderung an,
- 7 Betriebe möchten ihre Geschäftsräume erweitern,
- 4 Betriebe avisieren eine Geschäftsverlagerung,
- bei 4 Betrieben steht eine Geschäftsübergabe an,
- 1 Betrieb wird das Geschäft aufgeben.

Insgesamt gaben von den 42 antwortenden Betrieben 24 Befragte (ca. 57 %) an, durch einzelbetriebliche Maßnahmen den Betriebsstandort in der Stadt Versmold sichern zu wollen. Somit ist auch für die Zukunft insgesamt eine ausreichende Dynamik des ansässigen Einzelhandels zu erwarten.

## **2. Bürgerbefragung**

### **2.1 Einkaufshäufigkeit und -motivation der Bürger**

Im Rahmen der durchgeführten repräsentativen Bürgerbefragung in der Stadt Versmold wurde die Einkaufshäufigkeit in Versmold ermittelt. Insgesamt kaufen etwa 89 % der antwortenden Bürger täglich bzw. mindestens einmal pro Woche in Versmold ein und sind

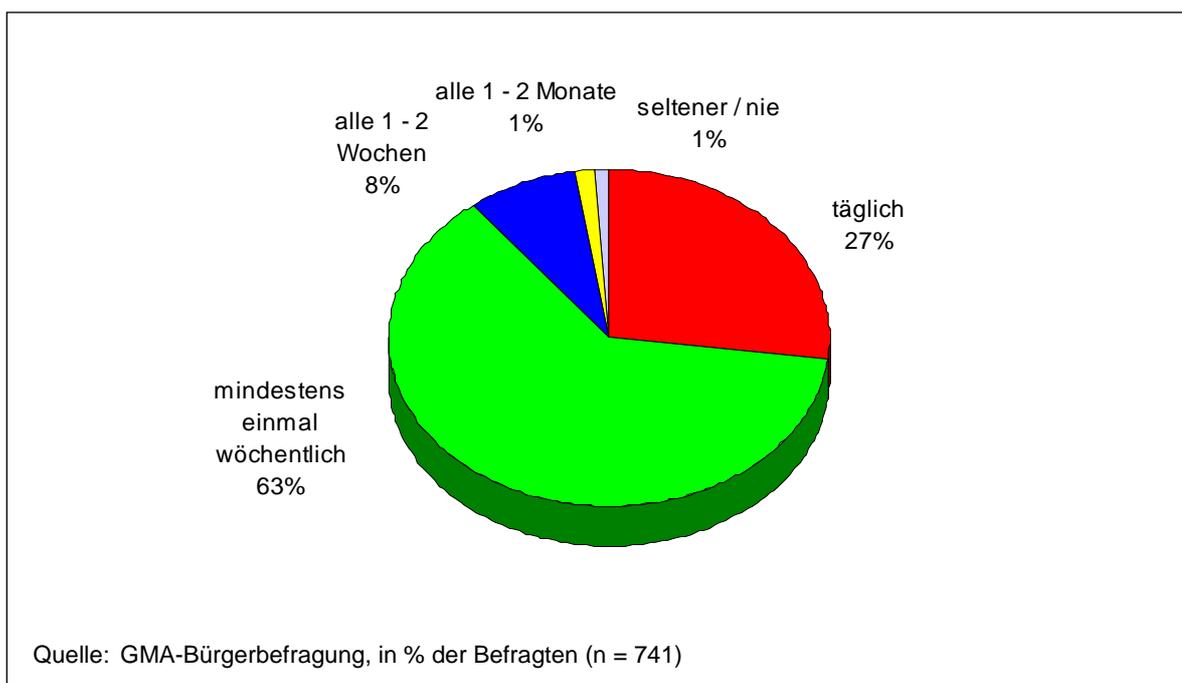
---

<sup>1</sup> Mehrfachnennungen möglich

somit als „Stammkunden“ zu bezeichnen. Nur gut 1 % der Befragten gibt an, Versmold seltener oder gar nicht zum Einkauf aufzusuchen. Im Vergleich zu ähnlich strukturierten Kommunen ist die Einkaufsorientierung der Wohnbevölkerung auf Versmold als durchschnittlich zu bewerten.

Die Differenzierung nach den Wohnorten der Befragten zeigt, dass die Einkaufshäufigkeit je nach Lage im Stadtgebiet variiert. Während hohe Stammkundenanteile bei den Befragten der Ortsteile Versmold (ca. 91 %) und Oesterweg (ca. 96 %) ermittelt wurden, sind die Werte für die Bewohner der übrigen Ortsteile Hesselteich, Loxten (je ca. 88 %), Peckeloh (ca. 86 %) und v. a. Bockhorst (ca. 76 %) niedriger.

**Abb. 8: Einkaufshäufigkeit in Versmold**

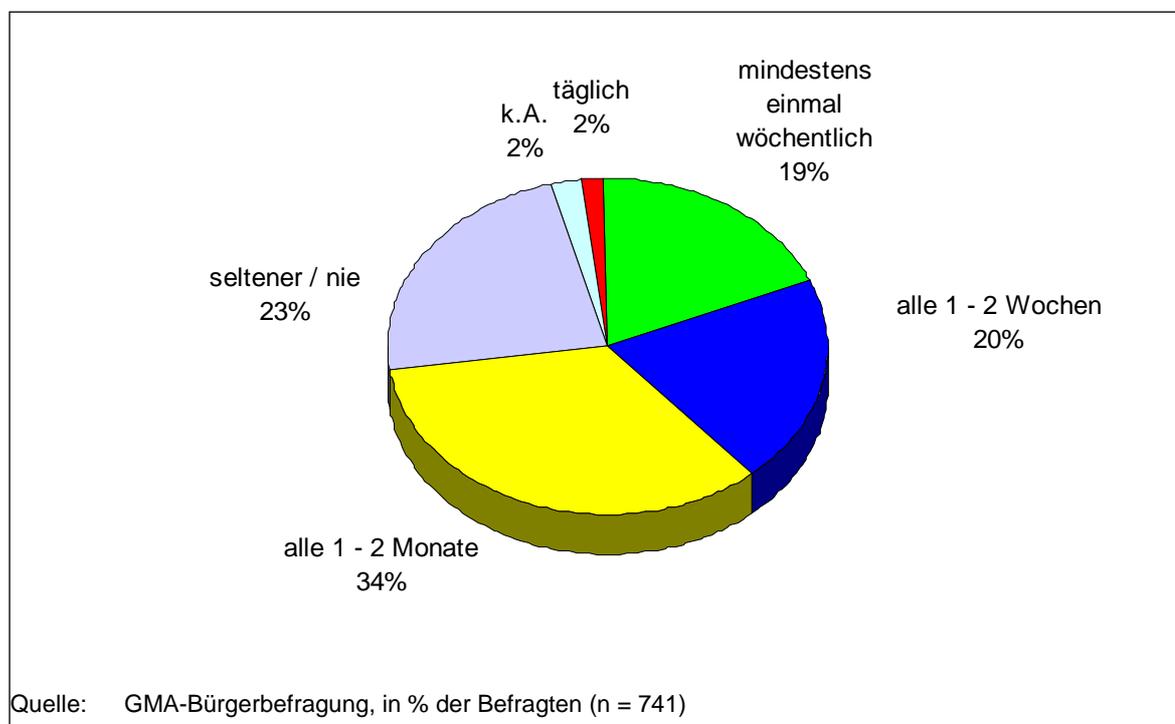


Hinsichtlich der Altersgruppen sind die höchsten Stammkundenanteile bei den 46 bis 64-Jährigen (ca. 92 %) festzustellen, während bei der Altersklasse der 18 - 30-Jährigen mit ca. 82 % ein geringerer – wenngleich im Vergleich zu anderen Kleinstädten noch beachtlicher - Wert erreicht wird. Das Befragungsergebnis entspricht damit dem allgemeinen Trend einer geringeren „Standorttreue“ bei den Jüngeren und einer stärkeren Einkaufsorientierung der älteren Verbraucher auf den eigenen Wohnort.

Ein wichtiger Aspekt zur Bewertung des Einkaufsverhaltens ist auch die Häufigkeit des Einkaufs außerhalb der Stadt Versmold. Etwa 21 % der befragten Bürger geben an, täglich oder mindestens einmal pro Woche in auswärtigen Orten einzukaufen, so dass auch bei kurzfristigen Bedarfsgütern – wie z. B. Lebensmitteln – eine Außenorientierung der Bürger ablesbar ist. Dies tritt besonders stark bei Befragten der Ortsteile Bockhorst und Hesselteich in Erscheinung, von denen ca. 52 – 53 % mindestens einmal wöchentlich in anderen Städten einkaufen. Etwa jeder fünfte Befragte verlässt Versmold etwa alle 1 – 2 Wochen für den Einkauf. Ein Großteil der Befragten (ca. 38 %) suchen alle 1 – 2 Monate auswärtige Einkaufsstätten auf. Immerhin fast ein Viertel der Befragten (ca. 23 %) kauft jedoch seltener oder gar nicht in auswärtigen Kommunen ein (vgl. Abb. 9).

Differenziert nach Altersgruppen ist die höchste Auswärtsorientierung bei der Altersgruppe der 31 – 45-Jährigen zu beobachten; mit steigendem Alter nimmt die Einkaufsmobilität ab. Positiv festzuhalten ist – mit ca. 20 % Stammkunden in auswärtigen Städten – die begrenzte Auswärtsorientierung bei den jüngsten Befragten.

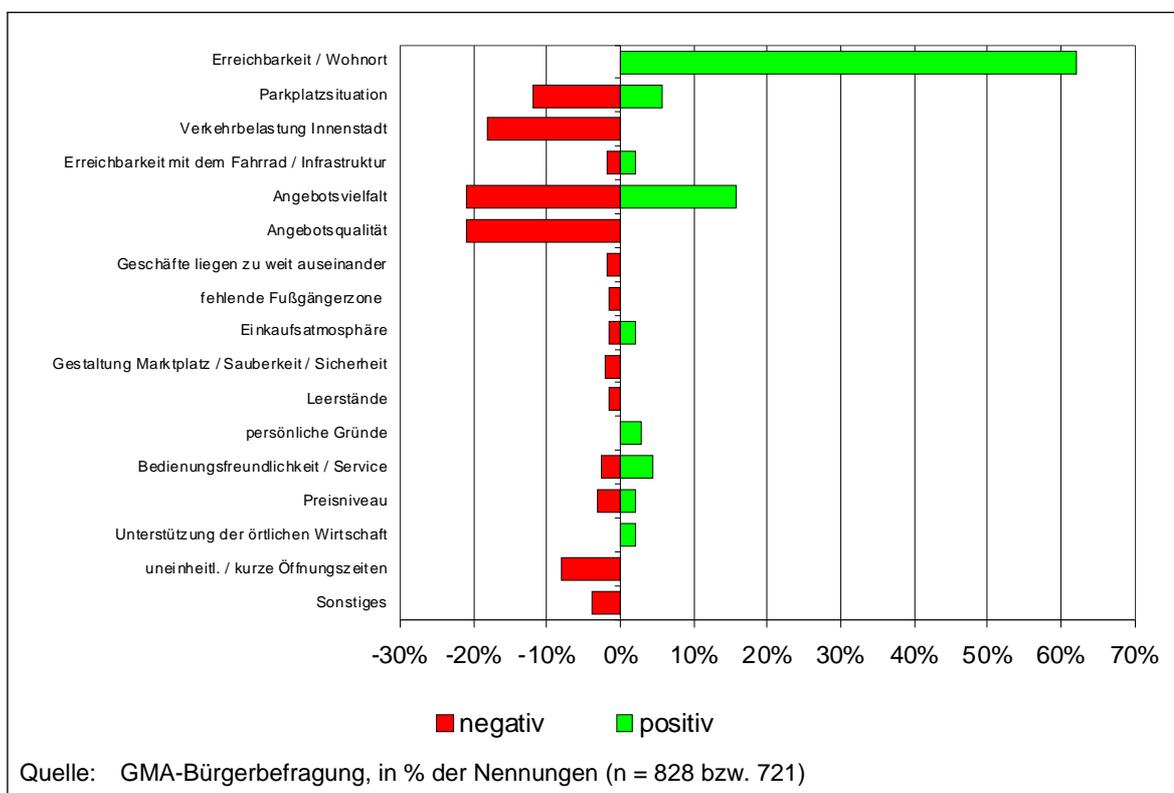
**Abb. 9: Einkaufshäufigkeit in auswärtigen Städten und Gemeinden**



## 2.2 Gründe für und gegen einen Einkauf in Versmold

Hauptgrund für einen Einkauf in der Stadt Versmold ist nach Meinung der befragten Bürger die Erreichbarkeit bzw. Wohnortnähe. Ein ambivalentes Bild ergibt sich bei der Bewertung der Angebotsvielfalt. Während ca. 16 % der Nennungen auf die Angebotsvielfalt als Grund für den Einkauf in Versmold entfallen, sind es bei den Negativnennungen ca. 21 %. In diesem Zusammenhang wird auch die Qualität des Angebotes – z. B. aufgrund zu vieler „Ramschläden“ und „Billig-Ketten“ sowie zu weniger Fachgeschäfte – hingewiesen. Einen weiteren Hinderungsgrund für den Einkauf in der Stadt Versmold stellt nach Angaben der Befragten darüber hinaus die hohe Verkehrsbelastung in der Innenstadt dar (ca. 18 % der Nennungen), wobei auch eine fehlende Umgehungsstraße sowie Geschwindigkeitsüberschreitungen in der verkehrsberuhigten Zone bemängelt werden. Auch die Parkplatzsituation wird kritisch gesehen (ca. 12 %), wenngleich auch 6 % der Positivnennungen auf die Parksituation entfallen. Ein weiterer Kritikpunkt sind u. a. unterschiedliche oder zu geringe Öffnungszeiten (ca. 8 %, vgl. Abb. 10).

**Abb. 10: Gründe für und gegen einen Einkauf in Versmold**



## 2.3 Bedeutung der Stadt Versmold als Einkaufsort

In der Regel weist das Einkaufsverhalten der Verbraucher für die einzelnen Sortimente deutliche Unterschiede auf. Generell greifen die Verbraucher bei Gütern des kurzfristigen Bedarfs überwiegend auf das Angebot am Wohnort zurück, während mit zunehmender Langlebigkeit und Spezialisierung der Waren eine stärkere Orientierung auf größere Einkaufsorte festzustellen ist. Um die Einkaufsorientierung der Versmolder Bürger zu untersuchen, wurde nach dem jeweiligen Haupteinkaufsort für ausgewählte Sortimente gefragt. Bei der Bewertung der Ergebnisse ist allerdings zu beachten, dass die Nennungen der Einkaufsorte nicht darauf schließen lassen, dass die Befragten ausschließlich dort einkaufen; die Antworten sind vielmehr von folgenden Faktoren abhängig:

- Einzelhandelsversorgung am Wohnort und Ausstattung größerer Einkaufsorte,
- individueller Bedarf und Anspruch des Befragten,
- Verkehrsverbindungen und Mobilität des Befragten,
- Arbeitsort,
- spontanes Erinnerungsvermögen.

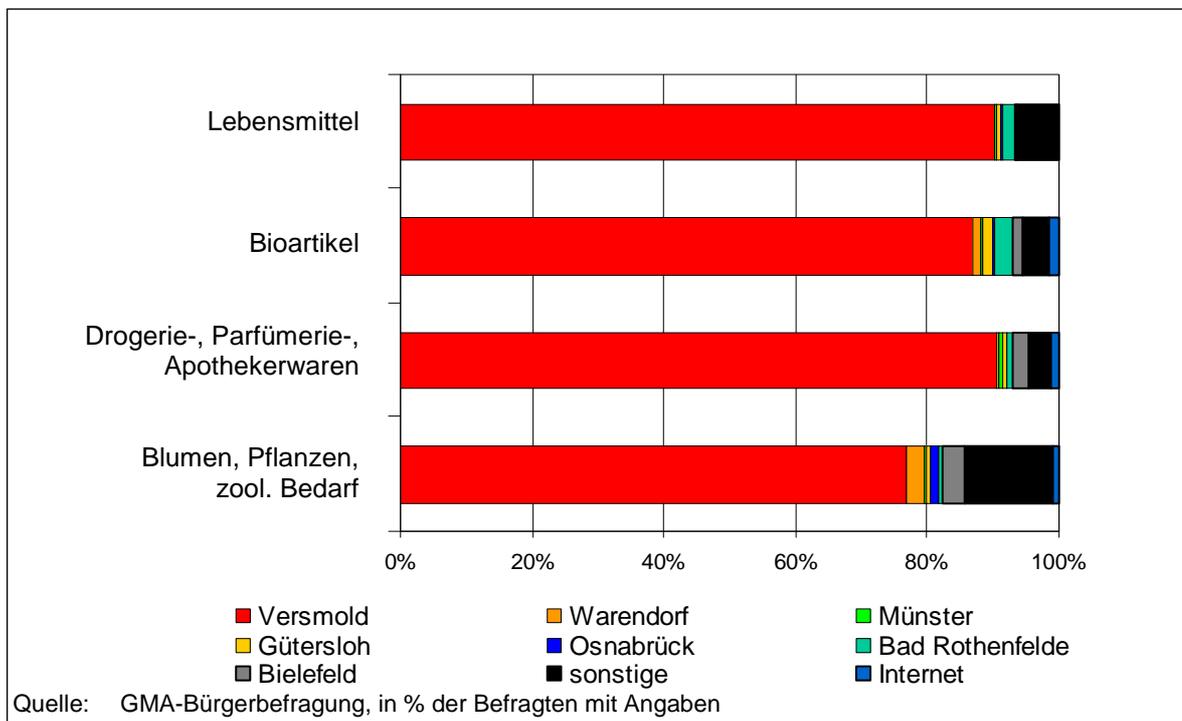
Aus der Nennungshäufigkeit der ermittelten Einkaufsorte können Aufschlüsse über die Intensität der Einkaufsvorgänge gewonnen werden. Für die wertmäßige Einkaufsorientierung ist eine Gewichtung der Befragungsergebnisse notwendig (vgl. Kaufkraftbewegungen).

### 2.3.1 Einkaufsorientierung bei Waren des kurzfristigen Bedarfs

Im **kurzfristigen Bedarf** zeigt sich erwartungsgemäß die **stärkste Einkaufsorientierung** der Befragten auf die Stadt Versmold. Bei Lebensmitteln geben ca. 90 % der Befragten die Stadt Versmold als bevorzugten Einkaufsort an. Dabei liegt die Einkaufsorientierung der Befragten aus den Ortsteilen Versmold und Oesterweg (jeweils ca. 96 %) über dem Durchschnitt, während in den übrigen Ortsteilen Loxten (ca. 88 %), Peckeloh (ca. 84 %),

Hesselteich (ca. 73 %)¹ und Bockhorst (ca. 70 %) z. T. deutlich geringere Werte ermittelt wurden.

**Abb. 11: Einkaufsorientierung bei Waren des kurzfristigen Bedarfs**



Bioartikel werden nach Angaben der Befragten noch von ca. 87 % vorwiegend in der Stadt Versmold eingekauft. Dabei ist zu beachten, dass sich nur 444 der insgesamt 741 Befragten hierzu äußerten, so dass der Anteil der Nicht-Bio-Käufer in der Stadt Versmold bei ca. 40 % liegen dürfte.

Eine ebenfalls hohe Einkaufsorientierung ist bei Drogerie-, Parfümerie- und Apothekerwaren (ca. 91 %) festzustellen. Demgegenüber liegt bei Blumen, Pflanzen und zoologischem Bedarf eine etwas stärkere Auswärtsorientierung vor. Während hier ca. 77 % den eigenen Wohnort präferieren, suchen ca. 9 % der Befragten bevorzugt die Stadt Halle sowie jeweils ca. 3 % die Städte Bielefeld und Warendorf auf.

<sup>1</sup> Aufgrund der geringen Einwohnerzahl im Ortsteil Hesselteich und der daraus resultierenden geringen Anzahl der antwortenden Bürger ist dieser Wert nur als Annäherungswert zu betrachten.

Die ermittelten Werte machen deutlich, dass die Einkaufsorientierung auf die Stadt Versmold im kurzfristigen Bedarfsbereich – mit Ausnahme der Sparte Blumen, Pflanzen und zoologischer Bedarf – als leicht überdurchschnittlich zu bewerten ist. Trotz der Nähe zu mehreren Mittel- und Oberzentren werden die kurzfristigen Bedarfsgüter überwiegend am Wohnort eingekauft.

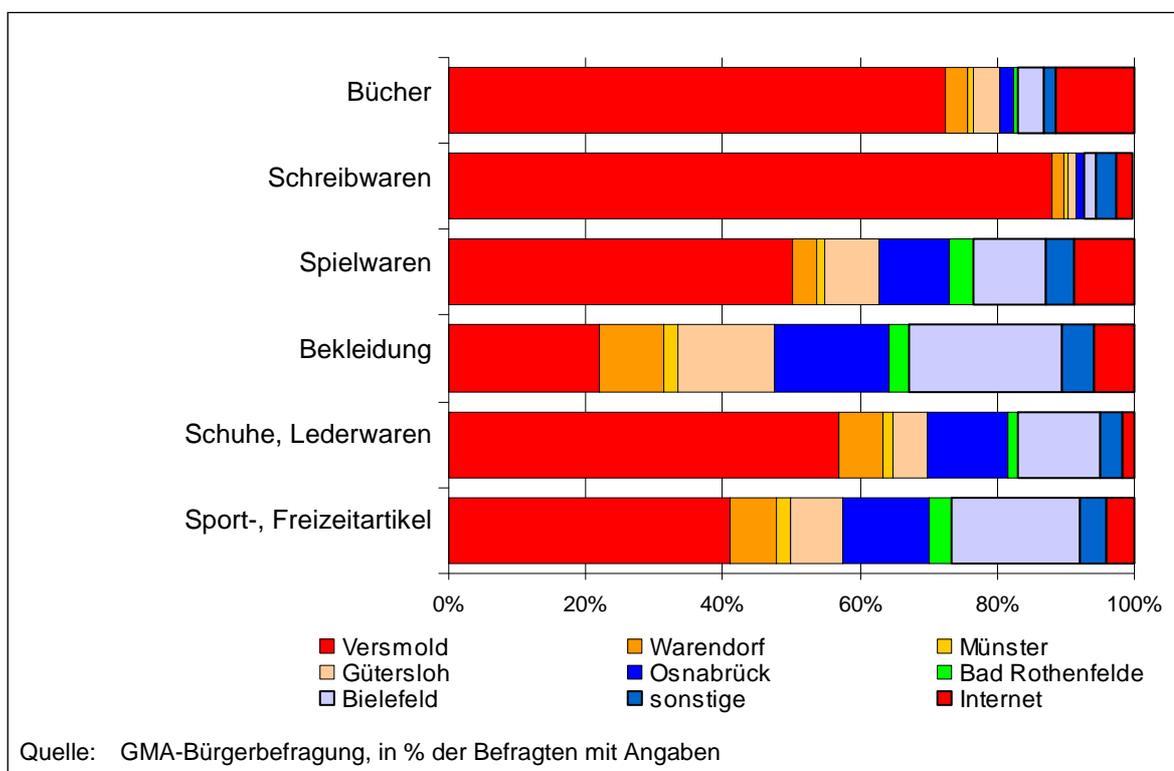
### 2.3.2 Einkaufsorientierung bei Waren des mittelfristigen Bedarfs

Bei den Waren des **mittelfristigen Bedarfs** ist der Wettbewerb mit anderen Einkaufsorten grundsätzlich deutlich stärker ausgeprägt als im kurzfristigen Bedarfsgütersektor. Für die Stadt Versmold sind dabei lagebedingt vielfältige Einkaufsbeziehungen standortprägend, wobei die Oberzentren Osnabrück und Bielefeld sowie die Mittelzentren Gütersloh und Warendorf als wesentliche Konkurrenzstandorte im Vordergrund stehen (vgl. Abb. 12).

Bücher werden von einem Großteil der Befragten (ca. 73 %) vorwiegend in der Stadt Versmold eingekauft; die Konkurrenzstädte Bielefeld, Osnabrück, Warendorf und Gütersloh besitzen mit Anteilen zwischen 2 und 4 % nur eine geringe Versorgungsbedeutung. Demgegenüber nimmt der e-commerce bei Büchern einen überdurchschnittlichen Stellenwert ein: Etwa 11 % der Befragten – sogar ca. 23 % der 18 – 30-Jährigen und ca. 16 % der 31 – 45-Jährigen - geben an, Bücher überwiegend über das Internet zu erwerben.

Bei Schreibwaren wird die Stadt Versmold von ca. 88 % als Haupteinkaufsort genannt, so dass das vorhandene Fachgeschäfts-Angebot in Versmold von den Bürgern intensiv wahrgenommen wird. Andere Einkaufsorte treten hier deutlich in den Hintergrund.

Stärkere Abwanderungstendenzen sind bei Spielwaren zu erkennen, die von ca. 50 % der Befragten bevorzugt in auswärtigen Städten, dabei v. a. in Bielefeld (ca. 11 %), Osnabrück (ca. 10 %), Gütersloh (ca. 8 %), Warendorf (ca. 4 %) und Bad Rothenfelde (ca. 4 %) nachgefragt werden. Auch hier nehmen Internet und Versand (ca. 9 %) einen hohen Stellenwert ein.

**Abb. 12: Einkaufsorientierung bei Waren des mittelfristigen Bedarfs**

Eine deutlich geringere Bedeutung kommt dem Versorgungsangebot der Stadt Versmold im Bereich Bekleidung zu, hier nennen nur noch ca. 22 % der Befragten Versmold als bevorzugten Einkaufsort. Die übrigen Befragten orientieren sich vorwiegend in die Städte Bielefeld (ca. 22 %), Osnabrück (ca. 17 %), Gütersloh (ca. 14 %), Warendorf (ca. 9 %), Bad Rothenfelde (ca. 3 %) und Münster (ca. 2 %). Für etwa 6 % spielen Internet und Versand die Hauptrolle. Auffällig ist hier, dass offensichtlich die Versmolder Bekleidungsangebote die geringste Einkaufsattraktivität für die 18 – 30-Jährigen (ca. 15 % Stammkunden) sowie die 46 – 67-Jährigen (ca. 19 %) besitzen, während sich die 31 – 45-Jährigen (ca. 23 %) und die über 65-Jährigen (ca. 27 %) stärker auf die Angebote in der Stadt Versmold orientieren.

Deutlich höher fällt die Einkaufspräferenz der Versmolder in der Warengruppe Schuhe und Lederwaren aus. Während ca. 57 % der Befragten Versmold präferieren, suchen jeweils rund 12 % bevorzugt die beiden Oberzentren Bielefeld und Osnabrück, ca. 6 % Wa-

rendorf und ca. 5 % Gütersloh auf. In dieser Sparte steigt – bundesweiten Trends entsprechend – die Standorttreue mit zunehmenden Alter.

Bei der Warengruppe Sport- / Freizeitartikel liegt die Auswärtsorientierung bei ca. 59 %, wobei Bielefeld (ca. 19 %), Osnabrück (ca. 13 %), Gütersloh (ca. 8 %) und Warendorf (ca. 7 %) wiederum als Konkurrenzorte fungieren.

Bei den Waren des mittelfristigen Bedarfsbereiches treten die umliegenden Mittel- und Oberzentren stärker in den Vordergrund. Diese Einkaufsbeziehungen sind für ein Grundzentrum typisch, das in erster Linie auf die Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs ausgerichtet ist. In diesem Zusammenhang ist positiv festzuhalten, dass der qualifizierte, ansässige Fachgeschäftsbesatz in Versmold wahrgenommen wird und somit in einzelnen Warengruppen eine überdurchschnittliche Einkaufsbindung an Versmold vorliegt.

### **2.3.3 Einkaufsorientierung bei Waren des langfristigen Bedarfs**

Der langfristige Bedarfsgüterbereich umfasst die Waren, die i. d. R. nur aperiodisch, d.h. in großen Zeitabständen, angeschafft werden und damit eine hohe Lebensdauer aufweisen. Auch für die Sortimente des langfristigen Bedarfs wird ein differenziertes Einkaufsverhalten der befragten Bürger deutlich.

In den Warengruppen des langfristigen Bedarfs ist die höchste Versorgungsbedeutung der Stadt Versmold als Einkaufsstandort im Bereich Bau- / Heimwerkerbedarf festzustellen; ca. 84 % der Befragten mit Angaben nennen die Stadt Versmold als favorisierte Einkaufsstätte. Ebenfalls überdurchschnittliche Werte betreffen die Sparten Optik (ca. 74 %), Uhren / Schmuck (ca. 75 %) sowie Foto und Zubehör (ca. 59 %), wobei wiederum Bielefeld, Osnabrück, Gütersloh und Warendorf als Hauptkonkurrenzorte fungieren.<sup>1</sup>

Im Hinblick auf den Einrichtungsbedarf kommt dem Angebot an Haus-, Tisch-, Bettwäsche und Gardinen die höchste Bedeutung zu; diese Waren werden von ca. 46 % der

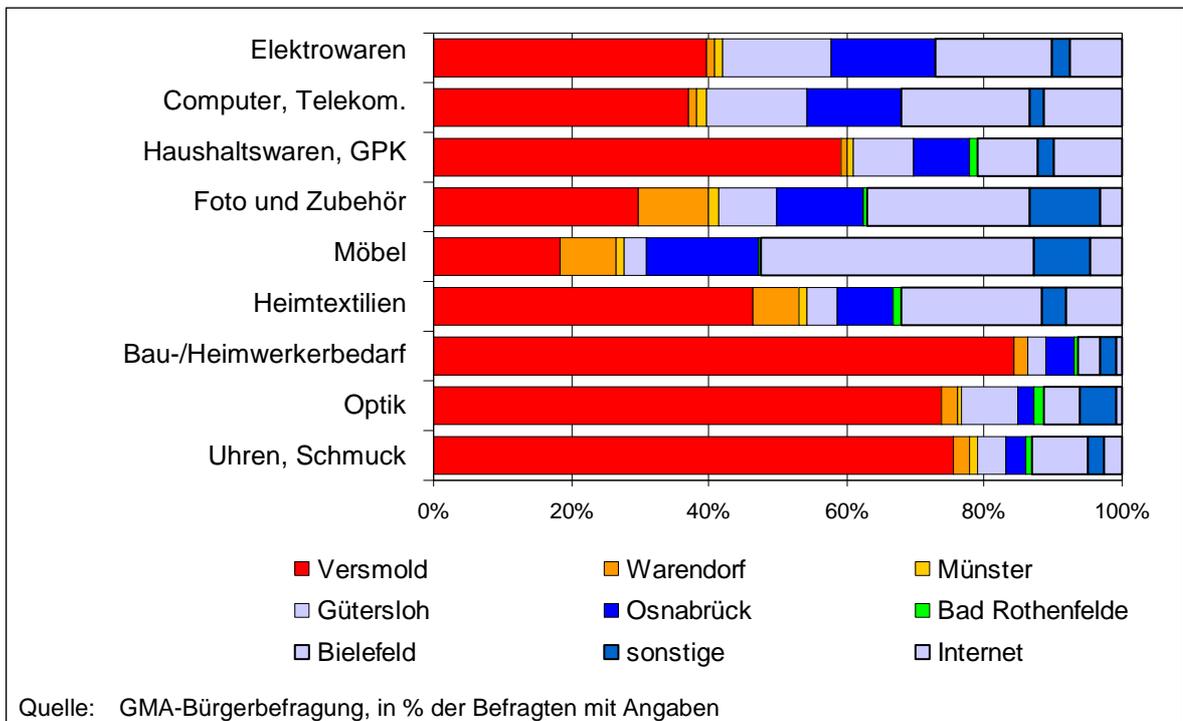
---

<sup>1</sup> Bei der Warengruppe Foto und Zubehör ist Warendorf mit unter 1 % jedoch kaum Bedeutung beizumessen.

Versmolder Bürger vor Ort eingekauft. Demgegenüber geben nur rund 30 % an, Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik in Versmold zu erwerben. Im Vergleich zu ähnlich strukturierten Kommunen liegt dieser Wert deutlich unter dem Durchschnitt. Dabei wird Bielefeld von ca. 24 % als Haupteinkaufsort genannt, gefolgt von Osnabrück (ca. 13 %), Warendorf (ca. 10 %), Gütersloh (ca. 9 %). Darüber kommt den Angeboten in Halle (ca. 3 %), Sassenberg (ca. 3 %) und Dissen a.T.W. ( ca. 2 %) sowie dem Internet- / Versandkauf (ca. 3 %) eine ergänzende Bedeutung zu. Die geringste Standorttreue in diesem Bereich ist bei Möbeln zu konstatieren. Während nur ca. 18 % Möbel überwiegend in Versmold kaufen, tätigen die meisten ihre diesbezüglichen Einkäufe wiederum in Bielefeld (ca. 40 %), Osnabrück (ca. 16 %), Warendorf (ca. 8 %) sowie in Sassenberg (ca. 6 %).

Im Mittelfeld der Bandbreite der Sortimentsangaben liegt die Einkaufspräferenz für den Standort Versmold bei Elektrowaren / Unterhaltungselektronik (ca. 40 %) sowie Computer / Telekommunikation (ca. 37 %). Neben den Städten Bielefeld, Osnabrück und Gütersloh kommt hier wiederum dem Internet / Versand eine bedeutende Rolle zu, der von ca. 8 % bzw. 12 % genannt wird (vgl. Abb. 13).

**Abb. 13: Einkaufsorientierung bei Waren des langfristigen Bedarfs**



Auch die langfristigen Bedarfsgüter werden – bei einem entsprechenden Angebot – in stärkerem Maße vor Ort eingekauft. Dabei liegt insbesondere die Einkaufspräferenz bei Artikeln des Bau- und Heimwerkerbedarfs sowie den fachgeschäftsspezifischen Angeboten Optik, Uhren und Schmuck auf verhältnismäßig hohem Niveau. Sofern darüber hinaus schwerpunktmäßig größere Fachmarktanbieter das Einkaufsverhalten bestimmen, wie z. B. – neben der Warengruppe Bau- und Heimwerkerbedarf – in den Sparten Elektrowaren und Möbel, treten stärker auswärtige Orte in den Vordergrund.

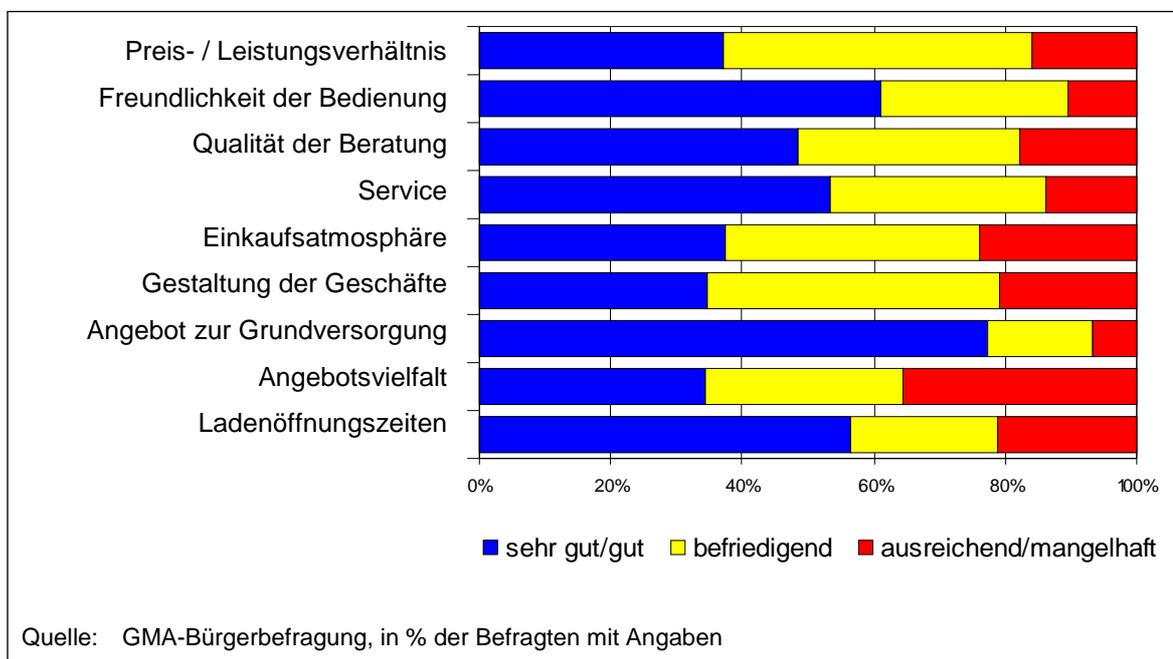
Zusammenfassend ist festzuhalten, dass der Einkaufsstandort Versmold in **Konkurrenz zu einer Reihe von umliegenden Städten, vorrangig Bielefeld, Osnabrück, Gütersloh und Warendorf** steht. Die größten Abwanderungstendenzen sind insbesondere bei den innenstadtprägenden Warengruppen Bekleidung, Sport / Freizeitartikel, Elektrowaren / Unterhaltungselektronik, Computer / Telekommunikation, Haushaltswaren / Glas / Porzellan / Keramik sowie bei Möbeln festzustellen. In den sonstigen Warengruppen dokumentieren die Befragungsergebnisse der Bürgerbefragung überwiegend eine ausgeprägte Orientierung auf Versmold.

### **3. Bewertung des Einzelhandelsstandortes Versmold**

#### **3.1 Image und Verbesserungsvorschläge zum Einzelhandel**

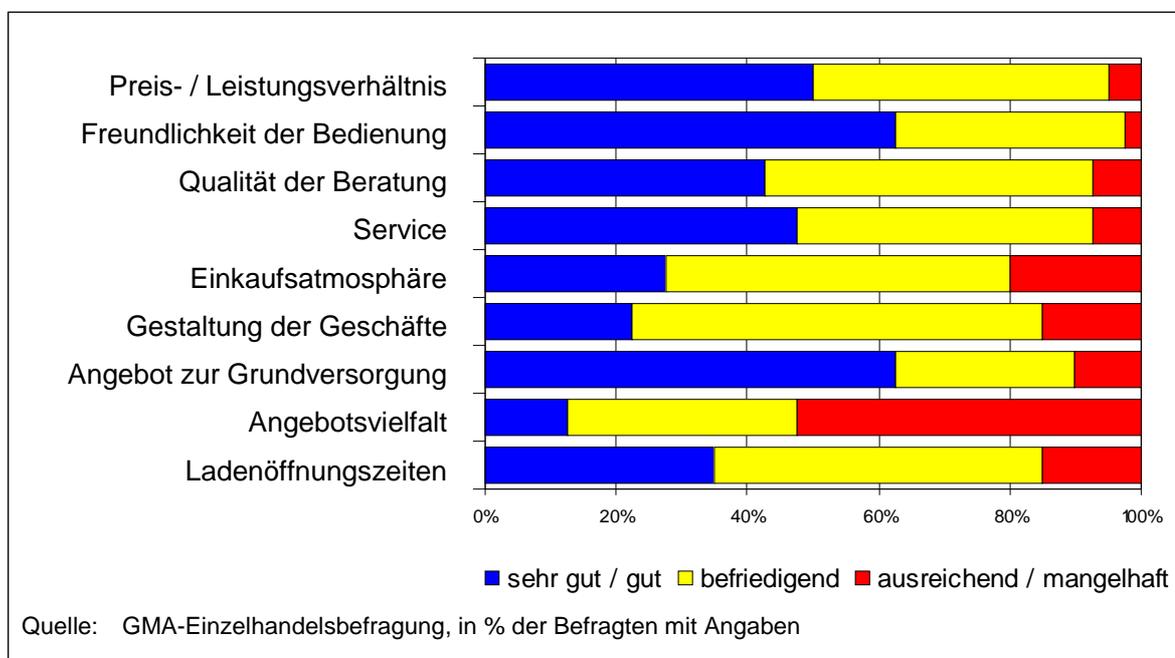
##### **3.1.1 Bewertung des Einzelhandelsimages**

Das Image des Einzelhandels in Versmold wurde anhand vorgegebener Kriterien einer Bewertung unterzogen, um die Zufriedenheit der Verbraucher mit der Qualität des Einzelhandelsangebotes zu ermitteln und diese Ergebnisse mit der Selbsteinschätzung durch die Gewerbetreibenden zu vergleichen. Den Befragten stand jeweils eine Bewertungsskala von sehr gut bis mangelhaft zur Verfügung. Für die Aussagekraft der Ergebnisse ist von Bedeutung, dass neben den eigenen Erfahrungen der Befragten auch die durch „Mund-zu-Mund-Propaganda“ bekannte Leistungsfähigkeit in die Benotung der Teilaspekte einfließen kann.

**Abb. 14: Bewertung des Einzelhandelsimages durch die Bürger**

Insgesamt weist die Bürgerbewertung der Imagefaktoren für die Stadt Versmold auf eine **positive Grundstimmung** hin. Die beste Benotung erhalten das Angebot zur Grundversorgung sowie die Freundlichkeit der Bedienung, während sich die höchsten Kritikquoten auf die Angebotsvielfalt beziehen. Die Ladenöffnungszeiten werden von einem Großteil der Befragten positiv bewertet; immerhin jeder Fünfte übt hier jedoch deutliche Kritik. Um die Stadt Versmold stärker gegenüber anderen Einkaufsorten zu profilieren, sollten darüber hinaus die Imagefaktoren Gestaltung der Geschäfte sowie Einkaufsatmosphäre, die derzeit eine eher durchschnittliche Bewertung erfahren, verbessert werden. Auch das Image der Faktoren Service und Qualität der Beratung sowie Preis-Leistungs-Verhältnis ist durchaus noch verbesserungsfähig. Dazu zählt auch, vorhandene Angebote stärker zu bewerben (vgl. Abb. 14).

**Abb. 15: Bewertung des Einzelhandelsimages durch den örtlichen Einzelhandel**



Die Bewertung des Einzelhandelsimages durch den örtlichen **Einzelhandel** weicht von der Einschätzung durch die Bürger z. T. deutlich ab (vgl. Abb. 15). Während die Einzelhändler die Imagefaktoren Preis-Leistungsverhältnis, Freundlichkeit der Bedienung, Qualität der Beratung und Service deutlich positiver beurteilen als die Bürger, sehen sie in punkto Angebot zur Grundversorgung sowie Angebotsvielfalt größeren Handlungsbedarf. Demgegenüber werden die Aspekte Einkaufsatmosphäre, Gestaltung der Geschäfte sowie Ladenöffnungszeiten im Vergleich zu den Bürgern eher durchschnittlich bewertet; hierzu geben mehr als die Hälfte der Einzelhändler die Note „befriedigend“.

### 3.1.2 Ergänzungswünsche zum Einzelhandels- sowie zum Dienstleistungs- und Gastronomieangebot

Angebotsdefizite in Versmold werden sowohl von den Bürgern als auch von den Einzelhändlern insbesondere in den Bereichen Haushaltswaren und Bekleidung benannt (vgl. Tabelle 6). Dabei werden in erster Linie Angebote in Bezug auf Oberbekleidung und Her-

renbekleidung vermisst. Während die Einzelhändler darüber hinaus eine größere Auswahl bei Damenbekleidung, Kinderbekleidung und Wäsche fordern, wünschen die Bürger zusätzliche Schuhgeschäfte. Die Bürger sprechen sich darüber hinaus für mehr Angebote bei Unterhaltungselektronik und im gastronomischen Bereich aus.

**Tabelle 6: Vermisste Angebote in Versmold**

<b>Vorschläge</b>	<b>Befragung</b>	<b>Bürger n = 1.012</b>	<b>Einzelhändler n = 71</b>
Lebensmittel (inkl. Reformwaren, Bäcker, Metzger, Feinkost, Fischgeschäft)		4,1	1,4
Oberbekleidung, gemischtes Sortiment		16,6	4,2
Damenbekleidung		5,7	11,3
Herrenbekleidung		18,8	42,3
Kinderbekleidung		5,5	9,9
Wäsche		-	9,9
Schuhe (inkl. Lederwaren)		6,6	1,4
Unterhaltungselektronik, Tonträger, Bildträger, Computer, Telekommunikation		6,1	1,4
Haushaltswaren		12,5	9,9
Möbel, Heimtextilien		2,3	-
Bessere Geschäfte, keine Billigläden		-	2,8
Gastronomische Angebote (inkl. Biergarten, Mc. Donalds / Fastfood, Restaurant, Jugendtreff, Bistro / Café)		10,8	2,8
Kaufhaus		3,4	-
Kino		3,1	1,4
Post		0,8	-
Längere / abgestimmte Öffnungszeiten		-	1,4
Sonstige Angebote		3,9	-
<b>Gesamt</b>		<b>100</b>	<b>100</b>
Quelle: GMA-Bürger- und Einzelhandelsbefragungen, in % der Nennungen (Mehrfachnennungen möglich)			

### 3.1.3 Anregungen der Befragten zur Verbesserung der Einkaufssituation in Versmold

Auf die Frage der Verbesserung der Einkaufssituation in Versmold geben die Befragten vielfältige Anregungen ab, wobei – vor allem bei den befragten Bürgern – das Thema Verkehr im Fokus steht; es wird hierzu auf die Befragungsergebnisse unter V. 4.5.4 verwiesen. In punkto Einzelhandel werden von beiden befragten Gruppen weniger Billigläden gefordert, darüber hinaus wünschen sich die Bürger längere bzw. einheitlichere Öffnungszeiten. Außerdem werden verschiedene Maßnahmen zur Aufwertung des Erscheinungsbildes der Innenstadt von Versmold angesprochen. Den Einzelhändlern ist zudem die Durchführung gemeinsamer Aktionen in der Innenstadt wichtig. Als Ideen wurden u. a. ein Moonlight-Shopping, Schottentage, Kinderschminken, eine Cocktailbar oder musikalische Aktionen gesammelt.

**Tabelle 7: Anregungen zur Verbesserung der Einkaufssituation in Versmold**

Vorschläge	Befragung	Bürger n = 158	Einzelhändler n = 21
<b>Thema Einzelhandel:</b>			
einheitliche / längere Öffnungszeiten		21,5	
weniger Billigläden		19,0	14,3
weniger Filialisten		5,7	
Läden liegen zu weit auseinander		3,8	
Verbesserung der Angebotsvielfalt		12,0	4,8
bessere Versorgung in der Ortsteilen		3,2	
<b>Thema Erscheinungsbild:</b>			
Aufwertung der Innenstadt		17,7	14,3
Schaffung von Sitzmöglichkeiten / Ruheazonen		6,3	9,5
mehr Spielmöglichkeiten für Kinder		3,2	4,8
Verbesserung der Sauberkeit		3,2	4,8
Einbeziehung des Kirchplatzes in die Innenstadt / bessere Nutzung der Rasenfläche an der Kirche			14,3
Verbreiterung der Gehwege			4,8
Fortsetzung nächste Seite			

Fortsetzung von vorheriger Seite			
<b>Vorschläge</b>	<b>Befragung</b>	<b>Bürger n = 414</b>	<b>Einzelhändler n = 29</b>
<b>Sonstige Themen:</b> mehr gemeinsame Aktionen aller Geschäfte im Stadtkern (z. B. Moonlight-Shopping, Schottentage, Kinderschminken, Musik) / Gründung von Werbegemeinschaften			19,0
sonstige Vorschläge		4,4	9,5
<b>gesamt</b>		<b>100*</b>	<b>100*</b>
* Abweichungen aufgrund von Rundungsdifferenzen möglich			
Quelle: GMA-Bürger- und Einzelhandelsbefragungen, in % der Nennungen (Mehrfachnennungen möglich)			

## **IV. Einzelhandelsstruktur der Stadt Versmold**

### **1. Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten**

Zum Zeitpunkt der Erhebung (April 2008) wurde folgender Einzelhandelsbestand in der Stadt Versmold ermittelt:

- 166 Betriebe des Ladeneinzelhandels und des Ladenhandwerks,
- eine Verkaufsfläche von insgesamt ca. 40.800 m<sup>2</sup> und
- ein Bruttoumsatz von ca. 86,5 Mio. €.

Die Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten für die Stadt Versmold lässt sich der Tabelle 8 entnehmen, wobei folgende Untersuchungsspezifika zu berücksichtigen sind:

- Die Betriebe wurden nach dem Umsatzschwerpunkt zugeordnet, sofern unterschiedliche Sortimente geführt werden.
- Die Verkaufsfläche wurde von den Befragten angegeben, ansonsten wurde sie von GMA-Mitarbeitern durch Inaugenscheinnahme eingeschätzt.
- Die Umsatzleistung der Einzelhandelsbetriebe, die im Rahmen der Betriebsbefragung keine oder unvollständige Umsatzangaben machten, wurde auf Basis durchschnittlicher Betriebskennziffern (z. B. Flächenproduktivitätswerte) eingeschätzt, wobei neben Erhebungsdaten aus der Stadt Versmold GMA-Erfahrungswerte aus zahlreichen Befragungen des Einzelhandels zugrunde gelegt wurden.

Tabelle 8: Die Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten

Einzelhandelsausstattung Sortiment/Warengruppe*	Anzahl der Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
	Abs.	in %	In m <sup>2</sup>	in %	in Mio. €	in %
Lebensmittel, Getränke	35		9.130		34,7	
Bäckerei / Konditorei	14		335		3,4	
Metzgerei	5		270		2,1	
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>	<b>54</b>	<b>32,5</b>	<b>9.735</b>	<b>23,9</b>	<b>40,2</b>	<b>46,4</b>
Drogerie-, Parfümeriewaren	5		1.145		3,9	
Apotheken-, Sanitätswaren	5		160		6,2	
<b>Gesundheit, Körperpflege</b>	<b>10</b>	<b>6,0</b>	<b>1.305</b>	<b>3,2</b>	<b>10,1</b>	<b>11,7</b>
<b>Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf</b>	<b>12</b>	<b>7,2</b>	<b>6.390</b>	<b>15,7</b>	<b>2,8</b>	<b>3,3</b>
<b>Bücher, Papier-, Büro-, Schreib- und Spielwaren</b>	<b>6</b>	<b>3,6</b>	<b>465</b>	<b>1,1</b>	<b>1,7</b>	<b>2,0</b>
Damen-, Herren-, Kinderbekleidung	14		2.220		3,5	
Schuhe, Lederwaren, Sportartikel	7		920		2,9	
<b>Bekleidung, Schuhe, Sport</b>	<b>21</b>	<b>12,7</b>	<b>3.140</b>	<b>7,7</b>	<b>6,4</b>	<b>7,4</b>
weiße Ware, Leuchten, Elektroinstallation, -zubehör, Unterhaltungselektronik	7		890		3,0	
Ton-, Bildträger	0		0		0	
Computer, Telekommunikation, Foto, -zubehör	8		385		1,3	
<b>Elektrowaren</b>	<b>15</b>	<b>9,0</b>	<b>1.275</b>	<b>3,1</b>	<b>4,3</b>	<b>4,9</b>
Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Möbel, Küchen, Antiquitäten, Kunst	11		3.920		3,2	
Heimtextilien, Bettwaren, Gardinen	6		210		0,3	
<b>Hausrat, Möbel, Einrichtung</b>	<b>17</b>	<b>10,2</b>	<b>4.130</b>	<b>10,1</b>	<b>3,5</b>	<b>4,1</b>
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf, Teppiche, Bodenbeläge	16		13.155		14,1	
Uhren, Schmuck, Optik, Sportgeräte	8		720		2,3	
Autozubehör, sonstige Einzelhandelswaren	7		485		1,1	
<b>Sonstiger Einzelhandel</b>	<b>31</b>	<b>18,7</b>	<b>14.360</b>	<b>35,2</b>	<b>17,5</b>	<b>20,2</b>
<b>Konsumgüter</b>	<b>112</b>	<b>67,5</b>	<b>31.060</b>	<b>76,1</b>	<b>46,3</b>	<b>53,5</b>
<b>Einzelhandelswaren gesamt</b>	<b>166</b>	<b>100</b>	<b>40.800</b>	<b>100</b>	<b>86,5</b>	<b>100</b>
* einzelne Sortimente / Warengruppen können nur zusammengefasst dargestellt werden, da aus Datenschutzgründen Sortimente / Warengruppen mit weniger als 5 Betrieben nicht getrennt ausgewiesen werden dürfen						
Quelle: GMA-Bestandserhebungen, April 2008 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)						

Für die Einzelhandelsausstattung nach Warengruppen sind folgende Ergebnisse festzuhalten:

- Im **Nahrungs- und Genussmittelbereich** werden von 54 Betrieben (= ca. 33 % der ansässigen Betriebe) auf ca. 24 % der Gesamtverkaufsfläche (ca. 9.735 m<sup>2</sup>) ca. 46 % des Gesamtumsatzes (ca. 40,2 Mio. €) des Einzelhandels in der Stadt Versmold erzielt. Die Angebotsstruktur wird durch eine Mischung von vier großflächigen Lebensmittelmärkten – darunter drei Supermärkte und ein Discounter -, einer Reihe mittelstrukturierter Anbieter sowie zahlreichen kleinstrukturierten Fachgeschäften und Lebensmittel-Handwerksbetrieben charakterisiert. Im Vergleich aller Warengruppen ist im Nahrungs- und Genussmittelbereich eine überdurchschnittliche Flächenproduktivität festzuhalten.
- Der Sparte **Gesundheit / Körperpflege** sind ca. 6 % der Betriebe mit einem Verkaufsflächenanteil von ca. 3 % (ca. 1.305 m<sup>2</sup>) und einem Umsatzanteil von ca. 12 % (ca. 10,1 Mio. €) zuzuordnen. Im Vergleich der Warengruppen weisen die Betriebe eine mittlere Betriebsgröße und eine überdurchschnittliche Leistungsfähigkeit auf, die durch Drogeriemärkte und Apotheken geprägt wird.
- Für den Bereich **Blumen / Pflanzen / zoologischer Bedarf** ist - bei Anteilen von ca. 7 % der Betriebe, ca. 16 % der Verkaufsfläche und ca. 3 % des Umsatzes - ein gemischter Betriebsbesatz festzustellen, der neben zahlreichen kleinstrukturierten Betrieben mit begrenzter Umsatztätigkeit auch zwei mittelgroße Geschäfte – davon ein Blumengeschäft und einen Zoo-Anbieter – sowie einen großflächigen Pflanzenmarkt mit überörtlicher Ausstrahlung umfasst.
- Auf die zum mittelfristigen Bedarf zählende Warengruppe **Bücher, Papier-, Büro-, Schreib- und Spielwaren** entfallen ca. 4 % der Betriebe, ca. 1 % der Verkaufsfläche und etwa 2 % des Umsatzes. Das Angebot wird neben einer Reihe von kleinstrukturierten Fachgeschäften nur durch einen mittelgroßen Anbieter geprägt.
- Der Warengruppe **Bekleidung / Schuhe / Sport** sind ca. 13 % der Betriebe, ca. 8 % der Verkaufsfläche sowie ca. 7 % des Umsatzes zuzuordnen. Von den ansässigen 21 Betrieben weisen 11 Betriebe eine Verkaufsfläche von mindestens 100 m<sup>2</sup>

auf; die durchschnittliche Betriebsgröße liegt bei ca. 150 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Ein großflächiger Anbieter ist derzeit nicht etabliert.

- Im Angebot des langfristigen Bedarfsbereiches sind die **Elektrowaren** mit 15 Betrieben (etwa 9 % der Betriebe) enthalten. Auf ca. 1.275 m<sup>2</sup> (ca. 3 % der Verkaufsfläche) werden ca. 5 % des gesamtstädtischen Umsatzes erwirtschaftet. Die Einzelhandelsstruktur wird zu einem großen Teil durch kleinstrukturierte Betriebe geprägt; drei Betriebe weisen Verkaufsflächen von jeweils über 100 m<sup>2</sup> auf.
- Die Warengruppe **Hausrat / Möbel / Einrichtungen** beinhaltet 17 Betriebe (ca. 10 % der Betriebe) mit einer Verkaufsfläche von ca. 4.130 m<sup>2</sup> (ca. 10 %). Der demgegenüber geringere Anteil des Umsatzes von etwa 4 % ist auf die tendenziell geringe Flächenleistung größerer Möbelanbieter zurückzuführen. Zum Erhebungszeitpunkt umfasste das Angebot im Bereich Hausrat / Möbel / Einrichtungen zwei großflächige Möbelanbieter<sup>1</sup>, drei mittelgroße Betriebe sowie eine Reihe von kleinflächigen Fachgeschäften.
- Auf die **sonstigen**, dem langfristigen Bedarf zugeordneten **Sortimente** entfallen ca. 19 % der Betriebe, ca. 35 % der Verkaufsfläche und ca. 20 % des Umsatzes. Damit kommt dem sonstigen Einzelhandel ein verhältnismäßig hoher Stellenwert zu, der in erster Linie durch die großflächigen, in das Umland ausstrahlenden Fachmärkte der Sparte Bau- und Heimwerkerbedarf bestimmt wird. Im Hinblick auf die Umsatzstrukturen stehen flächenintensive Bau- Heimwerker- und Gartenmärkte mit vergleichsweise geringer Raumleistung kleineren Fachgeschäfte mit hochwertigen Sortimenten wie z. B. Optik und Uhren / Schmuck und mit deutlich höheren Flächenproduktivitäten gegenüber.

## 2. Einzelhandelsausstattung in den Ortsteilen

Unter Verwendung der Ortsteilgliederung der Stadt Versmold sind folgende Einzelhandelsbestandsdaten festzuhalten:

---

<sup>1</sup> Davon ist ein Betrieb, der nur für einen Übergangszeitraum durch Möbelangebote genutzt wurde, mittlerweile nicht mehr ansässig.

- Die mit Abstand größte Einzelhandelsbedeutung kommt dem **Ortsteil Versmold** mit ca. 75 % der Betriebe, ca. 77 % der Verkaufsfläche und knapp 90 % des Einzelhandelsumsatzes zu. Damit sind die strukturprägenden Betriebe mit hoher Leistungsfähigkeit im einwohnerstärksten Ortsteil ansässig. Innerhalb des Ortsteils ist jedoch standortbezogen zwischen dem innerstädtischen Versorgungszentrum und den nicht integrierten Standortlagen - hierzu zählen insbesondere die Bereiche westliche Münsterstraße / Wirusstraße, Rothenfelder Straße / Westheider Weg / Nordfeldstraße sowie Knetterhauser Straße - zu unterscheiden. Dabei liegt der Schwerpunkt der betriebs-, verkaufsflächen- sowie umsatzbezogenen Angebote außerhalb des innerstädtischen Versorgungszentrums. Während in der Innenstadt 61 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 9.145 m<sup>2</sup> etabliert sind, weisen die dezentralen Standorte mit 105 Betrieben und ca. 31.655 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche eine überdurchschnittliche Versorgungsbedeutung für die Gesamtstadt auf.
- Eine deutlich geringere Einzelhandelsbedeutung ist den übrigen Ortsteilen beizumessen. Im **Ortsteil Bockhorst** sind knapp 6 % der Einzelhandelsbetriebe ansässig, die auf ca. 2 % der gesamtstädtischen Fläche etwa 2 % des Umsatzes erwirtschaften. Ein Teil der Betriebe, darunter ein kleiner Lebensmittel-SB-Markt, ist auf die Nahversorgung der Ortsteilbevölkerung ausgerichtet; diese befinden sich in Streulage entlang der Dorfstraße. Darüber hinaus sind – v. a. im Bereich Bockhorster Landweg – einige meist kleinflächige Betriebe mit langfristigen Bedarfsgütern ansässig.
- Im **Ortsteil Loxten** sind derzeit 7 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 970 m<sup>2</sup> (ca. 2 %) vorhanden. Der überwiegende Teil der Betriebe befindet sich im Bereich Laerstraße / Im Industriegelände und ist vorrangig auf langfristige Bedarfsgüter ausgerichtet. Die Nahversorgung wird derzeit durch einen kleinen Dorfladen nur ausschnittsweise gewährleistet.
- Mit insgesamt etwa 8 % der Betriebe sowie ca. 17 % der der Stadt Versmold kommt dem **Ortsteil Oesterweg (inkl. Hesselteich)** die größte Bedeutung der peripheren Ortsteile zu. Von den insgesamt 14 Betrieben ist die Hälfte auf die Nahversorgung der Ortsteilbevölkerung mit Lebensmitteln und Getränken ausgerichtet. Während diese Betriebe nur über geringe Verkaufsflächen verfügen, entfällt der Hauptteil der

Verkaufsflächen jedoch auf den Bereich Blumen und Pflanzen, der einen großflächigen Pflanzenmarkt und zwei weitere Blumengeschäfte umfasst.

- Eine nur begrenzte Versorgungsfunktion kommt dem **Ortsteil Peckeloh** zu, in dem 10 Betriebe (ca. 6 %) mit einer Verkaufsfläche von ca. 590 m<sup>2</sup> ansässig sind. Dabei erfüllen lediglich vier kleinstrukturierte Betriebe Nahversorgungsfunktionen, während die anderen Anbieter, darunter ein mittelgroßer Sonderpostenmarkt, überwiegend auf den langfristigen Bedarf ausgerichtet sind.

**Tabelle 9: Die Einzelhandelsausstattung nach Ortsteilen**

Einzelhandelsausstattung Ortsteil	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
	Anzahl	in %	in m <sup>2</sup>	in %	in Mio. €	in %
Versmold	125	75,3	31.595	77,4	77,4	89,5
Bockhorst	10	6,0	815	2,0	1,9	2,2
Loxten	7	4,2	970	2,4	1,9	2,2
Oesterweg, Hesselteich	14	8,4	6.830	16,7	3,7	4,3
Peckeloh	10	6,0	590	1,5	1,6	1,9
<b>Stadt –Versmold gesamt</b>	<b>166</b>	<b>100</b>	<b>40.800</b>	<b>100</b>	<b>86,5</b>	<b>100</b>
davon: im Versorgungszentren	61	36,7	9.145	22,4	33,6	38,8
an sonstigen Standorten	105	63,3	31.655	77,6	52,9	61,2
Quelle: GMA-Bestandserhebung, April 2008 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)						

Der Vergleich der Einzelhandelsausstattung mit der Einwohnerverteilung<sup>1</sup> verdeutlicht die übergeordnete und gesamtstädtische Versorgungsbedeutung des Ortsteils Versmold, während in den übrigen Ortsteilen Bockhorst, Loxten und Peckeloh die Einwohneranteile die Betriebs-, Verkaufsflächen- und Umsatzanteile übersteigen, so dass dem Einzelhandel überwiegend Nahversorgungsfunktionen beizumessen sind. Eine Ausnahme stellt der Ortsteil Oesterweg dar, der aufgrund des großflächigen Pflanzenmarktes einen überdurchschnittlichen Verkaufsflächenanteil aufweist.

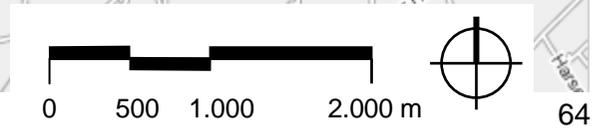
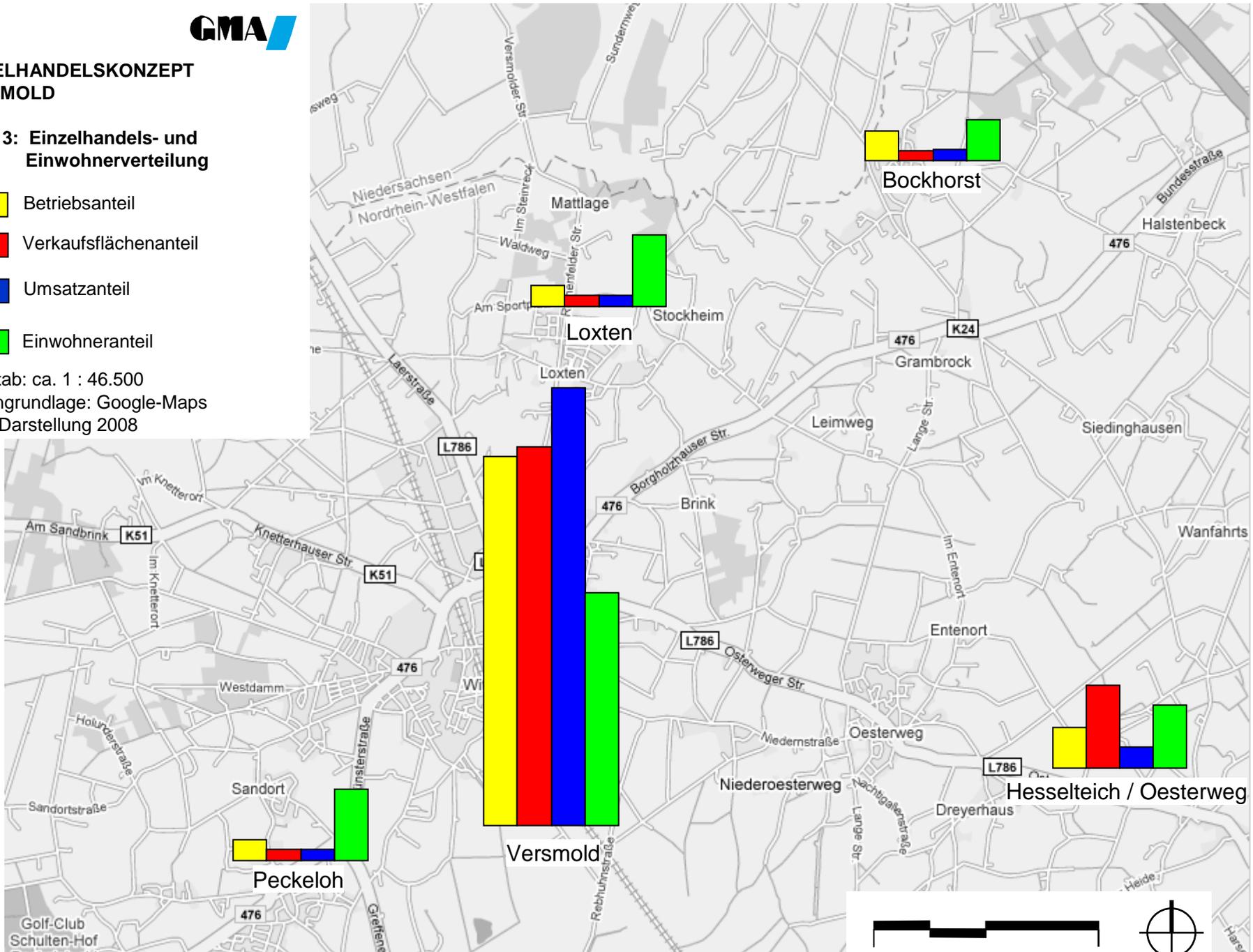
<sup>1</sup> vgl. hierzu Karte 3: Einzelhandels- und Einwohnerverteilung

### EINZELHANDELSKONZEPT VERSMOLD

Karte 3: Einzelhandels- und  
Einwohnerverteilung

- Betriebsanteil
- Verkaufsflächenanteil
- Umsatzanteil
- Einwohneranteil

Maßstab: ca. 1 : 46.500  
Kartengrundlage: Google-Maps  
GMA-Darstellung 2008



### 3. Die Verteilung großflächiger Einzelhandelsbetriebe

Die großflächigen Einzelhandelsbetriebe können - je nach sortimentspezifischer Ausrichtung und Standortlage - Magnetfunktionen für den kleinstrukturierten Facheinzelhandel übernehmen. Dem großflächigen Einzelhandel werden Betriebe zugeordnet, die eine Verkaufsfläche von jeweils mindestens 800 m<sup>2</sup> aufweisen.

**Tabelle 10: Struktur der großflächigen Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Versmold**

Ortsteile	Anzahl der Betriebe nach Betriebstypen <sup>*</sup>				
	überwiegend nahversorgungs- / zentrenrelevante Sortimente			FG / FM <sup>***</sup> mit überwiegend nicht zentrenrelevanten Sortimenten	Gesamt
	Lebensmittel-einzelhandel <sup>**</sup>	Warenhaus, (Textil-)Kaufhaus	Fachgeschäft, Fachmarkt		
Versmold, Versorgungszentrum	2	-	-	1	3
Versmold, sonstige Standorte	2	-	-	3	5
Oesterweg	-	-	-	1	1
<b>Stadt Versmold gesamt</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>5</b>	<b>9</b>

Auf den großflächigen Einzelhandel<sup>1</sup> in der Stadt Versmold entfallen insgesamt ca. 5 % der Betriebe (= 9 Betriebe) mit einem Verkaufsflächenanteil von ca. 52 % (= 21.060 m<sup>2</sup>) und einem Umsatzanteil von ca. 36 % (= 31,1 Mio. €). Im interkommunalen Vergleich ist damit eine leicht **unterdurchschnittliche Bedeutung** der Großbetriebe festzustellen.<sup>2</sup> Von den großflächigen Betrieben entfallen fünf Betriebe auf Fachmärkte mit überwiegend nicht zentrenrelevanten Sortimenten und vier Betriebe auf den Lebensmittelsektor. Ein großflächiges Warenhaus / (Textil-)Kaufhaus oder großflächige Fachgeschäfte / -märkte mit überwiegend zentrenrelevanten Sortimenten sind in Versmold nicht ansässig.

<sup>1</sup> vgl. Karte 4: Großflächige Einzelhandelsbetriebe

<sup>2</sup> Der Verkaufsflächenanteil großflächiger Einzelhandelsbetriebe beläuft sich in vergleichbaren Kommunen auf ca. 50 - 60 % (Quelle: GMA-Vergleichswerte).

# EINZELHANDELSKONZEPT VERSMOLD



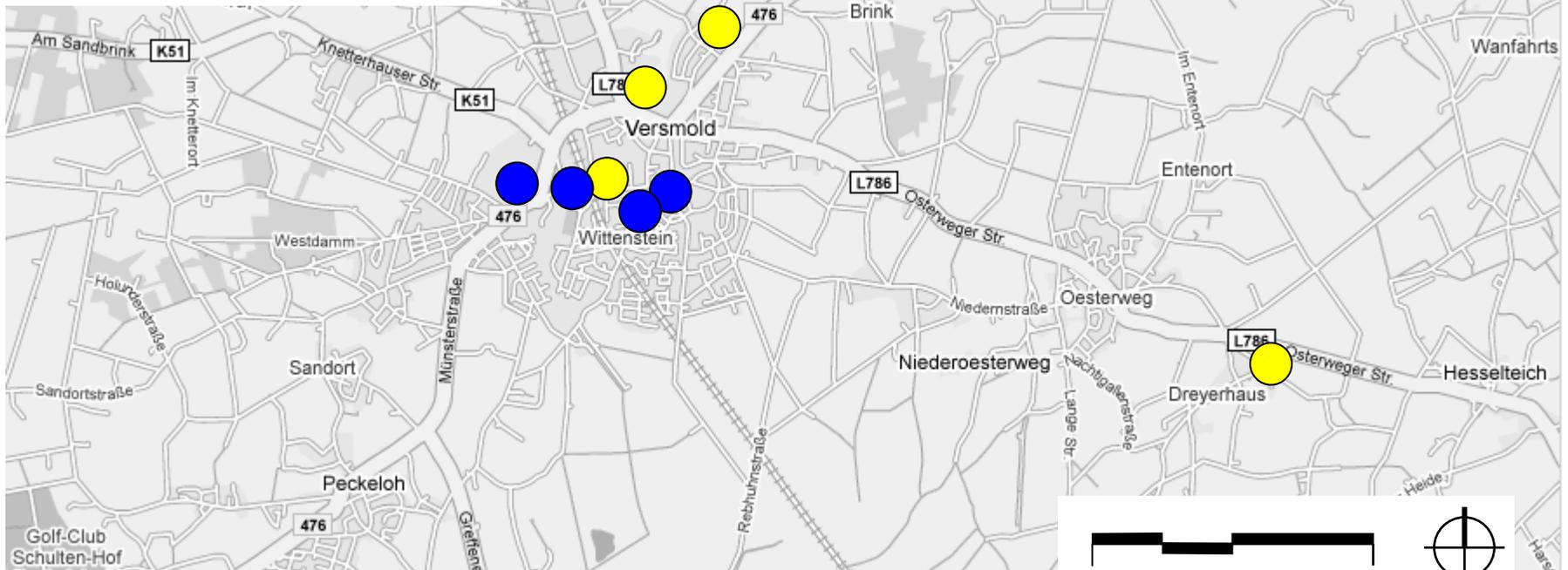
Karte 4: **Großflächige Einzelhandelsbetriebe (> 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)**

- SB-Warenhaus/Verbrauchermarkt/Lebensmittelsupermarkt/-Discountmarkt
- Warenhaus, (Textil-)Kaufhaus
- Fachgeschäft/-markt mit überwiegend zentrenrelevanten Sortimenten
- Fachgeschäft/-markt mit überwiegend nicht zentrenrelevanten Sortimenten

Maßstab: ca. 1 : 46.500

Kartengrundlage: Google-Maps

GMA-Erhebung (April 08) / -Darstellung



Von den insgesamt neun Betrieben sind drei Betriebe - davon zwei Lebensmittelmärkte und ein Möbelgeschäft dem innerstädtischen Versorgungszentren zuzuordnen. Zwei weitere Lebensmittelbetriebe sowie drei Fachmärkte mit überwiegend nicht zentrenrelevanten Sortimenten befinden sich an dezentralen Standorten innerhalb des Ortsteils Versmold. Ein großflächiger Pflanzenmarkt hat seinen Standort im Ortsteil Oesterweg. Der überwiegende Anteil der großflächigen Betriebe ist damit an nicht in das innerstädtische Versorgungszentrum integrierten Standorten bzw. überwiegend Pkw-kundenorientierten, dezentralen Standorten platziert. Es ist daher festzuhalten, dass durch die großflächigen Magnetbetriebe nur begrenzte Kopplungseffekte für den innerstädtischen Einzelhandel initiiert werden.

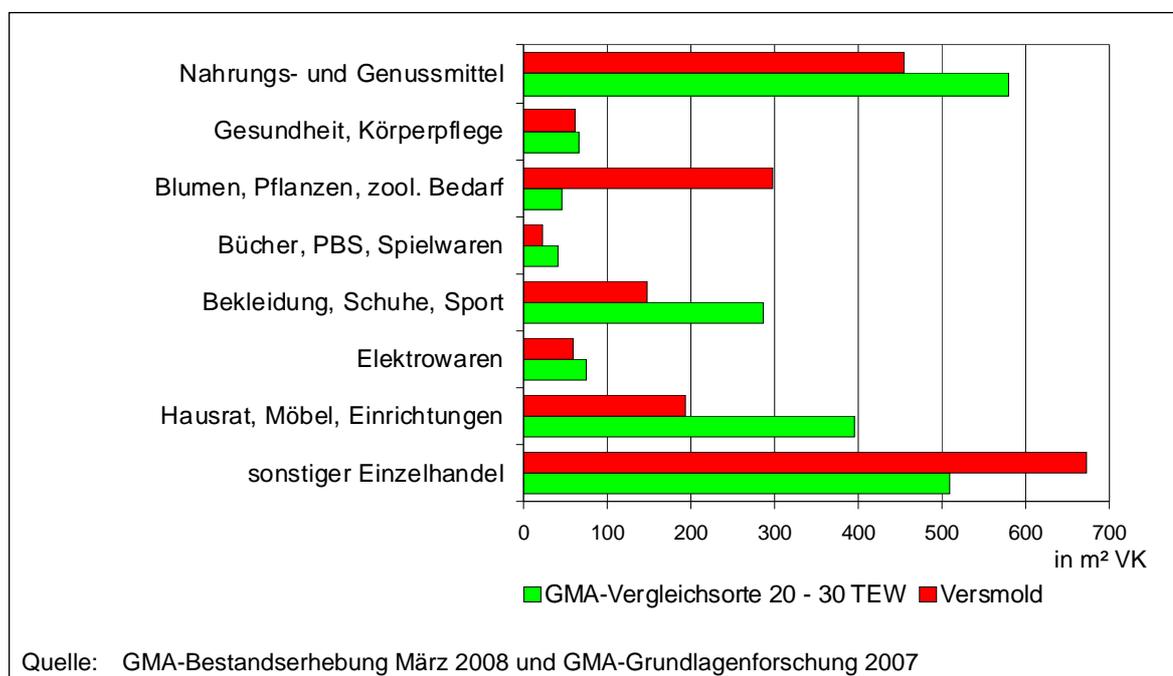
#### 4. Verkaufsflächenausstattung im Vergleich

Zur Bewertung des Einzelhandelsbestandes wird die Verkaufsflächenausstattung - bezogen auf die Einwohnerzahl der Stadt Versmold - dem Durchschnittswert aus Vergleichskommunen gegenübergestellt (vgl. Abb. 16).

In Gegenüberstellung zu den GMA-Vergleichsstädten mit Einwohnern zwischen 20.000 und 30.000 weist die Stadt Versmold insgesamt eine **leicht unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung** je 1.000 Einwohner auf; sie liegt mit 1.907 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner ca. 4,7 % unter dem Vergleichsniveau von 2.001 m<sup>2</sup>. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass bei den Vergleichsstädten in der Größenordnung auch Mittelzentren enthalten sind.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> s. hierzu auch Tabelle 19: Zentralität der Stadt Versmold im Strukturvergleich (Vergleich von Kennziffern anderer Grundzentren)

**Abb. 16: Sortimentsbezogene Verkaufsflächenausstattung im Vergleich**

Eine deutlich überdurchschnittliche Ausstattung ist bei den Warengruppen Blumen, Pflanzen und zoologischer Bedarf sowie sonstiger Einzelhandel – bei dem die großflächigen Betriebe der Sparte Bau- und Heimwerkerbedarf flächenbezogen einen Schwerpunkt darstellen – festzustellen. In der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege liegt der Angebotsumfang in der Stadt Versmold in etwa auf Vergleichsniveau. Dagegen erreicht die Ausstattung in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Bücher, Schreib- und Spielwaren, Bekleidung / Schuhe / Sport, Elektrowaren sowie Hausrat, Möbel und Einrichtungen nicht den Durchschnitt der Vergleichsorte.

## 5. Kaufkraftbewegungen

Zur Berechnung der Kaufkraftbewegungen nach Warengruppen werden die Umsatzwerte (unbereinigte Umsätze) herangezogen und um den Umsatz, der mit auswärtigen Kunden erzielt wird, sowie um sortimentsfremde Umsatzanteile<sup>1</sup> bereinigt. Für den Einzelhandel der Stadt Versmold insgesamt stellt sich die Berechnung wie folgt dar:

<sup>1</sup> beispielsweise Umsatz mit Konsumgütern im Nahrungs- und Genussmitteleinzelhandel

---

	ca. 86,5 Mio. €	unbereinigter Umsatz
-	ca. 17,1 Mio. €	Kaufkraftzufluss (Umsatz mit auswärtigen Kunden)
=	ca. 69,4 Mio. €	Umsatzanteil der Wohnbevölkerung der Stadt Versmold (bereinigter Umsatz)

Zur Ermittlung der Kaufkraftbindung wird der bereinigte Umsatz der Kaufkraft der Bevölkerung der Stadt Versmold gegenübergestellt:

$$\begin{aligned} \text{ca. 69,4 Mio. € bereinigter Umsatz} & : \quad \text{ca. 109,9 Mio. € Kaufkraft} \\ & = \text{ca. 63 \% Kaufkraftbindung} \end{aligned}$$

Der Einzelhandel in der Stadt Versmold bindet gegenwärtig insgesamt ca. 63 % der vorhandenen Kaufkraft, d.h. ca. 37 % der Kaufkraft fließt in andere Einkaufsorte ab. Etwa 20 % des Einzelhandelsumsatzes in der Stadt Versmold werden mit auswärtigen Kunden erzielt. Es ist somit festzuhalten, dass die Stadt Versmold eine begrenzte übergemeindliche Versorgungsbedeutung besitzt, die jedoch zu einem bedeutenden Anteil auf großflächige Einzelhandelsbetriebe an dezentralen Standorten des Stadtgebietes zurückzuführen ist.

Die Kaufkraftbewegungen für die einzelnen Warengruppen sind Tabelle 11 zu entnehmen.

Tabelle 11: Kaufkraftbewegungen nach Warengruppen

Branche / Warengruppe	Kaufkraft in Zone I in Mio. €	Umsatz (unbereinigt) in Mio. €	Sortimentsumsatz in Mio. €	Kaufkraftbindung in Versmold		Kaufkraftabfluss aus Versmold		Streuumsatz	
				in Mio. €	in % der Kaufkraft	in Mio. €	in % der Kaufkraft	in Mio. €	in % des Umsatzes
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>	<b>37,3</b>	<b>40,2</b>	<b>35,1</b>	<b>30,3</b>	<b>81</b>	<b>7,0</b>	<b>19</b>	<b>4,8</b>	<b>14</b>
Gesundheit / Körperpflege	13,4	10,1	11,2	9,8	73	3,6	27	1,4	13
Blumen / Pflanzen / zoologischer Bedarf	2,4	2,8	3,7	2,0	83	0,4	17	1,7	46
Bücher, Schreib- und Spielwaren	5,4	1,7	2,9	2,6	48	2,8	52	0,3	10
Bekleidung / Schuhe / Sport	14,1	6,4	7,2	5,4	38	8,7	62	1,8	25
Elektrowaren	9,8	4,3	5,9	4,1	42	5,7	58	1,8	31
Hausrat / Möbel / Einrichtungen	10,8	3,5	5,6	4,3	40	6,5	60	1,3	23
Sonstiger Einzelhandel	16,7	17,5	14,9	10,9	65	5,8	35	4,0	27
<b>Konsumgüter</b>	<b>72,6</b>	<b>46,3</b>	<b>51,4</b>	<b>39,1</b>	<b>54</b>	<b>33,5</b>	<b>46</b>	<b>12,3</b>	<b>24</b>
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>109,9</b>	<b>86,5</b>	<b>86,5</b>	<b>69,4</b>	<b>63</b>	<b>40,5</b>	<b>37</b>	<b>17,1</b>	<b>20</b>

Die höchsten Bindungsquoten werden mit 73 bis 83 % bei den **kurzfristigen Bedarfsgütern** erzielt. Bei der Warengruppe mit der höchsten zur Verfügung stehenden Kaufkraft, den Nahrungs- und Genussmitteln, können ca. 81 % vor Ort gebunden werden. Noch fast ein Fünftel der Kaufkraft fließt in andere Einkaufsorte; dies ist zum einen Teil auf die Versorgungsstrukturen, zum anderen Teil jedoch auch auf die vielfältigen berufs- und versorgungsbezogenen Verflechtungen mit umliegenden Städten zurückzuführen. In der Sparte Gesundheit und Körperpflege fließen ca. 27 % in andere Orte ab, während bei Blumen, Pflanzen und zoologischem Bedarf aufgrund der verhältnismäßig umfangreichen örtlichen Angebote ca. 83 % in Versmold gebunden werden können.

Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** mit den zentrenprägenden Warengruppen Bücher, Schreib- und Spielwaren sowie Bekleidung, Schuhe und Sport liegt mit ca. 38 % bzw. ca. 48 % eine deutlich geringere Kaufkraftbindungsquote vor, so dass in diesen Angebotsbereichen eine vergleichsweise hohe Einkaufsorientierung auf die umliegende Mittel- und Oberzentren mit einem größeren Angebot und mehr Auswahlmöglichkeiten gegeben ist.

Im **langfristigen Bedarfsgüterangebot**<sup>1</sup> können zwischen 40 und 65 % der örtlichen Kaufkraft gebunden werden. In den Sortimentsbereichen Elektrowaren und Hausrat, Möbel und Einrichtungen fließen zwischen 58 und 60 % der Kaufkraft in andere Städte ab. Demgegenüber sind beim sonstigen Einzelhandel, der neben Bau- und Heimwerker- sowie Gartenbedarf u.a. auch den spezialisierten Einzelhandel im Bereich Optik, Uhren und Schmuck umfasst, aufgrund der z.T. ausgeprägten Angebotsstruktur – v.a. im Bereich der großflächigen Einzelhandelsbetriebe - deutlich höhere Kaufkraftbindungsquoten von etwa 65 % zu konstatieren.

In der Gegenüberstellung der Kaufkraftbindung in Versmold und Vergleichswerten aus anderen Kommunen (vgl. Tabelle 12) zeigt sich, dass die Kaufkraftbindungsquote im Nahrungs- und Genussmittelbereich ein durchschnittliches Niveau erreicht. Für den Konsumgüterbereich ist die Kaufkraftbindungsquote in Versmold dagegen als leicht überdurchschnittlich zu bewerten, wobei deutliche Unterschiede in den einzelnen Warengruppen zu berücksichtigen sind (vgl. Tabelle 11).

---

<sup>1</sup> Warengruppen Elektrowaren, Hausrat / Möbel / Einrichtungen, Sonstiger Einzelhandel

**Tabelle 12: Vergleich der Kaufkraftbindung**

Daten	Nahrungs- und Genussmittel	Konsumgüter	Einzelhandel insgesamt
Kommune	Kaufkraftbindung in %		
Versmold	81	54	63
Straelen	75	44	54
Brüggen	89	50	63
Enger	82	39	56
Wallenhorst	81	63	69

Quelle: GMA-Berechnungen auf Basis von GMA-Einzelhandelsuntersuchungen

## 6. Städtebauliche Situation

### 6.1 Versorgungszentren

Für die Weiterentwicklung der Einzelhandelsstruktur der Stadt Versmold wird ein Zentrenkonzept vorgeschlagen, das grundsätzlich nach versorgungsstrukturellen Einheiten zu differenzieren ist. Dabei wird unterschieden in städtebaulich integrierte Versorgungszentren (zentrale Versorgungsbereiche) und nicht integrierte Agglomerationsbereiche des Einzelhandels.

Die Definition der **städttebaulich integrierten Versorgungszentren** (zentrale Versorgungsbereiche) stützt sich auf die stadträumlich-funktionale Einbindung des Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatzes innerhalb eines überschaubaren, fußläufig erlebbaren Lebensraumes der Innenstadt bzw. des Stadtteils. Für die Ausweisung eines städtebaulich integrierten Versorgungszentrums gelten folgende Kriterien:

- Kompaktheit der Bebauung
- städtebauliche Identifikationswirkung der Baustruktur
- Nutzungsdichte und -vielfalt des Geschäfts- und Dienstleistungsbesatzes

- Konzentration der zentralörtlich bedeutsamen Versorgungseinrichtungen in einem fußläufig erlebbaren Bereich (Nachbarschaftsidee)
- Schwerpunktbildung des Einzelhandels in punkto Betriebsbesatz, Verkaufsflächenbestand und Umsatztätigkeit
- funktionsfähige Einbindung in das Netz des fußläufigen Verkehrs, des motorisierten Individualverkehrs sowie des öffentlichen Personennahverkehrs.

In Ergänzung zu den städtebaulich integrierten Versorgungszentren werden gutachterlicherseits **dezentrale Einzelhandelsagglomerationen** in das Zentrenkonzept einbezogen, die aufgrund ihrer Angebotsbündelung und -verdichtung die Kriterien eines Einzelhandelsschwerpunktes erfüllen. Sie übernehmen wichtige Ergänzungsfunktionen zu den städtebaulich integrierten Versorgungszentren, indem insbesondere großflächige Betriebe vorgehalten werden, die aus städtebaulichen, verkehrlichen oder betriebswirtschaftlichen Gründen nicht in städtebaulich integrierte Versorgungszentren eingebunden werden können. Es handelt sich dabei überwiegend um Standorte, die dem Pkw-orientierten Zieleinkauf („one-stop-shopping“) gewidmet sind.

Sowohl für die Abgrenzung der städtebaulich integrierten Versorgungszentren als auch der dezentralen Einzelhandelsagglomerationen gilt das Kriterium der **Angebotsverdichtung und -ergänzung**. Die räumliche Zusammenfassung von Einzelhandelsbetrieben unterschiedlicher Größen, Betriebstypen und Sortimente erzeugt Kopplungseffekte, indem Einkaufsvorgänge in benachbarten Einkaufsstätten miteinander kombiniert werden. Die sog. Verbundeffekte räumlich-funktional miteinander korrespondierender Einzelhandelsbetriebe ermöglichen es insbesondere kleinstrukturierten Einzelhandelsfachgeschäften, an der Frequenz- und Attraktionswirkung großflächiger Einzelhandelsbetriebe zu partizipieren. Demgemäß bilden die Kopplungseffekte eine wesentliche Grundlage für die Funktionalität und Wirtschaftskraft städtebaulich integrierter Versorgungszentren, wohingegen großflächige Betriebstypen des Einzelhandels aufgrund ihrer Angebotsvielfalt und / oder des Bekanntheitsgrades des Unternehmens u. a. auch in dezentralen Solitärlagen ausreichende Besucherfrequenzen anziehen können.

Für die Analyse der Einzelhandelsstruktur der Stadt Versmold wird analog zu § 24a des Gesetzes zur Landesentwicklung (LEPro) eine **Differenzierung der Versorgungsstruktur nach drei Kategorien** zugrunde gelegt, die nach gutachterlicher Einschätzung folgende Merkmale aufweisen sollten:

**Tabelle 13: Kriterien des Zentrenkonzeptes**

Definition	Anforderungen
<b>Hauptzentrum</b> (Innenstadt)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ bedeutsames Hauptzentrum als größte integrierte Geschäftslage der Gesamtstadt mit gesamtstädtischen Versorgungsfunktionen / vollständigem Einzelhandelsangebot</li> <li>▪ Schwerpunkt der Versorgungsstruktur mit vielfältigem privaten und öffentlichen Dienstleistungsangebot</li> <li>▪ spezialisierte Güter und Dienstleistungen des mittel- und langfristigen Bedarfs, u. a. Warenhaus / Kaufhaus / Fachgeschäfte mit zentrenrelevanten Sortimenten als Magnetbetriebe</li> <li>▪ ÖPNV-Erreichbarkeit: Bus</li> </ul>
<b>Ortsteil- / Nahversorgungscentren</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ städtebaulich integrierte Geschäftslage</li> <li>▪ auf wohnungsnaher Versorgung ausgerichtet, nur teilweise ergänzt durch private und öffentliche Dienstleistungen</li> <li>▪ überwiegend nahversorgungsrelevante Waren und Dienstleistungen</li> <li>▪ Mindeststandard: 5 Betriebe / ca. 1.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (perspektivisch ca. 1.200 m<sup>2</sup>), davon ein größerer Lebensmittelanbieter</li> <li>▪ ÖPNV-Erreichbarkeit: Bus</li> </ul>
<b>dezentraler Agglomerationsbereich</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ städtebaulich nicht integriert</li> <li>▪ gesamtstädtische Versorgungsfunktionen, keine ergänzenden privaten und öffentlichen Dienstleistungen</li> <li>▪ auf wenige Branchen des überwiegend großflächigen Einzelhandels spezialisierte dezentrale Geschäftslage</li> <li>▪ Mindeststandard: 5 Betriebe / ca. 3.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche</li> <li>▪ ÖPNV-Erreichbarkeit: Bus</li> </ul>

Quelle: GMA-Darstellung

Im Hinblick auf ökonomisch und städtebaulich tragfähige Versorgungsstrukturen wird unter Berücksichtigung der Größe und Siedlungsstruktur der Stadt Versmold als **Untergrenze für die Weiterentwicklung von städtebaulich integrierten Versorgungszentren** eine **Mindestzahl von 5 Betrieben und eine Mindestfläche von ca. 1.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche**, gleichbedeutend ca. 1.700 m<sup>2</sup> Geschossfläche, angesetzt. Unterhalb dieser Schwellenwerte sind die Mindeststandards für funktionsfähige Versorgungsstrukturen aus

gutachterlicher Sicht nicht gewährleistet, so dass hinsichtlich der ausgewiesenen Versorgungszentren eine Grundausstattung erforderlich ist, um bedarfsgerechte Versorgungsstrukturen zu erhalten.

In der Stadt Versmold prägt eine Reihe von Einzelhandelslagen unterschiedlicher Ausprägung sowohl an städtebaulich integrierten Standorten (Versorgungszentrum) als auch an dezentralen Standorten die Versorgungsbedeutung des Grundzentrums. Das Standortgefüge in Versmold gliedert sich in derzeit in das **innerstädtische Hauptzentrum** und **dezentrale Streulagen** (vgl. Tabelle 14). Ortsteil- / Nahversorgungszentren sind ebenso wie dezentrale Agglomerationsbereiche des großflächigen Einzelhandels nicht vorhanden.

Insgesamt ist eine Zentrumsorientierung von ca. 37 % der Betriebe und ca. 22 % der Verkaufsfläche zu verzeichnen, so dass im Vergleich zu Städten / Gemeinden ähnlicher Größe eine unterdurchschnittliche Einzelhandelsausstattung der Innenstadt vorliegt.

So ist ein **überdurchschnittlicher bzw. mittelgroßer Anteil großflächiger Einzelhandelsbetriebe an dezentralen Standorten** festzustellen, wohingegen in dem städtebaulich integrierten Versorgungszentrum<sup>1</sup> der Innenstadt nur drei großflächige Einzelhandelsbetriebe ansässig sind. Etwa 64 % der Betriebsstätten (39 Betriebe) der Stadtmitte entfallen auf kleinstrukturierte Betriebe mit Verkaufsflächen bis zu 100 m<sup>2</sup>.

Von den im gesamten Stadtgebiet vorhandenen 135 Betrieben mit nahversorgungs- / zentrenrelevanten Sortimenten, einer Verkaufsfläche von ca. 18.390 m<sup>2</sup> und einer Umsatzleistung von ca. 67,0 Mio. € befinden sich ca. 42 % (57 Betriebe) in dem städtebaulich integrierten Versorgungszentrum der Innenstadt. Diese Betriebe vereinigen ca. 40 % (ca. 7.410 m<sup>2</sup>) der nahversorgungs- / zentrenrelevanten Verkaufsfläche und ca. 48 % (31,9 Mio. €) der diesbezüglichen Umsätze auf sich.

---

<sup>1</sup> Der Begriff Versorgungszentrum wird als Synonym für den zentralen Versorgungsbereich (ZVB) verwendet.

Tabelle 14: Zentrenstruktur der Stadt Versmold

Zentraler Versorgungsbereich (ZVB)	Einzelhandel gesamt		davon: zentren- / nahversorgungsrelevanter Einzelhandel	
	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>
<b>Innerstädtisches Hauptzentrum</b>				
(VZ) Innenstadt	61	9.145	57	7.410
Streulagen / dezentrale Lagen	105	31.655	78	10.980
<b>gesamt</b>	<b>166</b>	<b>40.800</b>	<b>135</b>	<b>18.390</b>
Quelle: Bestandserhebung April 2008				

## 6.2 Räumliches Ordnungsmodell

Unter Berücksichtigung der v.g. Bewertungskriterien und der vorstehend erläuterten Mindeststandards für die Festlegung von Versorgungszentren bzw. dezentralen Agglomerationen werden im Rahmen des Zentrenkonzeptes der Stadt Versmold insgesamt ein Versorgungszentrum und dezentrale Streulagen / Solitärlagen zugrunde gelegt:

- Nach den baurechtlichen und landesplanerischen Vorschriften ist das **städtebaulich integrierte Versorgungszentrum** der Innenstadt von den städtebaulich nicht integrierten, überwiegend dem Pkw-orientierten Einkauf gewidmeten dezentralen Einzelhandelsstandorten parzellenscharf abzugrenzen. In der Stadt Versmold ist gegenwärtig nur ein Einzelhandelsschwerpunkt zu identifizieren, der als städtebaulich integrierter, zentraler Versorgungsbereich zu bewerten ist. **Ortsteil- / Nahversorgungszentren und dezentrale Agglomerationsstandorte sind nicht vorhanden.**
- Die Einordnung der Einzelhandelsstandorte in die Zentrenhierarchie ist entsprechend der zentralörtlichen Bedeutung bzw. der räumlichen Ausdehnung der Versorgungsbereiche vorzunehmen. Hierbei wird unterschieden in gesamtstädtische und stadtteilbezogene Versorgungsfunktionen; im Rahmen der grundzentralen Versorgungsfunktionen der Stadt Versmold ist im Wesentlichen nur dem **Versorgungszentrum der Innenstadt eine gesamtstädtische Bedeutung** beizumessen.

sen, während die Einzelhandelsbetriebe in Streulagen überwiegend auf den jeweiligen Ortsteil bzw. angrenzende Wohnsiedlungsbereiche ausgerichtete Versorgungsfunktionen wahrnehmen. Nur einige dezentral gelegene großflächige Betriebe übernehmen gesamtstädtische und z. T. auch überörtliche Versorgungsfunktionen.

Unter Berücksichtigung der vorgegebenen siedlungsstrukturellen, städtebaulichen und einzelhandelsbezogenen Rahmenbedingungen wird vorgeschlagen, das ausgewiesene städtebaulich integrierte Versorgungszentrum in das Zentrenkonzept der Stadt Versmold als Hauptzentrum aufzunehmen und entsprechend der Regelungen des § 24a des Gesetzes zur Landesentwicklung (LEPro) einem besonderen bauleitplanerischen Schutz zu unterstellen.

Zur Durchsetzung der gutachterlich vorgeschlagenen Sicherung und Weiterentwicklung der Einzelhandelsstruktur in dem städtebaulich integrierten Versorgungszentrum in der Innenstadt sind sowohl bauplanungsrechtliche Rahmensetzungen als auch ein aktives Flächenmanagement der Stadt Versmold erforderlich. Nur wenn es gelingt, die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in das räumliche Ordnungskonzept einzubinden, kann eine städtebaulich dezentrale Flächenexpansion, welche das innerstädtische Versorgungszentrum gefährdet, in Zukunft verhindert werden. Dies gilt im besonderen Maße für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten.

### 6.3 Weiterentwicklung der Nahversorgung

Die vorliegende Untersuchung verdeutlicht, dass die grundzentrale Versorgungsstruktur in Versmold durch eine heterogene Siedlungs- und Versorgungsstruktur geprägt wird.

Auf der Grundlage eines GMA-Städtevergleichs der Ausstattungskennziffern ist für das nahversorgungsrelevante Einzelhandelsangebot der Stadt Versmold, bezogen auf die Gesamtstadt, eine **unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung bei Nahrungs- und Genussmitteln** festzustellen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Ausstattungs-

merkmale der Stadt Versmold zwar eine Streuung des Besatzes auf größere und kleinere Betriebseinheiten im Lebensmittelbereich dokumentieren, dass jedoch keine ausgeprägte wohnungsnaher Lebensmittelversorgung in den Ortsteilen festzustellen ist.

**Tabelle 15: Nahversorgung in den Ortsteilen der Stadt Versmold**

Ortsteil	Sortiment	Strukturdaten
<b>Bockhorst</b>	Lebensmittel-SB-Markt (Edeka) Bäckerei	<b>insgesamt:</b> 16 Betriebe 1.310 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche (Ø 82 m <sup>2</sup> / Betrieb) 10 - 350 m <sup>2</sup> VK
<b>Hesselteich</b>	Getränkehandel Bäckerei	
<b>Loxten</b>	Lebensmittel / Nonfood (Dorfladen) Fleisch- / Wurstwaren (Direktverkauf)	
<b>Oesterweg</b>	Lebensmittelgeschäft 4 Biohöfe / Hofläden (Obst / Gemüse / Brot / Wurst) Getränkemarkt	
<b>Peckeloh</b>	Lebensmittel Bäckerei Getränke Fleischhandel – Direktverkauf	
Quelle: GMA-Bestandserhebung April 2008		

Unter dem Aspekt der Herstellung möglichst gleichwertiger Versorgungsbedingungen für alle Hauptsiedlungsbereiche des Stadtgebietes wird empfohlen, im Rahmen einer nach städtebaulichen Kriterien ausgerichteten Bauleitplanung zusätzliche Einzelhandelschwerpunkte nur dann auszubauen, wenn sie zur Stabilisierung und Aufwertung der Nahversorgung im Sinne einer Mittelpunktfunktion der Ortskerne beitragen. Aufgrund des begrenzten ökonomischen Entwicklungsspielraums für Verkaufszuwächse wird empfohlen, **keine weitere Zersplitterung des Einzelhandelsbesatzes** durch zusätzliche Einzelhandelsschwerpunkte außerhalb der Siedlungskerne vorzunehmen.

Hinsichtlich des Bauplanungsrechts ist insbesondere auf die Neufassung des § 34 Bau-gesetzbuch hinzuweisen, nach der erhöhte Anforderungen an die versorgungsstrukturelle und städtebauliche Verträglichkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben im Hinblick auf innerstädtische oder stadtteilbezogene Versorgungsstrukturen gestellt werden. Im

Einzelfall ist zu belegen, ob und inwieweit ein Einzelhandelsvorhaben strukturprägende, zentrale Versorgungsbereiche im Bestand gefährdet oder deren Entwicklungsfähigkeit einschränkt.

Die Probleme in der Sicherung einer bedarfsgerechten Nahversorgung sind u. a. in der Standortpolitik filialisierender Lebensmittel-SB-Betriebe begründet. Grundsätzlich wäre es wünschenswert, eine flächendeckende Ergänzung der wohnungsnahen Grundversorgung zu erreichen. Dem steht jedoch in vielen Fällen die aus der geringen Einwohnerzahl der Ortsteile resultierende fehlende Wirtschaftlichkeit von Einzelhandelsbetrieben mit tragfähigen Betriebs- und Umsatzgrößen entgegen.

Bei der Prüfung möglicher **Verbesserungen der Nahversorgung** ist die wirtschaftliche Tragfähigkeit von Lebensmittelbetrieben zu berücksichtigen. Im Rahmen einer Modellrechnung sind folgende Prämissen zu beachten:

- Unter Rentabilitäts Gesichtspunkten ist die rechnerische Mindestbetriebsgröße eines Lebensmittelsupermarktes mit ca. 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche anzusetzen, wenn dieser als Vollerwerbsquelle dient und einen angemessenen Ertrag und Unternehmerlohn erwirtschaften soll.<sup>1</sup>
- Die durchschnittliche Flächenproduktivität eines Supermarktes dieser Größenordnung liegt gegenwärtig bei ca. 3.554,00 € / m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.<sup>2</sup>
- In der Sortimentsstruktur entfällt auf Lebensmittel bei Betrieben der v.g. Größe ein Umsatzanteil von etwa 87 %.
- Unter Beachtung der v.g. Prämissen ist der betriebswirtschaftliche Mindestumsatz eines Lebensmittelsupermarktes mit ca. 4,26 Mio. € anzusetzen, davon bezieht sich ein Anteil von 3,71 Mio. € auf Nahrungs- und Genussmittel.

---

<sup>1</sup> bezogen auf einen Lebensmittel-Vollsortimenter. Lebensmittel-Discountmärkte operieren auch mit geringeren Betriebsgrößen

<sup>2</sup> vgl. EHI, Handel aktuell 2008 / 2009, Supermärkte mit Verkaufsflächen zwischen 400 und 2.500 m<sup>2</sup>, Zahlen für 2007

- Unter Berücksichtigung der siedlungsstrukturellen und wettbewerbsbezogenen Rahmenbedingungen der Stadt Versmold kann ein Lebensmittelsupermarkt in der beschriebenen Größenordnung ca. 25 - 30 % des vorhandenen Kaufkraftpotenzials der ortsteilbezogenen Wohnbevölkerung binden.<sup>1</sup> Darüber hinaus sind Streuumsätze mit Kunden, die außerhalb des Naheinzugsgebietes wohnen, in Höhe von ca. 25 % zu berücksichtigen.<sup>2</sup>
- Bei einer Kaufkraftbindungsquote von 25 – 30 % müsste ein Lebensmittelsupermarkt ein Kundeneinzugsgebiet versorgen, in dem ein Kaufkraftpotenzial von ca. 10,11 Mio. € für Nahrungs- und Genussmittel zur Verfügung steht. Bezogen auf die durchschnittlichen Verbrauchsausgaben in der Stadt Versmold entspricht dies einer Einwohnerzahl von knapp 5.800 Personen im Nahbereich des Anbieters.

---

<sup>1</sup> abhängig von Wettbewerbssituation, Standortbedingungen u. a.

<sup>2</sup> unter der Voraussetzung einer günstigen verkehrsstrategischen Lage

## V. Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandortes Versmold

### 1. Verkaufsflächenzusatzbedarf bis zum Jahr 2020

#### 1.1 Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung bis zum Jahr 2020

##### 1.1.1 Bevölkerungsprognose

Für die Einschätzung der zukünftigen Einwohnerentwicklung der Stadt Versmold wurde auf die von der Bertelsmannstiftung veröffentlichten Bevölkerungsprognosedaten zurückgegriffen. Danach wird für die Stadt Versmold für das Jahr 2020 eine Einwohnerzahl von 22.025 angenommen. Dies entspricht einem Zuwachs gegenüber 2008 von ca. 3,0 %.

##### 1.1.2 Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben

Die für die Kaufkraftprognose bis zum Jahre 2020 wesentlichen Annahmen zur Entwicklung des Verbraucherverhaltens lassen sich wie folgt skizzieren:

- Der Verbraucher verhält sich für die Dauer des Untersuchungszeitraumes „normal“. Dies gilt sowohl für das Spar- als auch für das Ausgabeverhalten. Langfristig dürfte die **Sparquote** nach gutachterlicher Schätzung bei **ca. 10 - 12 %** liegen.
- Umgerechnet auf den wertmäßigen Gesamtverbrauch, ergeben sich **reale Kaufkraftsteigerungen**. Nach gutachterlicher Einschätzung wird der aus dem verfügbaren Einkommen in den Einzelhandel fließende Anteil jedoch künftig weiter zurückgehen, d.h. die realen Umsatzsteigerungen im Einzelhandel werden hinter den Einkommenszuwächsen zurückbleiben. Dies liegt u. a. daran, dass die Preise für Dienstleistungen, Energie, Mieten etc. insgesamt schneller steigen als die Preise für Einzelhandelswaren.

- Die dem Einzelhandel zufließenden Einkommenszuwächse werden sich **unterschiedlich auf die einzelnen Sortimente** auswirken, wobei diejenigen Branchen, die dem Freizeitsektor zuzuordnen sind, höhere reale Zuwächse erfahren dürften.

Für die Kaufkraftentwicklung gehen die GMA-Berechnungen davon aus, dass die durchschnittlichen einzelhandelsrelevanten **Pro-Kopf-Ausgaben bis zum Jahre 2020** einen Betrag von **€ 5.402,-** (zu aktuellen Preisen) erreichen. Dieser Entwicklung liegt die Annahme zugrunde, dass sich das Brutto sozialprodukt jährlich um ca. 1,0 - 1,5 % erhöht, gleichzeitig jedoch die finanziellen Belastungen der privaten Haushalte durch Energiekosten, Steuern, Abgaben etc. zunehmen, so dass der private Verbrauch nur unterdurchschnittlich ansteigen wird.

### 1.1.3 Kaufkraftprognose

Bei Zugrundelegung der v.g. Bevölkerungs- und Verbrauchsausgabenprognose sowie der Annahme, dass die regionalen Kaufkraftkoeffizienten unverändert bleiben, wird für die Stadt Versmold für das Prognosejahr 2020 ein **Kaufkraftvolumen von insgesamt ca. 116,1 Mio. €** (zu aktuellen Preisen) prognostiziert. Damit ist für die Entwicklung des Kaufkraftpotenzials in der Stadt Versmold bis zum Jahre 2020 ein Zuwachs um ca. 5,6 % anzusetzen (vgl. Tabelle 16).

Insgesamt sind für den Prognosezeitraum im Hinblick auf die Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung positive Entwicklungstendenzen für die Stadt Versmold als Einzelhandelsstandort zu erwarten.

**Tabelle 16: Kaufkraftpotenzial in der Stadt Versmold nach Sortimenten im Jahre 2020 (zu aktuellen Preisen)**

<b>Sortiment / Warengruppe</b>	<b>Kaufkraft in Mio. € in Versmold</b>
Lebensmittel, Getränke	32,0
Bäckereihandwerk	3,7
Fleischereihandwerk	3,7
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>	<b>39,4</b>
Drogerie-, Parfümeriewaren	4,6
Apotheken-, Sanitätswaren	9,8
<b>Gesundheit, Körperpflege</b>	<b>14,4</b>
Blumen, Pflanzen	1,7
zoologischer Bedarf	0,8
<b>Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf</b>	<b>2,5</b>
Bücher, Zeitschriften	2,4
Papier-, Büro-, Schreibwaren	2,5
Spielwaren	0,8
<b>Bücher, Schreib- / Spielwaren</b>	<b>5,7</b>
Damenbekleidung	6,2
Herrenbekleidung	3,4
Kinderbekleidung	0,6
Schuhe	2,8
Lederwaren	0,5
Sportartikel	1,3
<b>Bekleidung, Schuhe, Sport</b>	<b>14,8</b>
weiße Ware	2,0
Leuchten, Elektroinstallation, -zubehör	0,8
Unterhaltungselektronik	2,5
Ton-, Bildträger	1,2
Computer, Telekommunikation	2,5
Fortsetzung nächste Seite	

Fortsetzung von vorheriger Seite	
Sortiment / Warengruppe	Kaufkraft in Mio. €
Foto, -zubehör	1,5
<b>Elektrowaren</b>	<b>10,5</b>
Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel	2,2
Möbel, Küchen, Antiquitäten, Kunst	7,2
Heimtextilien, Bettwaren, Gardinen	1,9
<b>Hausrat, Möbel, Einrichtungen</b>	<b>11,3</b>
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	8,7
Teppiche, Bodenbeläge	1,1
Optik	1,1
Uhren, Schmuck	1,2
Autozubehör	2,3
Sportgeräte	1,5
Sonstige Einzelhandelswaren	1,6
<b>Sonstiger Einzelhandel</b>	<b>17,5</b>
<b>Konsumgüter</b>	<b>76,7</b>
<b>Einzelhandelswaren gesamt</b>	<b>116,1</b>
Quelle: GMA-Berechnungen 2008 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)	

## 2. Die Umsatz- und Verkaufsflächenentwicklung bis zum Jahr 2020

### 2.1 Umsatzerwartung bis zum Jahr 2020

Die Umsatzprognose für den Einzelhandel in der Stadt Versmold wird unter Verwendung unterschiedlicher Prämissen für den Prognosezeitraum 2020 berechnet. Dabei differieren die Annahmen über die erreichbaren Marktanteile, die auf das prognostizierte Kaufkraftpotenzial bezogen werden. Die im Rahmen einer modellhaften Betrachtung der künftigen Einzelhandelsentwicklung zugrunde gelegten Varianten sind als Entwicklungskorridor zu betrachten.

#### **Szenario A: Konstante Marktanteile für den Prognosezeitraum bis 2020 (stagnierende Einzelhandelsentwicklung)**

Unter der Annahme, dass der Einzelhandel in der Stadt Versmold seine Versorgungsbedeutung für die Verbraucher der Stadt und des Umlandes bis zum Jahre 2020 erhalten, aber nicht ausbauen kann, ist ein Umsatzvolumen von ca. 90,4 Mio. € (zu aktuellen Preisen) zu erwarten. Zur Berechnung wird folgende Formel angewandt:

Marktanteile 2008 x Kaufkraftprognose + Kaufkraftzufluss = Umsatzvolumen 2015  
Szenario A

#### **Nahrungs- und Genussmittel**

Versmold	ca. 81 % von ca. 39,4 Mio. €	=	ca. 31,9 Mio. €
Streuumsatz		=	ca. 4,8 Mio. €
<b>Umsatz Nahrungs- und Genussmittel gesamt</b>		=	<b>ca. 36,7 Mio. €</b>

#### **Konsumgüter**

Versmold	ca. 54 % von ca. 76,7 Mio. €	=	ca. 41,4 Mio. €
Streuumsatz		=	ca. 12,3 Mio. €
<b>Umsatz Konsumgüter gesamt</b>		=	<b>ca. 53,7 Mio. €</b>

Bei einer unveränderten Marktposition des Einzelhandels in der Stadt Versmold ist - auf Grund der positiven Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung - eine leichter Anstieg der Umsatzerwartung um ca. 4,5 % zu prognostizieren.

**Szenario B: Steigende Marktanteile für den Prognosezeitraum bis 2020  
(aktive Einzelhandelsentwicklung)**

In Szenario B wird die Annahme getroffen, dass der Einzelhandel in der Stadt Versmold durch Verbesserung der Angebotsstruktur, des Branchenmixes und durch absatzpolitische Maßnahmen seine Marktposition bis zum Jahre 2020 ausbauen kann. Diese Annahme führt zu einer **Erhöhung der angesetzten Marktanteile (Zone I) um ca. 6 % bei Nahrungs- und Genussmitteln sowie um ca. 3 bis 4 % bei Konsumgütern**. Gleichzeitig wird unterstellt, dass die Einkaufsattraktivität der Stadt dadurch auch für die Verbraucher der angrenzenden Städte und Gemeinden leicht erhöht wird. Die Entwicklungspotenziale werden aus der Versorgungsbedeutung des Einzelhandelsstandortes und der regionalen Wettbewerbssituation sowie unter Berücksichtigung spezifischer betriebswirtschaftlicher Anforderungen für die einzelnen Sortimente abgeleitet. Die Berechnungsformel für den Einzelhandel insgesamt lautet:

$$\text{Marktanteile 2008} \times \text{Kaufkraftprognose} + \text{Kaufkraftzufluss} = \text{Umsatzvolumen 2020 Szenario B}$$

**Nahrungs- und Genussmittel**

Versmold	ca. 87 % von ca. 39,4 Mio. €	=	ca. 34,3 Mio. €
Streuumsatz		=	ca. 5,3 Mio. €
<b>Umsatz Nahrungs- und Genussmittel gesamt</b>		=	<b>ca. 39,6 Mio. €</b>

**Konsumgüter**

Versmold	ca. 57 - 58 % von ca. 76,7 Mio. €	=	ca. 44,1 Mio. €
Streuumsatz		=	ca. 12,9 Mio. €
<b>Umsatz Konsumgüter gesamt</b>		=	<b>ca. 57,0 Mio. €</b>

Unter der Annahme steigender Marktanteile bei positiver Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung ergibt sich bis zum Jahr 2020 eine Umsatzerwartung von ca. 96,6 Mio. €, die nominal um ca. 12 % über der aktuellen Umsatztätigkeit liegt.

Die einzelnen Szenarien werden in der nachfolgenden Tabelle noch einmal gegenübergestellt.

**Tabelle 17: Die Szenarien der Umsatzerwartung für den Einzelhandel in der Stadt Versmold im Prognosezeitraum 2020**

Waren- gruppe	Nahrungs- und Genuss- mittel			Konsumgüter			Einzelhandel gesamt		
	Vers- mold	Zufluss von au- ßerhalb	Ge- samt	Vers- mold	Zufluss von au- ßerhalb	Ge- samt	Vers- mold	Zufluss von au- ßerhalb	Gesamt
<b>Szenarien</b>	<b>Umsatz in Mio. € (zu Preisen von 2008)</b>								
A Konstante Marktanteile	31,9	4,8	36,7	41,4	12,3	53,7	73,3	17,1	90,4
B Steigende Marktanteile	34,3	5,3	39,6	44,1	12,9	57,0	78,4	18,2	96,6
<b>Basisjahr 2008</b>	<b>30,3</b>	<b>4,8</b>	<b>35,1</b>	<b>39,1</b>	<b>12,3</b>	<b>51,4</b>	<b>69,4</b>	<b>17,1</b>	<b>86,5</b>
Quelle: GMA-Berechnungen									

## 2.2 Der zusätzliche Verkaufsflächenbedarf bis zum Jahr 2020

Der Verkaufsflächenbedarf wird aus der prognostizierten Umsatzerwartung unter Verwendung von durchschnittlichen Verkaufsflächenproduktivitätswerten des leistungsfähigen Einzelhandels errechnet. Die Modellrechnung zeigt im Ergebnis eine auf die Stadt Versmold abgestimmte, versorgungsstrukturell sinnvolle Entwicklung der sortimentsbezogenen Verkaufsflächenausstattung auf, die keine Umverteilungen für den ansässigen Einzelhandel erwarten lässt. Es handelt sich somit um **Orientierungswerte für eine strukturverträgliche Weiterentwicklung** des Einzelhandelsstandortes. Die dargelegten Entwicklungspotenziale sind nicht als Obergrenze der Verkaufsflächenentwicklung zu verstehen. Bei **Überschreiten** sind jedoch Umverteilungseffekte für den bestehenden Einzelhandel zu erwarten, die unter versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Aspekten **im Einzelfall zu bewerten** sind.

Im Rahmen der nachfolgenden Prognose des Verkaufsflächenbedarfs werden Raumleistungen angesetzt von

- ca. 4.100,- € je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Nahrungs- und Genussmittel

- ca. 1.600,- bis 1.700 € je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bei Konsumgütern.

Stellt man den prognostizierten Umsatzleistungen im Jahre 2020 in **Szenario A - konstante Marktanteile** - die notwendigen Flächenproduktivitätswerte gegenüber, so lässt die gegenwärtige Verkaufsflächenausstattung in der Stadt Versmold ein leichtes Verkaufsflächendefizit von ca. 800 m<sup>2</sup> erkennen, wobei rechnerisch ca. 350 m<sup>2</sup> auf Nahrungs- und Genussmittel und ca. 450 auf Konsumgüter entfallen. Bei konstanten Marktanteilen sind somit nur begrenzte Verkaufsflächenerweiterungen möglich, die sich rechnerisch aus der positiven Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung ergeben.

Bezogen auf den prognostizierten Umsatz im Jahre 2020 in **Szenario B - steigende Marktanteile** - sind bei den genannten Flächenproduktivitätswerten rechnerisch ca. 1.100 m<sup>2</sup> Lebensmittelfläche und ca. 2.400 m<sup>2</sup> Nonfood-Fläche nachzuweisen. Damit liegt der Verkaufsflächenzusatzbedarf bei insgesamt ca. 3.500 m<sup>2</sup> bzw. ca. 8,6 % des aktuellen Bestands.

Aus der Modellrechnung wird deutlich, dass die Ausschöpfung der ermittelten Entwicklungspotenziale in der Verkaufsflächenausstattung eine **Erweiterung der Versorgungsbedeutung durch eine stärkere Kaufkraftbindung** voraussetzt. Ansonsten ist ein Rückgang der Flächenproduktivität der ansässigen Einzelhandelsbetriebe zu erwarten, so dass Betriebsschließungen nicht auszuschließen sind.

Aus Gründen der Wettbewerbsfreiheit gilt unter dem Vorbehalt der regionalen Abstimmung der Planungsgrundsatz, dass Einzelhandelsentwicklungen in integrierten Lagen ohne Einschränkungen möglich sein sollten. Steuernde Eingriffe der Stadt Versmold sind aus gutachterlicher Sicht nur im Rahmen der Einzelhandelsentwicklung an nicht integrierten Standorten notwendig. Neuansiedlungen in dem abgegrenzten Versorgungszentrum der Stadt Versmold sollten unter Beachtung städtebaulicher Erfordernisse grundsätzlich ohne Flächenbeschränkungen ermöglicht werden, sie können allerdings ggf. zu Umverteilungseffekten bei ansässigen Betrieben führen. Eine bauplanungsrechtliche **Steuerung und Begrenzung der Einzelhandelsentwicklung** wird dagegen **an dezentralen Standorten** für notwendig erachtet, um negative versorgungsstrukturelle und städtebauliche Auswirkungen auf das innerstädtische Versorgungszentrum zu vermeiden.

Die angegebenen Größenordnungen gelten als grobe Orientierungswerte für eine wirtschaftlich tragfähige Erweiterung des Verkaufsflächenbestandes. Da im Rahmen der Bauleitplanung grundsätzlich nicht in den Wettbewerb eingegriffen werden soll, ist eine unmittelbare Übertragung der Verkaufsflächenempfehlungen in Planungsrecht nicht möglich. Im Rahmen der Marktmechanismen des Wettbewerbs kann die Stadt Versmold lediglich in begrenztem Maße Einfluss auf die Verkaufsflächenentwicklung ausüben, indem die Investitionstätigkeit auf zentrale Standorte gelenkt und dezentrale Standorte für die Ansiedlung großflächiger Betriebe mit nahversorgungs- / zentrenrelevanten Sortimenten gesperrt werden.

### **3. Branchen- und Standortkonzept**

Zur Verbesserung des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Versmold werden im Rahmen von Modellrechnungen zur Komplettierung der Verkaufsflächenausstattung die nachfolgend aufgeführten Ergänzungen vorgeschlagen. Aus gutachterlicher Sicht wird der zugrunde gelegte Ausbau der Versorgungsbedeutung - das Szenario B für das Jahr 2020 - als realisierbar und versorgungsstrukturell wünschenswert bewertet, um die Versorgungsbedeutung des Grundzentrums auch zukünftig zu erhalten und auszubauen. Im Rahmen einer offensiven, zentralitätsstärkenden Strategie sollte die Einzelhandelsentwicklungspolitik auf eine Expansion der Verkaufsfläche um ca. 3.500 m<sup>2</sup> bis zum Jahre 2020 mit entsprechenden Sortimentsergänzungen ausgerichtet werden, sofern die zugrunde gelegten Annahmen zur Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung eintreten.

**Tabelle 18: Branchenmix der zusätzlichen Verkaufsfläche für die Jahre 2015 bis 2020 nach Standortlagen (Modellrechnungen)**

Standort	Empfehlungen zu Betriebstypenergänzungen	Verkausflächenzusatzbedarf* bis 2020 in m <sup>2</sup>		
		Versorgungszentren Vermold	dezentrale Standorte	Gesamt
Nahrungs- und Genussmittel	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Erweiterungsfläche für bestehende Betriebe im Versorgungszentrum / Neuan-siedlung eines Verbrauchermarktes</li> <li>▪ spezialisierter Fachhandel (z. B. Re-formhaus, Obst, Gemüse, Fisch)</li> </ul>	1.100	-	1.100
Gesundheit, Körperpflege	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Teilfläche eines Lebensmittelmarktes / Reformhauses</li> <li>▪ Apotheke</li> </ul>	150	-	150
Blumen, Pflanzen, zoologi-scher Bedarf	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ergänzungsfläche zur Diversifizierung des bestehenden Angebotes</li> </ul>	100	-	100
Bücher, Schreib- und Spielwa-ren	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ergänzungsfläche zur Diversifizierung des bestehenden Angebotes</li> </ul>	150	-	150
Fortsetzung nächste Seite				

Fortsetzung von vorheriger Seite				
Standort	Empfehlungen zu Betriebstypenergänzungen	Verkaufsflächenzusatzbedarf* in m <sup>2</sup>		
Bekleidung, Schuhe, Sport	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ergänzungsfläche zur Diversifizierung des bestehenden Angebotes , v.a. im Bereich Damen- und Herrenoberbekleidung</li> <li>▪ Ansiedlung eines weiteren Schuhgeschäftes</li> </ul>	700	-	700
Elektrowaren	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ergänzungsfläche zur Diversifizierung des bestehenden Angebotes</li> </ul>	150	-	150
Hausrat, Möbel, Einrichtung	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ansiedlung eines Fachgeschäftes für Haushaltswaren im Versorgungszentrum</li> <li>▪ Ergänzungsfläche für Möbel- / Einrichtungssortimente (dezentral oder auch als Erweiterungsfläche der innerstädtischen Angebote)</li> </ul>	150	550	700
Sonstiger Einzelhandel	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ergänzungsfläche für kleinstrukturierten Einzelhandel im Versorgungszentrum</li> <li>▪ Erweiterungsfläche für den Bereich Bau- und Heimwerkerbedarf, Farben, Tapeten, Autozubehör (dezentral)</li> </ul>	150	300	450
<b>Einzelhandel gesamt</b>		<b>2.650</b>	<b>850</b>	<b>3.500</b>
* Verkaufsflächenzusatzbedarf gegenüber Bestand im April 2008				
Quelle: GMA-Berechnungen				

Die Differenzierung des Ergänzungsbedarfs nach Sortimenten macht deutlich, dass (begrenzte) Entwicklungspotenziale bei einer Reihe von Sortimenten gegeben sind.<sup>1</sup> Im Rahmen der Bauleitplanung sollte sich die Standortplanung der Stadt Versmold dabei an der Zentrenrelevanz der Sortimente orientieren.

Es ist darauf zu verweisen, dass die ausgewiesenen maximalen Ergänzungsbedarfe auf einer moderaten Steigerung der Marktbedeutung des Einzelhandels in der Stadt Versmold sowie den umliegenden Orten basieren. Sie gründen sich damit auf die zentralörtliche Einstufung und die derzeitige Marktbedeutung. Vorhaben, die aufgrund ihrer Spezialisierung oder Dimensionierung eine weitaus höhere Ausschöpfung oder Ausdehnung des Einzugsbereichs erwarten lassen, sind daher in diesen Entwicklungskorridor nur in Teilen einzuordnen. Hier sind ggf. gesonderte Stellungnahmen erforderlich, welche die zu erwartenden Marktwirkungen des Vorhabens im Hinblick auf die Versorgungsstrukturen in der Region und das zentralörtliche Gefüge im Detail aufzeigen.

Das Branchenkonzept für das Jahr 2020 sieht zur Arrondierung des bestehenden Einzelhandelsbestandes eine **Erweiterung der nahversorgungsbezogenen Verkaufsfläche für Lebensmittelanbieter** um ca. 1.100 m<sup>2</sup> (ohne Nonfood-Randsortimente) vor. Der Verkaufsflächenzusatzbedarf resultiert aus einer Steigerung der Kaufkraftbindung durch Erhöhung der derzeit unterdurchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung i.V.m. mit der zu erwartenden positiven Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung. Er sollte als Erweiterungsfläche für bestehende Betriebe im Versorgungszentrum von Versmold – z.B. für den Rewe-Markt, welcher über eine verhältnismäßig geringe Verkaufsfläche verfügt - reserviert werden. Darüber hinaus wäre die Ansiedlung eines spezialisierten Fachgeschäftes - wie z. B. für Reformwaren, Gemüse, Obst, Fisch - wünschenswert.

Der empfohlene Zusatzbedarf in der nahversorgungsrelevanten Warengruppe **Gesundheit und Körperpflege** von ca. 150 m<sup>2</sup> wird - bei Erweiterung der Fläche eines Lebensmittel-SB-Marktes - bereits zu einem großen Teil im Rahmen der üblichen Nonfoodsorti-

---

<sup>1</sup> Die Ergänzungsflächen beziehen sich auf die Verkaufsflächenausstattung zum Zeitpunkt der Erhebung im April 2008. Die ggf. durch Betriebsaufgabe nach Abschluss der Erhebung frei gewordenen Verkaufsflächen können somit grundsätzlich dem errechneten Flächenzusatzbedarf hinzugefügt werden. Andererseits sind ggf. zwischenzeitlich durch Betriebsansiedlungen bzw. -vergrößerungen hinzugewonnene Verkaufsflächen abzuziehen.

mente abgedeckt. Auch bei Ansiedlung eines Reformhauses würden Teilflächen für Gesundheit und Körperpflege reserviert. Darüber hinaus wäre die Ansiedlung einer weiteren Apotheke wünschenswert. Bundesweit liegt die durchschnittliche Einwohnerzahl je Apotheke bei 3.816 Einwohnern. In der Stadt Versmold sind einer Apotheke jedoch ca. 5.347 Menschen zuzuordnen, so dass rechnerisch ein Defizit von einer bis zwei Apotheken festzustellen ist.

Im Bereich **Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf** ist vor dem Hintergrund der bereits hohen Verkaufsflächenausstattung nur ein sehr geringer Zusatzbedarf von 100 m<sup>2</sup> bis zum Jahre 2020 als Ergänzungsfläche zur Diversifizierung der bestehenden Angebote zu ermitteln.

Im mittelfristigen Bedarf ist die Erweiterung des **Sortiments von Schreibwaren, Büchern und Spielwaren** in einer Größenordnung von ca. 150 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche wirtschaftlich tragfähig und versorgungsstrukturell sinnvoll. Die diesbezüglichen Verkaufsflächenkontingente sollten für die Entwicklung des Versorgungszentrums genutzt werden.

Ein Schwerpunkt der Verkaufsflächenerweiterung entfällt auf die Branche **Bekleidung, Schuhe und Sport**. Hier wird eine Diversifizierung der bestehenden Angebote im Versorgungszentrum von Versmold mit einem Gesamtumfang von ca. 700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche empfohlen. Dabei sind zusätzlich mittelgroße Bekleidungsgeschäfte sowie mindestens ein weiteres Schuhgeschäft wünschenswert.

Für Waren des langfristigen Bedarfs ist nur eine geringe Ergänzungsfläche für **Elektrowaren** von ca. 150 m<sup>2</sup> rechnerisch möglich, die zur Diversifizierung der bestehenden Angebote – z.B. als Erweiterungsfläche – im Hauptgeschäftszentrum genutzt werden sollte.

In den Sortimenten **Hausrat, Möbel, Einrichtungsbedarf** wird ein Entwicklungsspielraum von ca. 700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche empfohlen, der zur Erweiterung des Angebotes mit Haushaltswaren innerhalb der Stadtmitte sowie ggf. als Erweiterungsfläche für Möbelsortimente an dezentralen Standorten (oder auch an den bestehenden innerstädtischen Standorten) genutzt werden könnte.

In dem Segment des sonstigen Einzelhandels weist das innerörtliche Angebot mit **zentrenprägenden Sortimenten des langfristigen Bedarfs** (u. a. Schmuck) mit 150 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche Entwicklungsmöglichkeiten auf. Weitere ca. 300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche sind für den sonstigen Einzelhandel an dezentralen Standorten vorgesehen, wobei das Hauptaugenmerk auf die Erweiterung nicht zentrenrelevanter Sortimente im Bereich **Bau- und Heimwerkerbedarf, Farben, Tapeten** sowie **Autozubehör** gelegt werden sollte.

Nach gutachterlicher Einschätzung ist in Ergänzung zu den v.g. Verkaufsflächenerweiterungen auch eine Verbesserung der Warenpräsentation und der betrieblichen Leistungsfähigkeit in einzelnen Sortimentsbereichen notwendig, um die Versorgungsqualität für die Bevölkerung zu verbessern und die Einkaufsorientierung der Verbraucher auf die Stadt Versmold zu festigen.

#### **4. Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Einkaufsstadt Versmold**

##### **4.1 Städtebauliche Zielsetzung**

Zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Versmold wird das vorliegende Einzelhandelskonzept empfohlen, um künftig eine einheitliche Grundlage zur Beurteilung von Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben des Einzelhandels sowie zur Festlegung von Standortprioritäten im Zuge der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung heranzuziehen.

Als wesentliche **städtebauliche Zielsetzungen** des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Versmold sind zu nennen:

- Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in nach städtebaulichen Kriterien,
- Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelszentralität und -vielfalt,
- Stabilisierung und Attraktivierung des innerstädtischen Versorgungszentrums als Geschäfts- und Dienstleistungsschwerpunkt des Grundzentrums,

- Erhaltung und Verbesserung der untergeordneten Nahversorgung in den peripheren Ortsteilen.

Das Einzelhandelskonzept umfasst im Wesentlichen folgende Bausteine:

- **Sortimentskonzept:**  
Das sortimentsbezogene Leitbild kann zur Beurteilung von künftigen Ansiedlungsvorhaben herangezogen werden.
- **Standortkonzept:**  
Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt die Festlegung der Zentrenstruktur für die Weiterentwicklung der Einzelhandelsfunktionen.

#### 4.2 Einzelhandelszentralität

Der Stellenwert der Stadt Versmold in der Region als Einkaufsstadt mit grundzentralen Versorgungsfunktionen wird sowohl durch markt- und absatzwirtschaftliche Faktoren als auch durch die Standortqualität bestimmt. Nachfolgend werden auf der Grundlage der vorstehend detailliert dargestellten ökonomischen und städtebaulichen Eckdaten die wichtigsten Zentralitätsfaktoren zusammengefasst, um die planerischen Eckpunkte für das aufgezeigte Einzelhandels- und Zentrenkonzept zu verdeutlichen.

Im Standortgefüge der Stadt Versmold übernimmt das innerstädtische Versorgungszentrum eine Schlüsselrolle als stadtgeschichtlich gewachsener Kristallisationspunkt der öffentlichen und privaten Infrastruktur der Gesamtstadt. Ungeachtet der Tatsache, dass in den letzten Jahrzehnten auch außerhalb der Innenstadt mittelgroße bzw. großflächige Einzelhandelsbetriebe angesiedelt wurden und in den Ortsteilen eine kleinstrukturierte Nahversorgung vorhanden ist, übernimmt die historisch gewachsene Innenstadt eine strukturprägende Funktion für die Einkaufsstadt. Diese Einschätzung gilt trotz der Tatsache, dass in der Stadt Versmold im Vergleich zu anderen Städten ähnlicher Größe eine unterdurchschnittliche Einzelhandelsausstattung der Innenstadt festzustellen ist.

**Tabelle 19: Zentralität der Stadt Versmold im Strukturvergleich**

Kriterium	Versmold 2008	Vergleichswerte*
<b>Einzelhandelszentralität</b>		
Betriebe je 1.000 EW	7,8	7,0
Verkaufsfläche je 1.000 EW	1.907	1.845
Umsatz- / KK-Relation	0,79	0,80
<b>Zentrumsorientierung</b>		
Betriebsanteil des Versorgungszentrums in %	37	51 <sup>1</sup>
VK-Flächenanteil des Versorgungszentrums in %	23	30
Umsatzanteil des Versorgungszentrums in %	39	43 <sup>1</sup>
<b>Betriebsgrößenstruktur</b>		
Verkaufsfläche je Betrieb in m <sup>2</sup>	246	281
Flächenanteil großflächiger Betriebe** in %	52	59 <sup>1</sup>
Umsatzanteil großflächiger Betriebe ** in %	36	47 <sup>1</sup>
* GMA-Vergleichsstädte Straelen, Brüggen, Enger, Wallenhorst (Grundzentren)		
** Betriebe ab 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche		
<sup>1</sup> ohne Brüggen		
Quelle: Berechnungen auf Basis von GMA-Einzelhandelsuntersuchungen		

Bei der Bewertung der Zentralitätsfaktoren der Stadt Versmold sind im Städtevergleich (Grundzentren zwischen 16.000 - 24.000 Einwohnern) folgende Strukturmerkmale hervorzuheben (vgl. **Tabelle 19**):

- Im Hinblick auf die **Einzelhandelszentralität** der Stadt Versmold ist bei allen Ausstattungskennziffern eine durchschnittliche bis überdurchschnittliche Einzelhandelsausstattung abzulesen. Offensichtlich hat die traditionelle Handels- und Dienstleistungsfunktion der Stadt dazu beigetragen, dass die Stadt Versmold analog zu der bundesweit zu beobachtenden Verkaufsflächenexpansion eine vergleichsweise hohe Zentralität entwickelt hat.
- Bezogen auf die **Zentrumsorientierung** des Einzelhandels zeigt die Stadt Versmold sowohl bei den Anteilen der Betriebe, der Verkaufsflächen und der Umsätze des städtebaulich integrierten Versorgungszentrums deutlich unterdurchschnittliche Werte auf, so dass ein Standortungleichgewicht zwischen dem innerstädtischen Versorgungszentrum und dezentralen Geschäftslagen besteht. Offensichtlich ist in den letzten Jahren durch Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe in dezent-

tralen Lagen ein erheblicher Ausbau in der Versorgungsstruktur vorgenommen worden, ohne dass in der Innenstadt eine adäquate Ergänzung des Einzelhandels realisiert wurde.

- Die Kennziffern der **Betriebsgrößenstruktur** dokumentieren im Vergleich zu anderen Grundzentren eine unterdurchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb und einen entsprechend unter dem Durchschnitt anderer Kommunen liegenden Verkaufs- und Umsatzanteil großflächiger Betriebe.

Auf der Grundlage der vorstehend skizzierten Zentralitätskennziffern der Einkaufsstadt Versmold sind in der gesamtstädtischen Betrachtung des Grundzentrums **voll funktionsfähige Einzelhandelsstrukturen** mit einer überdurchschnittlichen Einzelhandelszentralität festzustellen. Kritisch zu bewerten ist demgegenüber die unterdurchschnittliche Zentrumsorientierung in punkto Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze, so dass die Versmolder Innenstadt in einem ausgeprägten Spannungsverhältnis zu dezentralen Einzelhandelsstandorten steht. Zur Sicherung und Stärkung der innerstädtischen Einzelhandelsfunktion erscheint es demgemäß sinnvoll, einerseits durch eine zielgerichtete Steuerung der Einzelhandelsentwicklung durch die Stadt Versmold einer fortschreitender Dezentralisierung des Einzelhandels entgegen zu treten und andererseits durch eine aktive Ansiedlungspolitik Geschäftsneuan siedlungen im zentralen Versorgungsbereich der Stadtmitte zu initiieren, damit der Versorgungsschwerpunkt des Grundzentrums im Bestand gesichert und gestärkt wird.

Im Hinblick auf die Ortsteile der Stadt Versmold sind keine Einzelhandelsschwerpunkte festzustellen, die im Sinne einer zentrenprägenden Funktion als zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen werden können. Gleichwohl erscheint es unter sozialpolitischen Aspekten notwendig, die überwiegend kleinteiligen Nahversorgungsbetriebe zu erhalten und - soweit wirtschaftlich tragfähig und städtebaulich verträglich - durch weitere Angebote der Grundversorgung zu ergänzen.

### 4.3 Sortimentskonzept

Zur Erarbeitung des Sortimentskonzeptes für die Stadt Versmold ist zu definieren, welche Einzelhandelssortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität der Sortimente sowie der Betriebsstruktur heute im Wesentlichen den zentralen Versorgungsbereichen zugeordnet werden können. Da sich auf das Vorhandensein dieser Sortimente und deren Anziehungskraft auch das aus städtebaulicher Sicht wünschenswerte „Einkaufserlebnis“ bzw. eine zusätzliche Belebung der integrierten Lagen (u. a. durch Verbundkäufe) gründet, werden diese Sortimente als **zentrenrelevant** bezeichnet.

Im Allgemeinen sind zentrenrelevante Sortimente Warengruppen, bei denen von einem besonderen „Gefährdungspotenzial“ für die gewachsenen Zentren auszugehen ist, sobald diese außerhalb der Zentren angeboten werden.

Darüber hinaus sind Sortimente zu erwähnen, die vorwiegend der Nahversorgung der Bevölkerung dienen (v. a. Lebensmittel, Lebensmittelhandwerk, Drogeriewaren, Apotheke, Schreibwaren, Schnittblumen). Dabei handelt es sich um Angebote des kurzfristigen Bedarfs, die regelmäßig (täglich bzw. mehrmals in der Woche) nachgefragt werden. In Folge dessen sollten sich diese Angebote in räumlicher Nähe zu den Wohngebieten befinden; die Sortimente sind als **nahversorgungsrelevant** zu bezeichnen. Da diese Sortimente auch Zentrenrelevanz besitzen, werden sie im Folgenden den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet.

Das Angebot von **nicht zentrenrelevanten** Sortimenten stellt hingegen auch an Standorten außerhalb der Zentren keine wesentliche Gefährdung für die zentralen Versorgungsbereiche dar; sie sind an solchen Standorten aus planerischer Sicht aufgrund ihres großen Platzbedarfs, der geringen Flächenproduktivität und der durch sie hervorgerufenen Verkehrsfrequenz u.U. sogar erwünscht.

Die nachfolgende Übersicht stellt einen gutachterlichen Vorschlag zur Einstufung der Sortimente in zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente dar. Die Sortimentsliste berücksichtigt die aktuelle räumliche Verteilung des Einzelhandels in der Stadt Versmold als auch die städtebaulichen Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes zur Ergänzung des

Einzelhandelsangebotes in den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt. Die Sortimentsliste ist damit aus der örtlichen Situation abgeleitet.

**Tabelle 20: Sortimentsliste für die Stadt Versmold**

Warengruppe	zentren- / nahversorgungsrelevante Einzelhandelssortimente*	nicht zentren- / nahversorgungsrelevante Einzelhandelssortimente
<b>kurzfristiger Bedarf</b>		
Nahrungs- und Genussmittel	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Lebensmittel, Reformwaren</li> <li>▫ Getränke, Tabakwaren</li> <li>▫ Brot, Backwaren</li> <li>▫ Fleisch-, Wurstwaren</li> </ul>	
Gesundheit, Körperpflege	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Drogerie- / Reinigungsartikel</li> <li>▫ Kosmetikartikel</li> <li>▫ pharmazeutische Artikel</li> <li>▫ Sanitärwaren</li> </ul>	
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Blumen / Zimmerpflanzen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Freilandpflanzen</li> <li>▫ Sämereien / Düngemittel / landwirtschaftlicher Bedarf</li> <li>▫ Tiere / zoologischer Bedarf</li> <li>▫ Tierfutter</li> </ul>
<b>mittelfristiger Bedarf</b>		
Bücher, PBS, Schreibwaren	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Bücher</li> <li>▫ Zeitschriften</li> <li>▫ Papier-, Schreibwaren</li> <li>▫ Spielwaren</li> <li>▫ Bastelbedarf</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Bürobedarf / Organisationsartikel (mit überwiegend gewerblicher Ausrichtung)</li> </ul>
Bekleidung, Schuhe, Sport	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Bekleidung</li> <li>▫ Wäsche / Miederwaren</li> <li>▫ Schuhe</li> <li>▫ Lederwaren</li> <li>▫ Sportbekleidung</li> <li>▫ Sportschuhe</li> <li>▫ Sportartikel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Sportgroßgeräte</li> </ul>
<b>langfristiger Bedarf</b>		
Elektrowaren	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Elektrokleingeräte</li> <li>▫ Elektrozubehör</li> <li>▫ Leuchten / Lampen</li> <li>▫ Radio, TV, Video („braune Ware“/ Unterhaltungselektronik)</li> <li>▫ Ton- / Bildträger</li> <li>▫ Telefone / Telefonzubehör</li> <li>▫ Fotoartikel</li> <li>▫ Computer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Elektrogroßgeräte („weiße Ware“)</li> </ul>
Fortsetzung nächste Seite		

Fortsetzung von vorheriger Seite		
Warengruppe	<b>zentren- / nahversorgungsrelevante Einzelhandelssortimente*</b>	<b>nicht zentren- / nahversorgungsrelevante Einzelhandelssortimente</b>
Hausrat, Möbel, Einrichtungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Glas, Porzellan, Keramik (GPK)</li> <li>▫ Geschenkartikel</li> <li>▫ Haushaltswaren</li> <li>▫ Kunst / Kunstgewerbe</li> <li>▫ Heimtextilien, Bettwaren, Raumausstattungsartikel</li> <li>▫ Kurzwaren / Handarbeitsartikel</li> <li>▫ Wolle / Stoffe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Möbel / Matratzen</li> <li>▫ Büromöbel</li> <li>▫ Spiegel</li> <li>▫ Küchen</li> </ul>
Sonstiger Einzelhandel	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Optikartikel</li> <li>▫ Hörgeräte</li> <li>▫ Uhren, Schmuck</li> <li>▫ Babyartikel</li> <li>▫ Fahrräder</li> <li>▫ Musikalien</li> <li>▫ Anglerbedarf</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▫ Teppiche</li> <li>▫ Bau- und Heimwerkerbedarf</li> <li>▫ Gartenbedarf, -möbel</li> <li>▫ Baustoffe</li> <li>▫ Werkzeuge, Maschinen</li> <li>▫ Sanitärartikel (inkl. Installationsbedarf, Badeinrichtungen)</li> <li>▫ Farben, Tapeten</li> <li>▫ Bodenbeläge</li> <li>▫ Kamine</li> <li>▫ Sauna- / Schwimmbadanlagen</li> <li>▫ Markisen</li> <li>▫ Campingartikel, Zelte, Campingwagen</li> <li>▫ Motorradbedarf</li> <li>▫ Autozubehör, Reifen, Kraftfahrzeuge</li> </ul>
<p>* nahversorgungsrelevante Sortimente sind kursiv gedruckt. Quelle: GMA-Darstellung</p>		

Ein weiteres Element zur Sicherstellung einer geordneten städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Entwicklung ist in der Festlegung bzw. Beschränkung der **Randsortimente** großflächiger Einzelhandelsbetriebe zu sehen. Dem bundesweit zu beobachtenden Trend, die nicht zentrenrelevanten Kernsortimente großflächiger Einzelhandelsbetriebe an nicht integrierten Standorten - u. a. Möbelhäuser, Bau- und Gartenmärkte - durch zentrentypische Warenbereiche zu ergänzen oder zu ersetzen, kann nur durch eine exakte Festlegung der Randsortimente und durch Festsetzungen zu den maximal zugelassenen Verkaufsflächen in den Bebauungsplänen entgegengewirkt werden.

Die planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung mit Differenzierung zentrentypischer und nicht zentrentypischer Warenbereiche ist insbesondere bei großflächigen

gen Betriebsformen des Einzelhandels geboten, die aufgrund des Logistiksystems, der Kostenstruktur sowie der Ausrichtung auf den motorisierten Verbraucher z. T. städtebaulich isolierte Standorte den gewachsenen Versorgungszentren vorziehen.

#### 4.4 Standortkonzept

Im Rahmen einer nach städtebaulichen Kriterien ausgerichteten Steuerung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung der Stadt Versmold sind standortbezogene Beschränkungen bzw. Ausschlüsse von Einzelhandelsnutzungen erforderlich, um die gewachsene Versorgungsstruktur der Versmolder Innenstadt zu sichern.

Grundsätzlich kommen verschiedene Stufen zur Beschränkung und zum Ausschluss des Einzelhandels in Betracht:

- Ausschluss zentrenrelevanter Sortimente,
- zusätzlicher Ausschluss großflächiger Einzelhandelsbetriebe,
- genereller Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen.

Die Zentren- und Standortstruktur der Stadt Versmold stellt sich wie folgt dar:

- **Zentraler Versorgungsbereich:**  
Als zentraler Versorgungsbereich mit der Funktion eines Hauptzentrums gemäß § 1 Abs. 6, i.V.m. § 34 Abs. 3 BauGB bzw. dem § 24 Landesplanungsgesetz (LEPro) ist die Versmolder Innenstadt im östlichen Abschnitt der Münsterstraße sowie zwischen Ringallee, Wilhelm-Vinke-Ring, Bielefelder Straße, Gartenstraße zu definieren (vgl. nachfolgendes Kapitel).
- **Ortsteilbezogene Versorgung:**  
Die Versmolder Ortsteile verfügen zwar über einen Streubesatz öffentlicher und privater Versorgungseinrichtungen, gleichwohl werden gegenwärtig die Anforderungen

an ein städtebaulich kompaktes und vielseitig strukturiertes Nachversorgungszentrum (Nebenzentrum) i.S. § 24 LEPro nicht erfüllt.

▪ **Streulagen / Nebenlagen:**

Die außerhalb der Versmolder Innenstadt gelegenen Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe verteilen sich undifferenziert sowohl auf Gewerbegebietslagen, Mischgebiete, allgemeine Wohngebiete und dörflich geprägte Ortsteillagen. Da diese keine ausreichende funktionale und städtebauliche Zuordnung zu einem zentralen Versorgungsbereich bzw. einem zusammenhängenden Geschäftsschwerpunkt besitzen, sind diese als Solitärstandorte zu bewerten.

Nachfolgend werden auf Grundlage der v.g. Zentren- bzw. Standortstrukturen der Stadt Versmold standortspezifische Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung gegeben:

- Der **zentrale Versorgungsbereich** der Versmolder Innenstadt verfügt in der gesamtstädtischen Einzelhandelsstruktur über einen hohen Bedeutungsüberschuss, insbesondere im Bereich der zentrenrelevanten Angebote. Aufgrund der Vielfalt und Differenziertheit der Angebotsstruktur übernimmt die Stadtmitte eine gesamtstädtische und tlw. übergemeindliche Versorgungsbedeutung. Zum Erhalt der Attraktivität und Versorgungsbedeutung der Innenstadt sollten hier generell keine Restriktionen für Einzelhandelsneuan siedlungen bzw. für Erweiterungen bestehender Betriebe vorgenommen werden. Diese Empfehlung gilt mit der Einschränkung, dass die raumordnerischen Funktionszuweisungen für das Grundzentrum ebenso berücksichtigt werden wie die Erhaltung einer bedarfsgerechten Versorgung in den Ortsteilen. Hieraus folgt, dass in der Versmolder Innenstadt sowohl großflächige Betriebe mit zentrenrelevanten als auch mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zulässig sein sollten. Zur Stärkung der Einzelhandelszentralität wird jedoch empfohlen, den Schwerpunkt auf eine Ergänzung und Erweiterung der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente zu legen, die eine hohe Frequenz- und Attraktionswirkung entfalten.
- In den **Ortsteilen** Bockhorst, Hesselteich, Loxten, Oesterweg und Peckeloh ist nur eine ausschnittweise Grundversorgung der Bevölkerung gewährleistet. Hierzu zählen insbesondere Lebensmittelgeschäfte sowie ergänzende Warenangebote des

täglichen Bedarfs. Aufgrund der vergleichsweise geringen Einwohnerpotenziale der Stadtteile ist aus gutachterlicher Sicht die wirtschaftliche Tragfähigkeit für einen Lebensmittelsupermarkt in einer marktfähigen Betriebsgröße nicht wirtschaftlich tragfähig. Diese Einschätzung gilt für einen Vollerwerbsbetrieb, der einen entsprechenden Unternehmerlohn erwirtschaften muss. Lediglich im Stadtteil Peckeloh könnte ein kleinerer Lebensmittelmarkt tragfähig sein, da die auf dem örtlichen Campingplatz in den Sommermonaten verweilenden Gäste in Ergänzung zur ansässigen Wohnbevölkerung zusätzliche Umsätze auslösen.

- An **Streu- und Nebenlagen** ist grundsätzlich die Ansiedlung von Betrieben bis zur Grenze der Großflächigkeit (= 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) sowohl mit zentrenrelevanten als auch mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten grundsätzlich zulässig. Wie bereits dargestellt, sollte aber zur Sicherung der Versorgungsbedeutung des innerstädtischen Hauptzentrums der Stadt Versmold die Ansiedlung von Einzelhandel mit nahversorgungs- / zentrenrelevanten Sortimenten soweit wie möglich zur Stärkung der Stadtmitte genutzt werden.
- An den **dezentralen Standortlagen** sollte die Ansiedlung von großflächigen Betrieben mit nahversorgungs- bzw. zentrenrelevantem Kernsortiment im Hinblick auf mögliche negative Auswirkungen auf die Versmolder Innenstadt grundsätzlich ausgeschlossen werden. Dagegen ist die Ansiedlung von großflächigen Betrieben mit nicht nahversorgungs- / zentrenrelevanten Sortimenten in dieser Lagekategorie grundsätzlich wünschenswert, soweit die Aspekte der Regionalplanung (Interessen der Nachbarkommunen) sowie die baurechtlichen und verkehrstechnischen Voraussetzungen gegeben sind. Auch bei der Ansiedlung dieser Betriebe wird eine Konzentration auf bereits bestehende Standorte (z. B. in den Bereichen Westerheider Weg, Knetterhauser Straße, Nordfeldstraße, Rothenfelder Straße) empfohlen, um eine aus städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Gründen sinnvolle Konzentration der Anbieter zu erreichen.

#### 4.4.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Versmold

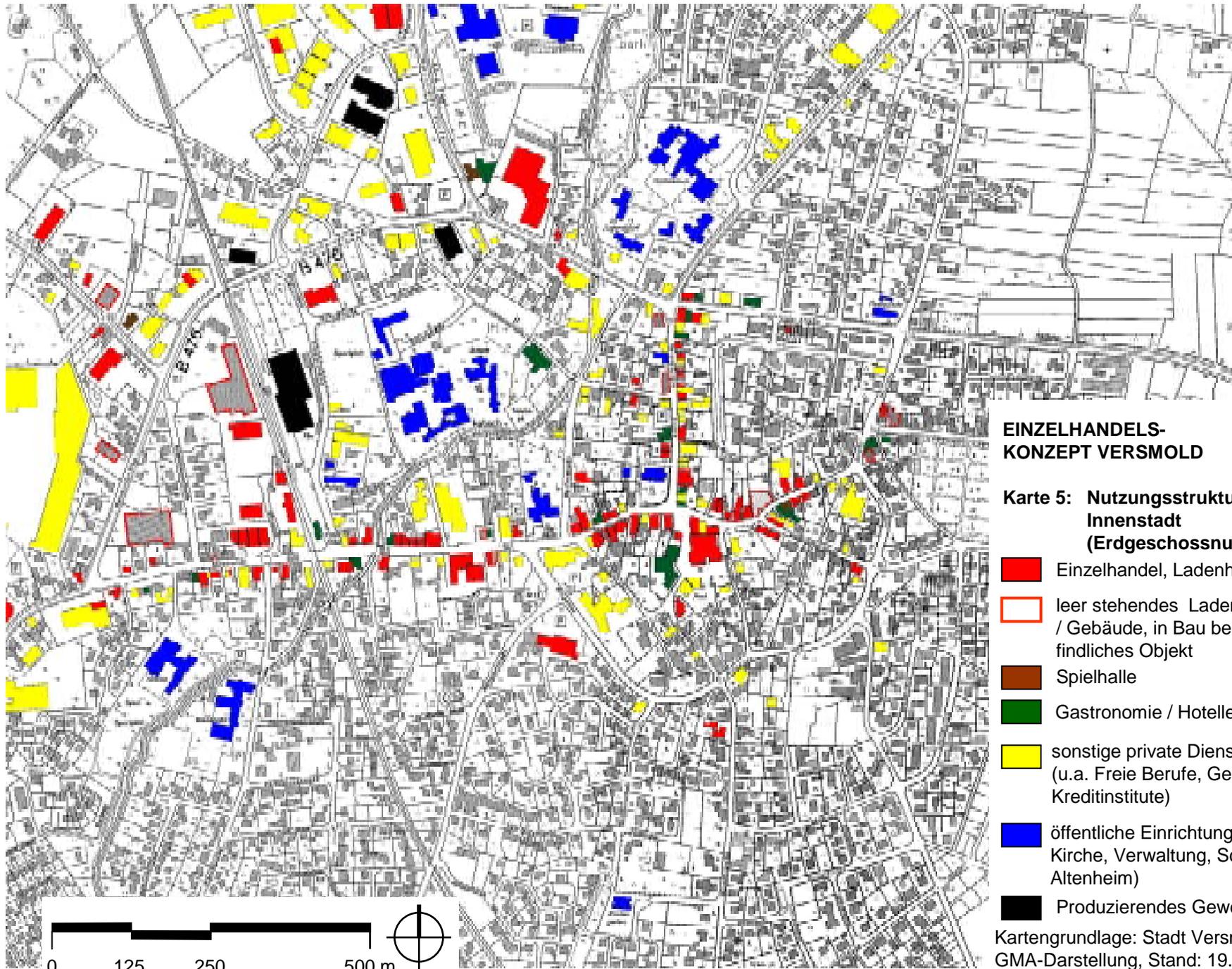
Der zentrale Versorgungsbereich des innerstädtischen Versorgungszentrums der Stadt Versmold umfasst im Wesentlichen den geschichtlich gewachsenen Stadtkern im Schnittpunkt Münsterstraße / Berliner Straße / Wiesenstraße / Ravensberger Straße. Wie bereits dargestellt, bildet die Innenstadt den bedeutendsten, städtebaulich integrierten Versorgungsschwerpunkt der Stadt Versmold, der über den Einzelhandel hinaus zahlreiche Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe aufweist, so dass starke Synergieeffekte von den Versorgungseinrichtungen ausgelöst werden.

Das **Versorgungszentrum der Versmolder Innenstadt** wird durch folgende Standortmerkmale charakterisiert:<sup>1</sup>

- Das innerstädtische Versorgungszentrum wird durch eine dreiachsige Ausrichtung des Geschäfts- und Dienstleistungsbesatzes geprägt; in der West-Ost-Achse fungieren Münsterstraße und Berliner Straße als Hauptfunktionsträger, während in der Nord-Süd-Achse Ravensberger Straße und Wiesenstraße den stärksten Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz aufweisen. Als städtebaulicher und nutzungsbezogener Schwerpunkt ist der Bereich um den Rewe Lebensmittelsupermarkt am Standort Münsterstraße / Wiesenstraße zu bewerten.
- Die räumliche Begrenzung des historisch gewachsenen Stadtkerns ist auch in der Versorgungsstruktur ablesbar. So bildet die Ringallee im Süden, der Straßenzug Am Zoll im Osten, Wilhelm-Vinke-Ring und Bielefelder Straße im Norden und die Gartenstraße im Westen die Grenze des Versorgungsschwerpunktes. Im östlichen Abschnitt der Münsterstraße zwischen dem Bahnübergang und der Einmündung Ringallee hat sich in den letzten Jahrzehnten ein ergänzender Geschäfts- und Dienstleistungsbesatz etabliert, der eine enge stadträumliche und funktionale Verknüpfung mit dem Stadtkern aufweist.

---

<sup>1</sup> vgl. Karte 5: Nutzungsstruktur Innenstadt



**EINZELHANDELS-  
KONZEPT VERSMOLD**



**Karte 5: Nutzungsstruktur  
Innenstadt  
(Erdgeschossnutzung)**

- Einzelhandel, Ladenhandwerk
- leer stehendes Ladengeschäft / Gebäude, in Bau befindliches Objekt
- Spielhalle
- Gastronomie / Hotellerie
- sonstige private Dienstleistungen (u.a. Freie Berufe, Geld- und Kreditinstitute)
- öffentliche Einrichtungen (u.a. Kirche, Verwaltung, Schule, Altenheim)
- Produzierendes Gewerbe

Kartengrundlage: Stadt Versmold  
GMA-Darstellung, Stand: 19.06.08 105

- Der Einzelhandelsbesatz des Versorgungszentrums umfasst zwei großflächige Lebensmittelsupermärkte (Vollsortimenter) und ein großflächiges Möbelhaus an der westlichen Flanke der Innenstadt. Darüber hinaus sind mehrere mittelgroße Fachgeschäfte sowie eine Vielzahl kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe ansässig. Der Betriebstyp des Kaufhauses / Textilkaufhauses ist demgegenüber nicht vertreten.
- Als wesentliches Charakteristikum des zentralen Versorgungsbereichs der Innenstadt ist eine vergleichsweise hohe bauliche und nutzungsstrukturelle Dichte hervorzuheben. Im Bereich der straßenachsenbezogenen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe ist im Verhältnis zur Ortsgröße eine vergleichsweise hohe Besucherfrequenz festzustellen, die auf intensiven Wechselbeziehungen zwischen den einzelnen Versorgungseinrichtungen beruhen. In diesem Zusammenhang ist auch das zentrale gelegene Rathaus von Bedeutung. Aufgrund der straßenachsenbezogenen Besatzstruktur ist kein „Kundenrundlauf“ festzustellen, der in stärkerem Maße angrenzende Geschäftsquartiere erschließt.
- Positiv hervorzuheben ist, dass die beiden großflächigen Lebensmittelanbieter, der Rewe-Markt im Zentrum und der Jibi-Markt im Süden der Stadtmitte, aufgrund ihrer Lage zur Belebung des innerstädtischen Versorgungszentrums beitragen.
- Kritisch anzumerken ist, dass über die beiden Lebensmittelmärkte hinaus kein weiterer großflächiger Einzelhandelsbetrieb als Frequenzbringer in der Innenstadt ansässig ist. Das an der Münsterstraße befindliche Möbelhaus löst aus gewerbeplanerischer Sicht aufgrund seiner Sortimentsstruktur für die Innenstadt nur in geringem Maße Kopplungseffekte aus, da in diesem Bedarfssegment der Zieleinkauf im Vordergrund des Einkaufsverhaltens steht.
- In den letzten Jahren wurden außerhalb des innerstädtischen Versorgungszentrums zahlreiche mittelgroße Einzelhandelsbetriebe angesiedelt, die ihren Kundenverkehr nicht unmittelbar an benachbarte Versorgungseinrichtungen abgeben. In diesem Zusammenhang sind die Geschäftsansiedlungen im Bereich Münsterstraße / Wirusstraße ebenso wie einzelne Ansiedlungen in Gewerbegebietslagen anzuführen. Demgegenüber sind im engeren Stadtkern - abgesehen von der Realisierung eines Geschäftshauses im Einmündungsbereich Berliner Straße / Wittensteiner Straße

(Rossmann Drogeriemarkt) - keine Entwicklungsimpulse zur Stabilisierung und Aufwertung der Stadtmitte ausgelöst worden.

- Das Einzelhandelsangebot der Innenstadt wird ergänzt durch zahlreiche private Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen sowie öffentliche und kirchliche Einrichtungen. In diesem Zusammenhang sind auch Geld- und Kreditinstitute sowie gastronomische Einrichtungen von Bedeutung.
- Zum Zeitpunkt der vor-Ort-Erfassung (Stand: Juni 2008) wurden innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs insgesamt fünf Ladenleerstände, zwei im Bau befindliche Ladeneinheiten sowie eine Reihe von Mindernutzungen ermittelt<sup>1</sup>. Die fünf leerstehenden Ladeneinheiten entsprechen im Verhältnis zu den insgesamt 61 ansässigen Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetrieben des Versorgungszentrums einer Leerstandsquote von ca. 8 %, so dass von einer vergleichsweise stabilen Einzelhandelsstruktur auszugehen ist.<sup>2</sup>
- Der zentrale Versorgungsbereich der Innenstadt weist eine West-Ost-Ausdehnung von ca. 800 m auf und überschreitet damit die Grenze eines fußläufig erlebbaren Geschäfts- und Dienstleistungszentrums in einer Kleinstadt. Dies führt zu negativen Auswirkungen auf die Kopplungseffekte zwischen den ansässigen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben, zumal die Münsterstraße westlich der Einmündung der Ringallee bisher nicht durch verkehrsberuhigende Umgestaltungsmaßnahmen aufgewertet wurde. Die Ost-Süd-Ausdehnung des zentralen Geschäftszentrums zwischen Ravensberger Straße / Bielefelder Straße und Wiesenstraße / Ringallee erstreckt sich über 500 m, so dass auch in der Nord-Süd-Ausdehnung eine vergleichsweise weite Auffächerung des Geschäftsbesatzes festzustellen ist.
- Der verkehrsberuhigte Bereich des historischen Stadtkerns verkörpert aufgrund seiner städtebaulichen Geschlossenheit, einer vergleichsweise hohen Bebauungs- und Nutzungsdichte und einer teilweise stadtbildprägenden Altbausubstanz den wichtigsten Einzelhandelsschwerpunkt der Stadt Versmold. Die Verkehrsberuhigung der

---

<sup>1</sup> Als Mindernutzungen in Hauptgeschäftsbereichen gelten grundsätzlich u. a. Sonnenstudio, Videothek, Telefon-Shop, Spielhalle, Versicherungs- / Maklerbüro, Tattoo-Laden, Billig-Imbisse etc.

<sup>2</sup> Nach GMA-Erfahrungswerten ist bei einer Leerstandsquote von bis zu 10 % von einer „normalen“ Geschäftsfrequenz auszugehen.

Innenstadt hat aus gutachterlicher Sicht wesentlich dazu beigetragen, dass die Innenstadt ihre Mittelpunktfunktionen bewahrt hat. Gleichwohl sind in der Einzelhandelsstruktur und in der städtebaulichen Situation Anzeichen einer strukturellen Überalterung zu erkennen, so dass sowohl der Ausbaustandard der öffentlichen Straßen und Plätze als auch die Gestaltungsqualität der Wohn- / Geschäftsgebäude verbesserungsbedürftig erscheinen.

- Im Hinblick auf die Stadtbild- und Aufenthaltsqualität der Innenstadt ist positiv zu vermerken, dass die Stadtmitte aufgrund ihrer Nutzungsmischung öffentlicher und privater Versorgungseinrichtungen eine hohe Anziehungskraft auf die Kunden des Stadt- und Umlandbereichs ausübt, die sich in einer vergleichsweise hohen Besucher- bzw. Passantenfrequenz niederschlägt. Hierzu tragen auch gastronomische Angebote, in den Sommermonaten auch außergastronomische Nutzungen im Einmündungsbereich Münsterstraße / Berliner Straße / Wiesenstraße, bei. Der Kfz-freie Brunnenplatz Berliner Straße / Wiesenstraße erfüllt eine wichtige Funktion als Kommunikations- und Veranstaltungsort der Stadtmitte. Gleichwohl bestehen stadtgestalterische Mängel im öffentlichen Raum sowie im Erscheinungsbild des örtlichen Einzelhandels / Dienstleistungsgewerbes, welche die Attraktivität der Innenstadt beeinträchtigen. Es wird hierzu auf die nachfolgenden Vorschläge zur Verbesserung der Stadtbildqualität verwiesen.

Aufbauend auf der Analyse und Bewertung der innerstädtischen Einzelhandelsstruktur wird folgendes **Konzept zur Aufwertung der Versorgungsfunktionen des innerstädtischen Geschäfts- und Dienstleistungszentrums** vorgeschlagen:<sup>1</sup>

- Die vorliegende Untersuchung zeigt auf, dass unter Zugrundelegung der zu erwartenden demografischen und ökonomischen Entwicklungsperspektiven für die Weiterentwicklung des Einzelhandels der Stadt Versmold nur eine moderate Angebots- und Verkaufsflächenerweiterung wirtschaftlich tragfähig ist. Im Mittelpunkt der Stadtentwicklung sollte deshalb die **Stabilisierung und moderate Angebotsergänzung der Innenstadt** stehen.

---

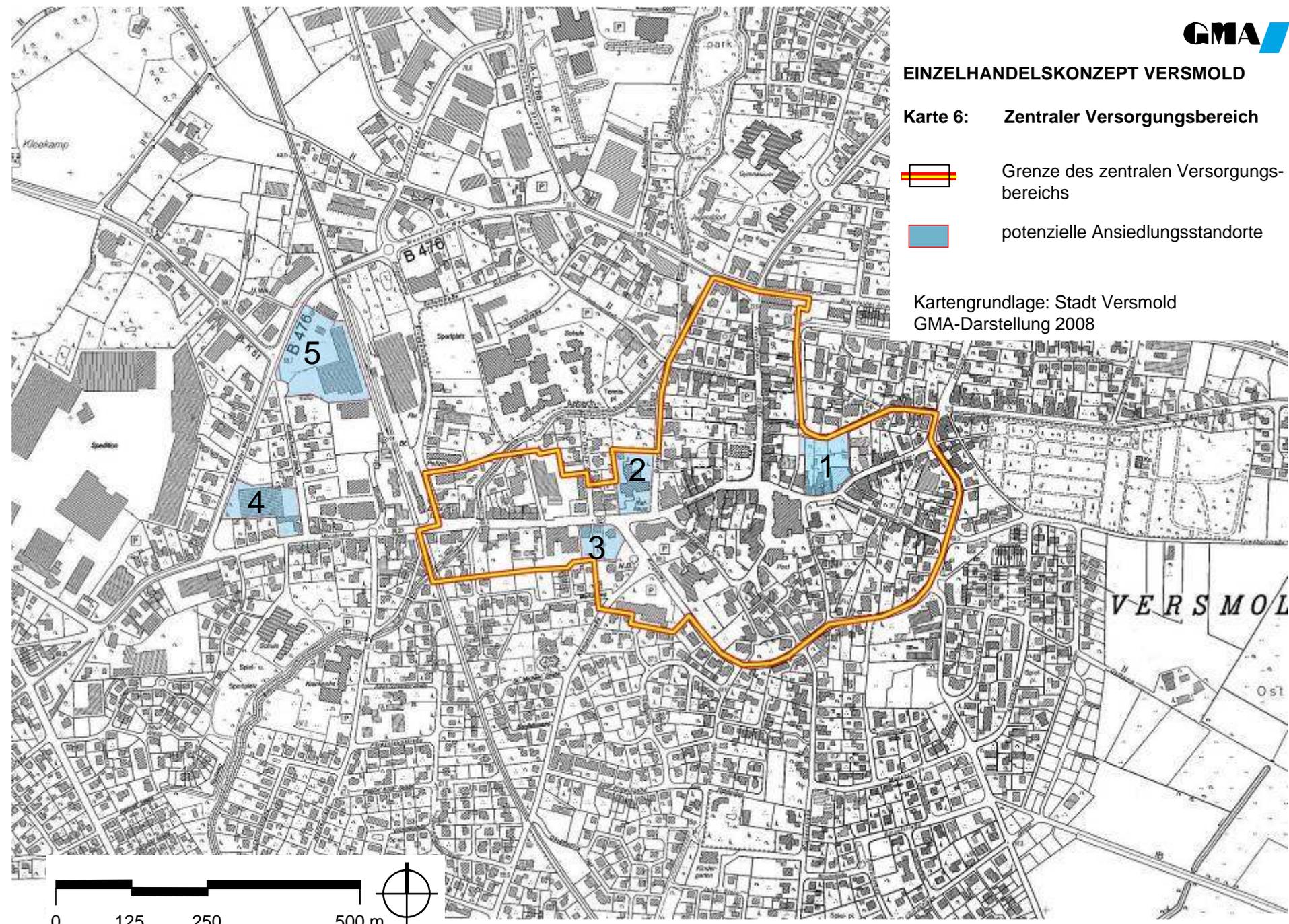
<sup>1</sup> vgl. Karte 6: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Versmold

### EINZELHANDELSKONZEPT VERSMOLD

Karte 6: Zentraler Versorgungsbereich

-  Grenze des zentralen Versorgungsbereichs
-  potenzielle Ansiedlungsstandorte

Kartengrundlage: Stadt Versmold  
GMA-Darstellung 2008



- Innerhalb des gutachterlicherseits abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs wird eine **Intensivierung der Einzelhandelsnutzung** zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit hochwertigen, zentrenprägenden Sortimenten empfohlen (vgl. nächstes Kapitel).
- Die parzellenscharfe Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs verfolgt das Ziel, die Innenstadt als Schwerpunkt des Geschäfts- und Dienstleistungsbesatzes weiter zu entwickeln, so dass grundsätzlich eine Ergänzung sowohl des kleinteiligen Einzelhandels als auch größerer bzw. großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- / zentrenrelevanten Sortimenten wünschenswert ist. Durch eine Angebotserweiterung sollte eine höhere Nutzungs- bzw. Einzelhandelsvielfalt angestrebt werden. Die Angebotsergänzung soll eine **Verstärkung der Kopplungseinkäufe / Dienstleistungserledigungen** als Folge einer höheren Besucher- und Kundenfrequenz in der Stadtmitte bewirken.
- Die dargestellte Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs der Innenstadt soll als Planungsgrundlage für die Bauleitplanung der Stadt Versmold dienen und eine zielgerichtete Weiterentwicklung der Einzelhandelsstruktur absichern. In diesem Zusammenhang ist von Bedeutung, dass **innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs grundsätzlich die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- / zentrenrelevanten Sortimenten wünschenswert** ist, dass jedoch kein Rechtsanspruch der Grundstückseigentümer auf die Aufstellung eines Bebauungsplans bzw. die Baugenehmigung besteht. Es obliegt vielmehr einer sorgfältigen Einzelprüfung der Stadt Versmold bzw. der beteiligten Genehmigungsbehörden, ob eine geplante großflächige Einzelhandelsnutzung mit den Zielen der Regionalplanung, der städtebaulichen Entwicklung sowie mit den Anforderungen an das Einfügen in die umgebende Bebauung und die Verkehrserschließung vereinbar ist.
- Für Standorte, die außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs gelegen sind, gilt der Grundsatz, dass ansässigen Betrieben im Rahmen ihrer **Bestandssicherung** eine betriebliche Weiterentwicklung, z. B. durch Modernisierungs-, angemessene Erweiterungs- oder durch Verlagerungsmaßnahmen, ermöglicht werden sollte. Bei Neuansiedlungen oder Betriebserweiterungen von Betrieben

mit nahversorgungs- / zentrenrelevanten Sortimenten ist jedoch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs grundsätzlich keine Zulässigkeit gegeben.

- Die vorgeschlagene Stabilisierung und Stärkung der Versmolder Innenstadt setzt voraus, dass die Stadt die bauleitplanerischen Steuerungsinstrumente nutzt, um **dezentrale Ansiedlungsmöglichkeiten des großflächigen Einzelhandels einzuschränken**. Im Spannungsfeld der Innenstadt zu dezentralen Lagen wird eine nach städtebaulichen Kriterien ausgerichtete Bauleitplanung empfohlen, um den Bestand des innerstädtischen Versorgungszentrums zu sichern und Einzelhandelsinvestitionen im Bereich der hochwertigen, innenstadtprägenden Sortimente auf die Stadtmitte zu lenken.

Vor dem Hintergrund des sich bundesweit abzeichnenden Rückgangs der Zahl und Umsatzbedeutung inhabergeführter Fachgeschäfte wird der Stadt Versmold empfohlen, im Rahmen einer nachhaltigen Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs der Innenstadt großflächige bzw. mittelgroße Einzelhandelsbetriebe anzusiedeln, da anderenfalls mit einer fortschreitenden Dezentralisierung der Einzelhandelsfunktionen und mit einem Bedeutungsverlust der Stadtmitte zu rechnen ist. Die bereits gegenwärtig unterdurchschnittliche Zentrumsorientierung der Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze auf die Innenstadt erfordert eine klare Schwerpunktsetzung in der Einzelhandelsentwicklung zugunsten der Stadtmitte.

#### **4.4.2 Bewertung potenzieller Ansiedlungsstandorte**

Unter Berücksichtigung der dem vorliegenden Einzelhandelskonzept unterliegenden Zielvorstellung, durch zusätzliche Einzelhandelsansiedlungen die Zentralfunktionen des Grundzentrums Versmold zu sichern und auszubauen und zugleich eine Stärkung des innerstädtischen Versorgungszentrums zu erreichen, werden nachfolgend einzelne Standorte im Hinblick auf ihre Eignung bzw. städtebauliche Verträglichkeit für großflächige Einzelhandelsnutzungen bewertet. Die in Abstimmung mit der Stadtverwaltung vorgenommene Auswahl der Standorte berücksichtigt die gutachterliche Bewertung der Standorteignung der Areale und teilweise Ansiedlungsinteressen, die gegenüber der Stadt

Versmold für einzelne Standorte bekundet wurden. Die Standortprüfung zielt darauf ab, der Stadt Versmold eine grundlegende Einschätzung der Standorteignung an die Hand zu geben, damit diesbezügliche Entscheidungen im Rahmen der Bauleitplanung bzw. eines Baugenehmigungsverfahrens getroffen werden können.

### **Planstandort 1 - Berliner Straße / Wilhelm-Vinke-Ring**

In zentraler Lage des innerstädtischen Versorgungszentrums bestehen für benachbarte Grundstücke zwischen Berliner Straße und Wilhelm-Vinke-Ring (Grundstücke Twelke-meier) Planungsüberlegungen zur Realisierung von Einzelhandels- und Büroflächen. Die bisher lediglich in einem Rohkonzept konkretisierten Planungsabsichten beziehen sich auf ein Wohn- / Bürogebäude unmittelbar angrenzend an die Berliner Straße sowie auf die Errichtung eines SB-Marktes in einem rückwärtigen Teil der Plangrundstücke, die an den Wilhelm-Vinke-Ring angrenzen. Die in drei Planungsvarianten dargestellten Planungen umfassen u. a. einen SB-Markt im Erdgeschoss sowie ein Altenpflegeheim mit betreutem Wohnen in den Obergeschossen sowie eine integrierte Tiefgarage.

Der Planstandort Berliner Straße / Wilhelm-Vinke-Ring befindet sich in einer integrierten Lage des innerstädtischen Geschäfts- und Dienstleistungszentrums, so dass grundsätzlich die Realisierung zusätzlicher Einzelhandelsnutzungen sinnvoll erscheint. Im Hinblick auf die Standorteignung des Planareals ergeben sich Restriktionen zum einen durch die Größe und den Zuschnitt der Grundstücke, zum anderen durch die schwierige Verkehrserschließung. Da die Berliner Straße verkehrsberuhigt ausgebaut ist und der Straßenzug Wilhelm-Vinke-Ring / Schwedengarten als Anliegerstraße der nördlich angrenzenden Wohnnutzungen fungiert, sind schwierige Rahmenbedingungen für die Realisierung eines großflächigen Einzelhandelsobjektes gegeben. Diese Einschätzung gilt auch für die Frage des Emissionsschutzes für die benachbarten Wohnnutzungen, so dass es weiterer vertiefter Verkehrs- und Lärmschutzuntersuchungen bedarf, ob und in welchem Umfang eine großflächige Einzelhandelsnutzung am Planstandort realisierbar ist.

Im Hinblick auf die aus gutachterlicher Sicht vorrangige Weiterentwicklung und Stärkung der Innenstadt wird empfohlen, die Möglichkeiten einer hochwertigen Einzelhandelsnutzung am Planstandort in enger Zusammenarbeit zwischen der Stadt Versmold, den Grundstückseigentümern und den Investoren auszuloten.

### **Planstandort 2 - Rathaus-Areal**

Nach Informationen der Stadt Versmold besteht in dem Rathausgebäude ein erheblicher Modernisierungs- bzw. Sanierungsbedarf (u. a. Energietechnik), so dass eine Verlagerung bzw. ein Neubau des Rathauses an anderer Stelle als planerische Option zur Diskussion gestellt wird. Demgemäß wird der Planstandort unter gutachterlichen Aspekten als potenzieller Einzelhandelsstandort einer Prüfung unterzogen.

Das Rathaus-Areal befindet sich in einer Mittelpunktlage des innerstädtischen Versorgungszentrums im Einmündungsbereich Münsterstraße / Ringallee. Aufgrund der exponierten städtebaulichen Lage, der günstigen Zuordnung zum innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich und der intensiven Außenwirkung des Areals besitzt das Plangrundstück aus gewerbeplanerischer Sicht günstige Rahmenbedingungen für eine großflächige Einzelhandelsnutzung. Falls es gelänge, für das Rathaus entweder einen Ersatzstandort zu finden oder eine Kombinationslösung Rathaus / Einzelhandel zu realisieren, könnte in zentraler Lage der Innenstadt ein Einzelhandelsschwerpunkt entwickelt werden, der eine Schlüsselrolle für die Strukturverbesserung des innerstädtischen Versorgungszentrums übernehmen könnte. Positive Rahmenbedingungen sind auch unter verkehrlichen Aspekten gegeben, da der Planstandort unmittelbar an die Münsterstraße / den Wilhelm-Vinke-Ring angebunden ist, so dass der Besucher- und Kundenverkehr sowohl von Süden als auch von Norden über die Gartenstraße abgewickelt werden könnte. Aufgrund der Größe des Planareals und der städtebaulich sensiblen Standortsituation wird eine baulich integrierte Form der Parkierung (Parkdeck / Tiefgarage) für zwingend notwendig gehalten.

Im Hinblick auf die Realisierung ist einschränkend anzuführen, dass für die Standortsuche bzw. den Neubau des Rathauses ein längerer Planungsprozess erforderlich ist, so dass eine Nutzungsänderung des Areals lediglich in einer mittel- bis langfristigen Perspektive umsetzbar erscheint.

### **Planstandort 3 - Südliche Flanke des Einmündungsbereichs Münsterstraße / Ringallee**

Im Einmündungsbereich Münsterstraße / Ringallee befindet sich an der Südflanke ein Planstandort, der aus gutachterlicher Sicht aufgrund seiner Lage, Baustruktur und einer nicht standortangemessenen Grundstücksnutzung für eine Arrondierung des Geschäfts-

besatzes grundsätzlich in Frage kommt. Es handelt sich um einen städtebaulich exponierten Standort an der Hauptverkehrsstraße Münsterstraße / Ringallee, so dass günstige erschließungstechnische Rahmenbedingungen für eine großflächige Einzelhandelsnutzung gegeben sind. Im Falle der Umnutzung des Areals zugunsten größerer Einzelhandelsbetriebe könnte ein Beitrag zur Aufwertung und Angebotsdifferenzierung des innerstädtischen Geschäfts- und Dienstleistungszentrums geleistet werden.

Unter grünplanerischen Aspekten ist ergänzend anzumerken, dass sich an der Südflanke des Planstandortes eine Grundstücksparzelle mit einem Naturdenkmal (Baum) befindet, so dass nur eine teilweise Überbauung möglich ist. Weiterhin ist anzuführen, dass der Planstandort insgesamt vier Grundstückspartzen umfasst, die für eine großflächige Einzelhandelsnutzung zusammengelegt werden müssten. Aus diesem Grund ist zurzeit nicht absehbar, ob eine bauliche Nutzung der Grundstücke für ein großflächiges Einzelhandelsprojekt erreicht werden kann.

Im Rahmen einer **vergleichenden Bewertung der innerstädtischen Planstandorte 1 - 3** ist aus gutachterlicher Sicht dem Standort 2 - Rathaus-Areal - die erste Priorität zu geben, da hinsichtlich der Faktoren Lage / Zuordnung zum Hauptgeschäftsbereich, Größe und Zuschnitt des Areals, Verfügbarkeit der Fläche und Verkehrserschließung die besten Rahmenbedingungen gegeben sind. Der Planstandort bietet sich insbesondere dafür an, einen großflächigen Betriebstyp zu realisieren, der bisher noch nicht in der Stadt bzw. in der Innenstadt vorhanden ist und Magnetfunktionen für die Stadtmitte übernimmt. Infrage kommen grundsätzlich die großflächigen Betriebstypen Warenhaus / Kaufhaus / Textilhaus, SB-Warenhaus / Verbrauchermarkt, Fachgeschäft und Fachmarkt. Aufgrund des Grundstückslagewertes sollten ausschließlich nahversorgungs- / zentrenrelevante Sortimente in Betracht gezogen werden.

#### **Planstandort 4 - Wrobbel-Gelände**

In einem westlichen Abschnitt der Münster Straße, eingespannt zwischen Knetterhauser Straße und Westerheider Weg befindet sich das ehemalige Betriebsgelände der Spedition Wrobbel. Der Verkehrslagewert des Areals beruht auf der exponierten Lage nahe des Einmündungsbereichs Münsterstraße / Westerheider Weg, so dass grundsätzlich geeig-

nete Rahmenbedingungen für die Realisierung eines großflächigen Einzelhandelsbetriebes gegeben sind.

Die Standortverträglichkeit des Plangebietes für großflächige Einzelhandelsnutzungen beschränkt sich aus gutachterlicher Sicht auf nicht nahversorgungs- / zentrenrelevante Sortimente, da es sich um einen dezentralen Standort handelt. Das Planareal befindet sich ca. 200 m westlich des zentralen Versorgungsbereichs der Versmolder Innenstadt, der in Höhe des Bahnübergangs Münsterstraße zu begrenzen ist. Im Falle einer hochwertigen, nahversorgungs- / zentrenrelevanten Sortimentsstruktur eines großflächigen Einzelhandelsbetriebes würde ein mit der Innenstadt konkurrierender Einzelhandelsschwerpunkt geschaffen, so dass negative versorgungsstrukturelle und städtebauliche Auswirkungen auf das innerstädtische Versorgungszentrum zu erwarten wären. Keine Bedenken bestehen aus gutachterlicher Sicht jedoch hinsichtlich der Ansiedlung eines großflächigen Einzelhandelsbetriebes mit nicht nahversorgungs- / zentrenrelevanten Sortimenten in Funktionsergänzung zum innerstädtischen Einzelhandelsangebot.

### **Planstandort 5 - Wirus-Gelände**

Seit einigen Jahren befindet sich das ehemalige Betriebsgelände des Wirus-Werkes als möglicher Einzelhandelsstandort in der kommunalpolitischen Diskussion der Stadt Versmold. Das Plangebiet stellt eine Industriebrache dar, die dem westlichen Siedlungsbereich der Kernstadt Versmold zugeordnet ist. Im Umfeld des Plangrundstücks befinden sich sowohl gewerbliche Nutzungen als auch Wohnnutzungen. Eine städtebauliche und funktionale Zäsur bildet die östlich an das Plangrundstück angrenzende TWE-Bahntrasse, so dass es sich unter Anlegung gewerbeplanerischer Prüfkriterien um eine stadträumlich-funktional isolierte Standortlage handelt. Der Planstandort befindet sich etwa 250 m nordwestlich der gutachterlicherseits empfohlenen Abgrenzung des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereichs in Höhe des Bahnübergangs Münsterstraße.

Im Jahr 2002 wurde durch eine im städtischen Auftrag durchgeführte Verträglichkeitsanalyse<sup>1</sup> ein Planvorhaben mit folgenden Einzelhandelsnutzungen geprüft:

---

<sup>1</sup> Junker und Kruse, Stadt Versmold, Landesplanerische, städtebauliche und absatzwirtschaftliche Verträglichkeitsanalyse geplanter Einzelhandelsnutzungen auf dem Wirus-Gelände in Versmold (Bebauungsplan Nr. 30), Dortmund, Oktober 2002

- Erweiterung des bestehenden Raiffeisen-Marktes auf max. 700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche,
- Verlagerung eines Lebensmitteldiscounters vom Standort Knetterhauser Straße mit Verkaufsflächenerweiterung auf ca. 860 m<sup>2</sup>,
- Verlagerung eines Drogeriefachmarktes und Erweiterung auf ca. 250 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche,
- Ansiedlung eines Textilfachmarktes mit einer Verkaufsfläche von ca. 450 m<sup>2</sup>

Die Ergebnisse der Verträglichkeitsstudie beinhalten im Wesentlichen die Empfehlung, den Planstandort vorrangig für die Umsiedlung eines gegenwärtig nicht im Zentrum ansässigen Einzelhandelsbetriebes zu nutzen. Als städtebaulich verträglich werden weiterhin die Umsiedlung eines Zweirad-Anbieters, die Neuansiedlung eines Anbieters von Büroartikeln / Schreibwaren sowie die Umsiedlung eines bestehenden Bio-Ladens aus nicht integrierter Lage empfohlen.

Aus GMA-Sicht wird - ähnlich wie beim Standort 4 (Wrobbel-Gelände) für das Wirus-Gelände grundsätzlich **keine Ansiedlung eines großflächigen Einzelhandelsbetriebes mit nahversorgungs- / zentrenrelevanten Sortimenten** empfohlen, da sich der Standort nicht sinnvoll in die Zentrenstruktur der Stadt Versmold einfügt. Vor dem Hintergrund der peripheren und verkehrsgünstigen Lage an der B 476 wird vorrangig eine gewerblich-industrielle Nutzung zur Realisierung empfohlen. Weiterhin sind dienstleistungsorientierte, handwerkliche oder nicht erheblich emittierende Kleingewerbebetriebe als standortverträglich zu bewerten. Im Falle einer Einzelhandelsnutzung sollte seitens der Stadt Versmold eine konsequente Beschränkung auf nicht nahversorgungs- / zentrenrelevante Sortimente planungsrechtlich abgesichert werden, damit schädlichen Auswirkungen auf die städtebauliche und versorgungsstrukturelle Entwicklung der Innenstadt verhindert werden.

#### **Planstandort 6 - Grundstück Münsterstraße 100**

Der Planstandort (Grundstück Wibker) war bis vor einigen Jahren Standort eines etwa 480 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche umfassenden Edeka Lebensmittelsupermarktes. Nachdem der Betrieb aufgegeben wurde, hat der Grundstückseigentümer nunmehr Interesse an einer

Einzelhandelsnutzung im unmittelbaren Umfeld des ehemaligen SB-Marktes bekundet. Die Bauvoranfrage bezieht sich auf einen Lebensmittel-SB-Markt mit ca. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, 250 m<sup>2</sup> Lagerfläche und 50 m<sup>2</sup> Nebenfläche. Alternativ wird in Betracht gezogen, den zurzeit leer stehenden SB-Markt um ca. 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf insgesamt ca. 700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zu erweitern. Auch diese Nutzung bezieht sich auf einen Lebensmittel-SB-Markt.

Der Planstandort befindet sich etwa 1 km westlich des innerstädtischen Versorgungszentrums am Rande der Siedlungsfläche der Ortslage Versmold. Der Standortlagewert beruht im Wesentlichen aus den Erschließungsvorteilen der Münsterstraße (B 476), die eine der am stärksten frequentierten Hauptverkehrsstraßen der Stadt Versmold darstellt. Im Hinblick auf die siedlungsstrukturelle Ausgangssituation ist von Bedeutung, dass es sich um eine periphere Lage des Siedlungsraumes handelt, so dass unter dem Aspekt der wohnungsnahen Versorgung keine optimale Zuordnung zu den Wohnbauflächen gegeben ist. Weiterhin ist zu berücksichtigen, dass im Standortumfeld keine ergänzenden Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe vorhanden sind, die eine Ausprägung eines zentralen Versorgungsbereiches rechtfertigen. Im Falle der Neuansiedlung eines Lebensmittel-SB-Marktes würde ein Solitärstandort geschaffen, der zwar in einem gewissen Umfang auch Nahversorgungsfunktionen für die umgebende Wohnbebauung wahrnehmen, der jedoch den Hauptteil seiner Kunden vom Durchgangsverkehr der Münsterstraße generieren müsste. Demgemäß würde insbesondere auch aus dem Ortsteil Peckeloh Kaufkraft gebunden, so dass die vorhandenen Nahversorgungsbetriebe<sup>1</sup> in Peckeloh im Bestand gefährdet werden könnten.

Ohne auf die bauplanungsrechtliche Zulässigkeit einer Umnutzung bzw. Nutzungserweiterung am Standort Münsterstraße 100 näher einzugehen, wird aus gewerbepflegerischer Sicht zu bedenken gegeben, dass der Planstandort keine sinnvolle siedlungsstrukturelle Zuordnung im Sinne einer Mittelpunktfunktion eines größeren Siedlungsbereichs aufweist, so dass im Falle der Neuansiedlung eines Lebensmittel-SB-Marktes sowohl die Entwicklung des innerstädtischen Versorgungszentrums als auch des Ortsteils Peckeloh im Bereich der Lebensmittelversorgung eingeschränkt würde. Als städtebaulich verträgliche Einzelhandelsnutzungen sind demgegenüber alle nicht nahversorgungs- / zentrenrelevanten

---

<sup>1</sup> Lebensmittelmarkt, Bäckerei, Fleischerei, Getränkemarkt

ten Sortimente in Betracht zu ziehen, die keine Konkurrenzwirkungen zum innerstädtischen Versorgungszentrum und zu den Nahversorgern in Peckeloh auslösen. Als grundsätzlich unverträglich ist auch die Nutzung eines Sonderpostenmarktes anzusehen, da dieser i. d. R. eine Palette wechselnder Sortimente des nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimentsspektrums anbietet.

Nähere Aufschlüsse über die möglichen versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen einer konkreten Einzelhandelsnutzung am Planstandort Münsterstraße 100 auf den schutzwürdigen zentralen Versorgungsbereich der Versmolder Innenstadt müssen einer vorhabenbezogenen Auswirkungsanalyse vorbehalten bleiben.

#### **4.5 Verkehrskonzept Innenstadt**

##### **4.5.1 Bewertung der Ausgangssituation**

Neben den siedlungsstrukturellen, städtebaulichen und stadtgestalterischen Rahmenbedingungen übt auch die Verkehrssituation erheblichen Einfluss auf die Wohn- und Standortqualität sowie die Einkaufssituation der Stadt Versmold aus. Demgemäß wird im Rahmen der vorliegenden Untersuchung eine gewerbeplanerische Überprüfung der innerstädtischen Verkehrssituation vorgenommen, um Möglichkeiten zur Attraktivierung der Einkaufsstadt aufzuzeigen.

In der Nachkriegsentwicklung hat sich in vielen Städten und Gemeinden die nach dem Modell der „autogerechten Stadt“ ausgerichtete Verkehrsplanung - nicht zuletzt durch die rasante Entwicklung der Motorisierung - als illusionär und städtebaulich unverträglich erwiesen. Eine städtebaulich ausgerichtete Verkehrsplanung soll den einzelnen Verkehrsarten den in ihrer Funktionsbestimmung angemessenen Stellenwert beimessen und zu einem umweltverträglichen Zusammenwirken der einzelnen Verkehrsarten beitragen. Im Mittelpunkt einer stadtverträglichen Verkehrsstrategie steht das Ziel, die umweltverträglichen Verkehrsmittel (des sog. „Umweltverbunds“), d.h. Fußgängerverkehr, Radverkehr und ÖPNV, zu fördern und den motorisierten Individualverkehr soweit wie möglich zu begrenzen. Dabei sollte allerdings die Erreichbarkeit der öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen im innerstädtischen Versorgungszentrum nicht eingeschränkt werden.

Die Standortbestimmung des Einzelhandels nimmt in diesem Zusammenhang - insbesondere bei großflächigen Betriebstypen - insofern einen hohen Stellenwert ein, als die publikumsintensiven Betriebe einerseits eine günstige Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr erfordern und andererseits einen erheblichen Ziel- und Quellverkehr induzieren, der hohe Anforderungen an die Verkehrsaufnahmefähigkeit der betroffenen Straßen und die Stellplatzkapazitäten stellt. Weiterhin ist zu berücksichtigen, dass nur im Falle einer engen stadträumlich-funktionalen Zuordnung der großflächigen Betriebsstätten zu den gewachsenen Versorgungszentren bzw. zu den Siedlungskernen ein Beitrag zur Reduzierung des Pkw-orientierten Einkaufsverkehrs durch Förderung von fußläufigen Verbundeinkäufen geleistet wird.

Für die Bewertung der Verkehrssituation in der Versmolder Innenstadt sind folgende **Rahmenbedingungen** zu berücksichtigen:

- Die Belastung der Städte, insbesondere der Innenstädte, durch den motorisierten Einkaufsverkehr wird allgemein überschätzt; so entfallen nach bundesweit durchgeführten Erhebungen ca. 31 % des Gesamtverkehrs auf den Freizeitverkehr, jeweils ca. 21 % auf den Arbeits- und Ausbildungsverkehr sowie private Erledigungen und „Bringen und Holen“, wohingegen der Anteil des Einkaufsverkehrs bei ca. 19 % liegt.<sup>1</sup>
- Die Umweltqualität der Innenstädte wird durch den Einkaufsverkehr überwiegend in den Haupteinkaufszeiten, wie z. B. am späten Nachmittag, am Freitagnachmittag, an Samstagen oder in der Vorweihnachtszeit beeinträchtigt.
- Die Verkehrsmittelwahl bei Einkäufen wird wesentlich durch die Ortsgröße bestimmt. So entfallen im Bundesdurchschnitt in Städten mit bis zu 500.000 Einwohnern ca. 32 % aller Fahrten auf den Pkw, während in Orten bis zu 50.000 Einwohnern ca. 64 % der Fahrten mit dem Pkw abgewickelt werden.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Quelle: Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Stadtentwicklung, Mobilitätsenerhebungen durch bundesweite Befragung von ca. 50.000 Haushalten, 2008 (MiD 2008)

<sup>2</sup> Quelle: BAG-Untersuchung Kundenverkehr, 2000, in: BAG, Attraktiver Standort Innenstadt, Brüssel, Juni 2001 (Durchschnittswerte Donnerstag, Freitag, Samstag)

Im Rahmen einer nach städtebaulichen Kriterien ausgerichteten Verkehrsentwicklungsplanung geht es grundsätzlich darum, die Wohn- und Lebensqualität der Stadt Versmold aufzuwerten und die Versorgungsfunktionen - insbesondere des innerstädtischen Geschäfts- und Dienstleistungszentrums - sowohl in punkto Erreichbarkeit für alle Verkehrsarten als auch im Hinblick auf die Verkehrssicherheit und Aufenthaltsqualität optimal zu gestalten. Hierzu sind aus gutachterlicher Sicht drei **Entwicklungsziele** planerisch zu verfolgen:

- Förderung der Verkehrssicherheit und Verkehrsberuhigung,
- Aufwertung der städtebaulichen Qualität und des Erscheinungsbildes der Straßen und Plätze,
- Harmonisierung der Verkehrsabläufe / Erleichterung der Erreichbarkeit des innerstädtischen Versorgungszentrums für Kunden und Besucher.

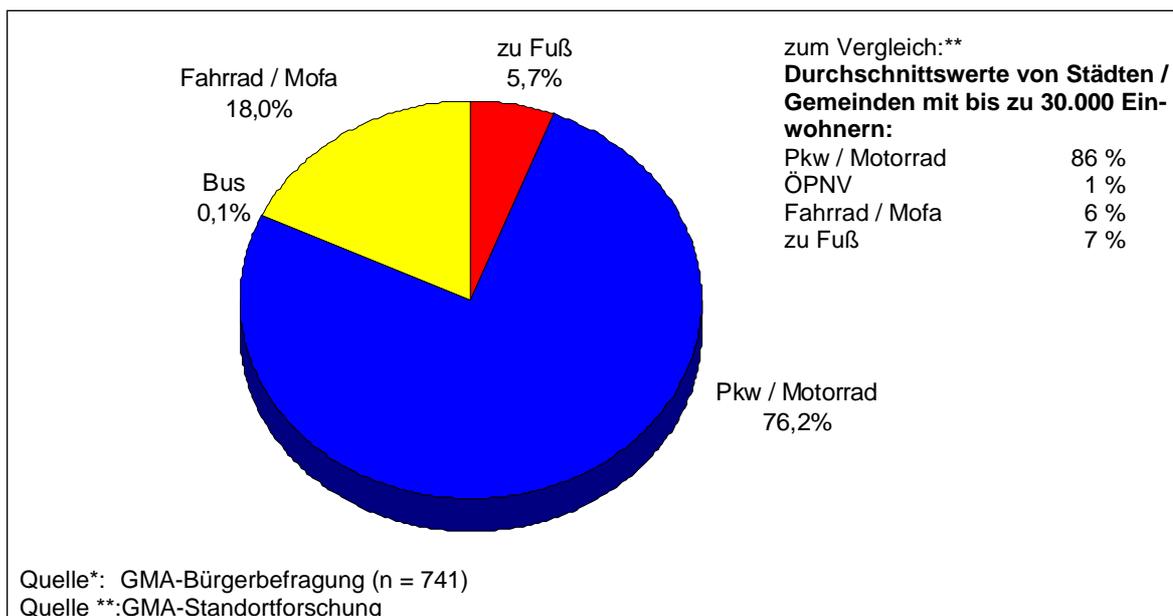
Aufgrund der dispersen Siedlungs- und Versorgungsstruktur der Stadt Versmold ist davon auszugehen, dass dem motorisierten Individualverkehr in einem überschaubaren Planungszeitraum die wichtigsten Verkehrsfunktionen im Rahmen der Mobilitätssicherung zukommen werden. Diese Einschätzung gilt insbesondere für den Einkaufsverkehr, bei dem bundesweit die höchsten Anteile auf den motorisierten Individualverkehr entfallen, wohingegen die übrigen Verkehrsarten aufgrund der deutlich geringeren Bequemlichkeit, fehlender Verkehrsverbindungen und des teilweise hohen Zeitaufwands nur eine ergänzende Funktion übernehmen.

#### 4.5.2 Verkehrsmittelwahl

Bei der Verkehrsmittelwahl zum Einkauf in der Stadt Versmold kommt dem Pkw / Motorrad (ca. 76 % der Bürger) eine dominierende Bedeutung zu. Damit ist den verkehrs- und parkplatzbezogenen Faktoren eine Schlüsselrolle für die Attraktivität der Einkaufsstadt beizumessen. Im Vergleich zu Durchschnittswerten anderer Städte / Gemeinden mit bis zu 30.000 Einwohnern ist eine unterdurchschnittliche Bedeutung des Pkw- / Motorradverkehrs festzustellen, die im Wesentlichen auf eine deutlich höhere Fahrrad- / Mofa-

Inanspruchnahme zurückzuführen ist. Einen äußerst geringen Stellenwert nimmt der Busverkehr ein, so dass offensichtlich der öffentliche Personennahverkehr nicht in der Lage ist, eine ausreichende Verkehrsqualität für Besucher und Kunden der Einkaufsstadt Versmold zu gewährleisten.

**Abb. 17: Verkehrsmittelwahl der Bürger beim Einkauf in Versmold\***



Die Differenzierung der Befragungsergebnisse nach den Ortsteilen der Befragten zeigt erwartungsgemäß, dass die Bürger aus den peripher gelegenen Ortschaften den Pkw überdurchschnittlich häufig beim Einkauf in Anspruch nehmen. So schwanken die Pkw-Quoten in den Ortsteilen zwischen ca. 88 % in Loxten und 100 % in Bockhorst. Demgegenüber liegt die Quote im Ortsteil Versmold bei nur ca. 61 %.

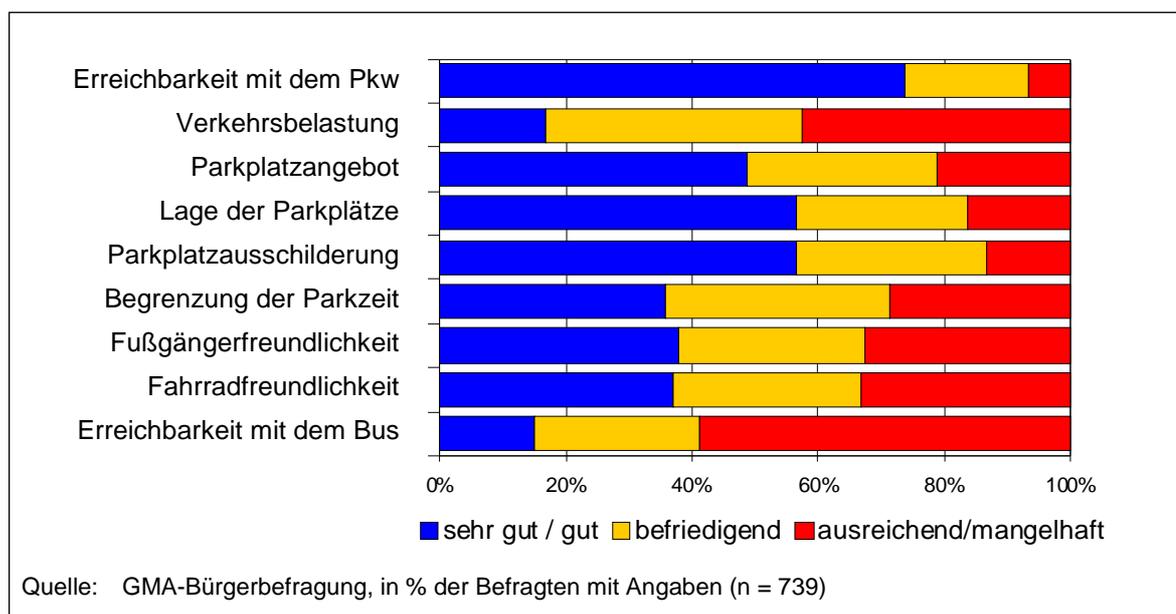
Bei der Analyse der Ergebnisse nach Altersgruppen wird deutlich, dass der höchste Anteil der Pkw-Benutzer die Altersgruppe 31 - 64 Jahre (ca. 81 %) betrifft.

Ungeachtet der überdurchschnittlichen Fahrrad-Quote im Einkaufsgeschehen der Stadt Versmold ist festzuhalten, dass dem Pkw / Motorrad die höchste Verkehrsbedeutung für Einkäufe und Erledigungen in der Stadt Versmold zukommt. Die erwartungsgemäß höheren Pkw-Anteile in den peripheren Ortsteilen dokumentieren, dass der öffentliche Personennahverkehr offensichtlich keine ausreichende Bedienungsqualität für den Einkauf in der Stadt Versmold bietet.

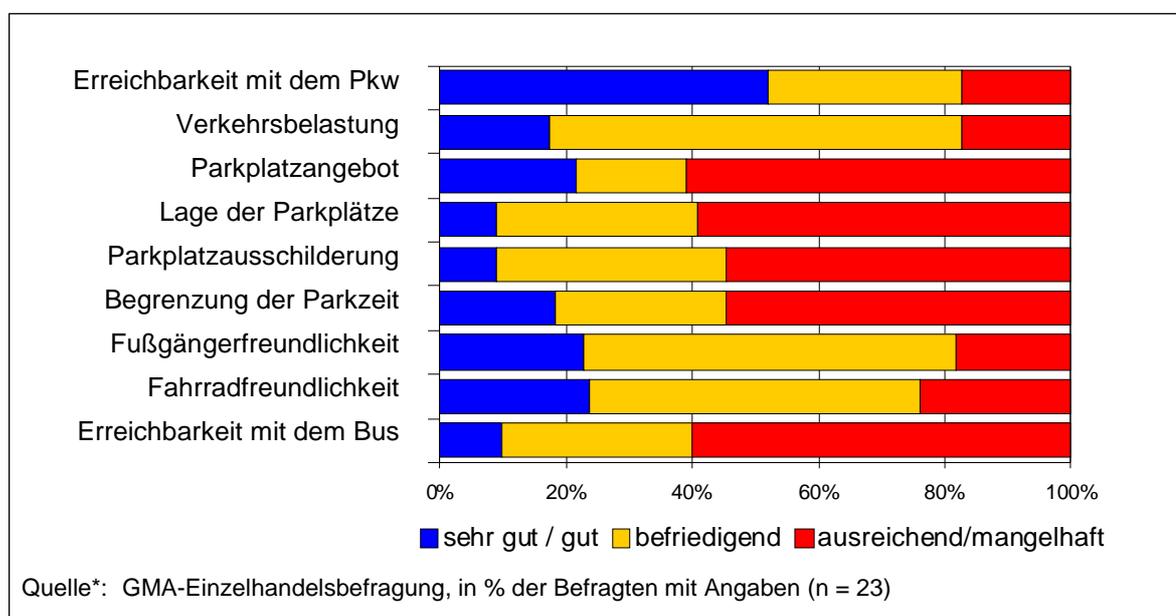
### 4.5.3 Verkehrs- und Parkplatzzimage

Für die Bewertung ausgewählter Faktoren der Verkehrs- und Parkplatzsituation in der Stadt Versmold stand den Befragten eine Bewertungsskala von 1 = sehr gut bis 5 = mangelhaft zur Verfügung.

**Abb. 18: Verkehrs- und Parkplatzbewertung durch die Bürger**



**Abb. 19: Verkehrs- und Parkplatzbewertung durch die Einzelhändler**



Die Ergebnisse der Bürger- und Einzelhandelsbefragungen zum Verkehrs- und Parkplatzimage der Stadt Versmold zeigen unterschiedliche Bewertungen der Befragten, wobei die Bürger - analog zu Ergebnissen anderer Untersuchungen - grundsätzlich zu positiveren Einschätzungen kommen als die Einzelhändler.

Aus Sicht der Bürger verfügt die Stadt Versmold über positive verkehrliche Rahmenbedingungen insbesondere im Bereich der Erreichbarkeit mit dem Pkw sowie der Zahl, Lage und Ausschilderung der Parkplätze. Deutliche Kritik wird jedoch an der Erreichbarkeit mit dem Bus sowie an der Verkehrsbelastung geübt.

Auch die Einzelhändler bewerten mehrheitlich die Erreichbarkeit mit dem Pkw positiv. Bei allen anderen Faktoren überwiegen jedoch die Bewertungen „befriedigend“ bzw. „ausreichend / mangelhaft“. Erhebliche Kritik wird von den Unternehmern an der Erreichbarkeit mit dem Bus, am Parkplatzangebot sowie an der Lage, Ausschilderung und Parkzeitbegrenzung der Stellplätze geübt.

Aus gutachterlicher Sicht ist anzumerken, dass für das Image der Einkaufsstadt Versmold die Bewertungen der Bürger von größter Bedeutung sind, da sie das Hauptkaufkraftpotenzial für den örtlichen Einzelhandel bereit stellen. Demgemäß sollten insbesondere den von den Verbrauchern genannten Kritikpunkten im Rahmen der weiteren Planungsüberlegungen Aufmerksamkeit geschenkt werden.

#### **4.5.4 Anregungen der Befragten zur Verbesserung der Verkehrs- und Parkplatzsituation**

Aus Sicht der befragten Bürger ist die Einrichtung einer Fußgängerzone bzw. eine stärkere Verkehrsberuhigung erforderlich, um die Attraktivität der Einkaufsstadt Versmold aufzuwerten. In zweiter Linie wird für mehr Parkplätze bzw. eine bessere Beschilderung und Anbindung vorhandener Stellplätze plädiert, gefolgt von Vorschlägen für bessere Busverbindungen.

Aus Sicht des örtlichen Einzelhandels liegt das Schwergewicht erwartungsgemäß auf Vorschlägen zur Verbesserung der Parkplatzsituation, gefolgt von den Nennungen zur Verkehrsberuhigung und zur Verbesserung der Busverbindungen.

**Tabelle 21: Anregungen zur Verbesserung der Verkehrs- und Parkplatzsituation**

Befragungen Vorschläge	Bürger n = 256	Einzelhändler n = 10
Fußgängerzone / stärkere Verkehrsberuhigung	48	20
mehr Parkplätze / bessere Beschilderung / Anbindung vorhandener Plätze	27	30
bessere Busverbindungen	11	10
Radwege verbessern / Fahrradständer	5	-
Kreisverkehr / bessere Ampelschaltungen in der Innenstadt	4	-
niedrigere Bordsteinkanten	3	-
Bahnverbindung	2	-
Sonstiges	2	40
<b>gesamt</b>	<b>100*</b>	<b>100*</b>
* Abweichungen durch Rundungsfehler möglich		
Quelle: GMA-Bürger-, Einzelhandelsbefragungen, in % der Nennungen (Mehrfachnennungen möglich)		

Aus den Befragungsergebnissen ist abzuleiten, dass offensichtlich ein großer Teil der Bürger und Einzelhändler Verbesserungen in der Verkehrssituation der Stadt Versmold wünscht. Erwartungsgemäß steht die Innenstadt im Fokus der Antwortenden, so dass vorrangig die Verbesserung der Verkehrssicherheit / Verkehrsruhe und die Optimierung der Erreichbarkeit der Innenstadt vorgeschlagen werden.

#### 4.5.5 Fließender Verkehr

Die Situation des fließenden Verkehrs im innerstädtischen Versorgungszentrum der Stadt Versmold wird sowohl durch die regionalen Verkehrsströme der in West-Ost-Richtung verlaufenden Bundesstraße B 476 als auch durch den auf die Innenstadt gerichteten Ziel- und Quellverkehr bestimmt. Das sternförmig auf die Kernstadt ausgerichtete Verkehrsnetz der B 476, der L 786 (Rothenfelder Straße) und einer Reihe von Kreisstraßen führt zu starken Verkehrsbelastungen des Straßennetzes. Da bis auf den Westheider Weg und die

Ringallee keine Umfahrung der Innenstadt vorhanden ist, übernimmt insbesondere die B 476 Münsterstraße / Westheider Weg / Ravensberger Straße die Hauptlast des regionalen und örtlichen Verkehrs. Besondere Bedeutung hat die Bundesstraße durch den Anschluss an die A 33 Bielefeld - Osnabrück mit der Anschlussstelle Borgholzhausen erhalten.

Nach gutachterlicher Einschätzung ist eine durchgreifende Verkehrsentslastung des Verkehrsnetzes in der Kernstadt von Versmold nur durch eine weitere Umgehungsstraße möglich, die den nicht zielgebundenen Regionalverkehr von den innerstädtischen Verkehrsbeziehungen entflechten kann. Hierzu müsste eine Entlastungsstraße gebaut werden, die den Regionalverkehr weiträumig um die Kernstadt ableitet. Die Stadt Versmold plant hierzu den Bau einer Ortsentlastungsstraße. Diese soll von der B 476 im Nordosten in einem ersten Bauabschnitt das Industriegelände an der Laerstraße anbinden; der Baubeginn ist für 2009 geplant. In einem zweiten Abschnitt wird dann die Straße bis zur Knetterhauser Straße (K 51) geführt, von wo aus dann bereits der Fernverkehr über Füchtorf über die B 475 eine gute Anbindung zur A 2 (Anschluss Beckum) erhält. Nach Umsetzung dieser Maßnahme (Zielplanung 2012 - 2015) und weiterer Optimierungen im Straßennetz sind für den Bereich der jetzigen Ortsdurchfahrt der B 476 deutliche Entlastungen zu erwarten.

Im Hinblick auf die Einzelhandels- und Dienstleistungsfunktionen der Versmolder Innenstadt wird unabhängig von der Frage der v. g. Umgehungsstraße auch in Zukunft ein starker Ziel- und Quellverkehr bestehen bleiben, da die Stadtmitte den Großteil der zentralörtlichen Versorgungseinrichtungen der öffentlichen und privaten Infrastruktur aufweist. Demgemäß müssen sich die verkehrsplanerischen **Überlegungen zur Verbesserung der Verkehrssituation** in der Versmolder Innenstadt darauf beschränken,

- die Verkehrssicherheit durch verkehrstechnische Maßnahmen an wichtigen Knotenpunkten zu erhöhen,
- die Verkehrssicherheit für Fußgänger und Radfahrer durch verkehrsberuhigende Umbaumaßnahmen in Teilabschnitten der Innenstadtzufahrten zu optimieren,

- durch ein Verkehrs- und Parkleitsystem die Verkehrsorientierung für ortsunkundige Besucher der Innenstadt zu verbessern, um unnötige Verkehrswege zu vermeiden,
- die Verkehrssicherheit und Aufenthaltsqualität im Kernbereich der Innenstadt so zu verbessern, dass ein konfliktfreies Miteinander der einzelnen Verkehrsarten erreicht wird,
- das Parkraumkonzept in der Innenstadt mit dem Ziel zu verbessern, den Parksuchverkehr zu verringern, indem größere Sammelparkplätze für Kunden und Besucher der Stadtmitte angeboten werden.

Die in Randbereichen der Innenstadt auftretenden Verkehrskonflikte konzentrieren sich an den Standorten, an denen die größte Nutzungsintensität der Einzelhandels- und Dienstleistungseinrichtungen besteht. Dies gilt in erster Linie für den Abschnitt der Münsterstraße zwischen dem Kreisverkehr in Höhe der Einmündung Wersestraße / Wirusstraße im Westen und der Einmündung Münsterstraße / Ringallee im Osten. Es handelt sich hierbei um einen den Stadtkern funktional ergänzenden Geschäfts- und Dienstleistungsbereich, der sich in den letzten Jahren durch Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben zu einem wichtigen Geschäftsstandort entwickelt hat. Trotz der Entlastungsfunktion des Westerheider Weges im Zuge der B 476 (Westumfahrung) ist in dem v.g. Abschnitt der Münsterstraße eine äußerst hohe Verkehrsbelastung im werktäglichen Verkehr zu beobachten, die sowohl dem Binnenverkehr der Kernstadt als auch dem innerstädtischen Ziel- und Quellverkehr zuzurechnen ist. Da der Straßenabschnitt der Münsterstraße einen konventionellen Ausbaustandard aufweist und bisher keine verkehrsberuhigenden Umgestaltungsmaßnahmen bzw. verkehrsrechtliche Beschränkungen vorgenommen wurden, treten die Nutzungskonflikte zwischen Fußgängern und Kfz-Verkehrsteilnehmern deutlich zu Tage. Eine grundlegende Verbesserung der Verkehrssicherheit und der Standortqualität ist aus gutachterlicher Sicht nur durch einen konsequenten Umbau des Straßenraums zu erreichen.

Im Sinne einer Erhöhung der Verkehrssicherheit, der Gleichmäßigkeit des Verkehrsflusses und der Stadtbildqualität werden folgende **Maßnahmen** angeregt:

- Durchgreifende Aufwertung des Straßenraums zwischen dem Kreisverkehr Münsterstraße / Wersestraße / Wirusstraße, zumindest aber östlich des Bahnübergangs, und der Ringallee mit einer Neugestaltung des Straßenraums,
- Alternativlösungen: Entweder niveaugleiche Durchpflasterung des Straßenraums oder Beibehaltung der Schwarzdecke in der Fahrbahn mit Verbreiterung und attraktiver Neugestaltung der Gehwegflächen unter Einbeziehung eines integrierten Radweges (farblich abgesetzte Pflasterung) oder abmarkiert auf der Fahrbahn,
- Verbesserung der Verkehrssicherheit für querende Fußgänger, entweder durch Einbau von gepflasterten Übergangflächen oder Einbau von Mittelinseln als Querungshilfen,
- zur Reduzierung der Verkehrsgeschwindigkeit wird empfohlen, im Wesentlichen durch den geänderten Ausbaustandard des Straßenraums auf eine Temporeduzierung hinzuwirken; ansonsten wird eine 30 km / h-Regelung in dem umgestalteten Abschnitt der Münsterstraße empfohlen,
- optische Einengung und Gliederung des Straßenraums durch straßenflankierende, schmale Pflanz- und Baumstreifen,
- Verwendung einheitlicher Pflastermaterialien für die Neugestaltung der Gehwegflächen,
- Einbau attraktiver Gestaltungsobjekte, wie z. B. moderner Beleuchtungskörper, Info-Schilder, Kunstobjekte etc.,
- im Bereich der Ringallee sollte die verkehrsberuhigende Umgestaltung möglichst bis in Höhe des Jibi Lebensmittelsupermarktes bzw. des Altenheims weiter geführt werden, damit auch in diesen Bereichen eine Verbesserung der Verkehrssicherheit erreicht wird.

Als Beispiel für eine erfolgreiche verkehrsberuhigende Umgestaltung eines Geschäftsbereichs wird auf die Stadt Melle verwiesen, die vor einigen Jahren in einem Randbereich der Innenstadt eine verkehrsberuhigende Umgestaltung mit Tempo 20 km / h-Regelung

realisiert hat. Dabei wurden die Verkehrserschließungsfunktionen der Verkehrsstraße erhalten und zugleich eine höhere Verkehrssicherheit und Aufenthaltsqualität ermöglicht.



Beispiel einer verkehrsberuhigenden Straßenraumgestaltung in der Stadt Melle  
Quelle: GMA

#### 4.4.6 Verkehrsberuhigung

Durch Verlegung der Bundesstraße 476 wurde Mitte der 80er Jahre eine durchgreifende Verkehrsberuhigung der Versmolder Innenstadt ermöglicht. Im Zuge der verkehrlichen Neuordnung wurde in der Innenstadt eine Mischung aus verkehrsberuhigten Straßen mit gegenläufigem Verkehr und Einbahnstraßen realisiert. Die Einbahnstraßenlösung und die Beibehaltung des jetzigen Standortes des Schweinebrunnens wurde durch Bürgerentscheid herbeigeführt.

Aus gutachterlicher Sicht ist die gegenwärtige **Verkehrssituation der Innenstadt unbefriedigend**, da die Anforderungen an eine attraktive Gestaltung des öffentlichen Raums nicht erfüllt sind. Im Einzelnen sind folgende Kritikpunkte anzuführen:

- Das Verkehrssystem der Einbahnstraßen führt dazu, dass die Pkw-Nutzer ungeachtet der durchgehenden Pflasterung des Straßenraums vergleichsweise zügig den Verkehrsraum durchfahren, so dass spielende Kinder und gehbehinderte, ältere Menschen gefährdet werden,
- in der Gestaltung der Straßen ist insbesondere in der Ravensberger Straße eine Überfrachtung des Straßenraums mit Einbauten (Bäume, Poller) festzustellen, welche die Standort- und Aufenthaltsqualität für Fußgänger erheblich beeinträchtigt,
- die Oberflächengestaltung der Straßen und Plätze entspricht nicht mehr den heutigen Anforderungen an attraktiv gestaltete innerstädtische Aufenthaltsbereiche, so dass eine grundlegende Erneuerung der Pflasterung und eine Reduzierung der „Möblierung“ erforderlich erscheinen.

Im Sinne eines zukunftsgerichteten Gestaltungsmodells für die Versmolder Innenstadt wird das Europäische Kooperationsprojekt „Shared Space“ zur Diskussion gestellt, das soviel bedeutet wie „gemeinsam genutzter Raum“. An die Stelle der einseitig auf den motorisierten Verkehr ausgerichteten Planung und Gestaltung öffentlicher Räume setzt das Verkehrsberuhigungsmodell auf eine reglementierungsfreie Kombination und Integration der verschiedenen Verkehrsarten im öffentlichen Raum.

#### **Exkurs: Shared Space - Beispiel Stadt Bohmte**

Ziel des EU-Projektes ist es, die Qualität des öffentlichen Lebensraumes in Innenstädten / Ortskernen zu verbessern und ein möglichst störungsfreies Miteinander der unterschiedlichen Verkehrsmittel zu fördern, ohne den motorisierten Verkehr zu verbannen. In der Laufzeit des Projektes von 2004 - 2008 in den sieben Städten / Gemeinden Haren und Emmen, der Provinz Fryslân in den Niederlanden, in den Städten Oostende in Belgien, Ejby in Dänemark, Ipswich in England und in der Stadt Bohmte / Landkreis Osnabrück wurden beispielhaft Straßen und Plätze nach neuen Kriterien umgestaltet.

Die **verkehrspsychologischen Planungsgrundlagen** sind wie folgt zu skizzieren:<sup>1</sup>

- Die Unterscheidung in Verbleibs- und Verkehrsverhalten geht darauf zurück, dass der Mensch, der sich an einem Ort aufhält, ein anderes Verhalten zeigt als der Verkehrsteilnehmer, der sich zwischen zwei Standorten bewegt.
- Menschen, die an einem Ort verweilen, folgen keinem vorgegebenen Muster, sie folgen vielmehr spontanen Einfällen, bewegen sich willkürlich und relativ langsam, wechseln die Richtung oder bleiben plötzlich stehen. Es sind die Bewegungen von Bummlern, Spaziergängern und Ausflüglern ohne Eile und oft ohne spezielles Ziel. Sie lassen sich von ihrer Umgebung und vom Verhalten anderer leiten, wobei der Blickkontakt eine wichtige Rolle spielt.
- Völlig unterschiedlich ist das Verhalten der Verkehrsteilnehmer, die so schnell wie möglich eine räumliche Distanz überwinden wollen. Ihre Bewegungen sind zielstrebig, gradlinig, uniform und in der Regel vorhersehbar. Sie sind charakteristisch für den Verkehr über größere Distanzen und den täglichen Verkehr zwischen Wohnung und Arbeits- / Ausbildungsplatz. Das Verhalten wird von verkehrsrechtlichen Leitlinien, Schildern und Straßenkategorien bestimmt. Verkehrskonflikte entstehen überwiegend in den so genannten Übergangsgebieten der beiden Gruppen, da hier das Risiko folgenschwerer Missverständnisse am Größten ist. Die „Verweiler“ erwarten soziales Verhalten von den Autofahrern, während diese von den „Verweilern“ verkehrsrechtlich korrektes Verhalten erwarten.

Das Planungskonzept Shared Space beinhaltet im Wesentlichen den Anspruch, den **öffentlichen Raum als „Menschenraum“**, nicht jedoch vorrangig als Verkehrsraum zu gestalten. Dementsprechend werden die Gestaltung des öffentlichen Raums und die Gestaltungsmittel auf die wesentlichen Merkmale der städtebaulichen Umgebung abgestimmt. Hierzu gehören eine Verstärkung der stadträumlichen Elemente sowie der **Verzicht auf Verkehrsschilder und -restriktionen**. Durch eine entsprechende Gestaltung urbaner Lebensräume wird der Charakter des Verweilens in der Stadtgestaltung so stark heraus-

---

<sup>1</sup> Quelle: Provincie Fryslân, Shared Space - Raum für alle, neue Perspektiven für Raumentwicklung, Ausgabe des INTERREG IIIB - Projekt „Shared Space“, März 2007

gearbeitet, dass auf verkehrsrechtliche Beschränkungen verzichtet werden kann. Es wird hierzu auf die nachfolgenden Fotobeispiele aus der Stadt Bohmte verwiesen (Quelle: GMA).



Übergang von der alten zur neuen Straßenraumgestaltung



ampelfreier zentraler Ortsplatz

In der am EU-Projekt beteiligten niedersächsischen Kleinstadt Bohmte (ca. 13.000 Einwohner) wurde im Ortskern eine Aufhebung der herkömmlichen Trennung der verschiedenen räumlichen Funktionen im öffentlichen Raum realisiert. Durch eine völlige Neugestaltung des Straßenraums, Wegfall jeglicher Verkehrsschilder, Fußgängerinseln, Ampeln und anderer Barrieren wurde ein großzügig gestalteter öffentlicher Raum geschaffen, der im Vergleich zur üblichen Straßenraumgestaltung bei den Verkehrsteilnehmern zunächst erhebliche Verunsicherung über das „richtige“ Verkehrsverhalten auslöst. Die Zeitschrift Stadt & Raum 3/2006 zitiert die Philosophie des vom Niederländer Hans Mondermann entwickelten Konzeptes wie folgt: „Man muss den Verkehr gefährlicher machen, damit er sicherer wird. Das Ganze ist so unlogisch wie die menschliche Psyche und prompt funktioniert es bestens.“



landschaftsübliche rote Pflasterung

Anstatt wie bisher die Gestaltung der Straßen und Plätze aus der Perspektive der Verkehrsplanung zu bestimmen, wurde im Rahmen der Umgestaltung darauf gesetzt, den Menschen und die räumlichen Qualitäten des öffentlichen Raums als steuernde Parameter einzusetzen.



„Shared Space“ schafft Bewegungs- und Erlebnisräume



Orientierungs- / Querungshilfe  
für Sehbehinderte (Noppensteine)



Streulicht erzeugende Leuchte

In der Stadt Bohmte wurde im Mai 2008 nach 8-monatiger Bauzeit der im Rahmen des EU-Projektes neu gestaltete Ortskern für den Verkehr freigegeben. Nach allgemeiner Ein-

schätzung eignet sich das Verkehrsmodell für die Innenstädte / Ortskerne kleinerer Städte / Gemeinden und für Stadtteile, nicht aber für Straßen mit hohem Verkehrsaufkommen.

Den Besucher und Verkehrsteilnehmer in der Stadt Bohmte erwartet ein ungewohnt aufgeräumter öffentlicher Raum, der tatsächlich zu einer positiven Verunsicherung i.S. eines vorsichtigeren Verkehrsverhaltens führt. Die großzügige Straßen- und Platzgestaltung lässt Raum für viele Aktivitäten der Fußgänger, Radfahrer, spielende Kinder und ältere Menschen, die alle von dem langsameren und rücksichtsvolleren Miteinander profitieren.

Das **Verkehrsberuhigungsmodell „Shared Space“** wird für die **Versmolder Innenstadt** insofern als eine tragfähige Lösung bewertet, als einerseits die zentrumsnahe Verkehrserschließung für Besucher und Kunden der Stadtmitte erhalten bleibt und andererseits ein wesentlich attraktiverer öffentlicher Raum geschaffen wird, der zum Verweilen und Flanieren einlädt. Grundsätzlich wird der Verzicht auf eine Einbahnstraßenlösung empfohlen, damit durch den Gegenverkehr ein möglichst langsamer und rücksichtsvoller Verkehrsfluss erreicht wird. Für den Platz rund um den Schweinebrunnen wird die Beibehaltung der Verkehrssperre vorgeschlagen, damit der Brunnenplatz als Kfz-freier Platz seine Funktion als Ort für Kommunikation und Veranstaltungen behält.<sup>1</sup>

Als weiterer wichtiger Punkt einer stärkeren aufenthaltsorientierten Gestaltung wird beispielhaft auf die unbefriedigende Situation des Kirchengrundstücks der Petri-Kirche verwiesen. Durch die Abfangmauer des Grundstücks an der Münsterstraße und an der Ravensberger Straße wird das Kirchenumfeld vom öffentlichen Straßenraum funktional und gestalterisch getrennt, so dass dieser markante Punkt des Stadtgrundrisses mit einer hohen Identifikationswirkung für die Bewohner und Besucher der Stadt nicht ausreichend erlebbar ist. Es wird hierzu angeregt, die Abfangmauer zu entfernen und durch eine Neutrassierung das Kirchengrundstück zum Straßenraum hin abzusenken und – ggf. durch eine treppenartige Anlage – einen Stadtplatz für Kommunikation und Aufenthalt zu gestalten. Die Realisierung der Umgestaltung erfordert eine Verlagerung des Kriegerdenkmals, das beispielsweise auf der öffentlichen Grünfläche auf der Rückseite des Rathauses einen angemessenen Standort erhalten könnte.

---

<sup>1</sup> vgl. Karte 7: Verkehrskonzept

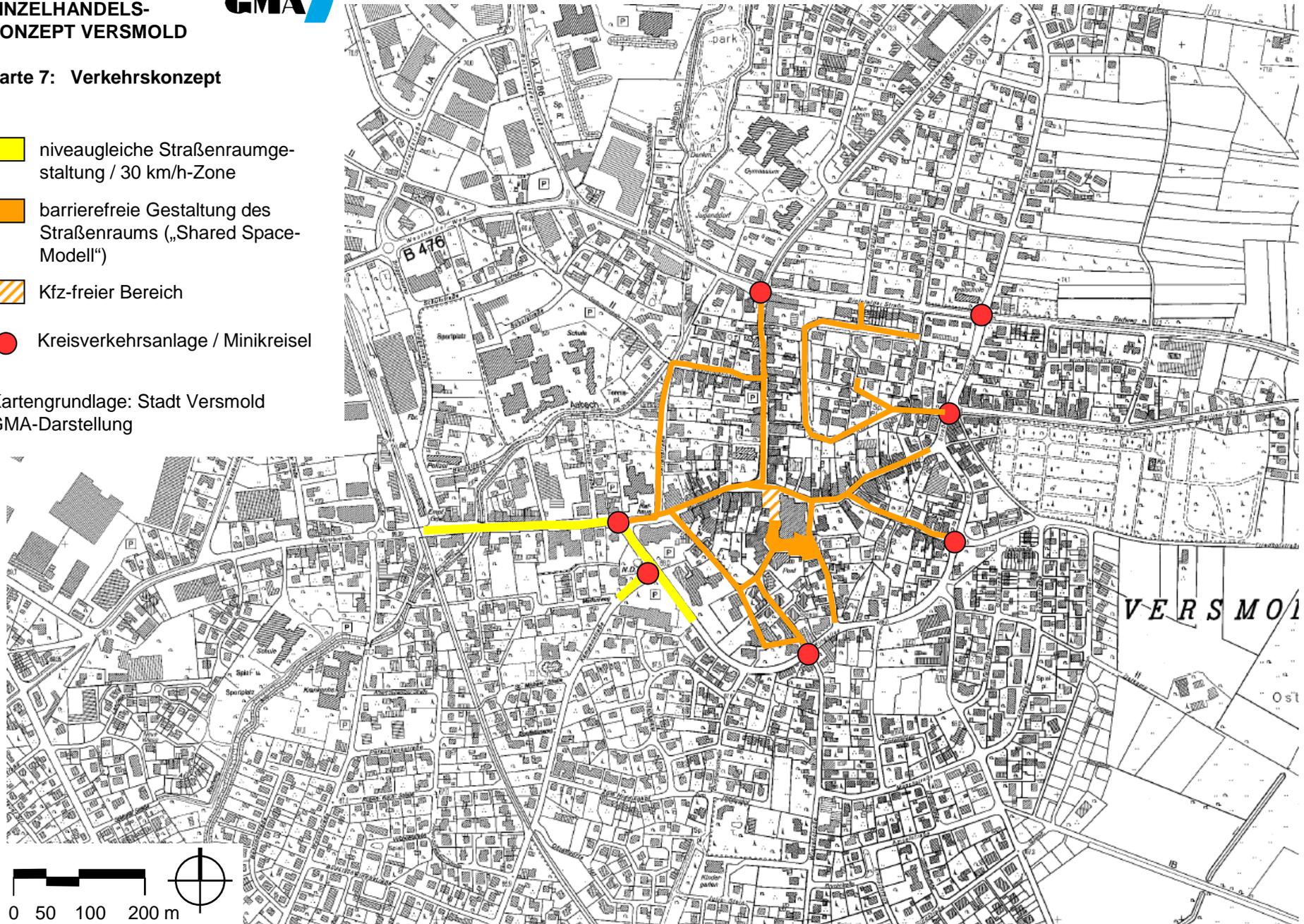
# EINZELHANDELS- KONZEPT VERSMOLD



## Karte 7: Verkehrskonzept

-  niveaugleiche Straßenraumgestaltung / 30 km/h-Zone
-  barrierefreie Gestaltung des Straßenraums („Shared Space-Modell“)
-  Kfz-freier Bereich
-  Kreisverkehrsanlage / Minikreisel

Kartengrundlage: Stadt Versmold  
GMA-Darstellung



#### 4.5.7 Ruhender Verkehr

Die Überprüfung des Parkraumkonzeptes der Stadt Versmold trägt dem Umstand Rechnung, dass insbesondere Klein- und Mittelstädte darauf angewiesen sind, eine zentrumsnahe Verkehrserschließung der innerstädtischen Geschäfts- und Dienstleistungsbetriebe für Pkw-Nutzer sicherzustellen. Bundesweite Untersuchungen belegen, dass die Verkehrsmittelwahl im Einkaufsverkehr im Wesentlichen durch die Ortsgröße und die Siedlungsstruktur der Standortgemeinde bestimmt wird, so dass die Pkw-Quote im Einkaufsverkehr disproportional zur Ortsgröße steht. Dies bedeutet, dass in Kleinstädten eine hohe Pkw-Quote mit einer niedrigen ÖPNV-Quote korrespondiert.

Auch die Akzeptanz von Fußwegen zwischen Parkieranlagen und Besuchszielen in Innenstädten steht in unmittelbarer Wechselwirkung zur Ortsgröße. So werden von Innenstadtbesuchern in Großstädten deutlich größere Fußwegdistanzen akzeptiert als in Klein- und Mittelstädten, da die Ausstrahlungskraft größerer Einkaufsstädte auch größere Fußwegentfernungen für die Innenstadtbesucher akzeptabel macht. Weitere Verhaltensunterschiede sind auch in Bezug auf die Akzeptanz von Parkhäusern und Tiefgaragen festzustellen. Während in Großstädten aufgrund des begrenzten Parkraums Parkhäuser und Tiefgaragen problemlos in Anspruch genommen werden, ist die Frequenz solcher Parkieranlagen in kleineren Städten und Gemeinden problematisch. Ähnliche Unterschiede sind in Bezug auf die Akzeptanz von Parkgebühren ermittelt worden, so dass aus gutachterlicher Sicht der Verzicht der Stadt Versmold auf Parkgebühren zu begrüßen ist.

Die im Rahmen der vorliegenden Untersuchung durchgeführten Befragungen der Bürger und Einzelhändler der Stadt Versmold dokumentieren im Vergleich zu anderen Einkaufsstädten ein durchweg positives Verkehrsimago im Hinblick auf die Parkraumsituation.

Zur Charakterisierung der innerstädtischen Parkraumsituation der Stadt Versmold kann u. a. auf **Ergebnisse einer Verkehrsanalyse von 2005 / 2006** zurückgegriffen werden.<sup>1</sup> Im Rahmen der Untersuchung wurden die Auslastung der Parkflächen, die Parkdauer, die Parkvorgänge je Stellplatz pro Stunde sowie die Knotenpunktbelastung in punkto Stromli-

---

<sup>1</sup> Fachhochschule Münster, F. Brinkmann / Martin R. Lühder, Verkehrsanalyse Versmold 2005 - 2006

nien, Belastungswerte und Zeitverlauf erhoben. Das Fazit und daraus abgeleitete Handlungsempfehlungen sind wie folgt zusammenzufassen:

- Bei den zentralen Parkflächen der Innenstadt wurde eine Überbeanspruchung ermittelt, die Parksuchverkehr, Stauungen und eine Verminderung der Verkehrssicherheit und Aufenthaltsqualität verursacht. Als Lösungsansatz wird ein neues Parkleitsystem für die Innenstadt dringend empfohlen.
- Die Knotenpunktanalyse zeigt eine hohe Verkehrsbelastung, insbesondere der Münsterstraße und der Ravensberger Straße. Zur Steigerung der Aufenthaltsqualität, der Verkehrssicherheit für den Fußgänger- und Radverkehr sowie für einen besseren Verkehrsfluss wird eine Änderung der Netzstruktur vorgeschlagen.
- Zur Vitalisierung des westlichen Abschnitts der Berliner Straße wird eine Abbindung des Durchgangsverkehrs für notwendig erachtet. Hierzu wird eine Durchfahrtssperre in Höhe Münsterstraße / Ravensberger Straße zur Diskussion gestellt.
- Auf Teilstücken der Mittelstraße und Wiesenstraße wird eine Einbahnstraßenregelung in Verbindung mit einem geänderten Parkleitsystem empfohlen.
- Zur Förderung des Radverkehrs in der Kernstadt werden Abstellanlagen an Münsterstraße, Ravensberger Straße und Berliner Straße vorgeschlagen, um den Hauptgeschäftsbereich fahrradfreundlicher zu gestalten.
- Für den Knotenpunkt Münsterstraße / Ringallee wird aufgrund der starken Verkehrsbelastung eine Umgestaltung in eine Kreisverkehrsanlage dringend empfohlen.
- Die geringe Parkraumauslastung an Samstagen wird zum Anlass genommen, eine umfangreiche Ursachenforschung für die geringe Innenstadtfrequenz vorzuschlagen.
- Um eine stärkere Abstimmung des innerstädtischen Verkehrskonzeptes auf die Anforderungen des Einzelhandels vorzunehmen, werden weitere Erhebungen zur Einzelhandelssituation für notwendig erachtet.

Die vorstehend skizzierten Ergebnisse der Verkehrsanalyse Versmold 2005 - 2006 sind unter Einzelhandelsaspekten weitgehend nachzuvollziehen, im Detail ergeben sich jedoch abweichende Einschätzungen und Empfehlungen. So ist unter gewerbeplanerischen Aspekten nicht zu erwarten, dass eine wesentliche Änderung der Verkehrsnetzstruktur zu einer Verbesserung der Verkehrs- und Parkraumsituation führt. Nicht zu befürworten sind insbesondere die vorgeschlagene Durchfahrtsperre auf der Berliner Straße in Höhe der Einmündung Münsterstraße / Ravensberger Straße sowie die Einführung einer Einbahnstraßenregelung auf Teilstücken der Mittelstraße und Wiesenstraße, weil damit die Verkehrsdurchlässigkeit der Innenstadt deutlich verschlechtert würde und größere Umwege beim Erreichen innerstädtischer Besuchsziele erforderlich würden.

Im Hinblick auf die in der Verkehrsanalyse Versmold vorgeschlagene Umgestaltung des Knotenpunktes Münsterstraße / Ringallee in eine Kreisverkehrsanlage wird auf die gutachterlichen Vorschläge zur Realisierung des Verkehrsmodells „Shared Space“ verwiesen. Bezüglich der in der Verkehrsanalyse angeregten Ursachenforschung für den geringen Besucher- und Kundenverkehr an Samstagen ist auf bundesweite Untersuchungen hinzuweisen, nach denen sich die Verbraucher bei Einkäufen an Samstagen in hohem Maße auf größere Einkaufsstädte der Region ausrichten. Diese Einschätzung gilt insbesondere für Grundzentren, die aufgrund der eingeschränkten Angebotsvielfalt im mittel- und langfristigen Bedarfsgüterbereich nur einen Teil des höherwertigen Bedarfs decken können. Demgemäß ist davon auszugehen, dass auch in der Stadt Versmold an Samstagen künftig ein großer Teil der Bürger den qualifizierten Bedarf in größeren Einkaufsstädten der Region decken wird.

Den Besuchern des innerstädtischen Geschäfts- und Dienstleistungszentrums der Stadt Versmold stehen nach Angaben der Stadt Versmold **gegenwärtig ca. 770 öffentliche Besucher- und Kundenparkplätze in der Stadtmitte** zur Verfügung.<sup>1</sup> In der Gesamtsumme sind sowohl die im öffentlichen Raum verfügbaren Stellplätze als auch private Kundenstellplätze enthalten. Zur Überprüfung des einzelhandelsbezogenen Stellplatzbedarfs der Innenstadt sind die Stellplätze rechnerisch auszuklammern, die im Wesentlichen

---

<sup>1</sup> Quelle: Stadt Versmold, Auflistung von Parkplätzen mit jeweils mehr als fünf Stellplätzen, Stand September 2001 (ohne Stellplätze an der Münsterstraße zwischen Ringallee und Bahnübergang)

den Besuchern der innerstädtischen Dienstleistungseinrichtungen gewidmet sind.<sup>1</sup> Bei Abzug der diesbezüglichen Parkplätze errechnet sich ein **einzelhandelsbezogenes Parkplatzangebot in der Innenstadt von ca. 550 Stellplätzen**.

Zur Berechnung des tatsächlichen Stellplatzbedarfs der Einzelhandelsnutzungen der Stadtmitte kann auf Richtzahlen der Landesbauordnung zurückgegriffen werden.<sup>2</sup> Auf Basis des aktuellen Verkaufsflächenbestandes des innerstädtischen Versorgungszentrums der Stadt Versmold (zentraler Versorgungsbereich) von ca. 9.145 m<sup>2</sup> errechnet sich unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Richtzahlen eine Bandbreite von ca. 205 - 415 Stellplätzen, die für Kunden und Besucher der innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe anzusetzen sind. Im Verhältnis zu den zentrumsnah gelegenen 550 Besucher- und Kundenparkplätzen ist damit eine **vollständige Deckung des einzelhandelsbezogenen Stellplatzbedarfs** in der Innenstadt gegeben. Dabei ist zu unterstellen, dass motorisierte Innenstadtbesucher im Rahmen von Verbundeinkäufen oftmals mehrere Einkaufsstätten bzw. Besuchsziele bei einem Parkvorgang aufsuchen. Andererseits werden die Parkplätze auch von Besuchern der innerstädtischen Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe genutzt, so dass der Stellplatzbedarf nicht nur durch Einzelhandelsnutzungen ausgelöst wird.

Das vorstehende Ergebnis der gutachterlichen Überprüfung des innerstädtischen Stellplatzangebotes entspricht den vor Ort gesammelten Eindrücken und Erfahrungen im Rahmen mehrtägiger Ortsbegehungen. Das quantitative Angebot der innerstädtischen Parkplätze reicht nach gutachterlicher Einschätzung - im Gegensatz zu den Aussagen der vorstehend skizzierten Verkehrsanalyse der Fachhochschule Münster - für Besucher und Kunden des innerstädtischen Einzelhandels aus, sofern Fußwege von ca. 200 m zwischen Parkplatz und Besuchsziel akzeptiert werden. Demgemäß ist das Hauptaugenmerk bei der Verbesserung der Parkraumsituation auf die qualitativen Standortfaktoren zu legen, die u. a. an der räumlichen Verteilung und der Größe der jeweiligen Parkplatzstandorte zu messen sind.

---

<sup>1</sup> insbesondere Post, Geld- und Kreditinstitute, Rathaus, Gastronomie, Schulen etc.

<sup>2</sup> Verwaltungsvorschrift zur Landesbauordnung - VV BauO NRW vom 12.10.2000, Anlage zu Nr. 51.11: ein Stellplatz je 30 - 50 m<sup>2</sup> Verkaufsnutzfläche bei Verkaufsstätten bis 700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, ein Stellplatz je 10 - 30 m<sup>2</sup> Verkaufsnutzfläche bei Verkaufsstätten mit mehr als 700 m<sup>2</sup>

Unter qualitativen Aspekten sind folgende **Mängel des innerstädtischen Parkplatzangebotes festzustellen:**

- Das Parkplatzangebot der Stadtmitte von 550 Stellplätzen verteilt sich auf insgesamt 21 Standorte,
- von den Parkplätzen verfügt keine Anlage über mehr als 100 Stellplätze; die größte Parkierungsanlage ist dem Jibi Lebensmittelsupermarkt mit 98 Parkständen zugeordnet,
- mehr als 50 Stellplätze bieten lediglich der letztgenannte Kundenparkplatz sowie der Standort zwischen Wiesenstraße und Mittelstraße (55 Stellplätze),
- im Durchschnitt aller Parkplatzstandorte der Innenstadt sind 26 Stellplätze pro Standort verfügbar; 16 Parkplätze (= 76 %) verfügen jeweils über weniger als 30 Stellplätze, 11 Parkplätze (= 52 %) über weniger als 20 Parkstände.

Die starke Zersplitterung des Parkplatzangebotes erschwert nicht nur die Verkehrsorientierung der Innenstadtbesucher bei der Suche nach einem Stellplatz, sondern verursacht auch einen starken Parksuchverkehr mit entsprechenden Emissionsbelastungen für Bewohner und Besucher der Stadtmitte. Das Fehlen größerer Sammelparkplätze ist darüber hinaus auch für das Verkehrsimage der Einkaufsstadt nachteilig, da sich die Innenstadtbesucher nur unter schwierigen Bedingungen einen Überblick über die zur Verfügung stehenden Stellplatzkapazitäten verschaffen können. Es herrscht demgemäß der Eindruck vor, dass in den Hauptgeschäftsbereichen ein Stellplatzmangel besteht, obgleich an weiter entfernt gelegenen Parkplatzstandorten freie Kapazitäten vorhanden sind. In diesem Zusammenhang gewinnt das Verkehrs- und Parkleitsystem der Versmolder Innenstadt einen hohen Stellenwert für die Verkehrsorientierung der Innenstadtbesucher. Es wird hierzu auf die nachfolgenden Fotobeispiele verwiesen (Quelle: GMA).



Orientierungstafel (Stadt Coesfeld)



Schilderbrücke (Stadt Melle)



Hinweisschild öffentliche Einrichtungen (Stadt Melle)



Hinweisschilder für Einzelstandorte (Stadt Melle)

Im Sinne einer grundlegenden Verbesserung der innerstädtischen Parkraumsituation der Stadt Versmold erscheint es erforderlich, größere Parkierungsstandorte am Rande der Stadtmitte auszubauen. Nach den gutachterlicherseits durchgeführten Ortsbegehungen besteht kurzfristig keine Möglichkeit zur Realisierung einer größeren Parkierungsanlage, ohne in die gewachsene Baustruktur massiv einzugreifen. Es ist demgemäß im Rahmen der Stadtplanung zu prüfen, ob Standortoptionen zur Errichtung einer größeren Parkierungsanlage in Zentrumsnähe bestehen. Unter Berücksichtigung der Ortsgröße der Stadt Versmold wird zu bedenken gegeben, dass Parkhäuser / Tiefgaragen dem Verkehrsverhalten in Kleinstädten nicht ausreichend Rechnung tragen.<sup>1</sup> Statt dessen wird die Errichtung eines Parkdecks nach dem Beispiel der Stadt Melle empfohlen. Die Vorteile eines Parkdecks sind nicht nur in den im Vergleich zu Parkhäusern / Tiefgaragen geringeren Herstellungskosten begründet, sondern auch in der bequemerer Nutzung und der Ausleuchtung mit Tageslicht. Es wird hierzu auf die nachfolgende Fotodokumentation verwiesen (Quelle: GMA).



Zufahrt zum Parkdeck (Stadt Melle)

<sup>1</sup> Parkhäuser / Tiefgaragen werden i. d. R. in Kleinstädten nur in Kombination mit großflächigen Einzelhandelsbetrieben vom Besucher angenommen.



#### 4.6 Stadtbildqualität

Die Attraktivität innerstädtischer Versorgungszentren wird nicht nur durch die Angebotsvielfalt und -qualität des Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatzes bestimmt, sondern steht auch in enger Abhängigkeit zur städtebaulichen und stadtgestalterischen Situation. Aufgrund der steigenden Mobilität der Bevölkerung und der zunehmenden Erlebnisorientierung im Einkaufsverhalten entscheiden die Verbraucher ihre Standortwahl bei Einkäufen u. a. auch danach, ob eine Einkaufsstadt in punkto Einkaufsatmosphäre und Aufenthaltsqualität Anreize zum längeren Verweilen bietet.

Als Ergebnis der vorliegenden Untersuchung ist hervorzuheben, dass die Versmolder Innenstadt aufgrund der kompakten Baustruktur, des verdichteten Geschäfts- und Dienstleistungsbesatzes, der in Teilen historisch geprägten Baustruktur und des unverwechselbaren Stadtbildes grundsätzlich günstige Rahmenbedingungen zur Profilierung der Einkaufsstadt aufweist. Der bundesweit zu beobachtende Trend der Verbraucher, für den sporadischen Einkauf nicht nur Großstädte, sondern auch Klein- und Mittelstädte mit attraktiv gestalteten Stadtzentren aufzusuchen, gibt Anlass zu einer Überprüfung der Stadtgestaltung in der Versmolder Innenstadt.

Im interkommunalen Wettbewerb der Städte kann die Stadt Versmold neben dem Vorteil der Angebotsvielfalt der Innenstadt auch die Stadtbildqualität als Alleinstellungsmerkmal nutzen. Der sogenannte „hybride“ Verbraucher nutzt sowohl die Preisvorteile der SB-Märkte und Einkaufszentren zum Kauf von Massenbedarfsartikeln als auch die Möglichkeit zum längeren Aufenthalt, zu Sozialkontakten und zur Freizeitgestaltung in attraktiven Innenstädten. Zur Förderung von Einkäufen, Erledigungen und Gastronomiebesuchen in der Versmolder Innenstadt gilt es, die Standortqualität der Einkaufsstadt für den Erlebniseinkauf zu steigern.

Als grundsätzlich wichtige Elemente einer attraktiven Einkaufsatmosphäre gelten zwei Faktoren:

Faktor I - Einkaufserlebnis (Atmosphäre)	Faktor II - Einkaufsbedingungen
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gestaltung des öffentlichen Raums</li> <li>▪ Geschäftsniveau / werbliches Erscheinungsbild</li> <li>▪ Gastronomie / Außengastronomie</li> <li>▪ Unverwechselbarkeit der Innenstadt / Milieu</li> <li>▪ kulturelles Angebot / Veranstaltungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Angebots- / Betriebstypenvielfalt</li> <li>▪ Parkmöglichkeiten</li> <li>▪ Angemessenheit der Preise</li> <li>▪ Länge der Einkaufswege</li> <li>▪ Ladenöffnungszeiten</li> </ul>

Während unter dem Faktor „Einkaufserlebnis“ die stärker emotional zu bewertenden Bestimmungsgrößen zusammengefasst sind, bezieht sich der Faktor „Einkaufsbedingungen“ stärker auf die technischen Gegebenheiten, die im Zusammenhang mit der Waren- und Dienstleistungsversorgung stehen. Vorrangig bei den Einkaufsbedingungen bietet die Versmolder Innenstadt günstige Bedingungen, die im Rahmen eines langfristig angelegten Stadtmarketing-Prozesses gemeinsam von den öffentlichen und privatwirtschaftlichen Akteuren der Stadt genutzt werden können.

Demgegenüber ist die Einkaufsatmosphäre als verbesserungsdürftig zu bewerten, da eine Reihe von Mängeln im öffentlichen Raum und bei Geschäftshäusern festzustellen ist.

Zur **Anhebung des Gestaltungsniveaus** werden folgende Initiativen in Koordination zwischen der Stadt Versmold, den Grundstückseigentümern und den Betreibern von Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben empfohlen:

- Neubelegung leer stehender Ladeneinheiten mit anspruchsvollen Nutzungen sowie Umgestaltung städtebaulich ungeordneter bzw. fehlgenutzter Grundstücke und „Interimslösung“ für leer stehende Läden in Form von Zwischennutzungen (z. B. Dekoration durch benachbarte Geschäfte, Künstlerwerkstätten, Veranstaltungen etc.) im Rahmen eines Leerstandsmanagements,
- architektonische Aufwertung der Wohn- / Geschäftshäuser durch privatwirtschaftliche Initiativen, u. a. durch behutsame Neugestaltung der Geschäftshausfassaden, Ladenfronten, Vordächer und Ladeneingänge in Abstimmung mit den architektonischen Gebäudemerkmalen und den denkmalpflegerischen Anforderungen,
- Rückbau der teilweise großflächigen Erdgeschossaufrisse der Ladenfronten mit stärkerer Berücksichtigung der Maßstäblichkeit der Baukörper und der architektonischen Gliederung der Obergeschosse,
- Ersatz großflächiger bzw. farblich aggressiver Formen und Farben der Firmierung bzw. der Werbeschilder an den Ladenfronten durch handwerklich gefertigte, kleinmaßstäbliche Firmensignets, z. B. in Form von Auslegern (Nasenwerbung) in moderner, firmen- bzw. branchenspezifischer Gestaltung,
- Verbesserung der Transparenz der Schaufensteranlagen und Ladeneingänge zur Absenkung der Hemmschwelle beim Betreten der Geschäfte,
- behindertengerechte Gestaltung der Ladengeschäfte in punkto Eingänge, Treppen, Aufzüge etc.,
- anspruchsvollere Gestaltung der Schaufenster und Betonung des Fachgeschäftscharakters, der modischen Aktualität der Ware und der Serviceleistungen des Unternehmens,
- Erneuerung der teilweise überalterten Ladenbaueinrichtungen und Ladenfronten/Schaufensteranlagen,
- Optimierung der Schaufensterdekoration i. S. einer werbewirksamen „Inszenierung der Ware“ durch Einsatz phantasievoller Dekorationen und einer effektvollen Beleuchtung,

- Absprache einheitlicher bzw. verlängerter Zeiten für die abendliche Schaufensterbeleuchtung zur Förderung des abendlichen Schaufensterbummels, z. B. in Verbindung mit Gastronomiebesuchen,
- Entwicklung eines „Licht-Raum-Konzeptes“ für die Innenstadt, das durch eine abendliche Beleuchtung die stadtbildprägenden Gebäude und Plätze „in Szene setzt“.

Die zunehmende Mobilität und Einkaufserfahrung der Verbraucher führt dazu, dass sich die Stadt Versmold Maßstäben des Einzelhandels in teilweise größeren Einkaufsstädten der Region anpassen muss, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Die Weiterentwicklung der Stadtbildqualität erfordert ebenso wie die Optimierung der absatzpolitischen Maßnahmen das Engagement der Stadt, der Grundstückseigentümer sowie der Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe im Rahmen des Stadtmarketing-Prozesses. Durch eine intensive Zusammenarbeit und aufeinander abgestimmte Maßnahmen der Stadtbildpflege und der Vermarktung sollten die Möglichkeiten ausgeschöpft werden, das „Produkt Einkaufsstadt Versmold“ zu verbessern und effizienter zu vermarkten.

Mit Hinweis auf den Marketinggrundsatz „Das Milieu verkauft die Ware“ wird eine kritische Überprüfung der Betriebsstätten des Einzelhandels und des privaten Dienstleistungsgewerbes in der Innenstadt vorgeschlagen, um bestehende architektonische und werbliche Mängel im Erscheinungsbild der Einkaufsstadt abzubauen. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass jedes einzelne Geschäftshaus bzw. Unternehmen durch das Niveau der baulichen und werblichen Gestaltung einen Beitrag zum Stadt- und Straßenbild leistet und sich zugleich gegenüber Mitbewerbern im Stadt- und Umlandbereich profiliert.

Die gutachterlicherseits gewonnenen Eindrücke der Stärken und Schwächen des Stadtbildes der Stadt Versmold werden nachfolgend exemplarisch dokumentiert, um Ansatzpunkte für eine Verbesserung des Erscheinungsbildes der Innenstadt und der Einkaufsatmosphäre aufzuzeigen.



Ortseingangs- und Begrüßungsschilder übernehmen eine wichtige Funktion zur Außendarstellung der Kommunen für ortsunkundige Besucher und Gäste. Das Begrüßungsschild der Stadt Versmold erzeugt eine geringe Aufmerksamkeitswirkung, so dass nach dem Vorbild anderer Städte die Konzeption eines neuen, identitätsfördernden Begrüßungsschildes empfohlen wird (Positivbeispiel: Stadt Overath).





Informationstafeln, Stadtpläne und Stadt-Infos sollen an markanten Punkten des Straßennetzes auswärtigen Besuchern einen Überblick über die Stadt Versmold verschaffen. Die im Bereich des Busbahnhofs installierte Informationstafel wird diesem Anspruch nicht gerecht. Statt dessen wird eine größere Informationstafel zur Diskussion gestellt, die neben einem Stadtplan, einem kurzen Überblick über die Stadtgeschichte auch Hinweise zu gastronomischen Angeboten und Sehenswürdigkeiten enthält (Positivbeispiel: Stadt Hann. Münden)





Trotz umfangreicher Sanierungsmaßnahmen in den 70er und 80er Jahren prägen nach wie vor markante historische Gebäude das Stadtbild der Innenstadt. Beispielhaft ist auf das Oldermann'sche Haus und weitere Fachwerkbauten in der Berliner Straße sowie in der Ravensberger Straße zu verweisen, die wichtige Dokumente der Stadtbaugeschichte darstellen und die Unverwechselbarkeit des Stadtbildes begründen.





Den städtebaulichen Kristallisationspunkt des Stadtkerns bildet die Petri-Kirche mit dem benachbarten „Mairie-Gebäude“ im Schnittpunkt der Hauptgeschäftsstraßen Münsterstraße / Berliner Straße und Ravensberger Straße / Wiesenstraße. Im Rahmen der Innenstadtplanung wurden Wohn- / Geschäftshäuser errichtet, die sich überwiegend in punkto Maßstäblichkeit und Bauformen in die gewachsene Baustruktur einfügen.





Bei einer Reihe von umgebauten bzw. modernisierten Geschäftsgebäuden ist ein Mangel an gestalterischer Sorgfalt und architektonischer Qualität festzustellen, der das Stadtbild der Innenstadt beeinträchtigt. Kritikwürdig sind (oberes Foto) u. a. eine unzureichende Integration der Erdgeschossgestaltung in den Gesamtzusammenhang der Fassade bzw. gestalterische Brüche in der Gliederung / Farbgestaltung der Geschosse (unteres Foto).





Auch bei vergleichsweise schlicht gestalteten Gebäuden aus der Zeit nach dem 2. Weltkrieg können Umbau- und Modernisierungsmaßnahmen in der Ladenzone eine deutliche Aufwertung der Geschäftsoptik bewirken. Das Beispiel dokumentiert, dass mit gezielten baulichen Eingriffen in die Erdgeschosszone eine architektonisch anspruchsvolle und werblich attraktive Umgestaltung erreicht werden kann (Positivbeispiel: Stadt Melle).





Großmaßstäbliche Fassadenaufrisse in der Erdgeschosszone sowie flächenintensive Firmen- und Werbeschilder beeinträchtigen nicht nur das Straßenbild, sondern auch die werbliche Außenwirkung des Einzelhandelsbetriebes. Durch eine architektonisch und werblich zurückhaltende Gestaltung kann ein harmonischer Fassadenaufbau hergestellt werden, der die werbliche Wirkung der Schaufenster unterstützt (Positivbeispiel: Stadt Soest).





Die gestiegenen Ansprüche der Verbraucher an die Einkaufsatmosphäre und die Gestaltungsqualität von Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben erfordern insbesondere in der Hauptgeschäftszone eine sorgfältige Bau- und Werbegestaltung. Durch Verzicht auf großformatige Vordächer, Firmenschriftzüge und Werbeplakate können auch Cafés mit außergastronomischer Nutzung einen positiven Beitrag zur Gestaltung des Stadtbildes leisten (Positivbeispiel: Stadt Xanten).





Die werbliche Überfrachtung von Fassaden und Ladenfronten durch großformatige und farblich aggressive Werbeschilder entspricht nicht mehr dem heutigen Zeitgeschmack, so dass in der Stadt Versmold erheblicher Neugestaltungsbedarf festzustellen ist. Zur Verbesserung des Gestaltungsniveaus wird eine örtliche Gestaltungs- oder Werbesatzung zur Diskussion gestellt.



Anstelle großflächiger Werbeträger im ersten Obergeschoss der Geschäftshäuser wird empfohlen, gestalterisch individuell gefertigte Ausleger (sog. Nasenwerbung) unmittelbar im Sichtfeld der Passanten zu installieren, damit das Einzelhandelsunternehmen eine optimale werbliche Wirkung entfaltet und sich demgegenüber benachbarten Anbietern profiliert (Positivbeispiel: Stadt Braunschweig).





Als Positivbeispiele für architektonisch angemessene Werbeanlagen sind Beispiele aus der Versmolder Innenstadt anzuführen, die sich nahtlos in die Fassadengestaltung und das Gesamtbild der Geschäftsgebäude einfügen, ohne das Stadtbild zu dominieren.





In der Versmolder Innenstadt ist eine Vielzahl von Vordächern und Markisen vorhanden, die keine Bezüge zur Gebäudearchitektur erkennen lassen. Es wird vorgeschlagen, bei anstehenden Modernisierungs- / Umbaumaßnahmen die vorhandenen Vordachkonstruktionen durch transparente Stahl- / Glaslösungen zu ersetzen, die sich nahtlos in die Gestaltung der Geschäftshausfassaden einfügen (Positivbeispiel: Stadt Osnabrück).





Insbesondere bei anspruchsvollen Textilanbietern sollte eine „sparsame“ Form der Außenpräsentation von Ausverkaufsware / Sonderverkäufen in punkto Größe und Gestaltung der Warenständer gewählt werden, damit die zumeist wertvollere modische Ware in den Schaufenstern ihre werbliche Wirkung entfalten kann (Positivbeispiel: Stadt Witten).





Die Ladeneingangszone übernimmt eine wichtige Schwellenfunktion für Passanten, so dass eine transparente und einladende Gestaltung statt zugestellter bzw. zugeklebter Fensterflächen zu empfehlen ist (Positivbeispiel: Stadt Münster).





Neben den Leerständen belasten insbesondere Mindernutzungen, wie z. B. Spielhallen, Wettbüros und Billig-Imbisslokale die Attraktivität innerstädtischer Geschäftsbereiche. Im Rahmen einer eigenverantwortlichen Mitgestaltung der Innenstadt sind die Versmolder Grundstückseigentümer aufgerufen, Erdgeschossnutzungen sorgfältig danach auszuwählen, ob ein Beitrag zu einem niveauvollen Angebot und zu einer attraktiven Erdgeschossgestaltung geleistet wird.





Die Warenpräsentation in Schaufenstern übernimmt eine Schlüsselrolle für die Vermittlung von Kaufanreizen an die Verbraucher bzw. die Passanten. Demgemäß sind hohe Ansprüche an die „Inszenierung“ der Ware in Bezug auf Farbgestaltung, Beleuchtung und Preisauszeichnung zu stellen, damit der Kunde positiv auf den Besuch des Geschäftes eingestellt wird.





Die Warenpräsentation bei Uhren- / Schmuckgeschäften muss aufgrund der Kleinteiligkeit der Artikel mit besonderen optischen Effekten die Aufmerksamkeit der Passanten wecken. Neben der Beschränkung auf wenig Ware ist eine farblich attraktive Hintergrundgestaltung erforderlich, damit die Schaufenster zum längeren Betrachten der Dekoration einladen (Positivbeispiel: Stadt Beverungen).





In der Versmolder Innenstadt sind in den Abendstunden uneinheitliche Beleuchtungszeiten der Geschäfte zu beobachten, die sich negativ auf die Aufenthaltsqualität und den Informationswert der Hauptgeschäftszone auswirken. Im Sinne einer stärkeren Profilierung der Einkaufsstadt werden einheitliche Beleuchtungszeiten bis 23:00 Uhr empfohlen, damit auch bei Kultur- und Gastronomiebesuchen Anreiz zum Bummeln und ein positiver Eindruck der Einkaufsstadt vermittelt werden.





Die historischen Gebäude der Versmolder Innenstadt zeichnen sich durch teilweise hochwertige Tür- und Fensterelemente aus, die den positiven Gesamteindruck der Gebäude mit bestimmen. Die sorgfältige Pflege und Erhaltung der Fassadendetails ist im Sinne der Vielfalt des Stadtbildes von besonderer Bedeutung.



Bei den filigranen Fassadenstrukturen der Fachwerkgebäude ist eine besonders sorgfältige Gestaltung, u. a. eine kleinteilige Gliederung der Fenster erforderlich, damit das gebäude-spezifische Fassadenbild erhalten bleibt.





In der Gestaltung des öffentlichen Raums der Versmolder Innenstadt ist eine Überfrachtung mit Bäumen, Pollern und Einbauten festzustellen, die insbesondere in der Ravensberger Straße zu Tage tritt. Im Zuge einer durchgreifenden Neugestaltung (GMA-Vorschlag: „Shared Space“-Modell) wird eine barrierefreie Gestaltung des Straßenraums empfohlen.





Das Kirchengrundstück der Petri-Kirche befindet sich im stark frequentierten Schnittpunkt der Hauptgeschäftsstraßen der Stadtmitte, so dass eine hohe Bedeutung für das Erscheinungsbild der Innenstadt gegeben ist. Statt der vorhandenen Funktionstrennung zwischen Straße und Kirchengrundstück wird durch entsprechende Umbaumaßnahmen und Verlegung des Kriegerdenkmals die Einbeziehung des „Kirchplatzes“ in das öffentliche Leben vorgeschlagen (Positivbeispiel: Stadt Herne / Stadtteil Wanne).





Auch bei der Gestaltung von privaten Grundstückszufahrten und rückwärtigen Flächen ist Handlungsbedarf zur Verbesserung der Oberflächengestaltung gegeben, z. B. durch Begrünung und altstadtgerechte Pflasterung (Positivbeispiel: Stadt Bremervörde).





Trotz des zum Zeitpunkt der Ortsbegehung (Juni 2008) insgesamt zufriedenstellenden Zustands der Begrünung / des Blumenschmucks in der Stadtmitte sind u. a. die unterschiedlichen Pflanztröge zu bemängeln. Weiterhin ist auffallend, dass einzelne Pflanzbeete / Bauminseln nicht gärtnerisch gepflegt werden, so dass private Patenschaften im Sinne des Stadtmarketinggedankens (Public Private Partnership) organisiert werden sollten.

## 5. Maßnahmen im Rahmen des Marketings

### 5.1 Einzelbetriebliche Maßnahmen

Die Entwicklungschancen des Einzelhandels in der Stadt Versmold, durch eine Verkaufsflächenexpansion eine wesentliche Stärkung und Attraktivierung zu erreichen, sind vor dem Hintergrund der aktuellen Wirtschaftsentwicklung, der regionalen Wettbewerbssituation und der künftigen Einwohner- und Kaufkraftentwicklung als eingeschränkt zu bewerten. Demgemäß ist der Verbesserung der vorhandenen Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote sowie einer Optimierung der Einkaufsatmosphäre eine wichtige Funktion für die qualitative Weiterentwicklung des Einkaufsortes beizumessen. Hierzu sind u. a. die absatzpolitischen Maßnahmen zu verbessern und zu intensivieren.

Für einzelbetriebliche Aktivitäten sind grundsätzlich folgende Aspekte zu berücksichtigen:

- **Verkaufsflächenerweiterung:** Geschäfte in einer Größenordnung von unter 100 m<sup>2</sup> werden künftig nur am Markt bestehen können, wenn sie einen hohen Spezialisierungsgrad besitzen und Marktnischen belegen. Um das Angebot angemessen präsentieren zu können, ist bei kleineren Betrieben eine Verkaufsflächenerweiterung zu prüfen.
- **Standortverlagerung:** Der Standort entscheidet letztendlich über den Erfolg oder Misserfolg des Unternehmens. Zu prüfen sind Faktoren wie Passantenfrequenz, Erreichbarkeit mit Verkehrsmitteln, Nähe zu Kunden und Konkurrenten. Bei Betrieben in Streulagen empfiehlt sich eine Verlagerung an einen Standort, der diese Kriterien erfüllt.
- **Filialisierung:** Die Eröffnung von Filialen bietet bestimmten Einzelhandelsunternehmen (z. B. Bäckereien) Chancen zur Verbesserung ihrer Ertragskraft. Die Vorteile liegen u. a. in einer größeren Kundennähe, der Erzielung günstigerer Rabattstaffelungen bei der Warenbeschaffung und in der Rationalisierung der Produktion und Verwaltung. Zu prüfen ist jedoch, inwieweit bereits eine Marktsättigung eingetreten ist.
- **Personalentwicklung:** Für den längerfristigen Geschäftserfolg sind geeignete Nachwuchskräfte sowie die Motivation und Weiterqualifizierung des vorhandenen

Verkaufspersonals unerlässlich. Es liegt deshalb im Eigeninteresse der Einzelhändler, ihren engagierten Mitarbeitern Perspektiven innerhalb des Betriebes aufzuzeigen. Eine expansive Entwicklung des Geschäfts wirkt auch motivierend auf die Mitarbeiter.

- **Strategische Positionierung:** Kleine, mittelständische Einzelhändler sollten ihre Stärken und Schwächen gegenüber der Konkurrenz bewerten und unter gezielter Nutzung ihrer Vorzüge einen höheren Marktanteil innerhalb einer bestimmten Marktnische anstreben (z. B. „Das kompetente Fachgeschäft für Büroartikel und Schreibwaren“, „Der freundliche Laden um die Ecke“, „Der TV- / HiFi- / Elektro-Spezialist mit dem umfassenden Service“).
- **Sortimentsbreite und -tiefe:** Bei kleinstrukturierten Fachgeschäften erfordert die geringe Ladengröße i. d. R. eine Spezialisierung. Der zunehmend anspruchsvollere und wählerische Kunde erwartet vom Facheinzelhandel eine umfassende Auswahl innerhalb einer Produktgruppe. Eine größere Sortimentstiefe ist für den Einzelhändler sinnvoll, um die Fachkompetenz verstärkt ins Bewusstsein der Kunden zu rufen. Verbreiterte Sortimente mit einer Vielfalt an Produktgruppen erfordern zusätzliche Verkaufsflächen und eine starke Kundenfrequenz; diese werden in der Regel bei größeren Einzelhandelsbetrieben erreicht. Ergänzungssortimente, die häufig im Verbund mit dem Kernsortiment nachgefragt werden (z. B. Badebekleidung in Parfümerien), sollte der Facheinzelhandel gezielt auswählen.
- **Sortimentswechsel:** Neben einem bestimmten Standardsortiment können - zeitlich befristet - zusätzliche, beispielsweise jahreszeitabhängige, auf die Saison ausgerichtete Artikel oder modische Artikel in das Angebot aufgenommen werden. Nachfrageschwankungen werden die Sortimentsdisposition des Handels künftig erschweren. Die Konsumenten werden jedoch jene Einzelhandelsgeschäfte präferieren, die im Sortiment stets aktuelle Trends der Mode und Neuheiten zeigen.
- **Serviceleistungen:** Der Facheinzelhandel kann sich durch überzeugende Serviceleistungen von der Konkurrenz der SB- und Discountmärkte deutlich abheben (z. B. durch Änderungsdienste, Wartung der Geräte). Hierbei sind neben den „unentgeltlichen“ Leistungen auch solche zu nennen, die gegen einen entsprechenden Aufpreis angeboten werden. Gerade „überraschende Zusatzleistungen“ (z. B. Einpackdienst,

Heimservice, Reservierungen, sinnvolle Give-aways) werden vom Kunden i. d. R. positiv aufgenommen.

- **Schaufenstergestaltung:** Das Schaufenster ist die „Visitenkarte“ des Betriebes und sollte Blickfang für den Verbraucher sein. Die Ware im Schaufenster repräsentiert das Angebot im Geschäft und sollte die Zielgruppenorientierung deutlich werden lassen. Durchblick ins Ladeninnere (Erzeugung von Offenheit), geeignete Beleuchtung und gut lesbare Preisauszeichnung sind unabdingbar.
- **Verkaufsraumgestaltung:** Die Warenpräsentation und Verkaufsraumgestaltung muss in erster Linie den Aspekten Aktualität, Zielgruppenansprache und Übersichtlichkeit entsprechen. Grundsätzlich gilt: „In den Läden von gestern kann man den Kunden von heute nichts verkaufen“. Ergänzend zum Verkaufsraum können Verkaufsstände vor dem Geschäft zusätzliche Umsätze bringen (z. B. Impulskäufe) und neue Kunden zum Betreten des Geschäftes animieren. Hierbei ist jedoch zu beachten, dass weder der Eingang noch die Sichtbeziehung zum Schaufenster verdeckt werden sollten.
- **Absatzwerbung:** Häufig werden Werbemaßnahmen kurzfristig, spontan, relativ konzeptlos und ohne spezifische Zielgruppenansprache durchgeführt, so dass der gewünschte Erfolg ausbleibt. Wirkungsvoller ist die geplante Werbeaktion, welche die Festlegung des Werbebudgets, der beworbenen Produkte, der Werbeaussage, der Werbemittel und des zeitlichen Einsatzes der Werbung umfasst. Für kleine und mittelständische Einzelhändler kann es von Vorteil sein, Gemeinschaftswerbung zu betreiben, um nicht ausschließlich auf vorgefertigte Werbemittel der Lieferanten oder Hersteller (z. B. Displaymaterial, Anzeigen-Layouts) zurückgreifen zu müssen. In diesem Zusammenhang ist auch ein gemeinschaftlicher Internet-Auftritt zu prüfen.
- **Verkaufsförderungsaktionen:** Maßnahmen am Verkaufsort wecken die Aufmerksamkeit der Kunden und unterstützen den Verkauf. Dazu zählen beispielsweise Sonderplatzierungen, Preisausschreiben, Modeschauen und sonstige Produktpräsentationen. Die Verkaufsförderung eröffnet ein weites Feld der Kooperation zwischen den Einzelhändlern. Eine besondere Aufmerksamkeitswirkung ist durch Gemeinschaftsaktionen zu erzielen.

- **Preispolitik:** Für den Facheinzelhandel können niedrige Verkaufspreise nicht das hauptsächliche Verkaufsargument sein. Denn Sortiment, Beratung, Service und Warenpräsentation bedingen ein Preis-Leistungsverhältnis, das dem Verbraucher bewusst gemacht werden muss. Hierbei ist auf die Preiswürdigkeit des Angebotes abzustellen.
- **Mitarbeiterschulung:** Vor dem Hintergrund, dass gerade im Facheinzelhandel Bedienungs- und Beratungskompetenz vom Kunden gefordert wird, sind regelmäßige Schulungsmaßnahmen zu empfehlen.

## 5.2 Vorschläge zur Optimierung der gemeinschaftlichen Marketingpolitik

Für den Einzelhandelsstandort Versmold sind z. T. schwierige regionale und standortspezifische Rahmenbedingungen gegeben. Die Einkaufsstadt steht in erheblichen Wettbewerb zu umliegenden Einkaufsorten, insbesondere zu den Oberzentren Bielefeld und Osnabrück sowie den Mittelzentren Gütersloh und Warendorf, die v. a. im mittel- und langfristigen Bedarf Kunden bzw. Kaufkraft abziehen. Zudem ist künftig nur noch ein leichter Anstieg der Einwohnerzahl und damit auch der einzelhandelsbezogenen Kaufkraft zu erwarten.

Die Einzelhandelsstruktur der Stadt Versmold wird im Wesentlichen durch inhabergeführte Fachgeschäfte geprägt, die durch einige Filialbetriebe ergänzt werden. Demgemäß bildet der Ausbau eines **individuellen Images als Einkaufsstandort** ein wichtiges strategisches Ziel. Die diesbezüglichen Kompetenzen des Versmolder Einzelhandels, insbesondere die Bedienungsfreundlichkeit, die Beratungsqualität und das Serviceangebot, werden von Seiten der Verbraucher überwiegend positiv beurteilt, so dass günstige Rahmenbedingungen für gemeinschaftliche Imagekampagnen gegeben sind.

Die vorhandenen **Beratungs- und Serviceangebote** sollten daher weiterentwickelt und ggf. optimiert werden. Zu berücksichtigen ist dabei, dass die Ware austauschbar geworden ist und die Ansprüche des Verbrauchers an ein „bequemes Einkaufen“ steigen. Die Service-Offensiven von Einkaufszentren, steigende Marktanteile von Tankstellen, Kiosken

(sog. Convenience Shopping) und die zu erwartende Zunahme von Electronic Shopping machen beispielhaft deutlich, dass in den nächsten Jahren Veränderungen im Nachfrageverhalten des Verbrauchers zu erwarten sind, die das Einzelhandelsangebot nachhaltig beeinflussen werden. In diesem Zusammenhang ist hervorzuheben, dass der traditionelle Facheinzelhandel in Versmold seine Marktbedeutung nur dann erhalten kann, wenn einerseits Investitionen in die Personalkompetenz und die Geschäftsoptik erfolgen, andererseits Serviceleistungen systematisch ausgeweitet werden.

Im Hinblick auf die Verbesserung der Kundenberatung und des Services sind folgende Maßnahmen vorzuschlagen:

- **Ausbau der Serviceleistungen**

Zentraler Baustein sollte die Entwicklung und Vermarktung einer Service-Initiative des Einzelhandels in der Stadt Versmold sein. Hierzu sind konkrete Angebote zu entwickeln, die der Kunde möglichst in allen Betrieben nutzen kann. Eine werbliche Begleitung der Maßnahmen ist dabei unerlässlich.

- **Verbesserung der Beratung**

Neben der Intensivierung der Serviceleistungen ist auch die Qualität der Beratung zu überprüfen. Gerade für den Facheinzelhandel ist das kompetente Verkaufspersonal ein wichtiger Marketingfaktor. Es empfiehlt sich, regelmäßig auf Personalschulungen zurückzugreifen, die sich dem Auftritt gegenüber Kunden und der Warenkunde widmen. Im Rahmen der Mitarbeiterführung sind durch Weiterbildungsmaßnahmen auch positive Effekte im Hinblick auf die Motivation der Mitarbeiter zu erreichen.

- **Stärkung des persönlichen Kontaktes**

Neben der Verbesserung der qualitativen Faktoren ist auch die „persönliche Note des Einzelhandelsangebotes“ zu unterstreichen. Hierzu sind Maßnahmen der Kundenbindung durchzuführen, die einerseits einzelbetrieblich umgesetzt werden sollten (z. B. Kundenkartei mit persönlichen Mailings). Andererseits sind Aktionen zur Stärkung einer persönlichen Atmosphäre zu entwickeln (z. B. Kundenkarte).

Die Angebotsvielfalt wird von der Mehrheit der Befragten negativ bewertet, wobei die stärkste Kritik von den Einzelhändlern geäußert wird. Die Gründe hierfür liegen u. a. auch in der hohen Mobilität der Verbraucher, so dass der Einkaufsort z. B. mit dem nahe liegenden Einkaufsangeboten in den Oberzentren Bielefeld und Osnabrück oder den Mittelzentren Gütersloh und Warendorf verglichen wird. Durch eine Verbesserung der Angebotsinformationen kann das Angebotsimage jedoch gesteigert werden. Daher sollte im Rahmen einer gemeinschaftlichen Initiative die Vermarktungsstrategie des Angebotes mit Hilfe von Werbeaktionen, Veranstaltungen und Aktionen zur Darstellung der Angebotspalette optimiert werden.

Handlungsbedarf besteht aus gutachterlicher Sicht z. T. auch im Bereich des **Erscheinungsbildes** der Einzelhandelsbetriebe. So wird die Gestaltung der Versmolder Geschäfte nur von ca. 35 % der Bürger mit sehr gut / gut bewertet, während mehr als ein Fünftel der Befragten zu einem negativen Urteil kommt. Hierzu zählen der Ladenbau, die Schaufenstergestaltung genauso wie die Fassadengestaltung und die Außenwerbung. Vor dem Hintergrund der zunehmenden Erlebnisorientierung beim Innenstadt-Einkauf sind dem Erscheinungsbild des Einzelhandels wichtige Impulse für die Einkaufsorientierung und die Kaufentscheidung beizumessen. Dabei muss sich der Einkaufsstandort Versmold im Hinblick auf die Ansprüche an Warenpräsentation und Geschäftsatmosphäre mit größeren Wettbewerbsstandorten messen lassen. In die Gesamtkonzeption eines Betriebs sind damit auch Aspekte des Erscheinungsbildes einzubeziehen.

Hinsichtlich einer Aufwertung der Einkaufsstadt Versmold sind folgende betriebliche Investitionen notwendig:

- **Verbesserung der Schaufenstergestaltung**

Die Schaufenster bauen die Beziehung zwischen der Ware und den Kunden auf, weisen damit eine einzelbetriebliche Komponente auf, besitzen darüber hinaus jedoch eine entscheidende Funktion für das Standortumfeld, indem sie die Flanier- und Aufenthaltsqualität maßgeblich beeinflussen. Im Hinblick auf Gestaltungsrichtlinien sind folgende Grundsätze zu beachten:

- Reduzierung der Warenfülle: Besser weniger Ware zu Gunsten interessanter Blickfänge,

- gezielter Einsatz von Beleuchtung und Display-Material zur Verstärkung der Aufmerksamkeitswirkung,
  - regelmäßiger Wechsel der Dekoration in einem 3 - 4 Wochenturnus.
- 
- **Aufwertung der Außenfassaden als werbliche Maßnahme des Einzelhandels**  
Die Außenfassade kann dazu beitragen, das Gebäude als Teil einer größeren Einheit zu positionieren oder durch gezielte architektonische Akzente die Aufmerksamkeit auf das Objekt und das Einzelhandelsgeschäft zu lenken. Damit sind Investitionen in die Verbesserung der Gebäude- bzw. Geschäftsoptik als Marketingstrategie von besonderer Bedeutung. Auch kostengünstige Maßnahmen, wie Wahrung der Sauberkeit, Blumenschmuck u. a., wirken sich nachhaltig auf den Gesamteindruck des Straßenraumes und damit des Quartiers aus.
  
  - **Modernisierung der Verkaufsraumgestaltung**  
Die Gestaltung von Verkaufsräumen unterliegt dem Zeitgeschmack. Eine Modernisierung in regelmäßigen Abständen ist daher notwendig, um sich dem Kunden als aktueller und leistungsfähiger Anbieter präsentieren zu können. Die Verkaufsraumgestaltung hat die Aufgabe, die Kunden zum Kauf zu animieren.

## VI. Fazit der Untersuchung

Als Fazit der vorliegenden Untersuchung werden nachfolgend die Ergebnisse der Bestandsanalyse und die Handlungsempfehlungen zusammengefasst, die aus gutachterlicher Sicht vorrangig sind:

- Aufgrund ihres Einwohner- und Kaufkraftpotenzials und der Einzelhandelsstruktur ist die Stadt Versmold als funktionsfähiges Grundzentrum zu bewerten, das im Wesentlichen als **Selbstversorgergemeinde** die Versorgung der eigenen Stadtbevölkerung wahrnimmt. Das Einzugsgebiet des Einzelhandels erstreckt sich auf das gesamte Stadtgebiet, geringe Einkaufsverflechtungen bestehen zu den umliegenden Kommunen Borgholzhausen, Bad Rothenfelde, Dissen, Bad Laer und Sassenberg / Füchtdorf. Aufgrund der begrenzten Intensität dieser Einkaufsverflechtungen erscheint die Ausweisung eines übergemeindlichen Einzugsgebietes jedoch nicht gerechtfertigt.
- Der Bevölkerung in der Stadt Versmold steht gegenwärtig ein einzelhandelsbezogenes **Kaufkraftpotenzial** von ca. 109,9 Mio. € zur Verfügung, von dem durch den ansässigen Einzelhandel aktuell **ca. 63 % gebunden** werden. Mit auswärtigen Kunden wird ein Umsatzanteil von ca. 20 % erzielt, so dass eine eingeschränkte überregionale Ausstrahlungskraft des Einkaufsstandortes Versmold festzustellen ist. Diese resultiert insbesondere aus der Präsenz der flächenstarken Sparten Möbel und Bau- / Heimwerkerbedarf. Der Kaufkraftabfluss aus der Stadt Versmold liegt in einer Größenordnung von ca. 40,5 Mio. €; als bedeutendste Wettbewerbsstandorte sind die benachbarten Oberzentren Bielefeld und Osnabrück sowie die Mittelzentren Gütersloh und Warendorf zu bewerten.
- Die **Einzelhandelsausstattung** der Stadt Versmold umfasst aktuell insgesamt 166 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 40.800 m<sup>2</sup> und einer Umsatzleistung von ca. 86,5 Mio. €. Der Verkaufsflächenschwerpunkt liegt mit ca. 35 % beim Sonstigen Einzelhandel, der u.a. durch großflächige Märkte der Sparte Bau- und Heimwerkerbedarf geprägt ist, sowie im Lebensmittelsektor mit ca. 24 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Einwohnerbezogen ist im Vergleich zu Grundzentren ähnlicher

Größe eine überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung zu konstatieren, die im Wesentlichen auf eine umfangreiche Ausstattung beim sonstigen Einzelhandel (u. a. Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf) sowie in der Warengruppe Blumen / Pflanzen / zoologischer Bedarf zurückzuführen ist. Demgegenüber sind in anderen Bereichen durchaus noch Ausstattungsdefizite zu erkennen, insbesondere bei Nahrungs- und Genussmitteln sowie in den Segmenten Bekleidung / Schuhe / Sport sowie Hausrat / Möbel / Einrichtungen.

- Der **Ortsteil Versmold** stellt unter den Aspekten des Betriebsbesatzes, des Verkaufsflächenbestandes und der Umsatztätigkeit den eindeutigen Angebotsschwerpunkt dar; hier sind ca. 75 % der Betriebe mit ca. 77 % der Verkaufsfläche und knapp 90 % des Umsatzes der Gesamtstadt ansässig. Innerhalb des Stadtteils ist standortbezogen insbesondere zwischen dem innerstädtischen Versorgungszentrum mit vergleichsweise kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben und den auf Pkw-Kunden orientierten großflächigen Einzelhandelsbetrieben in den Bereichen der westlichen Münsterstraße / Wirusstraße, Rothenfelder Straße / Westheider Weg / Nordfeldstraße und Knetterhauser Straße zu unterscheiden.
- In den **peripheren Ortsteilen** liegt der Angebotsschwerpunkt des Einzelhandels – mit Ausnahme des Ortsteils Oesterweg – im Bereich der wohnungsnahen Versorgung. Es dominieren Angebote der Grundversorgung, die durch kleinflächige Betriebe (16 Betriebe mit durchschnittlich 82 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) geprägt werden.
- Von den insgesamt neun **großflächigen Einzelhandelsbetrieben** der Stadt Versmold befinden sich drei Betriebe innerhalb des abgegrenzten innerstädtischen Versorgungszentrums, fünf Betriebe in dezentralen Lagen der Kernstadt und ein Betrieb im Ortsteil Oesterweg. Diese lösen – je nach Standortlage – Kopplungseffekte für den integrierten Einzelhandel in der Stadtmitte aus. Mit insgesamt ca. 5 % der Betriebe, ca. 52 % der Verkaufsfläche und ca. 36 % des Umsatzes ist ein im interkommunalen Vergleich ein leicht unterdurchschnittlicher Verkaufsflächenanteil des großflächigen Einzelhandels in der Gesamtstadt festzustellen.
- Die **Befragung der Bürger** der Stadt Versmold zeigt, dass Artikel des täglichen bzw. kurzfristigen Bedarfs von der Wohnbevölkerung überwiegend in der Stadt Versmold eingekauft werden. Beim mittel- und langfristigen Bedarf werden einzelne

Waren - wie z. B. Bücher und Schreibwaren, Bau- und Heimwerkerbedarf, Optik, Uhren und Schmuck - vorrangig in der Stadt gekauft, in anderen Warengruppen sind dagegen hohe Kaufkraftabflüsse in die umliegenden Städte Bielfeld, Osnabrück, Gütersloh und Warendorf festzustellen. In erster Linie beziehen sich diese auf die Branchen Bekleidung, Sport / Freizeitartikel, Elektrowaren (inkl. Computer, Telekommunikation), Haushaltswaren / Möbel und Heimtextilien. Die Außenorientierung der Bürger ist bei den jüngeren Altersgruppen am stärksten ausgeprägt. Als Gründe gegen den Einkauf nennen die Bürger insbesondere die Aspekte Verkehrsbelastung in der Innenstadt und Parkplatzsituation sowie eine mangelnde Angebotsvielfalt und -qualität. Als Gründe für den Einkauf in der Stadt Versmold werden demgegenüber die Nähe bzw. Erreichbarkeit aber auch die Angebotsvielfalt und Parkplatzsituation angeführt, so dass bei manchen Standortfaktoren ein ambivalentes Meinungsbild bei den Befragten erkennbar ist.

- Die **Imagefaktoren** des Einzelhandels der Stadt Versmold werden von den Verbrauchern überwiegend positiv bewertet; sie loben vor allem das Angebot zur Grundversorgung sowie die Freundlichkeit der Bedienung. Die Einzelhändler schätzen die Imagefaktoren Preis-Leistungsverhältnis, Freundlichkeit der Bedienung, Qualität der Beratung und Service deutlich positiver ein als die Bürger, sehen jedoch in punkto Angebot zur Grundversorgung sowie Angebotsvielfalt größeren Handlungsbedarf.
- Die derzeitige Einzelhandelsstruktur lässt vor dem Hintergrund einer zu erwartenden positiven Einwohner- und Kaufkraftentwicklung bis 2020 einen rechnerischen Entwicklungsspielraum von ca. 3.500 m<sup>2</sup> **zusätzlicher Verkaufsfläche** im Jahr 2020 zu, der insbesondere zur Ergänzung des Einzelhandelsangebotes und zur Schließung von Angebotslücken genutzt werden sollte. Unter standortplanerischen Aspekten ist zu empfehlen, zusätzliche großflächige Einzelhandelsbetriebe innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs von Versmold zu konzentrieren. Angebotserweiterungen sind v.a. bei Nahrungs- und Genussmitteln, im Bereich Bekleidung / Schuhe / Sport sowie in der Sparte Hausrat / Möbel / Einrichten sinnvoll.
- Der vorgeschlagene kartografisch dargestellte **zentrale Versorgungsbereich der Innenstadt** sollte als gesamtstädtisch bedeutsamer Schwerpunkt des Geschäfts- und Dienstleistungszentrums weiterentwickelt werden, so dass sowohl eine Ergän-

zung des kleinteiligen Einzelhandelsbesatzes als auch die Ansiedlung größerer bzw. großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- / zentrenrelevanten Sortimenten grundsätzlich infrage kommt. Durch eine Angebotserweiterung könnten eine **Stärkung der Kopplungseinkäufe / Dienstleistungserledigungen** und eine stärkere Kundenfrequenz erreicht werden. Im Sinne einer funktionsfähigen wohnungsnahen Versorgung sollte zudem der Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln in den übrigen Ortsteilen erhalten und moderat ergänzt werden.

- Zur **Stärkung der zentralörtlichen Versorgungsfunktionen** der Stadt Versmold ist nach gutachterlicher Einschätzung vorrangig ein Abbau des Ungleichgewichts zwischen dem innerstädtischen Hauptzentrum und den dezentralen Einzelhandelsstandorten erforderlich. Hierzu wird ein schwerpunktmäßiger Ausbau des zentralen Versorgungsbereichs der Innenstadt vorgeschlagen, in dem einige Optionsflächen zur Angebotsergänzung zur Verfügung stehen.
- Zum Schutz des städtebaulich integrierten Versorgungszentrums vor einer wirtschaftlichen Verödung sind **bauleitplanerische Rahmensetzungen** für dezentrale Ansiedlungsstandorte erforderlich (Ausschluss von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs-/ zentrenrelevanten Hauptsortimenten, Begrenzung der diesbezüglichen Randsortimente). Hierfür wird ein gutachterlicher Vorschlag zur Gliederung der Sortimente in zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente vorgelegt (Versmolder Sortimentsliste).
- Damit künftige Bauleitpläne der Stadt Versmold für großflächige Einzelhandelsvorhaben ebenso wie diesbezügliche Baugenehmigungen rechtssicher sind, wird der Stadt Versmold empfohlen, das vorliegende **Einzelhandelskonzept als Grundlage der künftigen Einzelhandels- und Standortplanung zu beschließen** (Selbstbindung der Stadt).
- Die **Verbesserung der innerstädtischen Verkehrssituation** erfordert sowohl eine Umgestaltung der verkehrsberuhigten Zone des Stadtkerns, der Münsterstraße zwischen Ringallee und Bahnübergang, als auch eine Neuordnung des ruhenden Verkehrs durch größere Sammelparkplätze und ein optimiertes Parkleitsystem.
- Im Hinblick auf die **Steigerung der Stadtbildqualität bzw. der Einkaufsatmosphäre** sind sowohl Initiativen der Stadt Versmold zur Verbesserung der Aufent-

haltsqualität des öffentlichen Raums als auch der privaten Grundstückseigentümer und der Gewerbetreibenden zur Aufwertung des architektonischen und werblichen Erscheinungsbildes der Stadtmitte erforderlich.

- Die Bewältigung der notwendigen Strukturverbesserungen in der Innenstadt setzt voraus, dass künftig die gemeinschaftlichen Anstrengungen der örtlichen Akteure zur Vitalisierung der Stadtmitte intensiviert werden. Als mögliche Handlungschancen sind die Organisationsform einer **Stadt- bzw. Standortmarketinggemeinschaft** oder die Bildung einer **Interessen-Standortgemeinschaft** (ISG-Gesetz Nordrhein-Westfalen) zu empfehlen.

#### **Prioritätenkatalog zur Stärkung des Einzelhandelsstandortes Versmold**

- /** bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung zugunsten der zentralen Versorgungsbereiche
  - ➔ Überplanung von dezentralen Baugebieten mit Ansiedlungsdruck
- /** Verdichtung / Ergänzung des Einzelhandelsbesatzes im innerstädtischen Versorgungszentrum
  - ➔ Standorte Berliner Straße / Wilhelm-Vinke-Ring, Rathaus-Areal, Eckbereich Münsterstraße / Ringallee
- /** Stärkung der Nahversorgungsfunktionen in den Stadtteilen (z.B. Peckeloh)
  - ➔ keine Zulassung dezentraler Lebensmittel-SB-Märkte
- /** Selbstbindung der Stadt an das Einzelhandelskonzept
  - ➔ Ratsbeschluss
- /** Marketinginitiativen Stadt / Grundstückseigentümer / Einzelhandel
  - ➔ Angebotsverbesserung / -ergänzung
- /** Aufwertung der Innenstadt (Verkehr, öffentlicher Raum, Geschäftsgestaltung)
  - ➔ Maßnahmenprogramm der Standortgemeinschaft

**Karten-, Abbildungs- und Tabellenverzeichnis**

	<b>Seite</b>
<b>KARTENVERZEICHNIS</b>	
Karte 1: Lage im Raum	26
Karte 2: Das Einzugsgebiet des Einzelhandels der Stadt Versmold	34
Karte 3: Einzelhandels- und Einwohnerverteilung	64
Karte 4: Großflächige Einzelhandelsbetriebe	66
Karte 5: Nutzungsstruktur Innenstadt	105
Karte 6: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Versmold	109
Karte 7: Verkehrskonzept	135
<b>ABBILDUNGSVERZEICHNIS</b>	
Abb. 1: Die Entwicklung der Marktanteile der Betriebstypen bis zum Jahr 2010	8
Abb. 2: Entwicklung des Lebensmitteleinzelhandels	14
Abb. 3: Die Altersstruktur der Bevölkerung im Vergleich	28
Abb. 4: Beschäftigtenstruktur im Vergleich	30
Abb. 5: Einzelhandelsrelevante Nachfrage	35
Abb. 6: Beschäftigte im Einzelhandel nach Art des Beschäftigungsverhältnisses	40
Abb. 7: Filialisierung im Einzelhandel	41
Abb. 8: Einkaufshäufigkeit in Versmold	43
Abb. 9: Einkaufshäufigkeit in auswärtigen Städten und Gemeinden	44
Abb. 10: Gründe für und gegen einen Einkauf in Versmold	45
Abb. 11: Einkaufsorientierung bei Waren des kurzfristigen Bedarfs	47
Abb. 12: Einkaufsorientierung bei Waren des mittelfristigen Bedarfs	49
Abb. 13: Einkaufsorientierung bei Waren des langfristigen Bedarfs	51
Abb. 14: Bewertung des Einzelhandelsimages durch die Bürger	53
Abb. 15: Bewertung des Einzelhandelsimages durch den örtlichen Einzelhandel	54
Abb. 16: Sortimentsbezogene Verkaufsflächenausstattung im Vergleich	68
Abb. 17: Verkehrsmittelwahl der Bürger beim Einkauf in Versmold*	121
Abb. 18: Verkehrs- und Parkplatzbewertung durch die Bürger	122
Abb. 19: Verkehrs- und Parkplatzbewertung durch die Einzelhändler	122

**TABELLENVERZEICHNIS**

Tabelle 1: Die Struktur im Lebensmitteleinzelhandel nach Betriebsformen in der Bundesrepublik Deutschland im Jahr 2007	13
Tabelle 2: Einwohnerverteilung in der Stadt Versmold	27
Tabelle 3: Einwohnerentwicklung in der Stadt Versmold	28
Tabelle 4: Wohnorte der Einzelhandelskunden in der Stadt Versmold	32
Tabelle 5: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt Versmold im Jahr 2007	36
Tabelle 6: Vermisste Angebote in Versmold	55
Tabelle 7: Anregungen zur Verbesserung der Einkaufssituation in Versmold	56
Tabelle 8: Die Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten	59
Tabelle 9: Die Einzelhandelsausstattung nach Ortsteilen	63
Tabelle 10: Struktur der großflächigen Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Versmold	65
Tabelle 11: Kaufkraftbewegungen nach Warengruppen	70
Tabelle 12: Vergleich der Kaufkraftbindung	72
Tabelle 13: Kriterien des Zentrenkonzeptes	74
Tabelle 14: Zentrenstruktur der Stadt Versmold	76
Tabelle 15: Nahversorgung in den Ortsteilen der Stadt Versmold	78
Tabelle 16: Kaufkraftpotenzial in der Stadt Versmold nach Sortimenten im Jahre 2020 (zu aktuellen Preisen)	83
Tabelle 17: Die Szenarien der Umsatzerwartung für den Einzelhandel in der Stadt Versmold im Prognosezeitraum 2020	87
Tabelle 18: Branchenmix der zusätzlichen Verkaufsfläche für die Jahre 2015 bis 2020 nach Standortlagen (Modellrechnungen)	90
Tabelle 19: Zentralität der Stadt Versmold im Strukturvergleich	96
Tabelle 20: Sortimentsliste für die Stadt Versmold	99
Tabelle 21: Anregungen zur Verbesserung der Verkehrs- und Parkplatzsituation	124

# **A N H A N G**

## Definitionen<sup>1</sup>

### **Diskontgeschäft (Discountmarkt)**

Das Diskontgeschäft bietet ein enges, auf raschen Umschlag ausgerichtetes Sortiment zu niedrig kalkulierten Preisen an. Bei hoher Werbeintensität ähnelt die Angebotsstrategie einer permanenten Sonderangebotsstrategie. Da Diskontgeschäfte für diese Strategie große artikelspezifische Einkaufsvolumina und hohe Kundenfrequenz benötigen, wird das Diskontgeschäft fast ausschließlich von großen Einzelhandelsunternehmen nach dem Filialprinzip betrieben.

### **Fachgeschäft**

Das Fachgeschäft ist ein Einzelhandelsbetrieb, der ein branchenspezifisches oder bedarfsorientiertes Sortiment in großer Auswahl und in unterschiedlichen Qualitäten und Preislagen mit ergänzenden Dienstleistungen (z. B. Kundendienst) anbietet.

### **Fachmarkt**

Der Fachmarkt ist ein meist großflächiger und im allgemeinen ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und oft auch tiefes Sortiment aus einem Warenbereich (z. B. Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt), einem Bedarfsbereich (z. B. Sportfachmarkt, Bau-fachmarkt) oder einem Zielgruppenbereich (z. B. Möbel- und Haushaltswarenfachmarkt für designorientierte Kunden) in übersichtlicher Warenpräsentation bei tendenziell niedrigen bis mittlerem Preisniveau anbietet. Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren; bei einigen Sortimenten (z. B. Drogeriemarkt) werden überwiegend Innenstadtlagen gewählt.

---

<sup>1</sup> GMA-Definition unter Berücksichtigung u. a. Ausschuss für Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft, Katalog E Köln 1995; Urteile des BVerwG

### **Filialunternehmen**

Ein Filialunternehmen (Filialbetrieb) verfügt über (mindestens fünf) unter einheitlicher Leitung stehenden Verkaufsfilialen an unterschiedlichen Standorten. Bei 10 und mehr Filialen gilt das Unternehmen als Großbetriebsform des Einzelhandels.

### **Franchise-System**

Als Franchise-System wird der Verbund eines kontraktgebenden und den Verbund führenden Betriebes (Franchise-Geber) mit rechtlich und im Grundsatz auch wirtschaftlich selbstständigen Kontraktnehmern (Franchise-Nehmer) bezeichnet. Die Partnerfirmen sind durch vertikale Absatzbindungen miteinander verknüpft. Die Franchise-Nehmer unterliegen einem Systemkonzept, das i. d. R. auch eine Namensidentität der Franchise-Nehmer beinhaltet.

### **Gliederung der Sortimente in Kern- und Randsortimente**

Die Sortimentsgliederung eines Einzelhandelsbetriebes erfolgt nach Warenarten (z. B. Schuhe), Warenbereichen (z. B. Damenschuhe), Artikelgruppen (z. B. Damen-Wildleder-schuhe) und einzelnen Artikel. Insbesondere Fachgeschäfte sowie SB-Vertriebstypen der Fachmarktschiene verfügen i. d. R. über ein Kernsortiment (Hauptsortiment) und Randsortimente (Nebensortimente), deren Mischungsverhältnis je nach Sortimentsstruktur, Betriebstyp und Betriebsgröße variiert.

### **Gliederung der Sortimente in Food-/Nonfood-Artikel**

Im Rahmen einer groben stofflichen Kategorisierung der Sortimentsbereiche wird eine Gliederung in Food- und Nonfood-Artikel verwendet. Zu den Food-Artikeln gehören alle Produkte der Nahrungs- und Genussmittel, wohingegen die Nonfood-Artikel sämtliche Nichtlebensmittel einschließen.

### **Gliederung der Sortimente nach Fristigkeit**

Das Gesamtsortiment eines stationären Handelsbetriebes umfasst die Gesamtheit der Handelsware. Die Einteilung nach Fristigkeit der Bedarfsgüter erfolgt nach der Häufigkeit der Nachfrage bzw. Beschaffung in den kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf.

Dem **kurzfristigen Bedarf** werden Sortimente zugeordnet, die i. d. R. täglich bzw. in kurzen Abständen nachgefragt werden, u. a.

- Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Lebensmittel, Getränke, Tabak, Bäckerei- und Fleischereiprodukte),
- Gesundheits- und Körperpflege (inkl. Drogerie-, Parfümerie- und Apothekenwaren, Sanitätsbedarf),
- Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf.

Zum **mittelfristigen Bedarf** zählen Sortimente, die i. d. R. regelmäßig, jedoch in größeren Zeitabständen erworben werden (monatlich / jährlich), u. a.

- Bücher, Zeitschriften, Papier-, Büro- und Schreibwaren (PBS), Spielwaren,
- Bekleidung, Schuhe, Sport (inkl. Damen-, Herren- und Kinderbekleidung, Wäsche, Kurzwaren, Handarbeiten, Schuhe, Lederwaren, Sportbekleidung / -artikel).

Der **langfristige Bedarf** umfasst Sortimente, die i. d. R. in größeren bzw. unregelmäßigen Zeitabständen gekauft werden, u. a.

- Elektrowaren (inkl. Elektrogroßgeräte, -zubehör, Beleuchtung, Unterhaltungselektronik, Ton- / Bildträger, Computer / Telekommunikation),
- Hausrat, Möbel, Einrichtungsgegenstände (inkl. Glas, Porzellan, Keramik (GPK), Geschenkartikel, Küchen, Kunstgegenstände, Heimtextilien / Bettwaren),

- Sonstiger Einzelhandel (inkl. Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf, Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Foto, Optik, Uhren, Schmuck, Autozubehör, Fahrräder / Sportgeräte etc.).

### **Großflächigkeit des Einzelhandels**

Der Begriff der Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben orientiert sich am § 11 Abs. 3, Satz 3, BauNVO 1990. Die darin enthaltene Vermutungsregel unterstellt Auswirkungen auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung, wenn die Geschossfläche 1.200 m<sup>2</sup> überschreitet. Nach der aktuellen Rechtsprechung<sup>1</sup> ist die Großflächigkeit eines Handelsbetriebes ab ca. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche gegeben.

### **Kaufhaus**

Ein Kaufhaus ist ein größerer Einzelhandelsbetrieb, der überwiegend im Wege der Bedienung Waren aus zwei oder mehr Branchen, davon wenigstens eine Branche in tiefer Gliederung, anbietet. Am stärksten verbreitet sind Kaufhäuser mit Textilien, Bekleidung und verwandten Bedarfseinrichtungen.

### **SB-Warenhaus**

Das SB-Warenhaus ist ein großflächiger, meist ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb, der ein umfassendes Sortiment mit einem Schwerpunkt bei Lebensmitteln ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst mit hoher Werbeaktivität in Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspreispolitik anbietet. Der Standort ist grundsätzlich autokundenorientiert, entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren. Die Verkaufsfläche liegt nach der amtlichen Statistik bei mindestens 3.000 m<sup>2</sup>.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Urteil BVerwG, Urteil vom 24.11.2005

<sup>2</sup> lt. Definition EHI, Handel aktuell 2005 / 06, mindestens 5.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche

### **Supermarkt**

Der Supermarkt ist ein Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 m<sup>2</sup> Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren (z. B. Obst, Gemüse, Südfrüchte, Fleisch) und ergänzend Waren des täglichen und des kurzfristigen Bedarfs anderer Branchen vorwiegend in Selbstbedienung anbietet. Nach der amtlichen Statistik hat der Supermarkt höchstens eine Verkaufsfläche von 1.000 m<sup>2</sup>.

### **Verbrauchermarkt**

Der Verbrauchermarkt ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs überwiegend in Selbstbedienung anbietet; häufig wird entweder auf eine Dauerniedrigpreispolitik oder auf eine Sonderangebotspolitik abgestellt. Die Verkaufsfläche liegt nach der amtlichen Statistik bei mindestens 1.000 m<sup>2</sup>.<sup>1</sup> Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert, entweder in Alleinlage oder innerhalb von Einzelhandelszentren.

### **Verkaufsfläche**

Die Verkaufsfläche eines Handelsbetriebes umfasst die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die von den Kunden zu diesem Zweck betreten werden darf. Sie umschließt die dem Verkauf dienende Fläche inkl. der Gänge, Treppen, Aufzüge, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzone, Schaufenster und Freifläche, soweit sie den Kunden zugänglich sind.

Nach dem BVerwG-Urteil vom 24.11.2005 zählen zur Verkaufsfläche auch diejenigen Bereiche innerhalb eines SB-Ladens, die vom Kunden aus betrieblichen oder hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber Ware ausliegt (Käse-, Fleisch- und Wursttheke etc.) und in dem das Personal Ware zerkleinert, abwiegt und abpackt.

---

<sup>1</sup> lt. Definition EH, Handel aktuell 2005 / 06, mindestens 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche

Davon zu unterscheiden sind diejenigen Flächen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige Vorbereitung (Portionierung etc.) erfolgt, sowie die (reinen) Lagerflächen.

### **Verkaufsflächen- / Umsatzbereinigung**

Die Verkaufsflächen bzw. die Umsätze eines Einzelhandelsbetriebes werden i. d. R. nach dem Schwerpunktprinzip dem Kern- bzw. Hauptsortiment zugeordnet. Bei einer Bereinigung werden sortimentsfremde Verkaufsflächen- bzw. Umsatzanteile herausgerechnet und bei einer sortimentsbezogenen Betrachtung in der Addition der sortimentsführenden Betriebe zusammengefasst.

### **Warenhaus**

Das Warenhaus ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der in der Regel auf mehreren Etagen breite und überwiegend tiefe Sortimente mehrerer Branchen mit tendenziell hoher Serviceintensität und eher hohem Preisniveau an Standorten in der Innenstadt oder in Einkaufszentren anbietet. Die Warensortimente umfassen überwiegend Nichtlebensmittel der Bereiche Bekleidung, Heimtextilien, Sport, Hausrat, Möbel, Einrichtung, Kosmetik, Drogeriewaren, Schmuck, Unterhaltung sowie oft auch Lebensmittel. Dazu kommen Dienstleistungssortimente der Bereiche Gastronomie, Reisevermittlung und Finanzdienstleistungen.

### **Zentrale Versorgungsbereiche**

Zentrale Versorgungsbereiche sind städtebaulich integrierte Versorgungszentren (Stadtzentrum, Stadtteilzentrum, Nahversorgungszentrum). Wie im Niedersächsischen Landes-Raumordnungsprogramm<sup>1</sup> festgelegt, sind neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente innenstadtrelevant sind, nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig (Integrationsgebot).

---

<sup>1</sup> vgl. Verordnung zur Änderung der Verordnung über das Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen - Teil II - vom 21.01.2008, Abschnitt 2.3, 03

---

### **Zentrenrelevanz der Sortimente**

Die Gliederung von Einzelhandelssortimenten nach der Zentrenrelevanz ergibt sich einerseits aus einer typisierenden Betrachtungsweise der innenstadtprägenden bzw. nicht innenstadtprägenden Sortimente und aus der standortspezifisch vorhandenen Angebotsstruktur.