Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Versmold

–Entwurf –

Auftraggeber: Stadt Versmold

Projektleitung: Birgitt Wachs, Dipl.-Geogr. / Niederlassungsleitung

-bearbeitung: Patrick Bergmann, M.Sc. Geogr.

Köln, am 10.03.2020

GMA Forschung / Beratung / Umsetzung
Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Urheberrecht

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

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

Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

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

Vorbemerkung

Die Stadt Versmold erteilte der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, den Auftrag zur Fortschreibung des derzeit gültigen Einzelhandelskonzeptes. Ziel der Überarbeitung ist es, die vorhandenen Leitlinien für die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels in Versmold zu überprüfen und ggf. anzupassen.

Für die Erarbeitung des vorliegenden Berichtes standen der GMA Daten der Stadt Versmold, des Statistischen Bundesamtes, des Landesbetriebs Information und Technik NRW, der Bundesagentur für Arbeit sowie von MB Research zur Verfügung. Darüber hinaus erfolgten im Mai 2019 eine Bestandsaufnahme des Einzelhandels im Stadtgebiet sowie von Juni bis August 2019 eine telefonisch und online durchgeführte Haushaltsbefragung und eine persönliche Befragung der Einzelhändler.

Sämtliche dem vorliegenden Gutachten zugrundeliegenden Ausgangsdaten wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet und nach neuesten wissenschaftlichen Standards ausgewertet. Die Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der Stadt Versmold und stellt die Grundlage für eine Beschlussfassung durch den Rat der Stadt dar.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, 10.03.2020
WA/BNP-aw

Abkürzungsverzeichnis

Abs.	Absatz
AZ	Aktenzeichen
BauGB	Baugesetzbuch
BauNVO	Baunutzungsverordnung
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht
d. h.	das heißt
ehem.	ehemals
f. / ff.	folgende Seite / folgende Seiten
ggf.	gegebenenfalls
i. d. R.	in der Regel
inkl.	inklusive
i. S. v.	im Sinne von
LEP	Landesentwicklungsplan
mind.	mindestens
niL	nicht integrierte Lagen
NRW	Nordrhein-Westfalen
NuG	Nahrungs- und Genussmittel
NVZ	Nahversorgungszentrum
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
OVG	Oberverwaltungsgericht
p. a.	per anno
S.	Seite
SB-Warenhaus	Selbstbedienungs-Warenhaus
sog.	so genannte
u. a.	unter anderem
u. ä.	und ähnliches
v. a.	vor allem
VG	Verwaltungsgericht
vgl.	vergleiche
VK	Verkaufsfläche
z. B.	zum Beispiel
zool. Bedarf	zoologischer Bedarf
z. T.	zum Teil
ZVB	zentraler Versorgungsbereich

Inhaltsverzeichnis

		Seite
I.	**Grundlagen**	**8**
1.	Aufgabenstellung	8
2.	Aufgabe von Einzelhandelskonzepten und Zielsetzungen der Einzelhandelssteuerung	9
3.	Methodische Vorgehensweise	10
4.	Allgemeine Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung	13
4.1	Generelle Entwicklungen im Einzelhandel	13
4.2	Onlinehandel	15
4.3	Konsumentenverhalten im Wandel	17
4.4	Mittelfristige Entwicklungstrends	18
5.	Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel	20
5.1	Bauplanungsrecht	20
5.1.1	Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)	20
5.1.2	Unbeplanter Innenbereich (§ 34 BauGB)	21
5.1.3	Besonderes Städtebaurecht	22
5.2	Landes- und Regionalplanung	22
6.	Zentrale Versorgungsbereiche	26
6.1	Begriff „Zentraler Versorgungsbereich“	26
6.2	Abgrenzung und Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche	27
II.	**Einzelhandel in Versmold**	**29**
1.	Standortbeschreibung und wesentliche Strukturdaten der Stadt Versmold	29
2.	Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt Versmold	32
3.	Einzelhandelsbestand in den Versmolder Ortsteilen	34
4.	Entwicklung des Einzelhandelsbestandes in Versmold	35
5.	Nahversorgungssituation in Versmold	39
5.1	Entwicklung der Nahversorgung	39
5.2	Bewertung der Nahversorgungssituation in der Stadt Versmold	40
6.	Nachfragesituation	43
6.1	Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Versmold	43

6.2 Kaufkraftpotenzial für den Versmolder Einzelhandel 44
6.3 Kaufkraftströme 45

7. Ausgewählte Versorgungs- und Produktivitätskennziffern 47
7.1 Ausstattungskennziffern 47
7.2 Zentralitätskennziffer 48

8. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Versmold 50
8.1 Bevölkerungsprognose und Kaufkraftentwicklung 50
8.2 Branchenbezogene Entwicklungspotenziale 50

III. Auswertung Haushalts- und Einzelhändlerbefragung Versmold 54

1. Einkaufshäufigkeit in der Innenstadt von Versmold 56

2. Einkaufsorientierung 56
2.1 Kurzfristiger Bedarf 57
2.2 Mittelfristiger Bedarf 58
2.3 Langfristiger Bedarf 60

3. Gründe für oder gegen einen Einkauf in der Innenstadt von Versmold 62

4. Bewertung des Einzelhandelsstandortes Versmolder Innenstadt 63

5. Bewertung der Verkehrs- und Parkplatzsituation 66

6. Verbesserungsvorschläge der Haushalte für den Einzelhandel 68

7. Onlinehandel 69

IV. Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes Versmold 71

1. Städtebauliche Ziele der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung 71

2. Sortimentskonzept 72
2.1 Begriffsdefinition 72
2.2 Kriterien zentren- / nahversorgungsrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente 74
2.3 Sortimentsliste der Stadt Versmold 76

3. Standortkonzept 79
3.1 Zentren- und Standortstruktur Versmold 79
3.2 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Versmold 81

4. Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung 89

4.1 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt 90

4.2 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels in sonstigen Lagen 90

4.2.1 Städtebaulich integrierte Lagen 90

4.2.2 Städtebaulich nicht integrierte Lagen (u. a. Gewerbe- und Industriegebiete) 92

5. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes 93

Verzeichnisse 95

I. Grundlagen

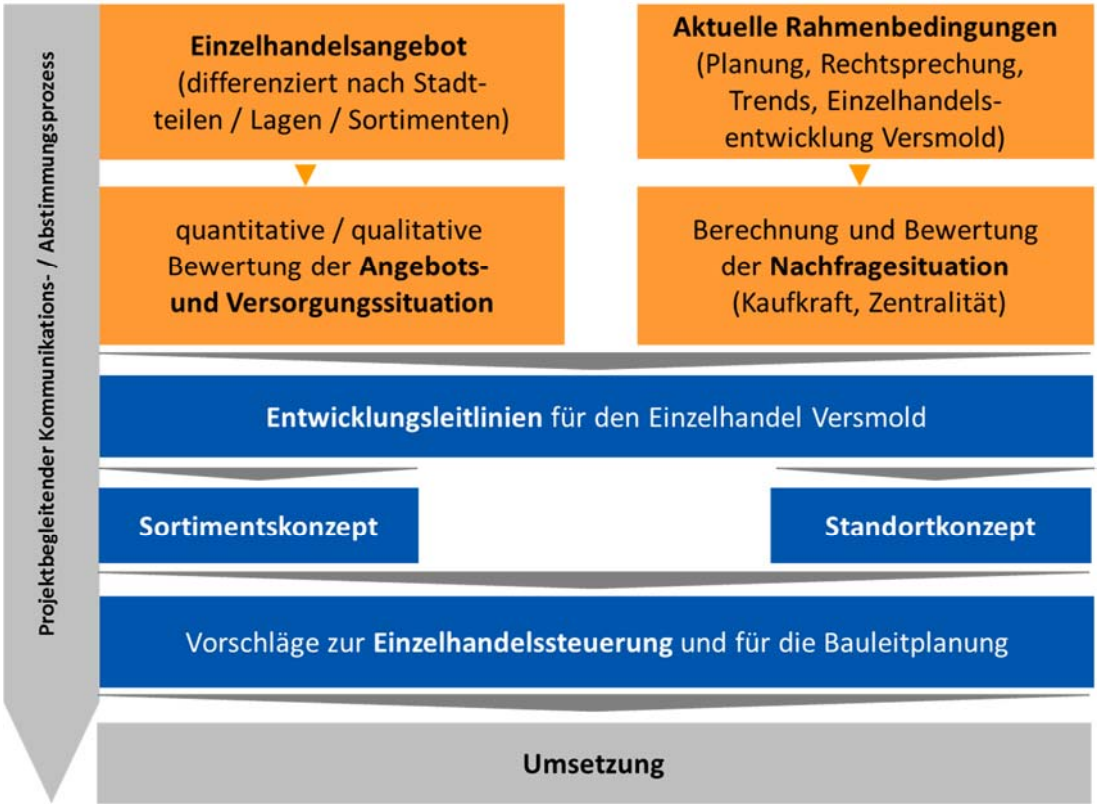
1. Aufgabenstellung

Das aktuelle Einzelhandelskonzept der Stadt Versmold wurde von der GMA im Jahr 2008 erarbeitet und bildet seitdem die Grundlage zur Einzelhandelssteuerung in Versmold. Aufgrund gesetzlicher Neuerungen (v. a. LEP NRW) und einer veränderten Rechtsprechung sowie zwischenzeitlich eingetretener Veränderungen im Versmolder Einzelhandel und vorliegender Anfragen bzw. Veränderungsabsichten (z. B. Entwicklung des Standortes Autohaus Nagel) ist eine Fortschreibung des Versmolder Einzelhandelskonzeptes erforderlich. Dabei werden die wesentlichen Aussagen (u. a. Definition und Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches, Sortimentsliste für die Stadt Versmold) überprüft, deren Grundlagen aktualisiert und bestehende Branchen- und Standortpotenziale herausgearbeitet.

Der vorliegende Bericht umfasst im Wesentlichen folgende Inhalte:

- Darstellung der allgemeinen Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung
- Darstellung der planungsrechtlichen Rahmenbedingungen zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel
- Darstellung und Bewertung des Einzelhandelsangebotes in Versmold; Entwicklung des Einzelhandelsbesatzes seit 2008
- Analyse der gegenwärtigen Nachfragesituation
- Bewertung der Nahversorgungssituation
- Auswertung der Haushalts- und Einzelhändlerbefragung
- Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebotes
- Zielsetzungen für die Einzelhandelsentwicklung in Versmold
- Überprüfung und Anpassung der Empfehlungen für die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes Versmold (inkl. Sortimentsliste, Standortkonzeption, branchenbezogene Potenziale)
- Überprüfung und Anpassung der Abgrenzung und Begründung des zentralen Versorgungsbereiches
- Empfehlungen zur planungsrechtlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung.

Abbildung 1: Untersuchungsaufbau



GMA-Zusammenstellung 2020

2. Aufgabe von Einzelhandelskonzepten und Zielsetzungen der Einzelhandelssteuerung

Kommunale Einzelhandelskonzepte dienen v. a. der Erarbeitung von Leitlinien für eine zielgerichtete und nachhaltige Einzelhandelsentwicklung. Diese werden in Form eines Standort- und Sortimentskonzeptes konkretisiert. Das im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes erarbeitete **Sortimentskonzept** (sog. „Sortimentsliste“) stellt einen gutachterlichen Vorschlag zur künftigen Einstufung der Sortimente in nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente dar. Mithilfe des **Standortkonzeptes** soll eine Funktionsteilung zwischen zentralen und dezentralen Einzelhandelslagen erfolgen. Der Fokus liegt dabei v. a. auf der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, deren Lage, Ausdehnung und Funktion im Einzelhandelskonzept definiert wird. Die Grundlage des Standort- und Sortimentskonzeptes stellt die aktuelle Einzelhandelssituation in der Kommune dar, die im Rahmen der Konzepterarbeitung erhoben und ausgewertet wird.

Das Einzelhandelskonzept stellt ein wichtiges Steuerungselement für eine nachhaltige Standortplanung dar. Im Rahmen der kommunalen Planungshoheit entscheiden Kommunen selbst darüber, dieses Instrumentarium einzusetzen. Das Einzelhandelskonzept dient als sachliche Grund-

lage der planungsrechtlichen Steuerung und kann zur Vereinfachung und Beschleunigung der Bewertung von Planvorhaben führen. Durch ein Einzelhandelskonzept erfolgt i. d. R. in der Beteiligung eine Abstimmung mit der übergeordneten Planungsebene (Bezirksregierung) sowie mit anderen Schlüsselakteuren (bspw. Industrie- und Handelskammer, Einzelhandelsverband, benachbarte Kommunen). Darüber hinaus bietet ein Einzelhandelskonzept Investoren nach der Schaffung von verbindlichem Baurecht Investitionssicherheit. Zudem kann der Einsatz von Städtebaufördermitteln auch von der Umsetzung von Einzelhandelskonzepten abhängig sein.

Ein Einzelhandelskonzept ermöglicht folglich die Steuerung des Einzelhandels auf gesamtstädtischer Ebene. Dabei stellt es zunächst eine informelle Planungsgrundlage ohne rechtliche Bindungswirkung gegenüber Dritten dar.

Durch einen Beschluss des jeweiligen Rates wird diese informelle Planungsgrundlage zu einem Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB und ist damit im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen.

Im begründeten Einzelfall kann die Kommune von den Vorgaben eines Einzelhandelskonzeptes abweichen. Dies mindert jedoch das städtebauliche Gewicht des Konzeptes und stellt letztlich seine Steuerungswirkung und die rechtliche Bedeutung in Frage.

Als wesentlicher Aspekt bei der Einzelhandelssteuerung sind zunächst der **Schutz und die Stärkung zentraler Versorgungsbereiche** zu nennen[1]. Durch die Konzentration zentrenprägender Einzelhandelsbetriebe innerhalb der definierten zentralen Versorgungsbereiche können diese nachhaltig gestärkt werden. Dies setzt jedoch die Ermittlung nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente voraus, die im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes festgesetzt werden.

Ferner stellt auch die **Sicherung des jeweiligen Baugebietscharakters** eine legitime Zielsetzung der Einzelhandelssteuerung dar. Durch den generellen bzw. gezielten Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten können diese für das produzierende und verarbeitende Gewerbe gesichert werden.

3. Methodische Vorgehensweise

Die vorliegende Untersuchung stützt sich auf eine umfassende Datenbasis. Dabei handelt es sich um überwiegend primärstatistisches Datenmaterial, welches durch die GMA erfasst und ausgewertet wurde. Darüber hinaus standen der GMA sekundärstatistische Daten des statistischen

[1] vgl. Urteile BVerwG (27.03.2013), Az. BVerwG 4 CN 7.11 und OVG NRW (28.01.2014), Az 10 A 152/13

Bundesamtes, des statistischen Landesamtes Nordrhein-Westfalen sowie Datenmaterial des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Versmold aus dem Jahr 2008[2] zur Verfügung. Nachfolgend werden die im Rahmen der Erarbeitung des vorliegenden Gutachtens durchgeführten **primärstatistischen Erhebungen** in Kürze vorgestellt.

Die **Angebotssituation** wurde durch eine flächendeckende Vor-Ort-Aufnahme der Verkaufsflächen[3] aller Einzelhandelsbetriebe im gesamten Versmolder Stadtgebiet erfasst. Die Bestandserhebung des Einzelhandels[4] wurde im Mai 2019 durchgeführt. Die Erhebung erfolgte auf Grundlage der in Tabelle 1 aufgeführten Sortimentsgruppen. Für die Darstellung und Auswertung der Einzelhandelsdaten wurden die einzelnen Sortimente den in nachfolgender Tabelle aufgeführten Branchen zugeordnet.

Tabelle 1: GMA-Branchensystematik

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

2 GMA, Einzelhandelskonzept für die Stadt Versmold, Dezember 2008

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

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

Branche	Sortimente
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf (inkl. Gartencenter, Pflanzen, Sanitär, Holz, Tapeten, Farben, Lacke), Teppiche, Bodenbeläge (Laminat, Parkett)
Optik, Hörgeräte / Uhren, Schmuck	Optik, Hörgeräte (inkl. Service-Flächen), Uhren, Schmuck
Sonstige Sortimente	Autozubehör (ohne Multimedia), Motorradzubehör, -bekleidung, Sportgeräte (Fahrräder, Camping, u. a.), Sonstiges (Musikalien, Waffen, Gebrauchtwaren, Second-Hand, Münzen, Stempel, Briefmarken, Nähmaschinen)

GMA-Darstellung 2020

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

- **Zentrale Lagen:** Lagen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Versmold.
- **Städtebaulich integrierte Lagen:** Lagen mit zusammenhängender Bebauung und Wohngebietsbezug mit Gewicht.
- **Städtebaulich nicht integrierte Lagen:** Lagen mit keinem bzw. nur geringem Wohngebietsbezug.

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

Im Rahmen intensiver Vor-Ort-Arbeiten wurden durch Mitarbeiter der GMA auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen der verschiedenen Einzelhandelslagen im Versmolder Stadtgebiet analysiert und bewertet. Die Analyse der städtebaulichen Situation stellt im Zusammenwirken mit den vorhandenen Nutzungen einen unerlässlichen Arbeitsschritt für die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche einer Kommune dar.

Zur Darstellung der Kaufkraftströme, zur Einschätzung der Einkaufs- und Verbrauchsgewohnheiten sowie zur Bewertung des Einzelhandelsstandortes wurde im Juni 2019 eine **telefonische und online-basierte Haushaltsbefragung** in Versmold durchgeführt. Die Befragung dient zur Fundierung und Anreicherung der gutachterlichen Aussagen und verbessert somit den Informationsgehalt des Konzeptes.

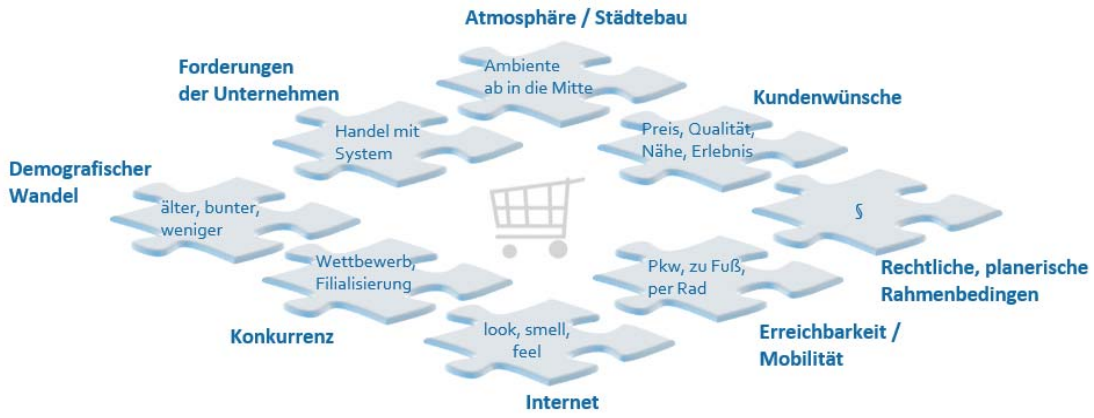
Darüber hinaus erfolgte ebenfalls von Juni bis August 2019 eine **persönliche Befragung der örtlichen Einzelhändler**, um Einschätzungen der Einzelhändler zur Einzelhandelssituation in Versmold zu erhalten sowie um Anregungen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung in der Stadt zu erfragen.

Um das Konzept möglichst transparent zu halten und einen breiten Konsens über zentrale Strategien und Maßnahmen der Einzelhandels- und Standortentwicklung herbeizuführen, wurde die Erstellung des Einzelhandelskonzeptes von einen **Arbeitskreis** (insgesamt 2 Sitzungstermine) begleitet. In diesem waren u. a. Vertreter der Stadtverwaltung Versmold, der Politik, der Industrie- und Handelskammer Ostwestfalen, der Interessengemeinschaft Einkaufsstadt Versmold (IGEV), des Handelsverbands Ostwestfalen-Lippe sowie ortsansässige Einzelhändler vertreten.

4. Allgemeine Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung

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

Abbildung 2: Wesentliche Einflussfaktoren der Handelsentwicklung



GMA-Darstellung 2020

4.1 Generelle Entwicklungen im Einzelhandel

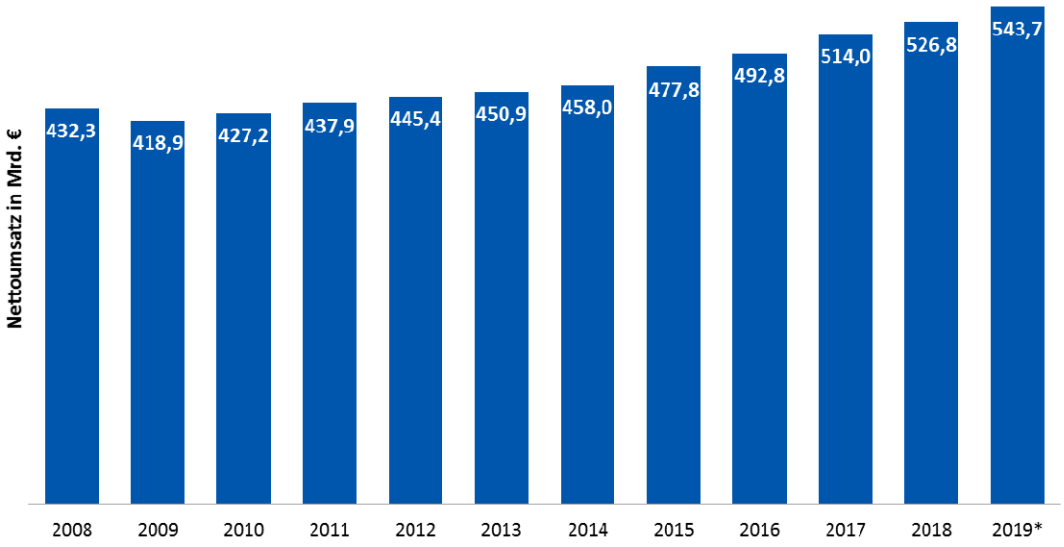
Der volkswirtschaftliche Stellenwert des Handels wird häufig unterschätzt; mit rund 523 Mrd. € Jahresumsatz[5] (vgl. Abbildung 3) ist der Handel Deutschlands drittstärkste Wirtschaftsgruppe[6]; etwa jeder sechste Arbeitsplatz kann dem Handel zugeordnet werden[7].

5 Quelle: EHI Köln, Handelsdaten aktuell 2018.

6 Quelle: Destatis, Bruttowertschöpfung nach Wirtschaftsbereichen, 2018.

7 Gerade in strukturschwächeren Gebieten ist der Einzelhandel oft wichtigster Arbeitgeber.

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

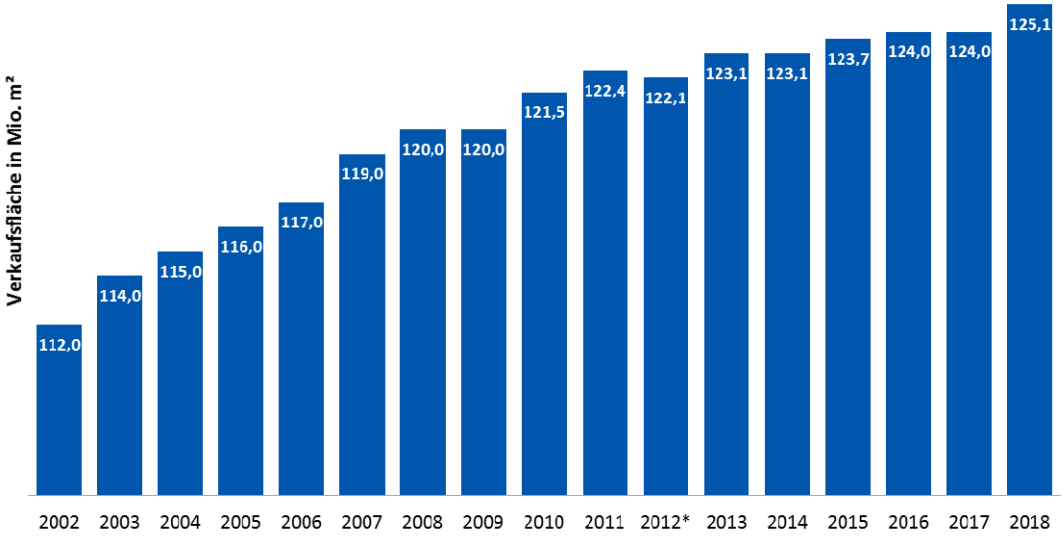


* Prognose

Quelle: Statistisches Bundesamt 2019; Handelsverband Deutschland (HDE) 2019, GMA-Darstellung 2020

Im deutschen Einzelhandel war bis 2011 – mit Ausnahme von 2009, dem Folgejahr der Weltfinanzkrise – eine beachtliche Verkaufsflächenexpansion zu beobachten. In den nachfolgenden Jahren hat sich der Verkaufsflächenzuwachs deutlich verlangsamt und war zwischenzeitlich als Folge der Schlecker-Pleite 2012 sogar durch einen leichten Rückgang gekennzeichnet (vgl. Abbildung 4).

Abbildung 4: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2002 – 2018



* bereinigt um Schlecker-Filialschließungen

Quelle: Statistisches Bundesamt 2019; Handelsverband Deutschland (HDE) 2019, GMA-Darstellung 2020

Im **Lebensmitteleinzelhandel** haben sich in Deutschland ergänzend zu Supermärkten und Großflächenkonzepten discountorientierte Angebotsformen entwickelt und fest etabliert. Dabei handelt es sich um Vertriebskonzepte, die auf eine konsequente Niedrigpreispolitik setzen. Sie verfügen aktuell über einen Marktanteil im Lebensmittelsektor von 45,6%[8]. Die anderen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels haben in den vergangenen Jahren hingegen eine unterschiedliche Entwicklung genommen. Während Supermärkte expandierten verzeichneten SB-Warenhäuser sowie kleinere Lebensmittelgeschäfte hingegen Bedeutungsverluste. So verringerte sich die Anzahl der kleinen Lebensmittelgeschäfte von ca. 11.200 (2010) auf etwa 8.600 (2018) Geschäfte[9].

Als Standorte für großflächige Discounter, Supermärkte und SB-Warenhäuser werden i. d. R. Lagen mit guter Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr und mit großen Stellplatzkapazitäten präferiert. Im Rückblick begünstigte der Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel lange die größeren Zentren. In den einwohnerschwächeren Gemeinden und Stadtteilzentren fand zunächst in vielen Fällen eine Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes statt, was v.a. im ländlichen Raum zu größeren Wegstrecken führte. Mittlerweile ist mit der fortschreitenden Verdichtung der Filialnetze eine gewisse Umkehrung dieses Trends zu beobachten**.** So rücken verstärkt auch kleinere Kommunen in den Fokus der Betreiber.

Bislang vergleichsweise unbeeindruckt vom Onlinehandel – auch aufgrund der noch geringen Marktanteile in diesem Segment[10] – expandieren Lebensmittelmärkte weiterhin. Eine IfH-Studie zur Entwicklung des Onlinehandels geht für Lebensmittelmärkte davon aus, dass der Onlinehandel mit Lebensmitteln Prognosen zu Folge bis zum Jahr 2030 um ca. das Fünffache[11] ansteigen und somit einen Durchbruch verzeichnen wird. Einige Geschäftsmodelle (z. B. Picnic, Flaschenpost) setzen bereits voll auf den Internethandel, während die großen Lebensmittelketten dieses Thema zwar z. T. ebenfalls bereits abbilden, aber ihr Logistiknetz weiterhin klar auf das stationäre Geschäft ausgerichtet haben.

4.2 Onlinehandel

Während der stationäre Einzelhandel zwischen 2008 und 2018 nur ein leichtes Plus verzeichnete, weist der Onlinehandel eine jährliche Wachstumsrate von 10 % und mehr auf. Für das Jahr 2018

8 Quelle: EHI Retail Institute, 2019, Stand: 2018

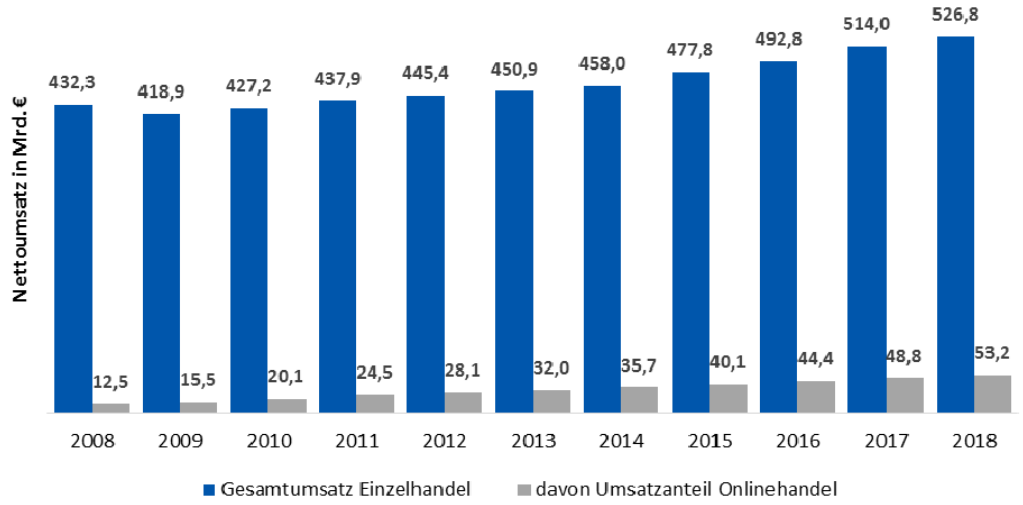
9 ebd.

10 Jüngst hat der Anbieter DHL seine Partnerschaft mit dem Onlineanbieter Amazon Fresh gekündigt, da er in den kommenden Jahren keine wesentlichen Marktanteilsgewinne mehr erwartet, s. Lebensmittelzeitung, Amazon fährt Fresh-Lebensmittel selbst aus, Artikel vom 23. August 2019.

11 Quelle: Presseartikel der IFH Köln vom 05.02.2020.

geht der Handelsverband Deutschland (HDE) von einem Nettogesamtumsatz für den Onlinehandel von 53,2 Mrd. € aus (vgl. Abbildung 5). Vergleicht man diesen Wert mit dem Umsatz des gesamten Einzelhandels für 2018, so liegt der Anteil des Onlinehandels bei rd. 10 %.

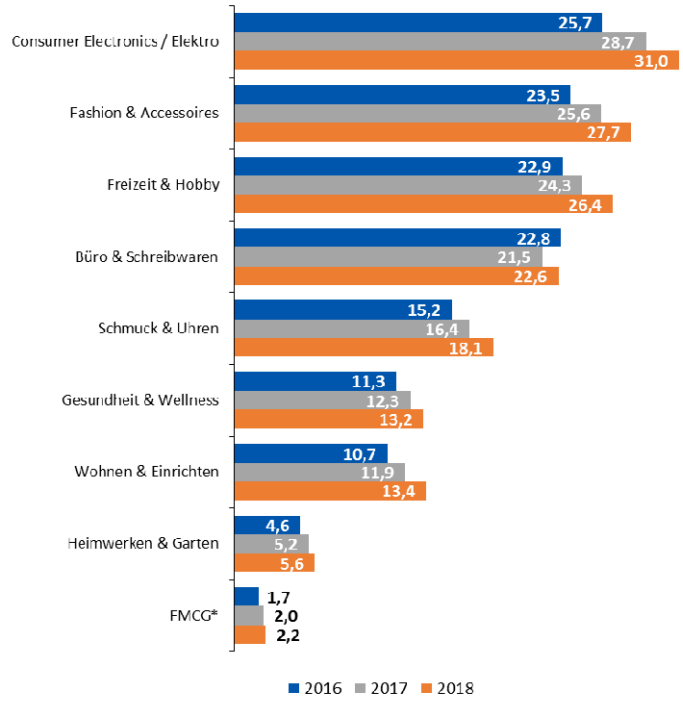
Abbildung 5: Entwicklung des Gesamtumsatzes und der Onlineumsätze im deutschen Einzelhandel



Quelle: EHI Retail Institute 2019, Handelsverband Deutschland (HDE) 2019, Statistisches Bundesamt 2019, GMA-Berechnungen 2020

Allerdings schwanken die Anteile des Onlinehandels je nach Branche stark. Während im Bereich Consumer-Electronics / Elektro und im Bereich Mode Werte von um die 30 % erreicht werden, liegt im Heimwerker- und Gartenbereich der Anteil lediglich bei unter 6 %. Insbesondere der Lebensmitteleinzelhandel und sonstige Waren des täglichen Bedarfs (sogenannte Fast Moving Consumer Goods, kurz: FMCG), die einen Großteil der Umsätze im gesamten Einzelhandel repräsentieren, weisen mit rd. 2 % immer noch sehr geringe Anteile im Onlinehandel auf (vgl. Abbildung 6).

Abbildung 6: Onlineanteil je Branche am jeweiligen Gesamtmarkt 2016 – 2018 in Prozent



Quelle: HDE Online-Monitor 2018, 2019, GMA-Darstellung 2020.
* Fast Moving Consumer Goods (FMCG): Güter des täglichen Bedarfs wie Nahrungsmittel, Hygieneartikel und Tabakwaren

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

4.3 Konsumentenverhalten im Wandel

Die starke Preisorientierung breiter Bevölkerungsschichten hat zu einer Absenkung des Qualitätsniveaus geführt; gleichzeitig profitieren an manchen Standorten auch Anbieter des hochpreisigen Segments von einer in einigen Bevölkerungsteilen gestiegenen Kaufkraft. Zudem lässt sich der Kunde immer weniger in feste Kategorien einpassen. Daher hat sich in den letzten Jahren der Typus des **„hybriden Verbrauchers“** herausgebildet (vgl. Abbildung 7). Er erwirbt beim selben Einkaufsgang teure Markenware im Fachhandel und im Anschluss Billigprodukte beim Discoun-

ter. Dies führt – in Kombination mit der zunehmenden Mobilität der Bevölkerung – zu einer deutlichen Reduzierung der Kundenbindung im Einzelhandel, die wiederrum alternative Bezugsquellen wie z. B. den Onlinehandel begünstigt.

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

GMA-Grundlagenforschung 2018

4.4 Mittelfristige Entwicklungstrends

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

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

- **Optimierung der Multi- / Omni-Channel-Konzepte**
  Die Verschmelzung des stationären Handels mit verschiedenen digitalen Vertriebskanälen wird in Kombination mit vereinfachten Zahlungsmethoden (u. a. PayPal) und neuen Social-Shopping-Anwendungen, über die der Kunde Punkte o. Ä. sammelt oder Coupons erhält (wie z. B. „H&M Club"), zunehmend an Bedeutung gewinnen. Viele Händler setzen mittlerweile auf das Prinzip „Click&Collect", wobei die Bestellung online abgewickelt wird, die Ware dann aber im nächsten Store abgeholt werden kann. Damit auch mittelständische Einzelhandelsunternehmen Online-Shops oder digitale

Schaufenster einrichten können, wurden Projekte unter dem Namen „Online-City“ oder „Digitale Einkaufsstadt“ ins Leben gerufen.

- **Erlebniswelten**
  Aufgrund des steigenden Konkurrenzdrucks im Einzelhandel besteht für die stationären Einzelhändler immer mehr die Notwendigkeit zusätzliche Anreize für Kunden zu bieten. Von Bedeutung ist hierbei die Schaffung von sog. Erlebniswelten mit einer aufwendigen Ladengestaltung und der gezielten und kreativen Inszenierung von Produkten. Ziel ist hierbei die Emotionalisierung des Einkaufs, indem eine professionelle und individuelle Gestaltung der Verkaufsräume den Kunden anzieht.

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

- **Verkaufsflächen wachsen moderat**
  Der Zuwachs weiterer Verkaufsflächen verlief in den zurückliegenden Jahren eher moderat. In einigen Branchen sind Flächenbereinigungen festzuhalten; so wird auch in Zukunft der Konsumgütereinzelhandel nicht mehr stark wachsen. Das Wachstum wird damit im Wesentlichen vom Einzelhandel des periodischen Segments (Lebensmittel, Drogeriewaren) ausgehen.

- **Filialisierungswelle hält an**
  Die Filialisierungstendenz setzt sich in nahezu allen Branchen fort. Dabei wird die Marktbedeutung von Franchiseunternehmen noch wachsen.

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

- **Fachmärkte und Discounter boomen**
  Die Umgestaltung der Einzelhandelslandschaft wird auch in den kommenden Jahren

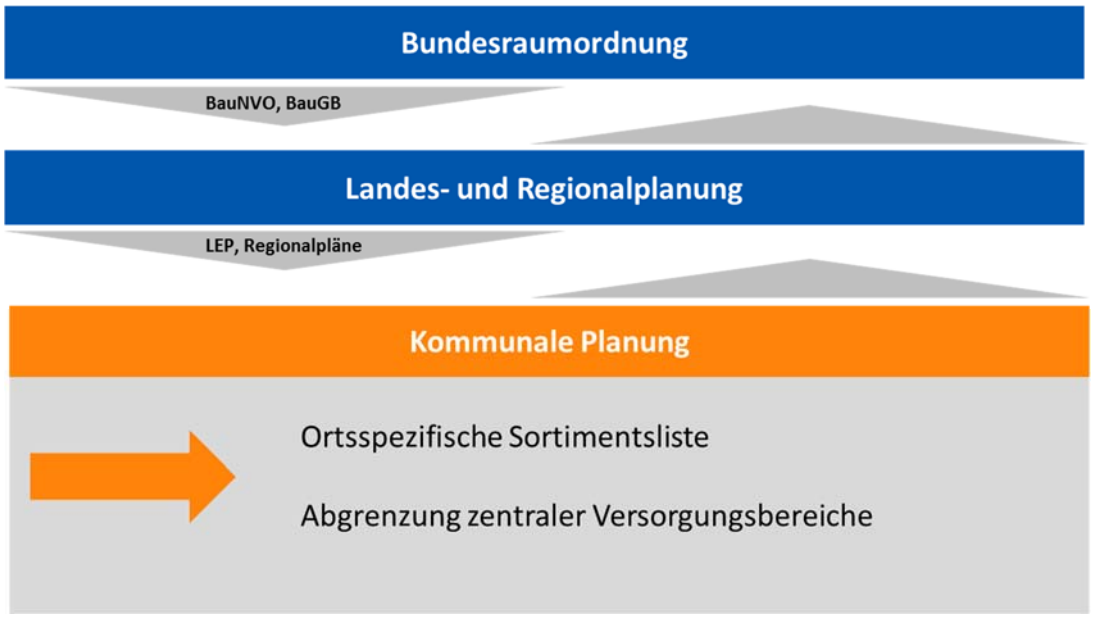
v. a. durch Nonfood-Fachmärkte und Lebensmitteldiscounter bestimmt. Beide Betriebstypen werden ihre Marktanteile weiter ausbauen.

5. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel

5.1 Bauplanungsrecht

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

Abbildung 8: Gegenstromprinzip



GMA-Zusammenstellung 2020

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

5.1.1 Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)

In Gebieten mit Bebauungsplänen kommt es auf deren Festsetzungen an. Werden in Bebauungsplänen die in der BauNVO bezeichneten Baugebiete festgelegt, sind Einzelhandelsbetriebe nach

Maßgabe der §§ 2 bis 9 BauNVO – teils ausdrücklich als Läden oder Einzelhandelsbetriebe, teils allgemein als Gewerbebetriebe – in allen Baugebieten vorgesehen:

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

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

- Stufe 1: Liegt ein großflächiger Handelsbetrieb vor? Wenn ja (über 800 m² Verkaufsfläche) dann:
- Stufe 2: Liegen Auswirkungen vor? Wenn ja: Nur im Kerngebiet oder Sondergebiet zulässig (die Regelvermutung für potenzielle Auswirkungen liegt vor, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet).

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

5.1.2 Unbeplanter Innenbereich (§ 34 BauGB)

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

In Gemengelagen, z. B. Mischgebieten, ist eine Steuerung ohne Aufstellung eines Bebauungsplans möglich. Dies soll der Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche und insbesondere dem Schutz der Angebotsstrukturen in Innenstädten dienen.

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

5.1.3 Besonderes Städtebaurecht

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

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

5.2 Landes- und Regionalplanung

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

„6.5 Großflächiger Einzelhandel

Ziele und Grundsätze

6.5-1 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen
Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung dürfen nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden.

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

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

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

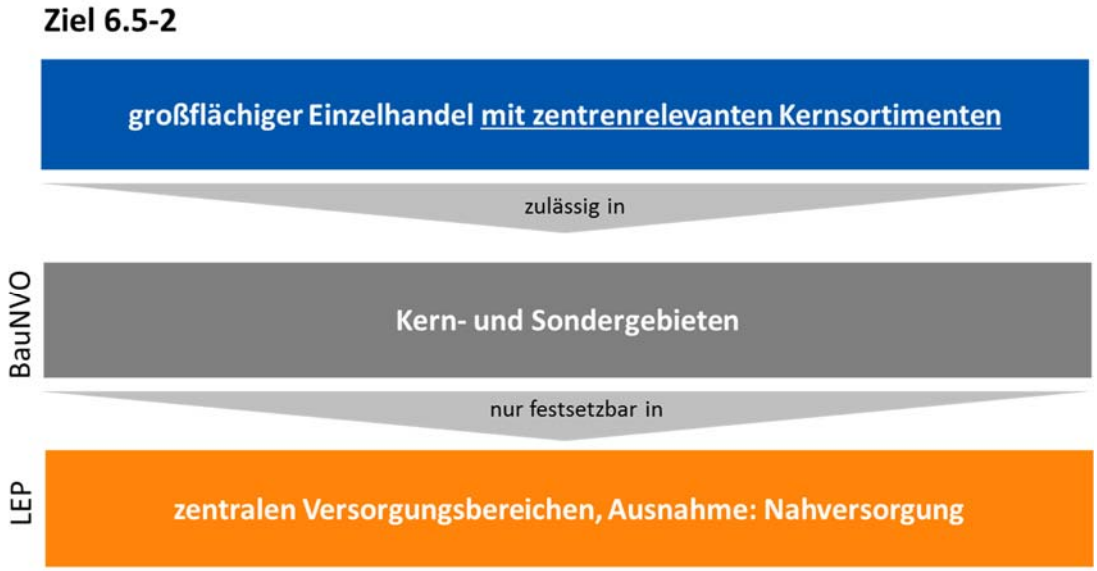
Zentrenrelevant sind

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

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

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

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



GMA-Zusammenstellung 2020

„6.5-3 Ziel Beeinträchtigungsverbot
Durch die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

6.5-4 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche
Bei der Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll der zu erwartende Gesamtumsatz der durch die jeweilige Festsetzung ermöglichten Einzelhandelsnutzungen die Kaufkraft der Einwohner der jeweiligen Gemeinde für die geplanten Sortimentsgruppen nicht überschreiten.

6.5-5 Ziel Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, relativer Anteil zentrenrelevanter Randsortimente
Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen nur dann auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden, wenn der Umfang der zentrenrelevanten Sortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche beträgt und es sich bei diesen Sortimenten um Randsortimente handelt.

6.5-6 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente
Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente eines Sondergebietes für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen 2.500 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten.

6.5-7 Ziel Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel
Abweichend von den Festlegungen 6.5-1 bis 6.5-6 dürfen vorhandene Standorte von Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen als Sondergebiete gemäß § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung dargestellt und festgesetzt werden. Dabei sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen in der Regel auf die Verkaufsflächen, die baurechtlichen Bestandsschutz genießen, zu begrenzen. Wird durch diese Begrenzung die zulässige Nutzung innerhalb einer Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit aufgehoben oder geändert, sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen auf die zulässigen Verkaufsflächenobergrenzen zu begrenzen. Ein Ersatz zentrenrelevanter durch nicht zentrenrelevante Sortimente ist möglich. Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn dadurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden erfolgt.

6.5-8 Ziel Einzelhandelsagglomerationen
Die Gemeinden haben dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche entgegenzuwirken. Darüber hinaus haben sie dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche entgegenzuwirken. Sie haben sicherzustellen, dass eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden durch Einzelhandelsagglomerationen vermieden wird.

6.5-9 Grundsatz Regionale Einzelhandelskonzepte
Regionale Einzelhandelskonzepte sind bei der Aufstellung und Änderung von Regionalplänen in die Abwägung einzustellen.

6.5-10 Ziel Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung
Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung sind, soweit von § 12 Absatz 3a Satz 1 Baugesetzbuch kein Gebrauch gemacht wird, nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Festlegungen 6.5-1, 6.5-7 und 6.5-8 entsprechen; im Falle von zentrenrelevanten Kernsortimenten haben sie zudem den Festlegungen 6.5-2 und 6.5-3, im Falle von nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten den Festlegungen 6.5-4, 6.5-5 und 6.5-6 zu entsprechen."

Der **Regionalplan bzw. der Gebietsentwicklungsplan des Regierungsbezirks Detmold**, Teilabschnitt Oberbereich Bielefeld,[12] legt darüber hinaus folgende Ziele und Grundsätze fest:

„Ziel 1
Standorte für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige Handelsbetriebe im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO sind grundsätzlich auf den Siedlungsflächen des ASB zu entwickeln. Es ist im Einzelfall im Rahmen der Bauleitplanung wie auch im Baugenehmigungsverfahren nachzuweisen, warum ein Abweichen von diesem Ziel notwendig ist.

Ziel 2
Die Gemeinden sollen bei der Fortschreibung ihrer Flächennutzungspläne – unter Beachtung der zentralörtlichen Bedeutung der Gemeinde und des kommunalen Siedlungsschwerpunktekonzeptes – grundsätzliche Aussagen über die angestrebte Einzelhandelsausstattung zur angemessenen Versorgung der Bevölkerung machen.

Ziel 3
Im ländlich strukturierten Bereich des Planungsgebietes, aber auch in den Kommunen, die von einer rückläufigen Bevölkerungsentwicklung betroffen sind, ist eine ausreichende Nahversorgung der Wohnstandorte mit Gütern des täglichen Bedarfs (Grundversorgung) zu sichern.
Eine Konzentration von großflächigen Angeboten, die der Nahversorgung dienen, auf wenige Standorte ist zu verhindern. Das Ziel ist eine möglichst ausreichende und ausgewogene, räumlich dezentrale, ortsnahe Versorgung der Bevölkerung.

Ziel 4
Neuplanungen, Erweiterungen und Umstrukturierungen von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen Handelsbetrieben im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO dürfen die vorhandenen Versorgungsfunktionen sowie die absehbaren Entwicklungsmöglichkeiten der eigenen und der benachbarten Zentren der Region nicht beeinträchtigen oder verhindern.
Bei Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen gem. § 11 Abs. 3 BauNVO ist es Aufgabe der Gemeinde darauf hinzuwirken, dass diese in Größenordnung und Standort den Zielen der Raumordnung und Landesplanung entsprechen. Die

12 Gebietsentwicklungsplan Regierungsbezirk Detmold, Teilabschnitt Oberbereich Bielefeld, Juni 2009.

Größe der Verkaufsfläche ist so zu begrenzen, dass der Einzugsbereich eines Vorhabens den zentralörtlichen Versorgungsbereich der Ansiedlungsgemeinde nicht wesentlich überschreitet."

6. Zentrale Versorgungsbereiche

6.1 Begriff „Zentraler Versorgungsbereich"

Der Begriff des „zentralen Versorgungsbereiches" ist Bestandteil der planungsrechtlichen Grundlagen und in verschiedenen Schutznormen verankert. Mit der Novellierung des Baugesetzbuches im Jahr 2004 und der Einführung des zusätzlichen Absatzes 3 in § 34 BauGB erfuhr der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches im Baugesetz einen wesentlichen Bedeutungszuwachs[13]:

- **§ 11 Abs. 3 BauNVO** weist großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige vergleichbare **großflächige Handelsbetriebe**, die sich u. a. „auf die Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche in der Stadt oder in anderen Städten nicht nur unwesentlich auswirken können", ausdrücklich nur Kerngebieten und speziell für diese Nutzung festgesetzten Sondergebieten zu.

- **§ 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB** in der seit dem 20. Juli 2004 geltenden Fassung erweitert das interkommunale Abstimmungsgebot dahin, dass sich Städte sowohl gegenüber Planungen anderer Städte als auch gegenüber der Zulassung einzelner Einzelhandelsnutzungen auf „Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche" berufen können.

- **§ 34 Abs. 3 BauGB** knüpft die Zulässigkeit von Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich, die sonst nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB zuzulassen wären, zusätzlich daran, dass von ihnen „keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Stadt oder in anderen Städten" zu erwarten sein dürfen.

- **§ 9 Abs. 2a BauGB** ermöglicht es den Städten nunmehr, für die im Zusammenhang bebauten Ortsteile i. S. v. § 34 BauGB „zur Erhaltung oder Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche" mit einem einfachen Bebauungsplan die Zulässigkeit bestimmter Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzung zu steuern.

Nach **§ 1 Abs. 6 BauGB** sind bei der Aufstellung der Bauleitpläne insbesondere „die Erhaltung und Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche" zu berücksichtigen. Durch diese unterschiedlichen Schutznormen sind zentrale Versorgungsbereiche unter verschiedenen Aspekten geschützt. Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches wurde als unbestimmter Rechtsbegriff eingeführt,

13 Quelle: Ulrich Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn, 2007, S. 77 f.

sodass keine allgemein gültige Definition vorliegt. Das OVG Münster führt in einem Urteil (Beschluss vom 11.12.2006, 7 A 964/05) hierzu aus:

> „Zentrale Versorgungsbereiche“ sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Stadt, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Stadt zukommt. Ein „Versorgungsbereich“ setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Stadt - ggf. auch nur eines Teiles des Stadtgebietes - insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind. […].

Entscheidend ist, dass der zentrale Versorgungsbereich eine städtebaulich integrierte Einzelhandelslage darstellt und nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine zentrale Funktion für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich übernimmt[14]. In diesem Bereich, ist Einzelhandel vorhanden, welcher aufgrund Qualität und Umfang einen über die eigenen Grenzen und über den unmittelbaren Nahbereich hinausgehenden Einzugsbereich hat[15].

Für einen zentralen Versorgungsbereich ist die Konzentration verschiedener Versorgungseinrichtungen maßgeblich, wobei der Einzelhandel durch Komplementärnutzungen (bspw. Dienstleister, Ärzte, Gastronomie / Hotellerie, öffentliche Einrichtungen) ergänzt wird.

6.2 Abgrenzung und Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche

Bei der Festlegung eines zentralen Versorgungsbereiches handelt es sich um eine Abwägung unterschiedlicher Kriterien, wenngleich die städtebauliche Integration und die Versorgungsfunktion als **„Muss-Kriterien“** gelten. Die Abgrenzung[16] erfolgt anhand der faktischen Prägung, wobei folgende Anforderungen mindestens erfüllt sein müssen:

- **Städtebaulich integrierte Lage:** Diese ist durch die Einbettung in eine bzw. Zuordnung zu einer zusammenhängenden Wohnbebauung charakterisiert, d. h. es muss ein baulicher Zusammenhang mit einem Wohngebietsbezug mit Gewicht vorliegen. Fußläufige Austauschbeziehungen zwischen Wohnumfeld und Einzelhandel sind Voraussetzung. Städtebauliche, natürliche oder topografische Barrieren zwischen Geschäftslage und Wohnbereichen mindern die Integrationsfähigkeit einer Lage, schließen sie jedoch per se nicht aus. Entscheidend ist die fußläufige Anbindung, welche über ergänzende Hilfsmittel (z. B. Ampelanlagen, Querungshilfen) sichergestellt werden kann. Grundlage ist die Bewertung der konkreten Situation vor Ort.
- **Zusammenhängende Versorgungslage:** Die vorhandenen oder geplanten Einzelhandelsbetriebe müssen in einem räumlichen und funktionalen Kontext stehen. Dies wird v. a. durch kurze Entfernungen zwischen den Geschäften und wenigen Lücken, d. h. reine Wohnhäuser, wahrgenommen.

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

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

16 BVerwG, Urteil vom 11.11. 2007; BVerwG, Urteil vom 17.12.2009.

- **Magnetbetriebe:** Eine hohe Kundenfrequenz wird maßgeblich von „Magnetbetrieben“ gewährleistet, wozu (großflächige) Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Drogeriemärkte, Kauf- und Warenhäuser zählen. Auch informelle Planungen können eine Rolle spielen, sofern diese von einer Kommune als Arbeitsgrundlage für ihre Planungen verwendet werden[17] und sich die Planungsabsichten bereits konkretisiert haben.[18]

- In Abgrenzung zu Solitärstandorten des Einzelhandels zeichnen sich zentrale Versorgungsbereiche durch **Einzelhandel** und **ergänzende Nutzungen** (z. B. Dienstleister, Gastronomie, Kultur, Freizeit, öffentliche Einrichtungen) aus.

- **Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus**: Die Betriebe in einem zentralen Versorgungsbereich können sowohl einen überörtlichen als auch einen auf einen bestimmten örtlich begrenzten Bereich als Versorgungsbereich abdecken. Ein übergemeindliches Einzugsgebiet ist nicht Voraussetzung. Auch Betriebe in einer Lage, welche auf die Nahversorgung eines örtlich begrenzten Einzugsgebietes zugeschnitten sind, können einen zentralen Versorgungsbereich ausmachen. Der Zweck des Versorgungsbereiches besteht in diesem Fall in der Sicherung der wohnortnahen Versorgung. Ein zentraler Versorgungsbereich muss jedoch einen über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich haben und über den unmittelbaren Nahbereich hinauswirken.

Der Idealzustand eines zentralen Versorgungsbereiches ist durch eine durchgängige, kompakte Geschäftslage gekennzeichnet. Die Längenausdehnung spielt i. S. der **fußläufigen Erreichbarkeit** eine entscheidende Rolle. Ein weiterer Faktor ist die Anbindung an den **öffentlichen Personennahverkehr** und eine ausreichende **Pkw-Erreichbarkeit**.

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

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

II. Einzelhandel in Versmold

1. Standortbeschreibung und wesentliche Strukturdaten der Stadt Versmold

Die Stadt Versmold ist landesplanerisch als Grundzentrum in einem Gebiet mit überwiegend ländlicher Raumstruktur ausgewiesen und umfasst gegenwärtig ca. 21.720 Einwohner.[19] Durch die geringe Entfernung zu den Oberzentren Bielefeld und Osnabrück sowie zu den benachbarten Mittelzentren (u. a. Halle / Westf., Gütersloh, Rheda-Wiedenbrück und Warendorf) bestehen starke Wettbewerbsbeziehungen zu anderen Einkaufsstädten der Region.

Das Stadtgebiet Vermolds ist rd. 86 km² groß[20] und gliedert sich in sechs Ortsteile. Fast die Hälfte der Einwohner lebt im Kernort Versmold (ca. 10.850 Einwohner), größere Ortsteile mit Einwohnerzahlen zwischen ca. 3.060 und 3.360 sind Loxten und Peckeloh. Demgegenüber sind Oesterweg (ca. 2.270 Einwohner) und Bockhorst (ca. 1.650 Einwohner) kleiner strukturiert. Mit nur rund 530 Einwohnern ist Hesselteich der kleinste Ortsteil der Stadt Versmold.

In den vergangenen Jahren verzeichnete die Stadt Versmold eine positive Bevölkerungsentwicklung. Die Einwohnerzahl stieg von rd. 21.180 Einwohnern im Jahr 2011[21] um rd. 2,5 % (+ ca. 540 Einwohner) bis 2018 an. Für die kommenden Jahre wird für Versmold eine negative Einwohnerentwicklung prognostiziert. Bis zum Jahr 2025 ist ein Rückgang der Bevölkerung um ca. – 2,0 % gegenüber 2018 zu erwarten.[22]

Versmold konnte in den vergangenen Jahren eine positive wirtschaftliche Entwicklung verzeichnen. Von 2011[23] bis 2018 stieg die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort um ca. 9.300 Personen an.

Zugleich weist die Stadt einen negativen Pendlersaldo auf; so stehen rd. 5.383 Einpendlern ca. 5.650 Auspendler gegenüber.[24]

Die Verkehrsanbindung der Stadt wird insbesondere über die das Stadtgebiet von Südwest nach Nordost durchquerende B 476 sichergestellt; über diese besteht auch Anschluss an die Autobahn A 33 Richtung Osnabrück in nördlicher Richtung und Bielefeld in östlicher Richtung. Die Versmolder Innenstadt wird durch die Ringstraße Münsterstraße / Westheider Weg im Nordwesten umfahren. Versmold gehört zum Verkehrsverbund Ostwestfalen-Lippe. Stadt- und Regionalbusse fahren nach Bielefeld, Halle / Westf., Borgholzhausen, Harsewinkel und Warendorf. Über den

19 Quelle: Stadt Versmold, Einwohner mit Hauptwohnsitz, Stand 31.12.2018

20 Quelle: IT.NRW 2020, Stand: 31.12.2018

21 Quelle: Stadt Versmold, Einwohner mit Hauptwohnsitz, Stand 31.12.2011

22 Quelle: IT.NRW 2020, Gemeindemodellrechnung auf Basis des Einwohnerbestandes zum 01.01.2018

23 Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2011

24 Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand 30.06.2018

Bahnhof Borgholzhausen besteht zudem eine Zuganbindung an Osnabrück sowie Bad Rothenfelde (Landkreis Osnabrück).

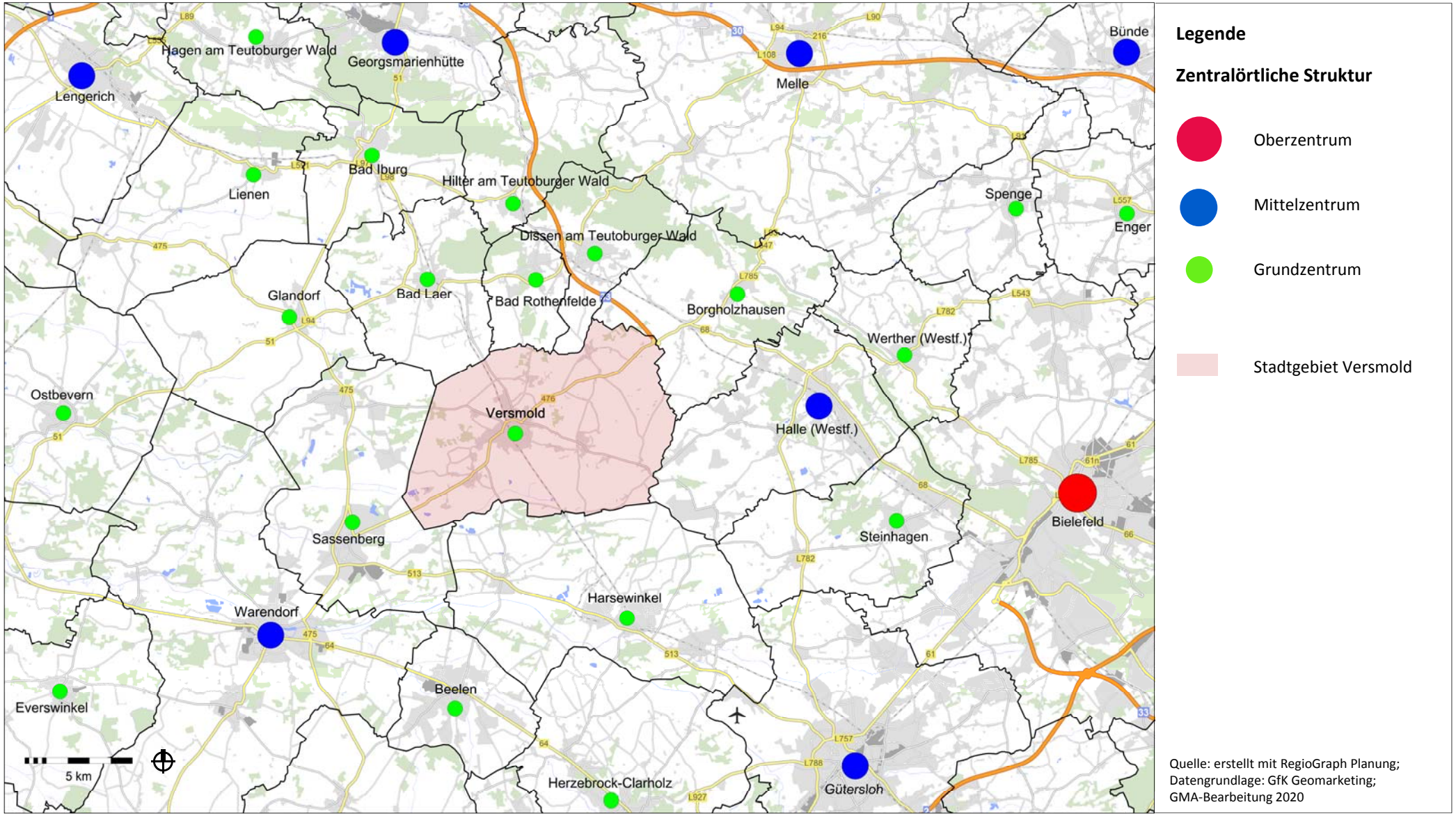
Übersicht 1: Strukturdaten der Stadt Versmold

Merkmal	Daten	
Einwohner auf Ortsteilebene[1]*	**absolut**	**in %**
Versmold (Kernort)	10.853	50,0
Bockhorst	1.648	7,6
Hesselteich	533	2,5
Loxten	3.055	14,1
Oesterweg	2.271	10,5
Peckeloh	3.362	15,5
Stadt Versmold (gesamt)	**21.722**	**100,0**
Bisherige Einwohnerentwicklung[2] - Stadt Versmold - Kreis Gütersloh - Land Nordrhein-Westfalen	2011 – 2018 + 2,9 % + 3,8 % + 2,2 %	
Zentralörtliche Funktion	Grundzentrum	
einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau 2018[3] - Stadt Versmold - Kreis Gütersloh - Land Nordrhein-Westfalen	Bundesdurchschnitt = 100 leicht unterdurchschnittlich (98,4) leicht überdurchschnittlich (102,1) durchschnittlich (99,7)	
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort 30.06.2018[4]	ca. 9.222	
Beschäftigtenentwicklung 2011[5] – 2018 - Stadt Versmold - Märkischer Kreis - Land NRW	 steigend (+ 16,4 %) stark steigend (+ 25,3 %) steigend (+ 14,9 %)	
Pendlersaldo Stadt Versmold 2018[4]	- 267	

[1] Stadt Versmold, Stand: 31.12.2018., Hauptwohnort / [2] IT NRW, Stand: 31.12. / [3] MB Research 2018 / [4] Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2018 / [5] Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2011

GMA-Zusammenstellung 2020

Karte 1: Lage der Stadt Versmold und zentralörtliche Struktur in der Region



Quelle: erstellt mit RegioGraph Planung;
Datengrundlage: GfK Geomarketing;
GMA-Bearbeitung 2020

2. Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt Versmold

Im Mai 2019 wurde durch GMA-Mitarbeiter eine Aktualisierung der Bestandsdaten des Einzelhandels in Versmold durchgeführt (vgl. Tabelle 2). Zum Zeitpunkt der Erhebungen gab es in der Stadt Versmold **insgesamt:**

- 131 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Lebensmittelhandwerks
- ca. 38.895 m² Verkaufsfläche
- ca. 90,8 Mio. € Bruttoumsatzleistung p. a.[25]

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

- 47 Betriebe (= ca. 36 % aller Betriebe)[26]
- ca. 9.770 m² Verkaufsfläche (= ca. 25 % der Gesamtverkaufsfläche)[27]
- ca. 43,6 Mio. € Bruttoumsatzleistung (= ca. 48 % des Gesamtumsatzes)

Auf die Hauptwarengruppe **Nichtlebensmittel** entfallen:

- 84 Betriebe (= ca. 64 % aller Betriebe)
- ca. 29.125 m² Verkaufsfläche (= ca. 72 % der Gesamtverkaufsfläche)
- ca. 47,2 Mio. € Bruttoumsatzleistung (= ca. 52 % des Gesamtumsatzes)

25 Umsatzschätzung auf Basis allgemeiner Handelsstatistiken sowie unter Berücksichtigung der standortbezogenen Rahmenbedingungen auf Basis intensiver Vor-Ort-Begehungen und der durchgeführten Einzelhändlerbefragung in Versmold.

26 Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

27 bereinigte Werte, d. h. Umsätze und Verkaufsflächen der Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet.

Tabelle 2: Einzelhandelsbestand nach Branchen (Gesamtstadt Versmold)

Branche	Betriebe*		Verkaufsfläche**		Umsatz** (brutto)	
	abs.	in %	in m²	in %	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	47	36	9.770	25	43,6	48
Gesundheit, Körperpflege	8	6	900	2	9,1	10
Blumen, zool. Bedarf	7	5	1.465	4	2,1	2
kurzfristiger Bedarf insgesamt	**62**	**47**	**12.135**	**31**	**54,8**	**60**
Bücher, Schreib- / Spielwaren	2	2	380	1	1,6	2
Bekleidung, Schuhe, Sport	13	10	2.885	7	6,9	8
mittelfristiger Bedarf insgesamt	**15**	**1**	**3.265**	**8**	**8,4**	**9**
Elektrowaren, Medien, Foto	7	5	495	1	2,3	3
Hausrat, Einrichtung, Möbel	11	8	6.790	17	7,6	8
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	23	18	15.240	39	13,5	15
Optik / Uhren, Schmuck	5	4	425	1	2,7	3
Sonstige Sortimente***	8	6	545	1	1,4	2
langfristiger Bedarf insgesamt	**54**	**41**	**23.495**	**60**	**27,6**	**30**
Einzelhandel insgesamt	**131**	**100**	**38.895**	**100**	**90,8**	**100**

* Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

** bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet

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

GMA-Erhebung 2019 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

3. Einzelhandelsbestand in den Versmolder Ortsteilen

Die sechs Versmolder Ortsteile weisen eine unterschiedliche Verteilung von Einzelhandelsnutzungen auf. Während die mit Abstand höchste Verkaufsflächenausstattung im Versmolder Kernort vorzufinden ist, fällt den übrigen Ortsteilen eine deutlich geringere Einzelhandelsbedeutung zu (vgl. Tabelle 3).

Tabelle 3: Einzelhandelsbestand nach Ortsteilen mit Einzelhandelsbesatz

Ortsteile	Betriebe		Verkaufsfläche*		Umsatz* (brutto)	
	abs.	in %	in m²	in %	in Mio. €	in %
Versmold Kernort	96	73	24.765	64	76,1	84
Bockhorst	9	7	710	2	2,4	3
Hesselteich	3	2	140	< 1	0,5	1
Loxten	10	8	6.370	16	7,5	8
Oesterweg	7	5	6.505	16	3,2	4
Peckeloh	6	5	405	1	1,1	1
Versmold gesamt	**131**	**100**	**38.895**	**100**	**90,8**	**100**

* bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet

GMA-Erhebungen 2019 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Für die einzelnen Ortsteile sind folgende Aspekte zusammenzufassen:

- Die größte Einzelhandelsbedeutung kommt dem **Ortsteil Versmold (Kernort)** mit 73 % der Betriebe, ca. 64 % der Verkaufsfläche und knapp 84 % des Einzelhandelsumsatzes zu. Damit sind die strukturprägenden Betriebe mit hoher Leistungsfähigkeit im einwohnerstärksten Ortsteil ansässig. Innerhalb des Ortsteils ist jedoch standortbezogen zwischen dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und den Streulagen – hierzu zählen insbesondere die Bereiche westliche Münsterstraße / Wirusstraße, Rothenfelder Straße / Westheider Weg sowie Knetterhauser Straße – zu unterscheiden. Dabei liegt der Schwerpunkt der betriebs-, verkaufsflächen- sowie umsatzbezogenen Angebote außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt. Während im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt 51 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 8.985 m² etabliert sind, weisen die Streulagen mit 44 Betrieben und ca. 15.530 m² Verkaufsfläche eine wichtige Versorgungsbedeutung für die Gesamtstadt auf.

- Im **Ortsteil Bockhorst** sind knapp 7 % der Einzelhandelsbetriebe ansässig, die auf ca. 2 % der gesamtstädtischen Einzelhandelsfläche etwa 3 % des Umsatzes erwirtschaften. Ein Teil der Betriebe, darunter ein kleiner Lebensmittelsupermarkt, ist auf die Nahversorgung der Ortsteilbevölkerung ausgerichtet; diese befinden sich in Streulage schwerpunktmäßig entlang der Dorfstraße. Darüber hinaus sind – v. a. im Bereich Bockhorster Landweg – einige kleinflächige Betriebe mit langfristigen Bedarfsgütern ansässig.

- Eine eingeschränkte Einzelhandelsbedeutung ist dem **Ortsteil Hesselteich** beizumessen. Hier sind lediglich 3 Einzelhandelsbetriebe (ca. 2 %) mit einer Gesamtverkaufsfläche von 140 m² (weniger als 1 %) ansässig. Dabei handelt es sich ausschließlich um kleinteilige Nahversorgungsbetriebe.

- Im **Ortsteil Loxten** sind derzeit 10 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 6.370 m² (ca. 2 %) vorhanden. Ein Großteil der Betriebe – u. a. die großflächigen Anbieter Hagebaumarkt und Baustoff-Centrum Linnenbecker – befindet sich im Bereich Laerstraße in dezentralen Lagen und ist vorrangig auf langfristige Bedarfsgüter ausgerichtet. Die Nahversorgung wird derzeit durch kleinflächige Angebotsformen – u. a. ein Hofladen und ein Werksverkauf – nur ausschnittweise gewährleistet.

- Insgesamt etwa 5 % der Betriebe sowie ca. 16 % der Verkaufsfläche der Stadt Versmold befinden sich im **Ortsteil Oesterweg**. Von den 7 Betrieben sind 3 Anbieter auf die Nahversorgung der Ortsteilbevölkerung mit Lebensmitteln und Getränken ausgerichtet. Während diese Betriebe nur über geringe Verkaufsflächen verfügen, entfällt der Hauptteil der Verkaufsflächen auf den Bereich Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf, der auch ein großflächiges Gartencenter umfasst.

- Eine nur begrenzte Versorgungsfunktion kommt dem **Ortsteil Peckeloh** zu, in dem 6 Betriebe (ca. 5 %) mit einer Verkaufsfläche von ca. 405 m² ansässig sind. Dabei erfüllt lediglich ein kleinstrukturierter Betrieb Nahversorgungsfunktionen, während die anderen Anbieter überwiegend auf den langfristigen Bedarf ausgerichtet sind.

4. Entwicklung des Einzelhandelsbestandes in Versmold

Nachfolgend wird eine vergleichende Betrachtung und Bewertung mit den Einzelhandelsdaten aus dem Jahr 2008[28] vorgenommen. Es ist zu berücksichtigen, dass im Vergleich zu 2008 eine z. T.

[28] vgl. GMA, Einzelhandelskonzept für die Stadt Versmold, Dezember 2008

andere Branchen- sowie Erhebungssystematik verwendet wurde.[29, 30] Eine Vergleichbarkeit wurde so gut wie möglich hergestellt.

Insgesamt ist in der Stadt Versmold zwischen den Jahren 2008 und 2019 ein deutlicher Rückgang der Einzelhandelsbetriebe zu beobachten gewesen. Während 2008 noch 166 Einzelhandelsbetriebe in Versmold vorhanden waren, ging diese Zahl bis 2019 um rd. 21 % auf 131 Betriebe zurück. Gleichzeitig war in den letzten Jahren eine moderatere Abnahme bei der Verkaufsfläche um rd. 1.905 m² (- 4,7 %) zu verzeichnen. Dies ist mitunter auf die Verkaufsflächenerweiterungen einzelner Lebensmittelbetriebe (Lidl / Knetterhauser Straße; Edeka / Münsterstraße) zurückzuführen, welche somit die Verkaufsflächenabnahme durch die Schließung von Einzelhandelsbetrieben (z. B. Schlecker, Ihr Platz, Möbelsonderverkauf Ravensberger Straße) z. T. kompensieren. Aufgrund dessen ist auch die durchschnittliche Betriebsgröße in Versmold deutlich um rd. 20 % angestiegen. Trotz der positiven Umsatzentwicklung war eine rückläufige Entwicklung der Einzelhandelszentralität zu verzeichnen. Dies hängt mit dem Einwohnerzuwachs und dem damit verbundenen deutlichen Anstieg der Kaufkraft in Versmold zusammen (vgl. Tabelle 4).

Auch für die Innenstadt von Versmold[31] kann ein deutlicher Rückgang der Betriebsanzahl von 61 auf 51 (rd. – 16 %) konstatiert werden. Hier ist v. a. auf kleinteilige Betriebsschließungen im Bereich der Berliner Straße hinzuweisen (z.B. Photostudio Wallmeier, Vanity Mode, Zoohandlung Tietze). Gleichzeitig sank die Verkaufsfläche in der Versmolder Innenstadt nur geringfügig um ca. 160 m² (rd. – 2 %). Dabei noch nicht berücksichtigt sind die Schließung des Bekleidungsgeschäftes Gerry Weber (Münsterstraße) im September 2019, die Geschäftszusammenlegung der Bekleidungsanbieter M 1 und M 10 (Münsterstraße) Anfang 2020 sowie die bekanntgegebene Geschäftsaufgabe[32] des Sportbekleidungsgeschäftes Sport total (Ravensberger Straße) voraussichtlich zum April 2020.[33] Seit 2008 ist somit eine leicht rückläufige Entwicklung des Einzelhandels in der Innenstadt von Versmold festzustellen.

29 vgl. GMA, Einzelhandelskonzept für die Stadt Versmold, Dezember 2008, Seite 2 f.

30 Das Sortiment Leuchten und Zubehör wird in der heutigen Systematik statt der Hauptwarengruppe Elektrowaren, Medien, Foto der Hauptwarengruppe Hausrat, Einrichtung, Möbel zugeordnet. Babyfachmärkte werden statt den Sortimenten Spielwaren oder Möbel den sonstigen Sortimenten zugerechnet. Des Weiteren werden die Umsätze und Verkaufsflächen der Mehrbranchenunternehmen (Warenhäuser / Kaufhäuser, Nonfood-Discounter / Sonderpostenmärkte, Babyfachmärkte, Sportfachmärkte und Einrichtungsfachmärkte ab 800 m² Verkaufsfläche, Lebensmittelmärkte ab 2.500 m² Verkaufsfläche) aufgeteilt und den jeweiligen Sortimentsgruppen zugeordnet. Im Sortiment Gesundheit, Körperpflege ist darüber hinaus zu berücksichtigen, dass bei Apotheken – anders als im Jahr 2008 – nur der Umsatz berücksichtigt wird, der durch frei verkäufliche Artikel erwirtschaftet wird.

31 Als Innenstadt von Versmold wird hier das Gebiet des zentralen Versorgungsbereiches (vgl. Kapitel IV., 3.2) verstanden.

32 vgl. hierzu Haller Kreisblatt vom 01.02.2020.

33 Diese Entwicklungen fanden im Nachgang der Bestandserhebung im Mai 2019 statt und wurden folglich nicht in den Erhebungsdaten berücksichtigt.

Tabelle 4: Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Versmold seit 2007 (Gesamtstadt)

Daten	2008*	2019**	Veränderung absolut	Veränderung in %	Tendenz
Einwohner	21.289	21.722	+ 333	+ 1,6	↗
Anzahl der Betriebe	166	131	- 35	- 21,1	↘
Anzahl der Betriebe je 1.000 Einwohner	7,8	6,0	- 1,8	--	↘
Verkaufsfläche in m²	40.800	38.395	- 1.905	- 4,7	↘
Verkaufsfläche in m² je 1.000 Einwohner	1.908	1.791	- 117	--	↘
Durchschnittliche Betriebsgröße in m²	246	297	+ 51	+ 20,1	↗
Umsatz in Mio. €	86,5	90,8	+ 4,3	+ 5,0	↗
Kaufkraft in Mio. €	109,9	128,9	+ 19,0	+ 17,3	↗
Zentralität (Einzelhandel insgesamt)	79	70	- 9	--	↘

* Einwohnerstand am 31.03.2008, nur Hauptwohnsitze; ** Einwohnerstand am 31.12.2018, nur Hauptwohnsitze;
Quelle: GMA-Erhebung 2019; GMA, Einzelhandelskonzept für die Stadt Versmold, Dezember 2008.

Betrachtet man die Verkaufsflächenentwicklung in den Branchen, so zeigt sich, dass im Großteil der Branchen ein Verkaufsflächenrückgang stattgefunden hat. Im Einzelnen ist folgendes anzumerken:

- Im Sortimentsbereich **Nahrungs- und Genussmittel** ist ein geringfügiger Verkaufsflächenzuwachs festzustellen, welcher in erster Linie mit bereits oben genannten Erweiterungen des Lebensmitteldiscounters Lidl (Knetterhauser Straße) sowie des Vollsortimenters Edeka (Münsterstraße) zusammenhängt. Gleichzeitig kam es zu Betriebsaufgaben kleinteiliger Angebotsformate wie dem Loxtener Dorfladen (Mittel-Loxten), dem Getränkefachmarkt La Bottega (Oesterweger Straße) oder der Fleischerei Niehüser-Klinksiek (Knetterhauser Straße). Insgesamt konnte in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel somit ein minimaler Verkaufsflächenzuwachs von ca. 35 m² (weniger als 1 %) verzeichnet werden.

- In der Branche **Gesundheit / Körperpflege** ist insbesondere auf den Wegfall von zwei Schlecker-Filialen sowie einer Ihr-Platz-Filiale im Stadtgebiet Versmolds hinzuweisen. In Summe ist damit eine Verkaufsflächenabnahme von - 405 m² (rd. - 31 %) zu konstatieren.

- Im Bereich **Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf, Zeitschriften** lässt sich ein deutlicher Verkaufsflächenrückgang beobachten, welcher vor allem darauf zurückzuführen ist, dass die Verkaufsfläche des Gartencenters Pflanzen Meyer im Konzept von 2008 noch dem Sortiment Blumen, Pflanzen zugeordnet wurde. Im Jahr 2019 wurde der

großflächige Anbieter hingegen unter dem Sortiment Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf gefasst. Zudem lässt sich in den vergangenen Jahren der Wegfall mehrerer Blumengeschäfte (u. a. Versmolder Blumenhof, Blumen Ludewig) feststellen.

- In der Hauptwarengruppe **Bücher, Schreib- und Spielwaren** sind verschiedene kleinteilige Veränderungen zu beobachten gewesen, wobei die Verkaufsflächengröße um etwa 85 m² (rd. - 18 %) gesunken ist.

- Im Sortiment **Bekleidung, Schuhe, Sport** hat sich die Verkaufsflächengröße um etwa 255 m² (rd. - 8 %) verringert. Den Ansiedlungen vereinzelter Bekleidungsanbieter wie M 10[34] (jeweils in der Münsterstraße) stehen die Geschäftsaufgaben einiger kleinteiliger bis mittelgroßer Bekleidungsgeschäfte (z. B. Cecil / Street One oder Pe Neu Jeans & Mode in der Münsterstraße) gegenüber.[35]

- Im Bereich **Elektrowaren, Medien, Foto** lässt sich der Verkaufsflächenrückgang in erster Linie auf die unterschiedliche Branchensystematik zurückführen, da der Anbieter Leuchten Max sowie die Randsortimente Leuchten und Zubehör des Hagebaumarktes und des Raumausstatters Wohnstore Stelter nicht länger Elektrowaren, sondern den Sortimenten Hausrat, Einrichtung, Möbel zugeordnet werden. Insgesamt ist hier eine Verkaufsflächenabnahme von etwa 780 m² (rd. - 61 %) festzustellen.

- Der Sortimentsbereich **Hausrat, Einrichtung, Möbel** weist gegenüber 2008 eine deutliche Verkaufsflächenzunahme von 2.660 m² (rd. + 64 %) auf. Dieser Zuwachs ist zum einen auf die bereits genannten Differenzen in der Branchensystematik und zum anderen auf die unterschiedliche Einordnung des Raumausstatters Wohnstore Stelter, welcher 2008 noch dem Bereich Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf zugeordnet war, zurückzuführen. Daneben sind verschiedene Geschäftsaufgaben, wie die des Möbelsonderverkaufs in der Ravensberger Straße, zu nennen.

- In der Hauptwarengruppe **Bau-, Heimwerker und Gartenbedarf** ist zwischen den Jahren 2008 und 2019 ein Verkaufsflächenzuwachs von rd. 2.085 m² (ca. + 16 %) feststellbar. Die Zunahme der Verkaufsfläche lässt sich vornehmlich durch Erhebungsdifferenzen begründen – zu nennen sind hier insbesondere die abweichende Einordnungen der Anbieter Pflanzen Meyer und Wohnstore Stelter(siehe oben).

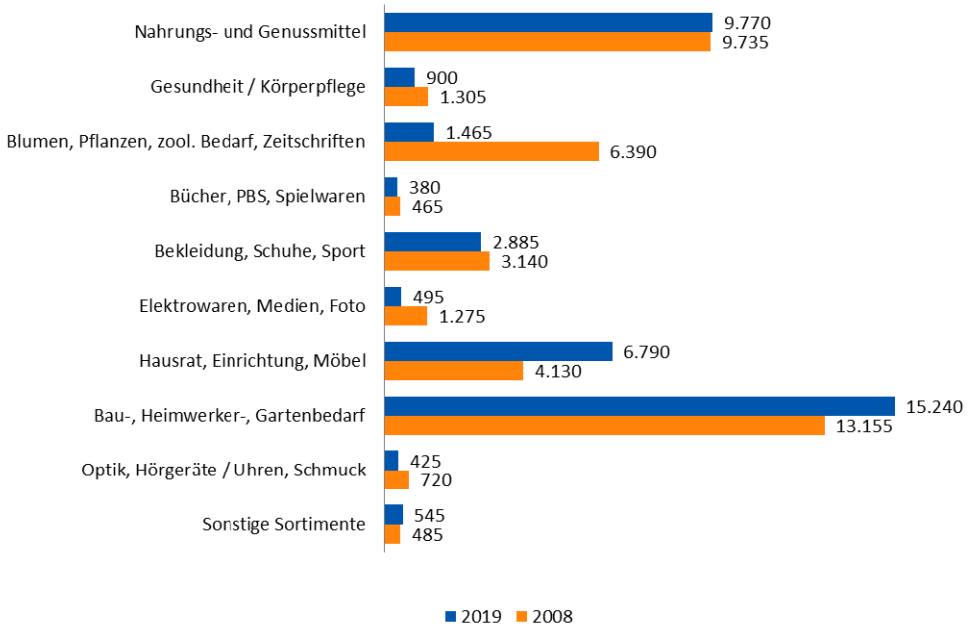
34 zwischenzeitlich mit dem Bekleidungsgeschäft M 1 zusammengelegt.

35 im Nachgang der Bestandserhebung wurde zusätzlich die Gerry-Weber-Filiale in der Münsterstraße geschlossen und die Geschäftsaufgabe des Sportbekleidungsanbieters Sport total in der Ravensberger Straße bekanntgegeben.

- Im **Bereich Optik / Hörgeräte, Uhren / Schmuck** sind Verkaufsflächenrückgänge von rd. 295 m² (rd. -41 %) zu beobachten, welche ebenfalls auf Erhebungsdifferenzen[36] beruhen. Gegenüber 2008 ist die Neueröffnung des Anbieters Phönix Hör- und Sehzentrum in der Berliner Straße hervorzuheben.

- In Bezug auf die **sonstigen Sortimente** lässt sich insgesamt eine leicht positive Verkaufsflächenentwicklung (rd. +12 %) konstatieren, wobei hier noch einmal auf die unterschiedliche Erhebungssystematik zu verweisen ist. Als wesentliche Neueröffnung ist die Ansiedlung des Sonderpostenmarktes Tedi in der Berliner Straße zu nennen. Demgegenüber stehen die Geschäftsschließungen von drei kleineren Fahrradfachgeschäften in Versmold.

Abbildung 10: Verkaufsflächenvergleich* 2008 / 2019



* Verkaufsflächenveränderung, absolut in m²; Differenz z. T. durch abweichende Branchen- und Erhebungssystematik; GMA-Berechnungen 2020 (ca.-Werte, gerundet)

5. Nahversorgungssituation in Versmold

5.1 Entwicklung der Nahversorgung

Ein wichtiges Ziel der Versmolder Einzelhandelspolitik stellt die Sicherung und Weiterentwicklung der Nahversorgung im Stadtgebiet dar. Die wesentlichen Träger der Nahversorgung stellen dabei Lebensmittelmärkte dar, wobei zwischen folgenden Betriebstypen zu unterscheiden ist:

36 Im Konzept von 2008 wurden die Sortimente Uhren, Schmuck, Optik und Sportgeräte zu einer Hauptwarengruppe zusammengefasst. Im Vergleich dazu werden im Konzept von 2020 Sportgeräte der Hauptwarengruppe sonstige Sortimente zugeordnet.

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

Betriebstyp	Verkaufsflächengröße in m²	Sortimentsschwerpunkt[1]	durchschnittliche Anzahl der Artikel[1]	Einordnung der Nahversorgungsfunktion
SB-Warenhaus	> 5.000	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 8 %	16.470 (34 %) 7.900 (16 %) 25.400 (50 %) Gesamt: 48.870	aufgrund der meist großen Verkaufsflächen ist der Betriebstyp oft nur schwer in zentralen Lagen integrierbar; spricht weites Einzugsgebiet an, daher häufig nur geringe Nahversorgungsfunktion
Großer Supermarkt	2.500 – 5.000	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 17 %	15.730 (62 %) 4.825 (20 %) 4.450 (18 %) Gesamt: 25.005	aufgrund hoher Flächenanforderungen häufig nur schwer in Wohngebietslagen integrierbar
Supermarkt	1.500 – 2.500	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 21 %	8.995 (76 %) 2.030 (17 %) 805 (7 %) Gesamt: 11.830	maßgeblicher Träger der Nahversorgung; häufig Magnet und Frequenzbringer in Neben- und Nahversorgungszentren und auch kleinen Gemeinden
Discounter	800 – 1.300	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 28 %	1.755 (76 %) 265 (9 %) 275 (15 %) Gesamt: 2.295	in Standort- und Anbieterabhängigkeit teils wichtige Nahversorgungsfunktion
Lebensmittelhandwerk	i. d. R. < 100	Metzgerei- und Bäckereiartikel	keine Angaben	Rückgrat der Nahversorgung, v. a. im ländlichen Raum und in peripher gelegenen Stadtteilen; z. T. inkl. Ergänzungssortimente

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

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

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

GMA-Zusammenstellung 2020

5.2 Bewertung der Nahversorgungssituation in der Stadt Versmold

Zur **Bewertung der räumlichen Versorgungssituation** und zur Ableitung von Entwicklungspotenzialen für die Stadt Versmold werden um die wesentlichen Lebensmittelmärkte (größer 350 m² Verkaufsfläche) 700 m-Radien gelegt, die den Bereich der fußläufigen Erreichbarkeit markieren. Der Radius (Luftlinienentfernung) von 700 m wird unter Berücksichtigung des demografischen Wandels im Sinne einer fußläufigen Nahversorgung als sinnvoll erachtet[37] und entspricht einer theoretischen fußläufigen Zeitdistanz von ca. zehn Minuten Gehzeit.

[37] Beispielsweise zitiert der Einzelhandelserlass in Nordrhein-Westfalen aus dem Jahr 2008 die Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“, wonach auch bei großflächigen Lebensmittelmärkten nicht von Auswirkungen auszugehen ist, wenn deren (voraussichtlicher)

Da es sich bei der Darstellung nach 700 m- Nahversorgungsradien lediglich um eine sehr theoretische Betrachtung der Versorgungssituation handeln würde, bei der u. a. topografische sowie örtliche städtebauliche Gegebenheiten (z. B. Autobahnen oder Bahntrassen als Zäsur) unberücksichtigt bleiben, wird auch die tatsächliche fußläufige 10 Minuten-Netzabdeckung dargestellt, sodass die örtlichen siedlungsstrukturellen Gegebenheiten Berücksichtigung finden.[38]

Die innerhalb dieser Bereiche gelegene Bevölkerung wird als „versorgt", die außerhalb einer tatsächlichen fußläufigen Entfernung von 700 m zu einem Lebensmittelmarkt wohnhafte Bevölkerung als „nicht versorgt" klassifiziert (vgl. Karte 2). Bei Betrachtung der Nahversorgungssituation ist zudem zu berücksichtigen, dass die Versorgungswege für bestimmte Personengruppen (v. a. weniger mobile und ältere Personen) tendenziell länger werden.

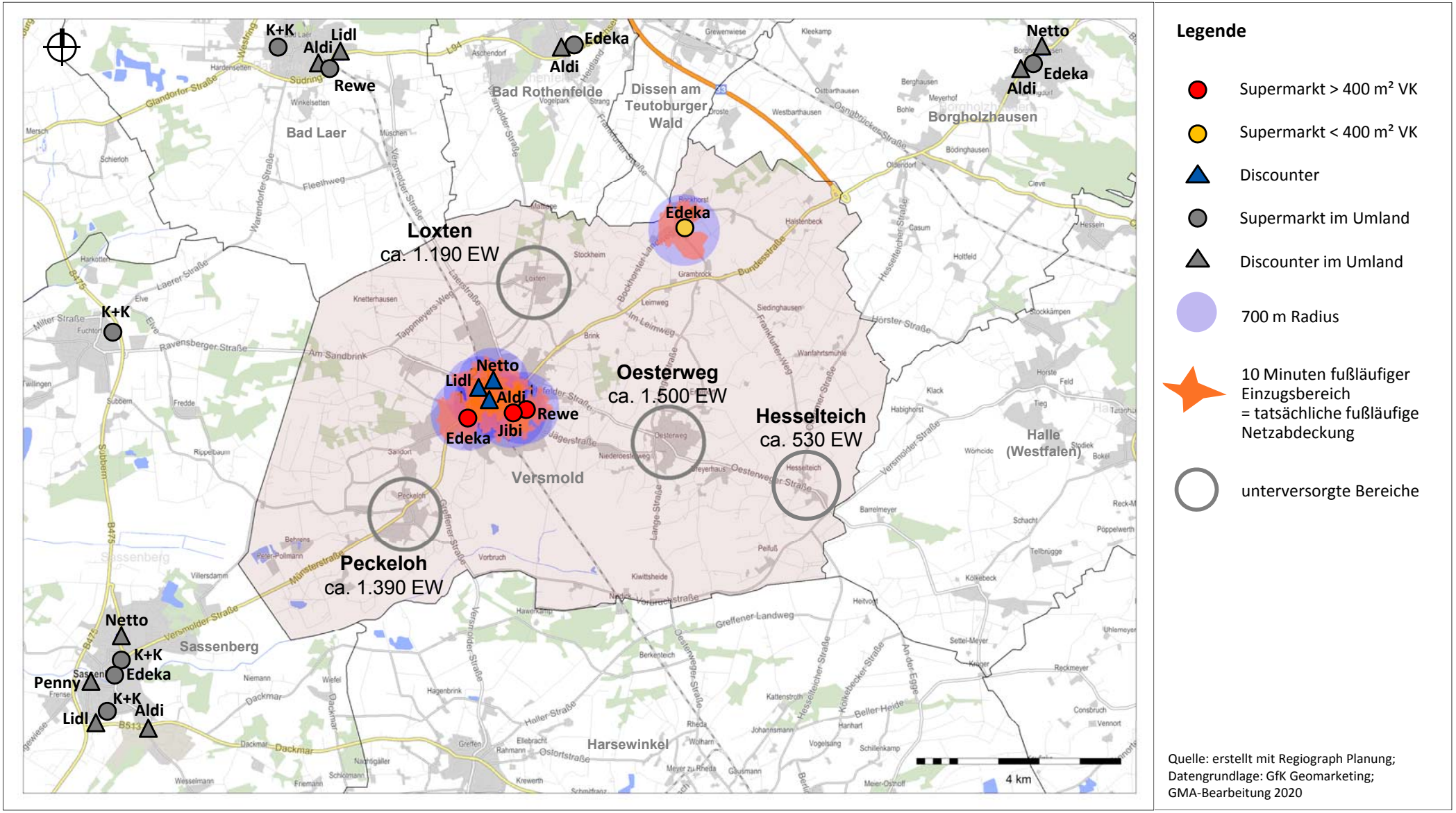
Im fußläufigen Nahbereich der wesentlichen Lebensmittelmärkte in Versmold leben insgesamt rd. 8.760 Einwohner. Dies entspricht rd. 40 % der Einwohner innerhalb des gesamten Stadtgebietes von Versmold. Allein auf den Kernort Versmolds bezogen leben rd. 73 % der Einwohner (ca. 7.950 Einwohner) innerhalb des fußläufigen Nahbereichs der ansässigen Lebensmittelmärkte.

Räumlich betrachtet, konzentrieren sich die Lebensmittelbetriebe – mit Ausnahme des Nahversorgermarktes Edeka Niemöller in Bockhorst – ausschließlich auf den Kernort Versmolds. Damit ist die fußläufige Erreichbarkeit von einem Großteil des Siedlungsgebietes des Kernortes sowie dem Ortsteil Bockhorst aus gegeben. In den weiteren Ortsteilen Versmolds (Loxten, Oesterweg, Hesselteich und Peckeloh) existieren keine weiteren wesentliche Lebensmittelanbieter, sodass diese Ortsteile größtenteils über den Kernort mitversorgt werden müssen. Dies ist für Ortsteile mit geringen Einwohnerpotenzialen jedoch nicht unüblich.

Gesamtumsatz – neben Standort und Sortiment – 35 % der relevanten Kaufkraft der Bevölkerung im Nahbereich nicht übersteigt. Als Nahbereich ist in Abhängigkeit von den siedlungsstrukturellen und zentralörtlichen Gegebenheiten ein Radius von ca. 700 – 1.000 m anzusetzen.

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

Karte 2: Nahversorgungssituation in Versmold und im Umland



Legende

- Supermarkt > 400 m² VK
- Supermarkt < 400 m² VK
- Discounter
- Supermarkt im Umland
- Discounter im Umland
- 700 m Radius
- 10 Minuten fußläufiger Einzugsbereich = tatsächliche fußläufige Netzabdeckung
- unterversorgte Bereiche

Quelle: erstellt mit Regiograph Planung;
Datengrundlage: GfK Geomarketing;
GMA-Bearbeitung 2020

Unter **quantitativen** Gesichtspunkten ergeben sich für die Nahversorgungssituation der Stadt Versmold noch Entwicklungspotenziale. Bezogen auf die Gesamtstadt beträgt die Verkaufsflächenausstattung mit Lebensmittelmärkten[39] 286 m² je 1.000 Einwohner und liegt somit deutlich unter dem Bundesdurchschnitt von 437 m² je 1.000 Einwohner.[40]

Hinsichtlich der **qualitativen Bewertung** der Nahversorgung ist zunächst festzuhalten, dass in Versmold mit drei Vollsortimentern (Rewe Rädel, Edeka Farthmann, Jibi), drei Discountern (Lidl, Aldi, Netto) sowie einem Nahversorgermarkt (Edeka Niemöller) ein ausgewogener Mix verschiedener Betriebstypen ansässig ist. Ergänzt wird das Angebot an Lebensmitteln durch Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien) sowie kleinere Spezialisten (z. B. Feinkostgeschäfte, Hofläden, ethnischer Supermarkt). Der Großteil der Supermärkte und Discounter verfügt über durchschnittliche bis zeitgemäße Marktauftritte. Modernisierungs- bzw. Erweiterungsbedarf besteht vor allem für den Anbieter Rewe Rädel in der Innenstadt Versmolds, dessen Verkaufsflächendimensionierung und Erscheinungsbild nicht mehr zeitgemäß ist.

6. Nachfragesituation

6.1 Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Versmold

Als Marktgebiet wird der Raum bezeichnet, in dem sich die Verbraucher zum Einkauf überwiegend auf den Einzelhandelsstandort orientieren. Bei der Abgrenzung wurden folgende Kriterien herangezogen:

- Angebotssituation in Versmold und im Umland
- siedlungs- und zentralörtliche Strukturen in Versmold und im Umland
- verkehrliche Gegebenheiten und die damit zusammenhängenden Zeit-Distanz-Werte

Vor dem Hintergrund der örtlichen Gegebenheiten sowie der Analyseergebnisse ist davon auszugehen, dass sich das Marktgebiet der Stadt Versmold derzeit im Wesentlichen auf das Stadtgebiet selbst beschränkt. Ausnahmen sind einige Spezialbetriebe (z. B. Hagebaumarkt), welche Einzugsgebiete erschließen, die über die Stadt Versmold hinausgehen. Diese Einkaufsverflechtungen rechtfertigen allerdings nicht die Ausweisung eines übergemeindlichen Einzugsgebietes. Das Marktgebiet umfasst damit ein Einwohnerpotenzial von rd. 21.722 Einwohnern.[41]

39 Bei der Berechnung der Verkaufsflächenausstattung mit Lebensmittelmärkten in Versmold wurden alle Lebensmittelbetriebe ab 350 m² Verkaufsfläche (inkl. Edeka Niemöller in Bockhorst) berücksichtigt

40 Quelle: EHI handelsdaten aktuell, 2019, bezogen auf Lebensmittelmärkte (inkl. SB-Warenhäuser) ab 400 m² Verkaufsfläche

41 Quelle: Stadt Versmold, Stand: 31.12.2018, nur Hauptwohnsitze

6.2 Kaufkraftpotenzial für den Versmolder Einzelhandel

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft (inkl. Apotheken und Ladenhandwerk) pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland derzeit bei ca. 6.035 €.

Davon entfallen auf

- Nahrungs- und Genussmittel ca. 2.210 € p. a.
- Nichtlebensmittel ca. 3.825 € p. a.

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft der lokale Kaufkraftkoeffizient zu berücksichtigen. Für die Stadt Versmold liegt dieser mit 98,7 geringfügig unter dem Bundesdurchschnitt.[42]

Bei Zugrundelegung der aktuellen Einwohnerwerte und des Kaufkraftniveaus errechnet sich für die Stadt Versmold ein jährliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen von

ca. 128,9 Mio. €.

Nach Branchen und Bedarfsbereichen differenziert verteilt sich das Kaufkraftvolumen für die Stadt Versmold wie in nachfolgender Tabelle dargestellt.

Tabelle 5: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. € in Versmold

Sortiment	Kaufkraft in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	47,2
Gesundheit, Körperpflege	9,6
Blumen, zool. Bedarf	4,2
kurzfristiger Bedarf insgesamt	**61,0**
Bücher, Schreib- / Spielwaren	5,3
Bekleidung, Schuhe, Sport	15,7
mittelfristiger Bedarf insgesamt	**21,0**
Elektrowaren, Medien, Foto	12,0
Hausrat, Einrichtung, Möbel	13,1
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	11,1
Optik / Uhren, Schmuck	3,3
Sonstige Sortimente*	7,4
langfristiger Bedarf insgesamt	**46,9**
Einzelhandel insgesamt	**128,9**

*sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwaren);
GMA-Berechnungen 2020 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

42 Verwendung regionaler Kaufkraftkennziffern von MB Research, 2018: Werte über 100 deuten auf einen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt höheres Kaufkraftniveau, Werte unter 100 auf ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Niveaus hin.

6.3 Kaufkraftströme

Bei der Berechnung der Kaufkraftströme wird ermittelt, wie viel der Kaufkraft der Wohnbevölkerung durch den Versmolder Einzelhandel vor Ort gebunden wird (Kaufkraftbindung), wie viel Kaufkraft an andere Einkaufsstandorte[43] außerhalb des Stadtgebietes fließt (Kaufkraftabfluss) und wie hoch der Umsatz des Versmolder Einzelhandels mit auswärtigen Kunden ist (Kaufkraftzufluss).

Zur Ermittlung der Kaufkraftbewegungen konnte auch auf die Ergebnisse der Haushalts- und Einzelhändlerbefragungen zurückgegriffen werden (vgl. Kapitel III., 2.).

Durch Gegenüberstellung der Umsatzleistung durch die Wohnbevölkerung der Stadt Versmold mit dem Kaufkraftpotenzial in Versmold lässt sich die **Kaufkraftbindung** bezogen auf die Wohnbevölkerung ermitteln. Für den Einzelhandel der Stadt Versmold insgesamt stellt sich die in der folgenden Abbildung dargestellte Bilanz dar.

Abbildung 11: Kaufkraftbindung in Versmold

GMA-Berechnung 2020 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Der Einzelhandel in der Stadt Versmold bindet gegenwärtig ca. 60 % der vorhandenen Kaufkraft, d. h. ca. 40 % der örtlichen Kaufkraft fließt an andere Einkaufsorte außerhalb des Versmolder Stadtgebietes ab. Bei den Kaufkraftbewegungen bestehen branchenspezifisch große Unterschiede:

- Die höchste bzw. beste Kaufkraftbindungsquote wird im **kurzfristigen Bedarfsbereich** und hier insbesondere im Nahrungs- und Genussmittelsektor erreicht (ca. 85 %), gefolgt von Gesundheit / Körperpflege (ca. 80 %). Auch bei sehr guter Ausstattung sind Kaufkraftbindungsquoten bei Nahrungs- und Genussmitteln selten höher als 95 %, da ein Teil der Einwohner aufgrund von Pendlerbeziehungen o. ä. naturgemäß an anderen Standorten einkaufen. Insofern ist dieser Wert nur noch leicht steigerbar. Die relativ hohe Kaufkraftbindung im Bereich Gesundheit / Körperpflege ist insbesondere

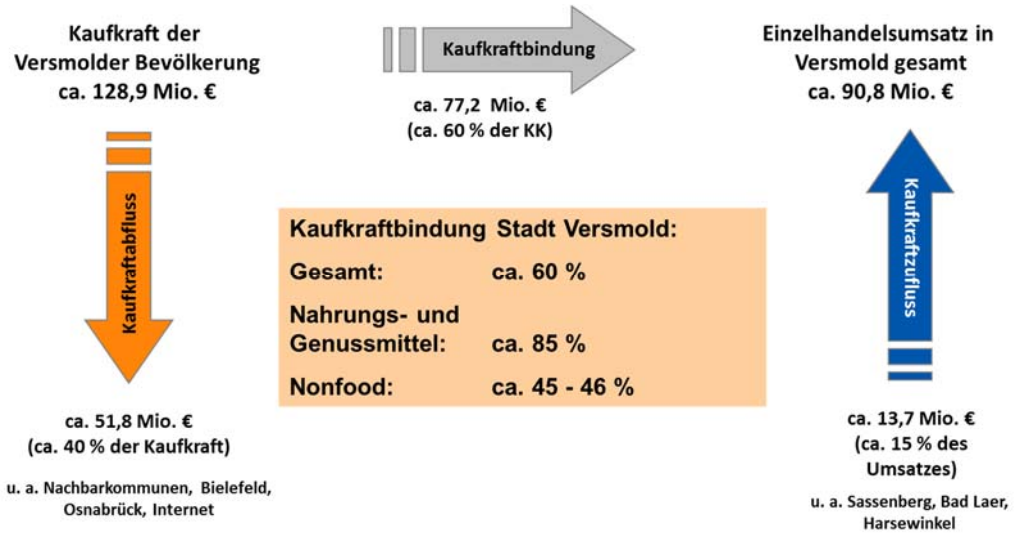
[43] inkl. Online- und Versandhandel

auf den in Versmold ansässigen Drogeriefachmarkt Rossmann sowie die vorhandenen Apotheken und Sanitätshäuser zurückzuführen. Im Bereich Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf sind höhere Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen, da in Versmold mit dem Anbieter Fressnapf nur ein wesentlicher Fachmarkt im Stadtgebiet vorhanden ist.

- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** werden Kaufkraftbindungsquoten von rd. 32 – 33 % erreicht. Im Sortiment Bücher, Schreib- und Spielwaren (Kaufkraftbindung ca. 25 %) wird das Angebot in erster Linie durch den Buch- und Schreibwarenanbieter Krüger sowie den Spielwarenanbieter Knetter getragen. Im Sortiment Bekleidung, Schuhe, Sport (Kaufkraftbindung ca. 35 %) sind in Versmold neben verschiedenen Fachgeschäften auch kleinere Fachmärkte (u. a. Takko, kik, NKD) vorhanden, wobei insbesondere in den Segmenten Junge Mode und Herrenbekleidung nur ein geringes Angebot vorliegt und hier somit auch stärkere Kaufkraftabflüsse an Wettbewerbsstandorte wie z. B. Bielefeld und Osnabrück bestehen. Grundsätzlich stellen die Kaufkraftbindungsquoten in diesem Bedarfsbereich für ein Grundzentrum jedoch nur schwer steigerbare Werte dar, zumal ein Teil der Kaufkraft in diesem Bedarfsbereich an starke Einzelhandelsstandorte in den umliegenden Mittel- und Oberzentren abfließt. Insofern sind einer Steigerung der Kaufkraftbindungsquoten in diesen Sortimenten Grenzen gesetzt.

- Leicht stärkere Kaufkraftbindungsquoten werden mit rd. 44 % im **langfristigen Bedarfsbereich** erzielt, wobei sich die Werte branchenspezifisch zwischen 15 % und 90 % bewegen. Während die Kaufkraftbindungsquote in der Hauptwarengruppe Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf mit rd. 90 % mehr als zufriedenstellend und nicht mehr steigerbar ist, fließt aufgrund des geringen Angebotes insbesondere in den sonstigen Sortimenten (15 %) und den Sortimenten Elektrowaren, Medien, Foto (ca. 18 %) Kaufkraft deutlich ab. Im Bereich Hausrat, Einrichtung, Möbel (Kaufkraftbindung ca. 40 %) macht sich bemerkbar, dass – trotz einiger kleinerer Anbieter wie Möbel Bartels und Dänisches Bettenlager – ein Großteil der Kaufkraft v. a. an Angebotsstandorte ins Umland abfließt, begründet durch das Fehlen eines größeren Möbelanbieters im Versmolder Stadtgebiet.

Abbildung 12: Kaufkraftströme in Versmold



GMA-Berechnungen 2020 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

7. Ausgewählte Versorgungs- und Produktivitätskennziffern

7.1 Ausstattungskennziffern

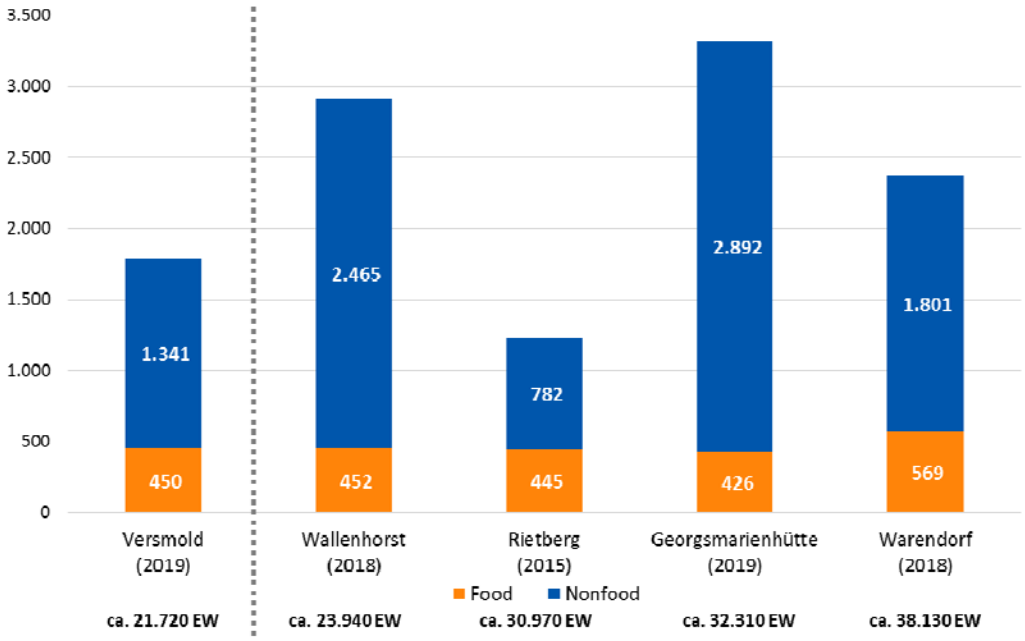
Die vergleichende Betrachtung ausgewählter Einzelhandelskennziffern ergänzt die absoluten Angaben zum Einzelhandelsbestand und dient der Bewertung des Versorgungsangebotes der Stadt Versmold. Hierzu ist anzumerken, dass dieser Kennziffernvergleich lediglich einen Anhaltspunkt zur Bewertung der Ausstattung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

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

Der **Vergleich der Verkaufsflächenausstattung** in Versmold mit Kommunen im Umland mit ähnlichen Einwohnerzahlen zeigt, dass in der Stadt Versmold eine leicht unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung besteht. Die hier zugrunde gelegten Daten basieren auf den jeweiligen kommunalen Einzelhandelskonzepten, die z. T. auf anderen Erhebungssystematiken (z. B. bereinigte / unbereinigte Verkaufsflächen in Mehrbranchenunternehmen) basieren. Aus diesem Grund ist eine direkte Vergleichbarkeit nicht gegeben, vielmehr liefert die Darstellung nur Anhaltswerte.

Im Vergleich zu Kommunen ähnlicher Größe zeigt sich Versmold im Bereich Nahrungs- und Genussmittel durchschnittlich ausgestattet. Bei Nichtlebensmitteln wird die Verkaufsflächenausstattung Versmolds von den Städten Georgsmarienhütte und Warendorf sowie von der Gemeinde Wallenhorst deutlich übertroffen (vgl. Abbildung 13).

Abbildung 13: Relative Verkaufsflächenausstattung der Stadt Versmold im Vergleich mit anderen Kommunen (Verkaufsfläche in m² pro 1.000 Einwohner)



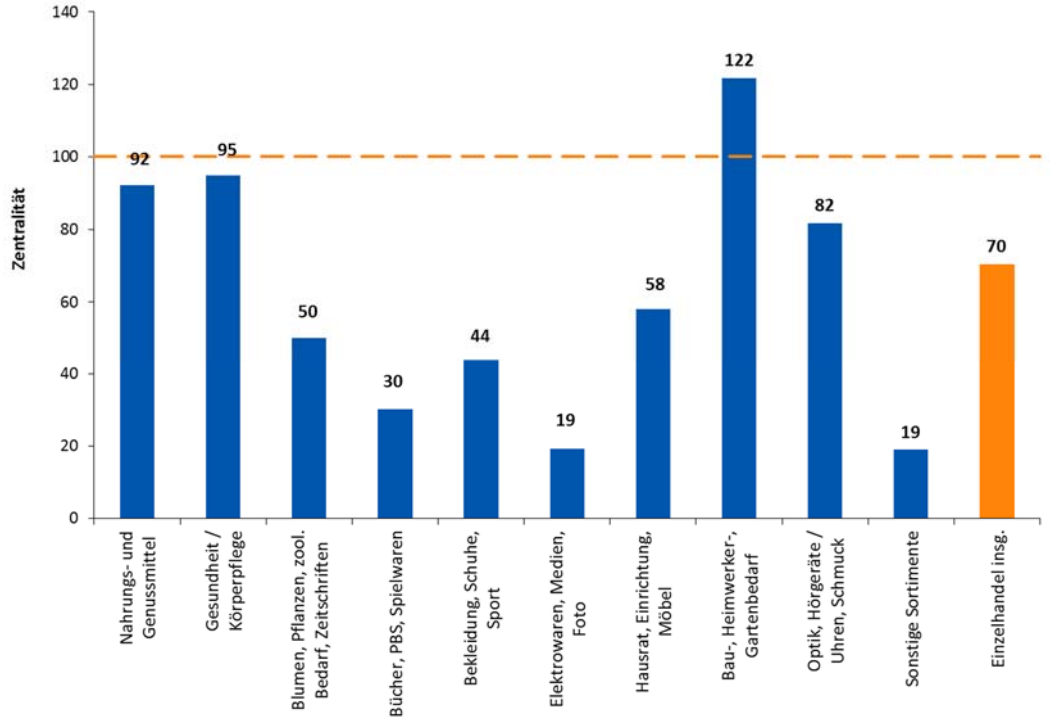
Quelle: GMA-Erhebung 2019; CIMA, Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Wallenhorst, Entwurf, 2018; Stadt + Handel, Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Rietberg, 2018; Peter Urban Berger / BBE, Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Georgsmarienhütte, Fortschreibung 2019; Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen, Stadt Warendorf Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts, 2018

7.2 Zentralitätskennziffer

Als wichtige Orientierung für die Versorgungsbedeutung einer Stadt sowie für deren Entwicklungspotenzial dient die Zentralitätskennziffer. Die **einzelhandelsrelevante Zentralität** zeigt das Verhältnis zwischen Umsatz und einzelhandelsbezogener Kaufkraft der Bevölkerung. Werte von über 100 kommen zustande, wenn durch den Einzelhandel mehr umgesetzt wird als Kaufkraft am Ort vorhanden ist. Der Einzelhandel bindet die Kaufkraft der Wohnbevölkerung in einem hohen Maße und erzielt gleichzeitig Zuflüsse mit Kunden aus dem Umland und / oder mit Touristen.

Die Betrachtung der Einzelhandelszentralität in Versmold zeigt, dass in den meisten Branchen im Vergleich zum örtlichen Kaufkraftvolumen weniger Umsätze getätigt werden. Die Einzelhandelszentralität von insgesamt 70 deutet per Saldo auf deutliche Kaufkraftabflüsse in das Umland hin (vgl. Abbildung 14).

Abbildung 14: Einzelhandelszentralität der Stadt Versmold



100 = ausgeglichene Umsatz-Kaufkraft-Relation; GMA-Berechnungen 2020 (ca.-Werte, gerundet)

- Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** liegt die Zentralität – mit Ausnahme der Hauptwarengruppe Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf, Zeitschriften (50) – nur knapp unter 100 und weist somit auf geringfügige Kaufkraftabflüsse zu Einzelhandelsstandorten außerhalb von Versmold hin. Diese dürften mitunter auf den Auspendlerüberschuss (vgl. Kapitel II., 1) zurückzuführen sein, d. h. viele Arbeitnehmer kaufen auf dem Weg von / zur Arbeit regelmäßig außerhalb von Versmold ein.

- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** zeigen die Zentralitätswerte bei Büchern, Schreib- und Spielwaren (30) und Bekleidung, Schuhe, Sport (44) deutliche Kaufkraftabflüsse auf. Dies liegt z. T. an fehlenden Anbietern in Versmold. Im Vergleich zu anderen Grundzentren in der Größe von Versmold sind die Werte für den mittelfristigen Bedarfsbereich jedoch noch als durchschnittlich zu bewerten.

- Im **langfristigen Bedarfsbereich** zeigt sich für das Segment Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf eine deutlich überdurchschnittliche Zentralität von 122, was in erster Linie mit den Umsätzen des Hagebaumarktes in diesen Teilsortimenten zusammenhängt. Auch in der Warengruppe Optik, Hörgeräte / Uhren, Schmuck (82) wird für ein Grundzentrum in der Größe von Versmold ein überdurchschnittlicher Wert erreicht. In der Hauptwarengruppe Elektrowaren, Medien, Foto und den sonstigen Sortimenten (jeweils 19) werden deutlich geringere Zentralitätswerte erzielt, da hier nur ein kleinteiliges Angebot in Versmold vorhanden ist. Entsprechende Angebote sind eher in den

naheliegenden Mittelzentren sowie den Oberzentren Bielefeld und Osnabrück lokalisiert bzw. werden mittlerweile schwerpunktmäßig über den Onlinehandel bezogen. Im Sortimentsbereich Hausrat, Einrichtung, Möbel (58) wird für ein Grundzentrum in der Größe von Versmold ein angemessener Wert erzielt.

8. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Versmold

8.1 Bevölkerungsprognose und Kaufkraftentwicklung

Für den Zeitraum zwischen 2011 und 2018 ist wie in Kapitel I., 7 dargestellt für die Stadt Versmold ein Bevölkerungswachstum von etwa 2 – 3 % zu verzeichnen. Bis zum **Jahr 2025** ist hingegen von einem Bevölkerungsrückgang um ca. – 2 % im Stadtgebiet auszugehen.[44] Die Bevölkerungsprognose für den Kreis Gütersloh geht zwischen 2018 und 2025 von Bevölkerungsrückgängen um rd. - 1 – 2 %[45] aus.

In Bezug auf die Prognose der Kaufkraftentwicklung ist anzumerken, dass es durch den Onlinehandel bzw. dessen Entwicklung keine Korrelation zwischen Pro-Kopf-Ausgaben und Verkaufsflächenentwicklung (mehr) gibt. Daher können aus der Prognose der zu erwartenden Kaufkraft keine konkreten Rückschlüsse für eventuelle Potenziale oder Verkaufsflächenbedarfe abgeleitet werden. In diesem Zusammenhang wird auf eine Prognose der Kaufkraft bezüglich der Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Versmold verzichtet.

8.2 Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

Durch die Analyse des Einzelhandelsbestandes in der Stadt Versmold konnte aufgezeigt werden, dass trotz der Nähe zu leistungsstarken Einzelhandelsstandorten im Umland und der aktuellen Einzelhandelsausstattung Entwicklungspotenziale für eine gezielte Weiterentwicklung der vorhandenen Branchenstrukturen vorhanden sind.

Hinsichtlich der branchenbezogenen Einzelhandelsausstattung sowie möglicher Entwicklungspotenziale sind unter Berücksichtigung der Einwohnerprognose für die Stadt Versmold und der generellen Entwicklungstrends (inkl. Online-Handel) und der überörtlichen Wettbewerbssituation die in nachfolgender Übersicht 5 dargestellten Bewertungen und Empfehlungen zu treffen.

44 Quelle: IT.NRW 2020, Gemeindemodellrechnung auf Basis des Einwohnerbestandes zum 01.01.2018

45 Quelle: IT NRW 2020, Bevölkerungsvorausberechnungen kreisfreie Städte und Kreise auf Basis des Einwohnerbestandes zum 01.01.2018

Übersicht 3: Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

Sortiment	Aktuelle Situation	Empfehlungen
Nahrungs- und Genussmittel	▪ leicht unterdurchschnittliche Zentralität in Versmold (rd. 92 %), mit z. T. kleineren räumlichen Versorgungslücken in den peripheren Ortsteilen des Stadtgebietes ▪ ausgewogenes Angebot der gängigen Betriebstypen und Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels (vgl. Kapitel II., 5.2)	▪ Sicherung und Ausbau der wohnortnahen Versorgung, insbesondere innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches; Prüfung der (Verlagerung und) Erweiterung / Modernisierung von Märkten mit Nachholbedarf (insbesondere Rewe Rädel)
Gesundheit, Körperpflege	▪ insgesamt gute Ausstattung; geringfügig unterdurchschnittliche Zentralität (rd. 95 %) ▪ Ansässigkeit eines Rossmann Drogeriefachmarktes sowie einer Parfümerie und mehreren Apotheken im Stadtgebiet ▪ Ergänzung des Drogeriewarenangebots durch Randsortimente der Lebensmittelmärkte	▪ Aufgrund der insgesamt guten Ausstattung besteht im Bereich Gesundheit, Körperpflege kein wesentlicher Handlungsbedarf. Priorität hat die Sicherung der bestehenden Anbieter an den aktuellen Standorten, ohne Ansiedlungen in dezentralen Lagen zuzulassen.
Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	▪ derzeit unterdurchschnittliche Zentralität von rd. 50 %; dennoch ausreichende Ausstattung ▪ im Bereich Schnittblumen / Zimmerpflanzen mehrere Fachgeschäfte vorhanden ▪ Konzentration des Angebotes im zoologischen Bedarf auf den Fachmarkt Fressnapf sowie die Randsortimente der ansässigen Lebensmittelmärkte ▪ Deckung des Angebotes bei Zeitschriften durch Kioske und Randsortimente der Lebensmittelmärkte	▪ aktuell kein akuter Handlungsbedarf im Bereich Schnittblumen / Zimmerpflanzen aufgrund der guten räumlichen Verteilung der ansässigen Fachgeschäfte; im zoologischen Bedarf ausreichende Abdeckung durch vorhandenen Fachmarkt in zentraler Lage innerhalb Versmolds
Bücher, Schreib- und Spielwaren, Zeitschriften	▪ unterdurchschnittliche Zentralität (rd. 30 %) in Versmold ▪ grundsätzlich hohe Konkurrenz mit dem Internet ▪ nur jeweils ein Anbieter für Spielwaren und Bücher bzw. Schreibwaren; teilweise Angebotsergänzung durch Randsortimente des Drogeriemarktes	▪ Diversifizierung bzw. Erweiterung des Angebotes ist grundsätzlich möglich. Hierbei ist jedoch zu berücksichtigen, dass diese Warengruppe durch die gewachsenen Marktanteile des Onlinehandels stark unter Druck steht.
Bekleidung, Schuhe, Sport	▪ insgesamt unterdurchschnittliche Zentralität von rd. 44 %; im Bereich Bekleidung noch ausreichendes Angebot; unterdurchschnittliches Angebot in den Sortimenten Schuhe, Sportbekleidung ▪ etwa 74 % der gesamten Verkaufsfläche innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Versmold Innenstadt, hier z. T. filialisierte Magnetbetriebe (u. a. Kik, NKD, Ernsting's Family) des niedrig- bis mittelpreisigen Segments vertreten	▪ Segment ist insgesamt noch ausbaufähig; v. a. Ansiedlungen in den Bereichen Schuhe und Sport wünschenswert; im Sportbekleidungssegment wird aufgrund der bevorstehenden Schließung des Anbieters Sport total das Angebot zukünftig

Sortiment	Aktuelle Situation	Empfehlungen
	▪ nur eingeschränktes Angebot in den Segmenten junge Mode und Herrenbekleidung, Kaufkraftabflüsse nach Bielefeld und Osnabrück ▪ im Sportbekleidungssegment nur ein kleineres Fachgeschäft vorhanden; Anfang 2020 wurde die Schließung dieses Anbieters bekanntgegeben ▪ bei Schuhen drei kleinere Schuhgeschäfte ansässig	nicht mehr ausreichend abgedeckt sein; Neuansiedlungen sollten sich auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt konzentrieren ▪ Vor dem Hintergrund des hohen Wettbewerbsdrucks durch umliegende Mittel- und Oberzentren (insbesondere Gütersloh, Osnabrück und Bielefeld) und dem wachsenden Onlinehandel eingeschränktes Entwicklungspotenzial im gesamten Sortiment; daher eher Beschränkung auf kleinteilige Anbieter realistisch
Elektrowaren, Medien, Foto	▪ deutlich unterdurchschnittliche Zentralität von rd. 19 % ▪ grundsätzlich hohe Konkurrenz mit dem Internet ▪ kleinteilige überwiegend inhabergeführte Anbieter im Stadtgebiet vorhanden	▪ Erweiterung des Angebotes darstellbar, jedoch größere Ansiedlung unter Berücksichtigung der Markt- und überörtlichen Wettbewerbssituation nicht zu erwarten
Hausrat, Einrichtung, Möbel	▪ Zentralität von rd. 58 % stellt für ein Grundzentrum in der Größe von Versmold einen angemessenen Wert dar ▪ Ansässigkeit eines kleineren Möbelhauses (Möbel Bartels) sowie eines Einrichtungsfachmarktes (Dänisches Bettenlager) innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt ▪ Angebotsergänzung durch kleinteilige Betriebe sowie Randsortimente der Anbieter Wohnstore Stelter und Hagebaumarkt	▪ derzeit kein Handlungsbedarf, Ansiedlung kleinteiliger Anbieter von Haushaltswaren im Zentrum darstellbar
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	▪ insgesamt sehr gute Ausstattung; deutlich überdurchschnittliche Zentralität (rd. 122 %) ▪ mehrere großflächige Magnetbetriebe (u.a. Hagebaumarkt, Pflanzen Meyer, Wohnstore Stelter) vorhanden; Ergänzung durch weitere kleinteilige Anbieter	▪ aufgrund der überdurchschnittlichen Zentralität und guten Angebotsabdeckung kein Handlungsbedarf abzuleiten
Optik / Hörgeräte, Uhren / Schmuck	▪ gute Ausstattung im Bereich Optik / Hörgeräte; durchschnittliches Angebot im Sortiment Uhren / Schmuck; insgesamt leicht unterdurchschnittliche Zentralität von rd. 82 % ▪ bei Optik / Hörgeräte drei Anbieter im zentralen Versorgungsbereich ansässig ▪ im Bereich Uhren / Schmuck zwei kleinteilige inhabergeführte Anbieter vorhanden	▪ mehrere Fachgeschäfte in der Innenstadt ansässig; daher aktuell kein Handlungsbedarf im Bereich Optik / Hörgeräte, Uhren / Schmuck

Sortiment	Aktuelle Situation	Empfehlungen
Sonstige Sortimente	▪ Zentralität insgesamt unterdurchschnittlich (rd. 19 %) ▪ zwei Sonderpostenmärkte, ein Fahrradfachgeschäft sowie weitere Spezialanbieter (z.B. Reitsportfachgeschäft) ansässig; Angebotsergänzung durch Randsortimente des Hagebaumarktes	▪ Insgesamt besteht kein Handlungsbedarf. Lenkung der Anbieter mit zentrenrelevantem Kernsortiment auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Versmold; weitere branchenspezifische Ansiedlungen sind grundsätzlich möglich

GMA-Empfehlungen 2020

III. Auswertung Haushalts- und Einzelhändlerbefragung Versmold

Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Versmold wurde im Juni 2019[46] eine telefonische und online-basierte **Haushaltsbefragung** durchgeführt. Auftragsgemäß konnten sich an der Befragung Bürger aus Versmold beteiligen. Durch die Befragung ist es möglich, Aussagen über die Einkaufsorientierung, das Verbraucherverhalten und die aktuelle Versorgungsbedeutung der Versmolder Innenstadt zu erhalten. Sie dient damit der Anreicherung der gutachterlichen Aussagen und der Verbesserung des Informationsgehaltes des Konzeptes. Insgesamt haben 462 Personen an der Haushaltsbefragung teilgenommen, welches eine durchaus gute Beteiligung darstellt. Entsprechend den Zielvorgaben nahm der überwiegende Teil der Befragten (301 Personen) an der telefonischen Befragung teil.

Übersicht 4: Statistische Merkmale der Haushaltsbefragung

Merkmal	Attribut	Anzahl	in %
Geschlecht	männlich	181	39
	weiblich	278	60
	keine Angabe	3	1
Alter	unter 19 Jahre	5	1
	20 – 39 Jahre	127	28
	40 – 64 Jahre	229	50
	65 Jahre und älter	96	21
	keine Angabe	5	1
Wohnort	Versmold (Kernort)	235	51
	Bockhorst	19	4
	Hesselteich	15	3
	Loxten	51	11
	Oesterweg	63	14
	Peckeloh	71	15
	Sonstiger Ort außerhalb von Versmold	3	< 1
	keine Angabe	5	1
Art der Befragung	Telefonbefragung	301	65
	Onlinebefragung	161	35

Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2019

Die Haushaltsbefragung wurde als sogenannte nicht-probabilistische Methode durchgeführt. Nicht-probabilistische Methoden sind selbstrekrutierende Verfahren; alle interessierten Versmolder Bürger konnten an der Befragung teilnehmen, sodass keine kontrollierte Stichprobe aus der Grundgesamtheit ausgewählt wurde. Untersuchungsgegenstand der Befragung ist der Haushalt, wobei demografische Merkmalsausprägungen zur besseren Einordnung der Ergebnisse nachrichtlich übernommen werden. Diese dienen nicht zur Begrenzung der Stichprobe. Bei der Betrachtung der Altersverteilung der teilgenommenen Personen fällt auf, dass die Altersgruppe

[46] vom 10.06. – 28.06.2019.

unter 19 Jahre stark unterrepräsentiert ist. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass solche Ergebnisse nicht ungewöhnlich sind. Die Altersverteilung bei nicht-probabilistischen Verfahren variiert stark von der gewählten Befragungsmethode. Eine der Grundgesamtheit entsprechende Altersverteilung der Bürger kann durch das offene Verfahren häufig nicht erreicht werden und ist nicht das Ziel der Befragung. Vielmehr soll jedem Bürger die Möglichkeit eingeräumt werden, an der Befragung teilzunehmen.

Neben der Haushaltsbefragung wurde von Juni bis August 2019 eine **persönliche Befragung der Einzelhändler** in Versmold durchgeführt.[47] Der Fragebogen enthielt neben grundsätzlichen Fragen zum Betrieb auch Fragen zur Situation und Entwicklung des Einzelhandelsangebotes in Versmold. Insgesamt haben 21 Einzelhändler an der Befragung teilgenommen.[48] Der Großteil der befragten Einzelhändler (rd. 55 %) wird dem kurzfristigen Bedarfsbereich zugerechnet. Beteiligt haben sich sowohl junge Betriebe als auch Betriebe, die bereits langjährig in Versmold ansässig sind. Insgesamt ist die Einzelhandelsstruktur in der Innenstadt von Versmold in stärkerem Maße durch mittelständische, kleinteilige und inhabergeführte Betriebe geprägt, was sich auch in der Stichprobe widerspiegelt. Mehr als ein Drittel der Befragten hat sich in den letzten 20 Jahren in Versmold angesiedelt, was auch auf eine gewisse Dynamik bei der Ansiedlung neuer Betriebe hindeutet (vgl. Übersicht 4).

Übersicht 5: Statistische Merkmale der Einzelhändlerbefragung

Merkmal	Attribut	Anzahl	in %
Befragte	insgesamt	21*	100
Filialisierung	Hauptgeschäfte	10	45
	Filiale	8	36
	keine Angabe	4	18
Bedarfsbereich	kurzfristig	12	55
	mittelfristig	3	14
	langfristig	7	32
Verkaufsfläche	< 100 m²	4	18
	100 – 399 m²	9	36
	400 – 800 m²	3	14
	800 – 1.500 m²	5	23
	> 1.500 m²	1	5
	keine Angabe	1	5

47 Vereinzelt gingen im Nachgang des Hauptbefragungszeitraums noch bis November 2019 ausgefüllte Fragebögen bei der GMA ein. Diese wurden bei der Auswertung der Einzelhändlerbefragung mitberücksichtigt.

48 Darunter ein Einzelhändler mit einem Hauptgeschäft und einer Filiale in Versmold. Dementsprechend beträgt die Grundgesamtheit bei manchen Auswertungen n = 22.

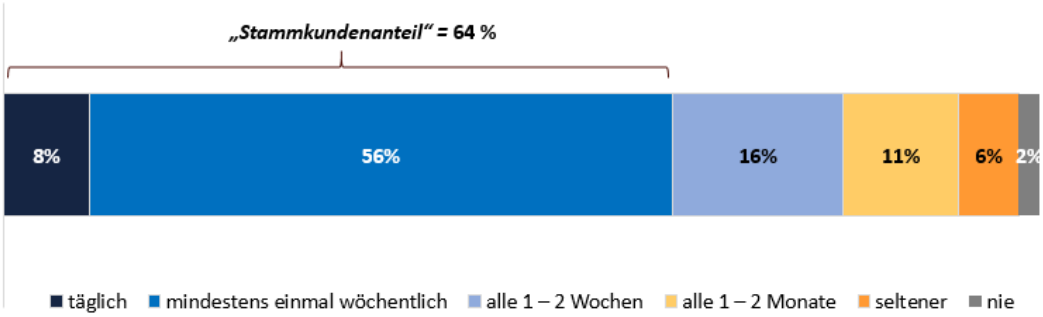
Merkmal	Attribut	Anzahl	in %
in Versmold ansässig seit	< 10 Jahren	3	14
	10 bis 19 Jahren	5	23
	20 bis 49 Jahren	7	5
	50 bis 99 Jahren	1	14
	mehr als 100 Jahren	3	14
	keine Angabe	3	14
Eigentumsverhältnis	Eigentum	5	23
	Miete / Pacht	17	77

Quelle: GMA-Einzelhändlerbefragung 2019

1. Einkaufshäufigkeit in der Innenstadt von Versmold

Im Rahmen der Haushaltsbefragung wird zunächst die Einkaufshäufigkeit in der Versmolder Innenstadt ermittelt. Rund 8 % der befragten **Versmolder** kaufen täglich in der Innenstadt von Versmold ein und von rd. 56 % wird der dortige Einzelhandel mindestens einmal wöchentlich für einen Einkauf aufgesucht (vgl. Abbildung 15). Mit rd. 64 % zeichnet sich ein vergleichsweise hoher Stammkundenanteil[49] ab. Dazu kaufen rd. 16 % der Versmolder Bürger alle 1 – 2 Wochen in der Innenstadt von Versmold ein, lediglich 19 % kaufen nur alle 1 – 2 Monate, seltener oder nie hier ein.

Abbildung 15: Einkaufshäufigkeit in der Innenstadt von Versmold



GMA-Onlinebefragung und telefonische Befragung 2019, in % der Befragten, n= 462, alle Befragten

2. Einkaufsorientierung

In der Regel weist das räumliche **Einkaufsverhalten** der Verbraucher für die einzelnen Sortimente deutliche Unterschiede auf. Es ist festzuhalten, dass die Verbraucher bei Gütern des kurzfristigen

[49] Als Stammkunden werden alle Kunden gezählt, die einmal wöchentlich oder häufiger in Versmold einkaufen.

Bedarfs eher auf das Angebot am Wohnort zurückgreifen, während mit zunehmender Langlebigkeit und Spezialisierung der Waren eine stärkere Orientierung auf größere Einkaufsorte feststellbar ist. Um die Einkaufsorientierung der Befragten zu untersuchen, wurde nach dem jeweiligen Haupteinkaufsort für ausgewählte Sortimente gefragt. Bei der Bewertung der Ergebnisse ist 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
- Ausstattung größerer Einkaufsorte im Umfeld
- individueller Bedarf und Anspruch des Befragten
- Verkehrsverbindungen und Mobilität des Befragten
- Arbeitsort
- spontanes Erinnerungsvermögen.

2.1 Kurzfristiger Bedarf

Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** zeigt sich die stärkste Einkaufsorientierung der Befragten auf die Stadt Versmold. Insbesondere geben rd. 95 % der befragten Versmolder an, **Lebensmittel und Getränke** im Stadtgebiet von Versmold einzukaufen (vgl. Abbildung 16). Gegenüber den Befragungsergebnissen aus dem Einzelhandelskonzept der Stadt Versmold 2008[50] konnte dieser Wert sogar noch leicht gesteigert werden; damals gaben rd. 90 % der Befragten die Stadt Versmold als bevorzugten Einkaufsort für Lebensmittel an. Die hohe Einkaufsorientierung ist hier in erster Linie auf die gute Ausstattung im Nahrungs- und Genussmittelsegment im Versmolder Kernort zurückzuführen (vgl. Kapitel II., 5.2).

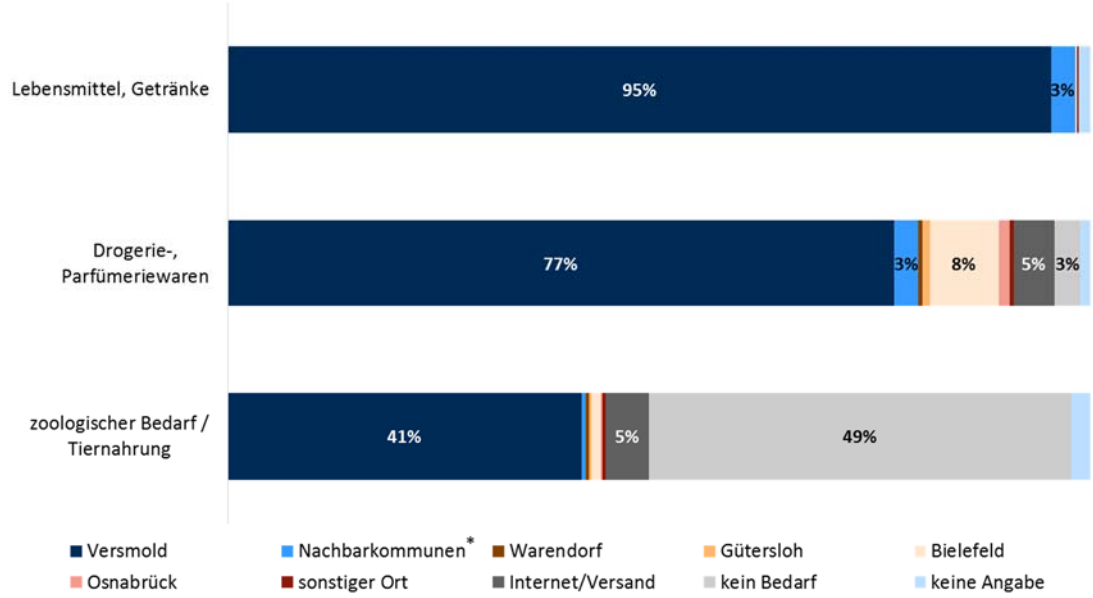
Im Bereich **Drogerie- und Parfümeriewaren** zeigt sich mit rd. 77% der befragten Bürger, welche dieses Sortiment in Versmold selbst einkaufen, ebenfalls eine starke Orientierung auf den Versmolder Einzelhandel, wenngleich dieser Wert im Vergleich zu 2008 (91 %) leicht gesunken ist. Die Abnahme der Einkaufsorientierung im Drogerie- und Parfümeriewarensegment korrespondiert demnach mit der Verkaufsflächenabnahme in der selbigen Hauptwarengruppe (vgl. Kapitel II., 4.) und spiegelt sich in einer stärken Auswärtsorientierung (insbesondere nach Bielefeld) wider.

Waren des **zoologischen Bedarfs / Tiernahrung** werden zu rd. 41 % in Versmold gekauft. Dieser vergleichsweise geringe Wert ist darauf zurückzuführen, dass rd. 49 % der Befragten angaben,

50 Hier ist zu berücksichtigen, dass bei der Bürgerbefragung 2008 z. T. Sortimentsgruppen zusammengefasst wurden, welche sich von denen in 2019 unterscheiden. Auch gab es 2008 noch nicht die Antwortmöglichkeit „kein Bedarf“, sodass die Befragungsergebnisse insgesamt nur bedingt miteinander vergleichbar sind. Demnach wird im Folgenden nicht für alle Sortimentsgruppen ein Vergleich zu 2008 angestellt.

keinen Bedarf in diesem Bereich zu haben. Demnach wird ein Großteil der Waren dieses Sortiments in Versmold erworben. Auch zeigt sich, dass die Einkaufsorientierung auf die Nachbarkommunen sowie die größeren Einkaufsstädte bei Waren des zoologischen Bedarfs / Tiernahrung sehr gering ausfällt; lediglich über Internet / Versand werden noch nennenswerte Anteile (ca. 5 % Einkaufsorientierung) bezogen.

Abbildung 16: Einkaufsorientierung im kurzfristigen Bedarfsbereich

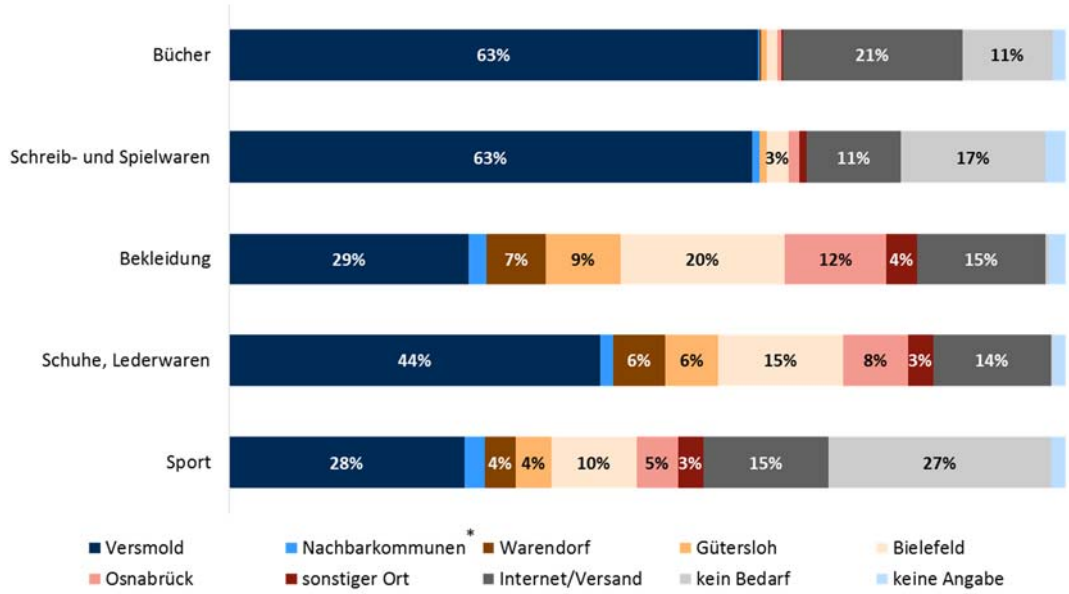


GMA-Onlinebefragung und telefonische Befragung 2019, in % der Befragten, n= 462, alle Befragten
* Hierzu zählen Sassenberg, Bad Laer, Bad Rothenfelde, Dissen am Teutoburger Wald, Borgholzhausen, Halle (Westfalen) und Harsewinkel

2.2 Mittelfristiger Bedarf

Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** ist der Wettbewerb zu den umliegenden Einkaufsstädten sowie zum Internethandel deutlich stärker ausgeprägt. Für die Stadt Versmold sind dabei lagebedingt vielfältige Einkaufsbeziehungen standortprägend, wobei die Oberzentren Bielefeld und Osnabrück sowie die Mittelzentren Gütersloh und Warendorf als wesentliche Konkurrenzstandorte im Vordergrund stehen (vgl. Abbildung 17). Unter Beachtung der allgemeinen Entwicklungstrends nimmt der Onlinekauf in Versmold zudem eine weniger starke Bedeutung ein, als es im bundesweiten Durchschnitt der Fall ist (vgl. Abbildung 17).

Abbildung 17: Einkaufsorientierung im mittelfristigen Bedarfsbereich



GMA-Onlinebefragung und telefonische Befragung 2019, in % der Befragten, n= 462, alle Befragten
* Hierzu zählen Sassenberg, Bad Laer, Bad Rothenfelde, Dissen am Teutoburger Wald, Borgholzhausen, Halle (Westfalen) und Harsewinkel

Bücher werden von ca. 63 % der Befragten und damit weiterhin von einem Großteil der Stichprobe – 2008 waren es noch 73 % – in der Stadt Versmold selbst eingekauft. Gegenüber 2008 deutlich gewachsen ist erwartungsgemäß der Anteil der Bürger, die Bücher über den Onlinehandel beziehen. Allerdings ist ein Anteil von nun 21 % für dieses Sortiment nicht ungewöhnlich; vielmehr entspricht dieser Wert dem Bundesdurchschnitt (vgl. Abbildung 17). Sowohl den Nachbarkommunen als auch den Konkurrenzstädten Bielefeld, Osnabrück, Gütersloh und Warendorf kommt mit Anteilen von rd. 1 % oder weniger nur eine sehr geringe Versorgungsbedeutung zu.

Im Sortimentsbereich **Schreib- und Spielwaren** werden ca. 63 % der Waren im Stadtgebiet von Versmold erworben. Auch hier nehmen Internet und Versand (ca. 11 %) einen höheren Stellenwert ein; nennenswerte Abwanderungstendenzen sind hingegen lediglich nach Bielefeld (rd. 3 %) festzustellen. Auffällig ist ferner der Anteil der Befragten, welche keinen Bedarf an Schreib- und Spielwaren hat (ca. 17 %).

Besonders im Bereich **Bekleidung** ist eine stärkere Orientierung auf die umliegenden Städte festzustellen. Nur rd. 29 % der Befragten kaufen Bekleidung in Versmold ein, obschon der Anteil im Vergleich zu 2008 (ca. 22 %) wieder leicht gestiegen ist. Im Bekleidungssortiment besteht eine starke Konkurrenzsituation zu den umliegenden Großstädten, insbesondere zu Bielefeld und Osnabrück, wo rd. 20 % bzw. 12 % der Versmolder Bekleidung einkaufen. Auch der Onlineeinkauf spielt in diesem Sortiment mit rd. 15 % eine wichtige Rolle.

Etwas höher fällt die Einkaufsorientierung der Versmolder in der Warengruppe **Schuhe und Lederwaren** aus. Während ca. 44 % der Befragten Versmold präferieren, suchen 15 % bevorzugt

Bielefeld, ca. 8 % Osnabrück und jeweils 6 % Warendorf und Gütersloh auf. Im Vergleich zu 2008 (ca. 57 % Einkaufsorientierung) fällt die Versorgungsbedeutung Versmolds bei Schuhen und Lederwaren geringer aus, was vornehmlich mit den deutlich gestiegenen Anteilen im Online- und Versandhandel (ca. 14 % Einkaufsorientierung) zusammenhängt.

Waren des Sortimentsbereichs **Sport** werden von etwa 28 % der Befragten in Versmold gekauft (Einkaufsorientierung 2008: 41 %). Die geringe Einkaufsorientierung hängt mit der niedrigen Angebotsausstattung in diesem Segment zusammen – mit dem Sportfachgeschäft Sport-Total ist derzeit lediglich ein Anbieter im Stadtgebiet ansässig, der das Sport-und Freizeitsortiment bedient. Die Auswärts- bzw. Onlineorientierung der Warengruppe liegt insgesamt bei rd. 44 %, wobei das Internet (ca. 15 %) und das Oberzentrum Bielefeld (ca. 10 %) als bedeutendste Konkurrenten 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 Langfristiger Bedarf

Waren des **langfristigen Bedarfs** zeichnen sich dadurch aus, dass sie i. d. R. nur aperiodisch sind, d. h. in großen Zeitabständen angeschafft werden und eine hohe Lebensdauer aufweisen. Im langfristigen Bedarfsbereich zeigt sich bei den befragten Versmolder Bürgern eine durchmischte Einkaufsorientierung. Während in einigen Sortimenten eine überdurchschnittliche Orientierung auf das eigene Stadtgebiet erfolgt, ist diese in anderen Sortimenten deutlich geringer ausgeprägt.

In den Warengruppen des langfristigen Bedarfs ist die höchste Versorgungsbedeutung der Stadt Versmold als Einkaufsstandort im Bereich **Bau- / Heimwerkerbedarf** festzustellen; ca. 87 % der Befragten nennen die Stadt Versmold als favorisierte Einkaufsstätte. Damit wird ein mit 2008 (ca. 84 % Einkaufsorientierung) vergleichbarer Anteil erzielt, was mit der weiterhin guten Ausstattung in diesem Sortimentsbereich zusammenhängt (vgl. Kapitel II., 7.).

Ebenfalls überdurchschnittliche Werte betreffen die Sparten **Uhren / Schmuck** (ca. 48 % bei rd. 23 % Auswärts- und Onlineorientierung) sowie **Heimtextilien** (ca. 52 % bei rd. 38 % Auswärts- und Onlineorientierung). Bei letztgenanntem Sortiment konnte die Einkaufsorientierung im Vergleich zu 2008 (46 %) sogar noch geringfügig erhöht werden.

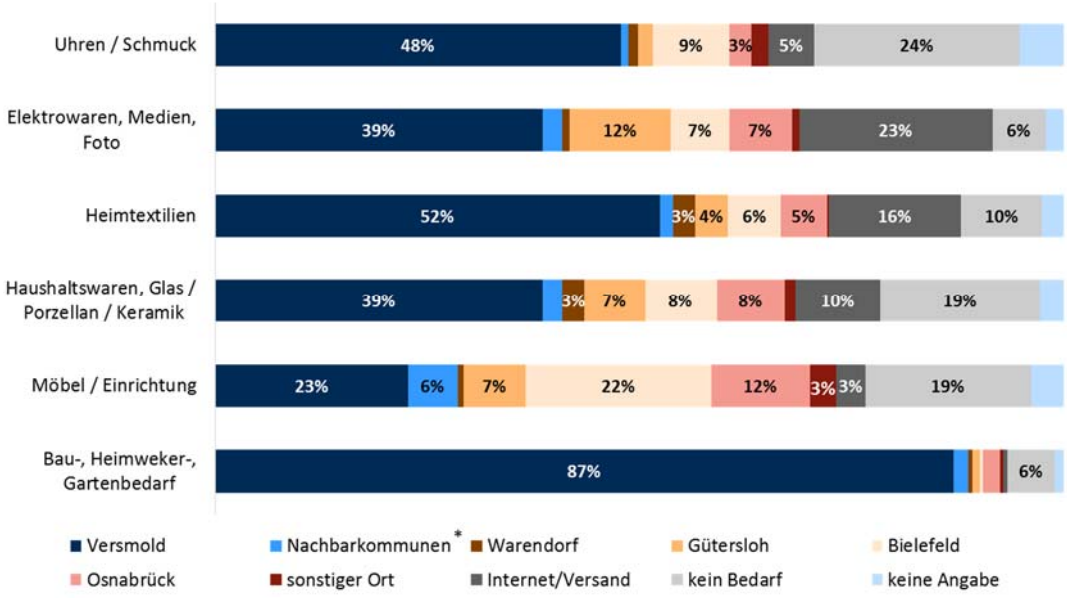
Im Mittelfeld der Bandbreite der Sortimentsangaben liegt die Einkaufspräferenz für den Standort Versmold bei **Elektrowaren, Medien, Foto** (ca. 39 %) sowie **Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik** (ca. 39 %). Neben den Städten Bielefeld, Gütersloh und Osnabrück kommt insbesondere

bei der Sortimentsgruppe Elektrowaren, Medien, Foto dem Internethandel eine bedeutende Rolle zu, welcher von ca. 23 % genannt wird.

Eine unterdurchschnittliche Einkaufsorientierung auf Versmold wird im Bereich **Möbel / Einrichtung** erzielt. Lediglich 23 % der Befragten (+ 5 % gegenüber 2008) geben Versmold als bevorzugten Einkaufsort für dieses Segment an. Insbesondere die Standorte Bielefeld (22 % Einkaufsorientierung) und Osnabrück (12 % Einkaufsorientierung) treten hier in Konkurrenz mit der Stadt Versmold.

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 Heimtextilien und Uhren / Schmuck auf verhältnismäßig hohem Niveau. Sofern darüber hinaus schwerpunktmäßig größere Fachmarktanbieter das Einkaufsverhalten bestimmen, wie z. B. – neben der Warengruppe Bau- und Heimwerkerbedarf – in der Sparte Möbel / Einrichtung, treten stärker auswärtige Orte in den Vordergrund.

Abbildung 18: Einkaufsorientierung im langfristigen Bedarfsbereich



GMA-Onlinebefragung und telefonische Befragung 2019, in % der Befragten, n= 462, alle Befragten
* Hierzu zählen Sassenberg, Bad Laer, Bad Rothenfelde, Dissen am Teutoburger Wald, Borgholzhausen, Halle (Westfalen) und Harsewinkel

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass der Einkaufsstandort Versmold in **Konkurrenz zu einer Reihe von umliegenden Städten – vorrangig Bielefeld, Osnabrück und Gütersloh –** steht. Die größten Abwanderungstendenzen sind insbesondere bei den innenstadtprägenden Warengruppen Bekleidung und Sport sowie im langfristigen Bedarfssegment Möbel / Einrichtung festzustellen. Im Bereich Elektrowaren, Medien, Foto sowie bei Büchern bezieht darüber hinaus ein hoher

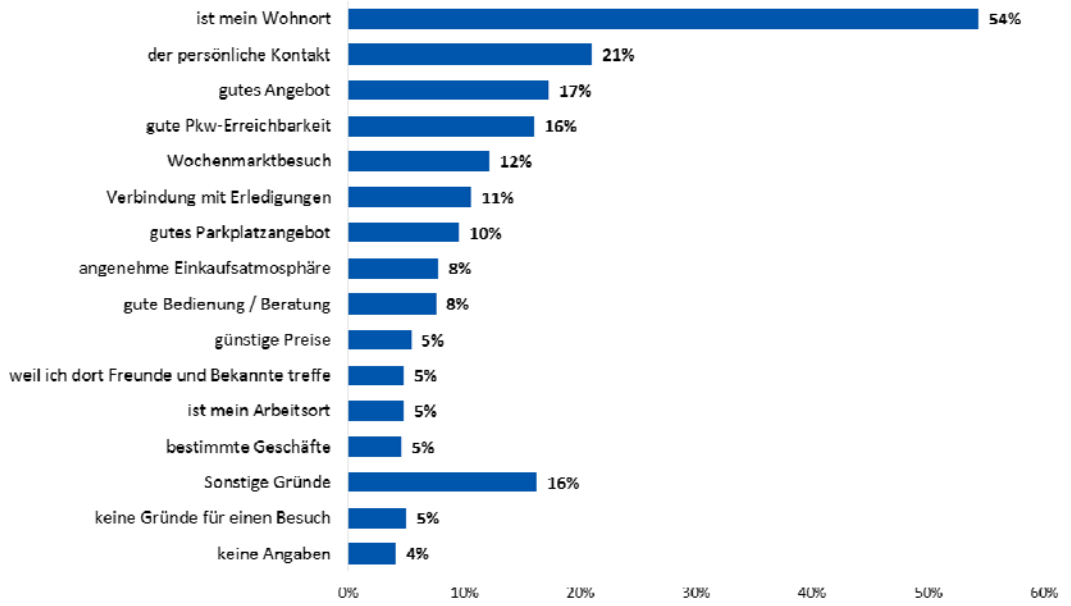
Anteil der Versmolder Bürger die entsprechenden Waren über das Internet. In den sonstigen Warengruppen dokumentieren die Befragungsergebnisse der Bürgerbefragung überwiegend eine ausgeprägte Orientierung auf Versmold.

3. Gründe für oder gegen einen Einkauf in der Innenstadt von Versmold

Die Einkaufshäufigkeit an einem bestimmten Ort ist abhängig von objektiven Standortrahmenbedingungen in Verbindung mit subjektiv empfundenen **Vor- und Nachteilen des Einkaufsortes**. Diese wurden u. a. bei der Frage nach Gründen für oder gegen einen Einkauf in der Stadt Versmold ermittelt.

Für einen Einkauf in der Innenstadt spricht für die Einwohner **Versmolds** in erster Linie, dass es sich um ihren Wohnort handelt (rd. 54 %). Daneben ist für einige der persönliche Kontakt (rd. 21 %), das gute Angebot (rd. 17 %) und die gute Pkw-Erreichbarkeit (rd. 16 %) ein Grund für einen Einkauf in der Innenstadt. Auch der Besuch des Wochenmarktes (ca. 12 %), die Möglichkeit zur Verbindung des Einkaufs mit anderen Erledigungen (ca. 10 %) und das gute Parkplatzangebot (ca. 10 %) sprechen aus Sicht der Befragten für einen Einkauf in der Innenstadt von Versmold. Lediglich 5 % der Versmolder gaben an, dass keine bestimmten Gründe für einen Einkauf in der Innenstadt sprechen.

Abbildung 19: Gründe für einen Einkauf in der Innenstadt von Versmold

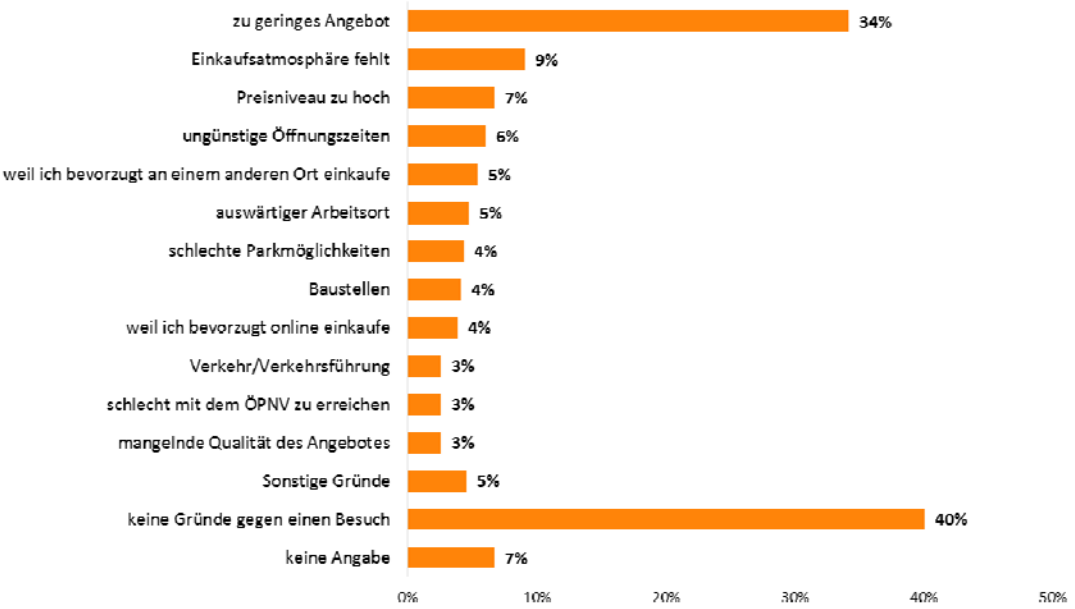


GMA-Onlinebefragung und telefonische Befragung 2019, in % der Befragten, n= 462, alle Befragten, Mehrfachnennungen möglich, Anzahl der Nennungen=910

Gegen einen Einkauf in der Innenstadt von Versmold spricht – als Pendant zur Frage zuvor – als Hauptgrund für die Befragten das geringe Angebot bzw. das fehlende Angebot in der Innenstadt

(rd. 34 %) (vgl. Abbildung 20). Neben dem Angebot werden auch die fehlende Einkaufsatmosphäre (rd. 9 %) und die ungünstigen Öffnungszeiten (rd. 6 %) bemängelt. Für einen Großteil der Befragten (rd. 40 %) gibt es hingegen keine Gründe, die gegen einen Einkauf in der Innenstadt von Versmold sprechen.

Abbildung 20: Gründe gegen einen Einkauf in der Kerninnenstadt von Versmold



GMA-Onlinebefragung und telefonische Befragung 2019, in % der Befragten, n= 462, alle Befragten, Mehrfachnennungen möglich, Anzahl der Nennungen=605

4. Bewertung des Einzelhandelsstandortes Versmolder Innenstadt

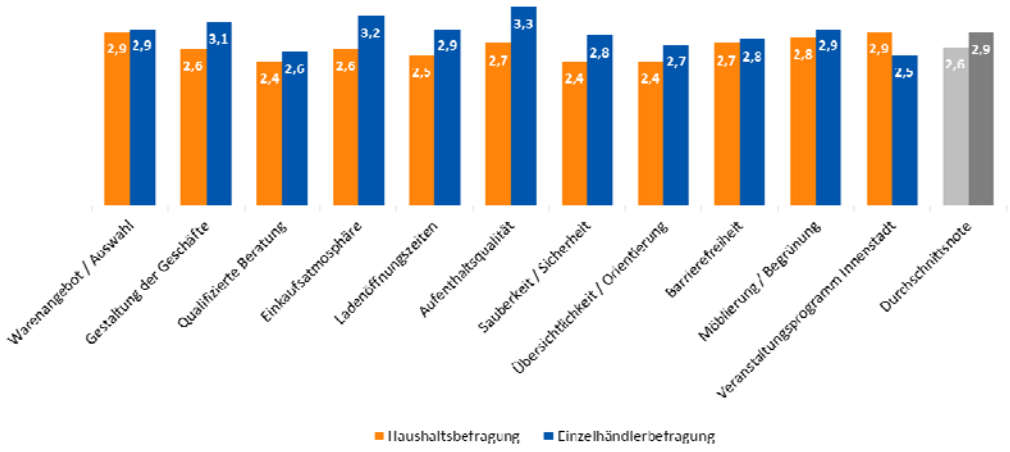
Im Rahmen der Haushalts- und Einzelhändlerbefragung wurde auch eine Bewertung[51] der Geschäfte, Einkaufsmöglichkeiten und Veranstaltungen sowie der Innenstadtgestaltung von Versmold durchgeführt. Insgesamt wird die Versmolder Innenstadt von den befragten Haushalten deutlich besser bewertet als von den Versmolder Einzelhändlern. Während die Haushalte die Innenstadt durchschnittlich mit der Note 2,6 bewerten, bewerten die Einzelhändler ihre Innenstadt mit einer 2,9 (vgl. Abbildung 21).

Die Einzelhändler bewerten besonders die Bereiche Aufenthaltsqualität (3,3) und Einkaufsatmosphäre (3,2) sowie die Gestaltung der Geschäfte (3,1) kritisch. Demgegenüber fällt die Bewertung im Rahmen der Haushaltsbefragung vor allem bei dem Veranstaltungsprogramm der Innenstadt (2,9) sowie der öffentlichen Möblierung und Begrünung (2,8) negativ aus. Kritisch wird indes von beiden Gruppen der Bereich Angebot / Auswahl (2,9 / 2,9) bewertet. Bei den befragten Bür-

51 Schulnoten von 1 – 5.

gern korreliert diese Angabe mit den zuvor abgefragten Gründen gegen einen Einkauf in der Innenstadt von Versmold. Hier nannten 34 % der Befragten das mangelnde Angebot als Grund gegen einen Einkauf (vgl. Abbildung 20).

Abbildung 21: Bewertung der Geschäfte, Einkaufsmöglichkeiten, Veranstaltungen und Innenstadtgestaltung

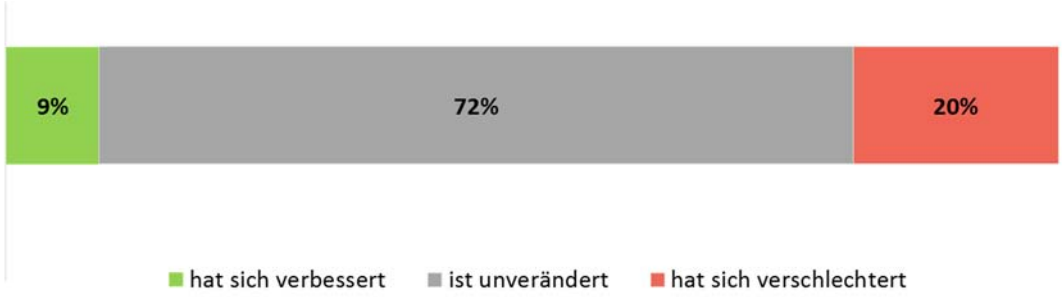


GMA-Onlinebefragung und telefonische Befragung 2019, n= 462, alle Befragten; GMA-Einzelhändlerbefragung 2019, n = 21, alle Befragten; in Noten von 1 – 5

Als positiv von den Einwohnern wahrgenommen werden dagegen die Aspekte Sauberkeit / Sicherheit (2,4), Übersichtlichkeit / Orientierung (2,4) und die Ladenöffnungszeiten (2,5). Bei den befragten Einzelhändlern wird hingegen das Veranstaltungsprogramm in der Innenstadt überdurchschnittlich positiv bewertet (2,5). Die Beratungsqualität im Versmolder Einzelhandel sticht hingegen bei beiden Befragungen positiv hervor und wird mit einer Durchschnittsnote von 2,4 bzw. 2,6 bedacht.

In Bezug auf die Veränderungen der Attraktivität der Innenstadt sind fast drei Viertel der befragten Versmolder der Ansicht, dass diese in den letzten 3 – 5 Jahren unverändert blieb. Demgegenüber stehen rd. 20 % der Befragten, nach deren Meinung sich die Attraktivität verschlechtert hat. Lediglich rd. 9 % der Befragten finden, dass es zu einer Verbesserung der Attraktivität der Innenstadt kam (vgl. Abbildung 22). Positiv nehmen die Befragten vor allem die Vergrößerung des Einzelhandelsangebotes wahr, während die Schließung von Geschäften sowie die Verringerung des gastronomischen Angebotes laut den Befragten zu einer Verschlechterung der Attraktivität beigetragen hat.

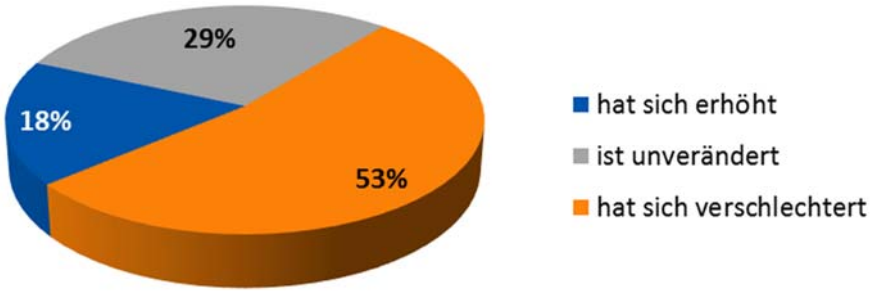
Abbildung 22: Entwicklung der Attraktivität der Innenstadt in den letzten 3 – 5 Jahren



GMA-Onlinebefragung und telefonische Befragung 2019, in % der Befragten, n= 441, alle Befragten (ohne „keine Angabe“)

Neben den Haushalten wurden auch die Einzelhändler gebeten, die Attraktivität Versmolds als Einkaufsort zu bewerten. Hier gaben rd. 53 % der Einzelhändler an, dass sich diese in den letzten 5 Jahren verschlechtert hat. Rund 18 % sieht eine Erhöhung der Attraktivität des Einkaufsortes. Für rd. 29 % ist diese unverändert geblieben.

Abbildung 23: Veränderung der Attraktivität der Innenstadt von Versmold als Einkaufsort (Einzelhändler)



GMA-Einzelhändlerbefragung 2019, in % der Befragten, n= 17, alle Einzelhändler (ohne „keine Angabe“)

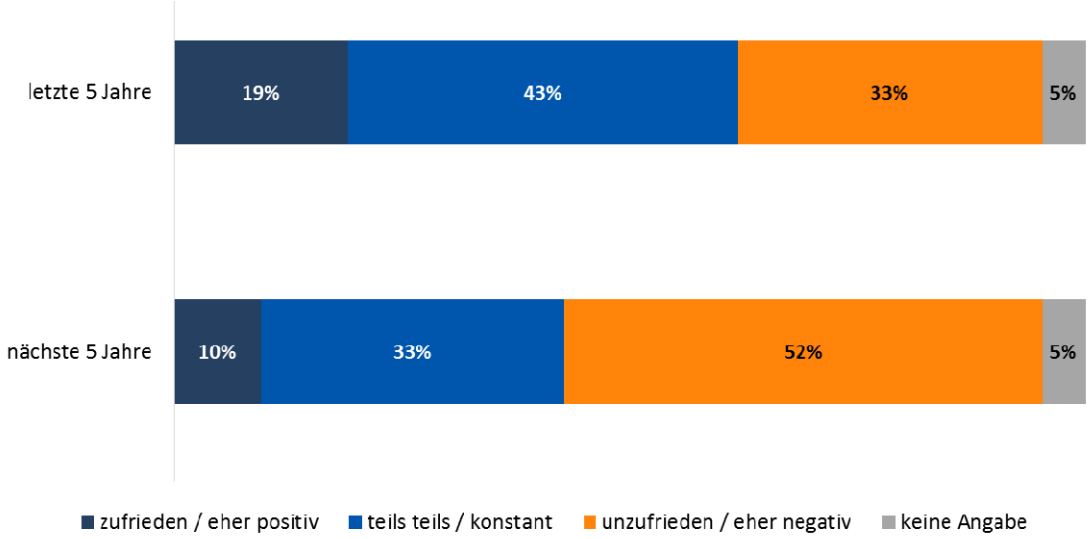
Als Gründe für eine negative Beurteilung der Entwicklung werden v. a. die steigende Leerstandsquote sowie das rückläufige Angebot im Bereich Bekleidung, Schuhe genannt. Zudem wird von den Einzelhändlern, analog zu den Bürgern von Versmold, ebenfalls das eingeschränkte gastronomische Angebot bemängelt.

Auch mit Bezug auf die eigene **Geschäftsentwicklung der letzten 5 Jahre** zeigt sich eine verhaltene Tendenz bei den befragten Einzelhändlern. Rund 33 % der Einzelhändler sind mit der Geschäftsentwicklung unzufrieden. Etwa 43 % bezeichnen ihre Entwicklung als konstant und rd. 19 % der befragten Einzelhändler ist mit der eigenen Geschäftsentwicklung in der Vergangenheit zufrieden.

Mit Blick auf die zukünftige Entwicklung ist die Einschätzung der Einzelhändler deutlich negativer. Hinsichtlich der **Geschäftsentwicklung in den nächsten 5 Jahren** sieht knapp über die Hälfte der

befragten Geschäftsleute eine negative Entwicklung ihres Geschäftes voraus. Lediglich rd. 10 % der befragten Einzelhändler prognostiziert eine positive Entwicklung ihrer Geschäfte. Daneben schätzen rd. 33 % der Befragten die weitere Geschäftsentwicklung als konstant ein.

Abbildung 24: Geschäftsentwicklung in den letzten und den nächsten 5 Jahren



GMA-Einzelhändlerbefragung 2019, in % der Befragten, n= 21, alle Einzelhändler

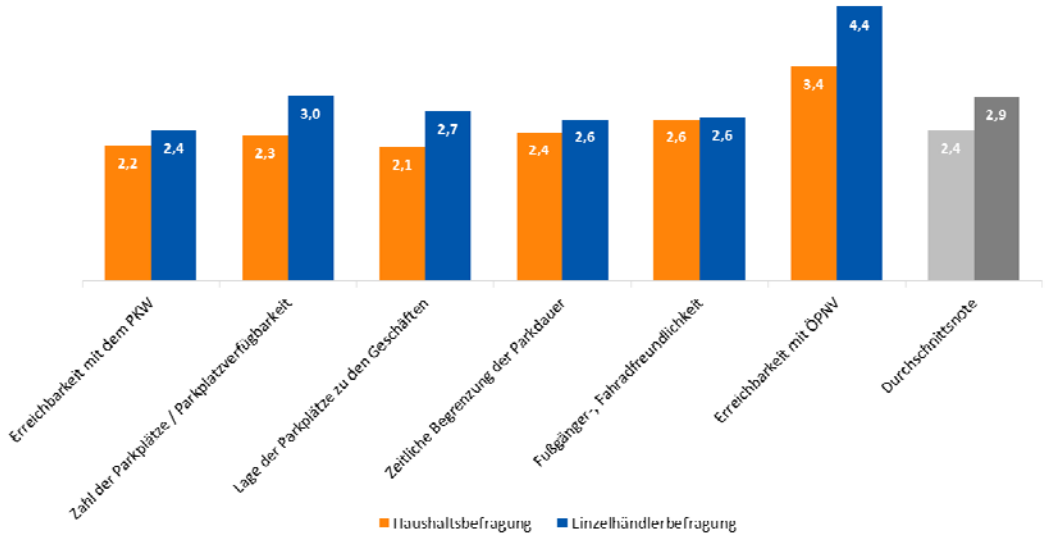
In Bezug auf das **Investitions- und Standortverhalten** der ortsansässigen Betriebe bleibt festzuhalten, dass 48 % der befragten Händler innerhalb der nächsten fünf Jahre vorhaben betriebliche Veränderungen durchzuführen. Dabei handelt es sich vor allem um Maßnahmen zu Vergrößerung der Verkaufsfläche sowie um Geschäftsverlagerungen innerhalb Versmolds.

Trotz der geplanten zukünftigen Investitionen ist die **Altersnachfolge** nur bei rd. 26 % der Betriebe geregelt. Bei rd. 42 % der Geschäfte ist diese Frage noch ungeklärt oder nicht geregelt. Für etwa 32 % ist die Frage nach der Altersnachfolge nicht relevant.

5. Bewertung der Verkehrs- und Parkplatzsituation

Hinsichtlich der **Verkehrs- und Parkplatzsituation** wurde ebenfalls eine Bewertung in Schulnoten durchgeführt. Insgesamt lässt sich bei beiden Befragungen eine gute bis befriedigende Benotung feststellen. Die befragten Bürger vergeben dabei eine Durchschnittsnote von 2,4 und die Versmolder Einzelhändler eine 2,9. Generell werden auch hier alle Aspekte von den befragten Haushalten besser beurteilt als von den ortsansässigen Einzelhändlern (vgl. Abbildung 25).

Abbildung 25: Bewertung der Verkehrs- und Parkplatzsituation



GMA-Onlinebefragung und telefonische Befragung 2019, n= 462, alle Befragten; GMA-Einzelhändlerbefragung 2019, n = 21, alle Befragten; in Noten von 1 – 5

Die Erreichbarkeit mit dem PKW wird in beiden Befragungen überdurchschnittlich positiv bewertet.[52] Dabei vergeben die Einwohner von Versmold eine geringfügig bessere Note (2,2) als die Einzelhändler (2,4). Ebenfalls gut fällt bei beiden Befragungen die Bewertung der Fußgänger- und Fahrradfreundlichkeit in Versmold aus (jeweils 2,6). Die allgemeine Parkplatzsituation in Versmold wird besonders von den befragten Haushalten als gut empfunden. Bezüglich der Zahl verfügbarer Parkplätze (2,3), der Lage der Parkplätze zu den Geschäften (2,1) und der zeitlichen Begrenzung der Parkdauer (2,4) werden durchweg positive Bewertungen abgegeben. Auch die Versmolder Einzelhändler stufen die Parkplatzsituation grundsätzlich positiv ein, lediglich die Zahl der Parkplätze bzw. die Parkplatzverfügbarkeit wird als leicht unterdurchschnittlich (3,0) bewertet.

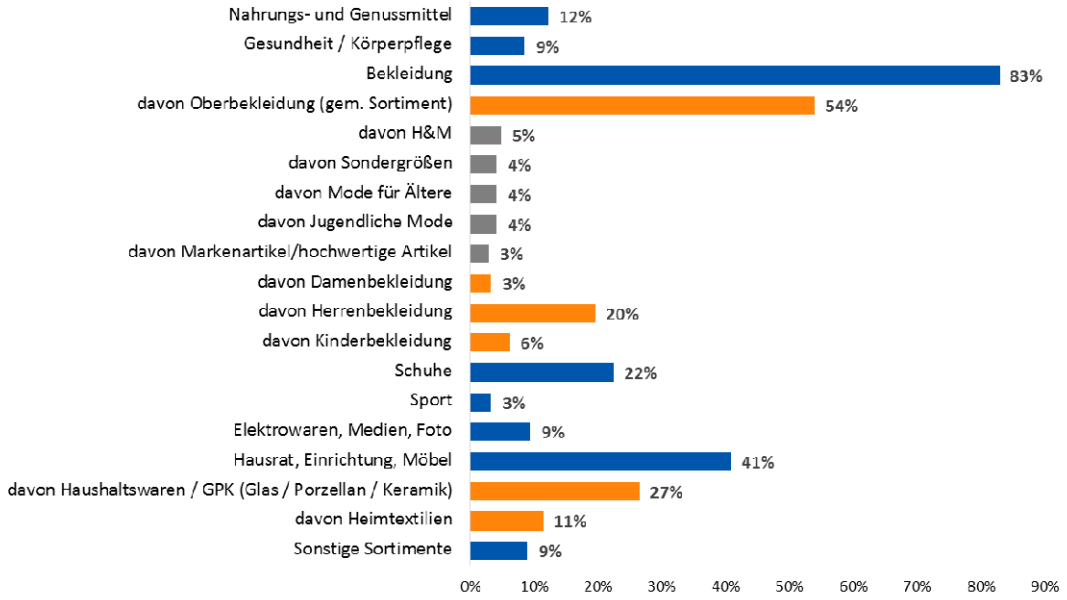
Auffällig negativ benotet wird die Erreichbarkeit mit dem ÖPNV. Mit einer durchschnittlichen Note von 3,4 von den Bürgern und 4,4 von den Einzelhändlern wird v. a. dieser Aspekt sehr kritisch betrachtet. Dies stellt auch im Vergleich mit anderen Kommunen gleicher Größenordnung eine auffallend negative Bewertung dar.

52 Die Bewertung der Verkehrs- und Parkplatzsituation muss teilweise vor dem Hintergrund der aktuell laufenden Baustellenarbeiten in der Münsterstraße betrachtet werden (vgl. Kapitel IV., 3.2).

6. Verbesserungsvorschläge der Haushalte für den Einzelhandel

Grundsätzlich sehen die Versmolder Bürger Verbesserungsbedarf in einigen Bereichen des Einzelhandels der Stadt. Insbesondere dem Sortiment Bekleidung kommt eine wesentliche Bedeutung zu. In diesem Punkt wird von einem Großteil der befragten Haushalte (rd. 83 %[53]) Verbesserungsvorschläge genannt (vgl. Abbildung 26).

Abbildung 26: Verbesserungsvorschläge der Haushalte für den Einzelhandel



GMA-Onlinebefragung und telefonische Befragung 2019, in % der Befragten, n= 245, Befragte, die Geschäfte / Sortimente vermissen, Mehrfachnennungen möglich, Anzahl der Nennungen = 492

Im Bereich Bekleidung wird v. a. das Angebot an Oberbekleidung als verbesserungswürdig bewertet. Auffällig ist, dass mit dem Bekleidungsgeschäft H&M auch ein spezieller Anbieter genannt wird, der in der Versmolder Innenstadt derzeit fehlt. Daneben wünschen sich die Befragten ebenfalls einen weiteren Herrenausstatter in Versmold.

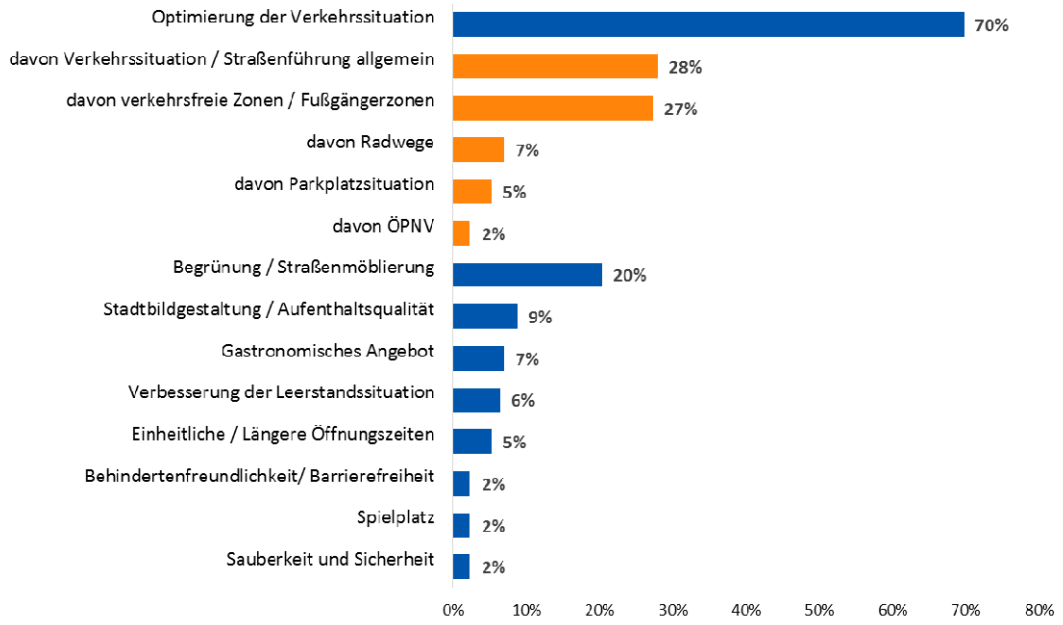
Auch in weiteren Sortimenten wird Nachholbedarf gesehen. Insbesondere wünschen sich rd. 41 % der befragten Einwohner eine Verbesserung im Bereich Haushaltswaren, Heimtextilien, Möbel und Einrichtung, wobei sich ein Schwerpunkt des festgestellten Verbesserungsbedarfs im Bereich Haushaltswaren / GPK zeigt. Darüber hinaus wird das Sortiment Schuhe (genannt von ca. 22 % der Einwohner) häufig bei den Verbesserungsvorschlägen für das Einzelhandelsangebot in der Versmolder Innenstadt aufgeführt.

Bei den weiteren Verbesserungspotenzialen wurde v. a. die Optimierung der Verkehrssituation genannt. Etwa 70 % der befragten Versmolder Bürger sieht hier Entwicklungsbedarf. Davon

53 Die nachfolgend genannten Anteile in Kapitel III., 6. beziehen sich auf die Anzahl der Befragten, die Sortimente oder Geschäfte vermissen (n = 245) bzw. die Anzahl der Befragten mit weiteren Verbesserungsvorschlägen (n = 172) .

nannten rd. 27 % explizit die Einführung verkehrsfreier (Fußgänger-)Zonen. Daneben wird noch die Begrünung und Straßenmöblierung vermehrt als verbesserungswürdig betrachtet (20 %). Weitere Aspekte spielen bei den Versmolder Bürgern nur eine untergeordnete Rolle. Circa 9 % sehen Verbesserungspotenziale bei dem Thema Stadtbildgestaltung / Aufenthaltsqualität. Noch einmal rd. 7 % wünschen sich ein besseres gastronomisches Angebot bzw. eine größere Vielfalt bei den Anbietern.

Abbildung 27: Verbesserungsvorschläge der Haushalte im Bereich Sonstiges

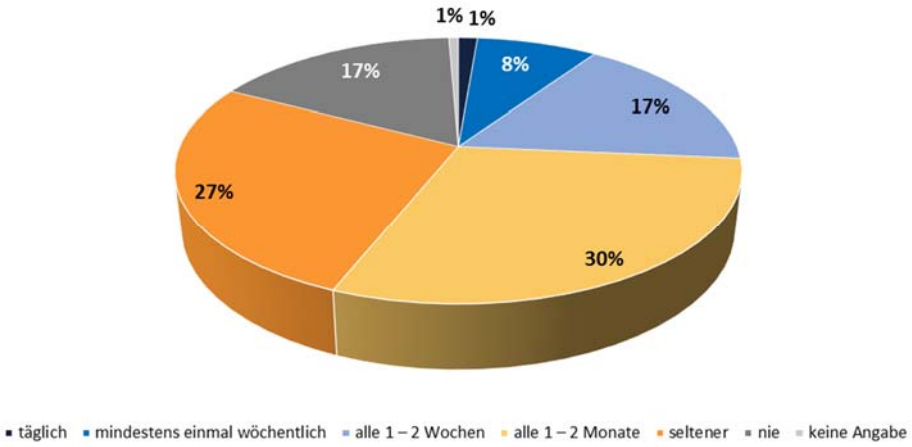


GMA-Onlinebefragung und telefonische Befragung 2019, in % der Befragten, n= 172, Befragte mit weiteren Verbesserungsvorschlägen, Mehrfachnennungen möglich, Anzahl der Nennungen = 232

7. Onlinehandel

Neben der Einkaufshäufigkeit im stationären Handel in Versmold wurden die Haushalte auch nach der Häufigkeit des Onlineeinkaufs befragt (vgl. Abbildung 28). Hierbei ist festzuhalten, dass rd. 9 % der befragten Versmolder angeben, mindestens einmal wöchentlich bzw. häufiger online einzukaufen. Die überwiegende Mehrheit (ca. 57 %) gibt hingegen an, alle 1 – 2 Monate oder seltener Waren online einzukaufen. Dieser Wert korreliert mit den Angaben zur Einkaufsorientierung der Versmolder Bürger (vgl. Kapitel III., 2). Dort ist festzustellen, dass die befragten Versmolder im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (vgl. Abbildung 6 in Kapitel I., 4.1.3) in nahezu allen Sortimentsbereichen seltener auf den Onlinehandel zurückgreifen. Insbesondere die online-affinen Sortimente Bekleidung und Schuhe werden von den Einwohnern v. a. stationär erworben. Insgesamt lässt sich somit feststellen, dass die befragten Versmolder Bürger weniger online-affin sind als es in anderen Kommunen ähnlicher Größenordnung und Einzelhandelsausstattung der Fall ist.

Abbildung 28: Häufigkeit des Onlineeinkaufs



GMA-Onlinebefragung und telefonische Befragung 2019, n = 462

Auch die Einzelhändler wurden hinsichtlich ihres Umgangs mit dem Internet befragt. Auf die Frage, ob diese über einen Internetauftritt verfügen, gaben rd. 48 % der befragten **Einzelhändler** an, dass sie über eine eigene Homepage verfügen. Etwa 33 % der Einzelhändler in Versmold besitzen eine zentrale Homepage im Verbund mit anderen Filialen und rd. 24 % haben einen eigenen Social Media Auftritt. Lediglich 14 % verfügen über keinen Internetauftritt. Von den Einzelhändlern mit Internetauftritt bieten rd. 77 % allgemeine Informationen über den Betrieb an, rd. 59 % präsentieren Produkte / Sortimente, rd. 71 % geben Informationen über aktuelle Angebote / Aktionen und ca. 29 % besitzt einen eigenen Onlineshop. Grundsätzlich ist hiermit für die Einzelhändler in Versmold eine relativ gute Onlinepräsenz festzuhalten, wobei der Informationsgehalt und die Aktualität der Auftritte stark variieren.

IV. Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes Versmold

Zur Sicherung und gezielten Weiterentwicklung des lokalen Einzelhandels ist die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2008 zu empfehlen, welches künftig als Grundlage zur Beurteilung von Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben im Zuge der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung herangezogen werden sollte[54]. Dieses berücksichtigt auch die übergeordneten Ziele der Landesplanung (LEP NRW 2017).

1. Städtebauliche Ziele der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

Die wesentlichen Ziele für die Einzelhandelsentwicklung in Versmold sind wie folgt zu formulieren:

- Steuerung der Einzelhandelsentwicklung nach städtebaulichen Kriterien
- Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelszentralität und -vielfalt des Grundzentrums
- Stabilisierung und Attraktivierung der Innenstadt als Versorgungsschwerpunkt der Stadt Versmold
- Erhaltung und Verbesserung der wohnortnahen Versorgung im Kernort

Abbildung 29: Wesentliche Bausteine des Einzelhandelskonzeptes

GMA-Darstellung 2020

54 Durch den Beschluss des Rates wird diese informelle Planungsgrundlage zu einem Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB und ist damit im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen.

Zur Steuerung des Einzelhandels auf kommunaler Ebene werden zwei einander bedingende und aufeinander aufbauende städtebauliche Konzepte benötigt (vgl. Abbildung 29).

- **Sortimentskonzept:** Die Sortimentsliste definiert ortsspezifisch die nahversorgungs- und zentrenrelevanten bzw. nicht zentrenrelevanten Sortimente und dient damit als Grundlage für die bauplanungsrechtliche Beurteilung großflächiger Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels.
- **Standortkonzept:** Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt die Festlegung und Begründung zentraler Versorgungsbereiche i. S. von § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2 a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO. Auf dieser Basis werden im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes standort- und branchenspezifische Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung formuliert.

Mit dem Sortiments- und Standortkonzept wird die Grundlage für eine zukunftsorientierte und geordnete Einzelhandelsentwicklung geschaffen werden. An dieser Stelle ist darauf hinzuweisen, dass ein Einzelhandelskonzept nur die Rahmenbedingungen für eine adäquate Entwicklung bereitstellt. Es entbindet jedoch nicht von betrieblichen oder städtebaulichen Modernisierungs- und Aufwertungsmaßnahmen in den zentralen Versorgungsbereichen.

2. Sortimentskonzept

Das Sortimentskonzept bildet die branchenbezogene Grundlage für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung bzw. zur bauplanungsrechtlichen Beurteilung zukünftiger Ansiedlungs- / Erweiterungsvorhaben. Dabei ist zu definieren, welche Einzelhandelssortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität der Sortimente sowie der Betriebsstruktur heute im Wesentlichen den zentralen Versorgungsbereichen zugeordnet werden können bzw. zukünftig zugeordnet werden sollen und welche Sortimente auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt werden können bzw. sollen.

2.1 Begriffsdefinition

Zur Einordnung der in der Praxis üblichen Differenzierung der zentrenrelevanten, nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimente erfolgt zunächst eine Definition der Begriffe.

In Nordrhein-Westfalen wird im LEP NRW auf Basis der Untersuchung von Junker + Kruse[55] ein verbindlicher Kern an Sortimenten festgelegt, die stets als zentrenrelevant anzusehen sind. Gemäß LEP NRW prägen diese Sortimente in besonderem Maße die Angebotsstrukturen nordrhein-

55 Grundlagen für die Erarbeitung einer neuen landesplanerischen Regelung zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels, Junker + Kruse, 2011.

westfälischer Innenstädte. Sie leisten einen wichtigen Beitrag zur Vielfalt des innerstädtischen Einzelhandelsangebotes und tragen aufgrund ihrer Magnetfunktion zu einer Belebung sowie Attraktivität der Innenstädte bei.
Folgende Sortimente sind demnach stets **zentrenrelevant**:

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

Darüber hinaus können ortsspezifische Sortimentslisten weitere zentrenrelevante Sortimente ausweisen. Im Allgemeinen sind **zentrenrelevante Sortimente** Warengruppen, die sich positiv auf die städtebauliche Attraktivität der Zentren auswirken. Auf das Vorhandensein dieser Sortimente und deren Anziehungskraft gründet sich das aus städtebaulicher Sicht wünschenswerte „Einkaufserlebnis“ bzw. eine zusätzliche Belebung der integrierten Lagen (z. B. durch Verbundkäufe).

Des Weiteren sind Sortimente zu erwähnen, die vorwiegend der Nahversorgung der Bevölkerung dienen, zugleich aber auch zentrenbildende Funktionen aufweisen (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel). Dabei handelt es sich um Angebote des kurzfristigen Bedarfs, die regelmäßig (täglich bzw. mehrmals die Woche) nachgefragt werden. Infolge dessen sollten sich diese Angebote in räumlicher Nähe zu den Wohngebieten bzw. verbrauchernah in zentralen Versorgungsbereichen lokalisiert werden. Diese Sortimente sind als **nahversorgungsrelevant** zu bezeichnen. Sie sind eine Teilmenge der zentrenrelevanten Sortimente.

Das Angebot von **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** stellt im Allgemeinen auch an Standorten außerhalb von Zentren keine wesentliche Gefährdung für die zentralen Versorgungsbereiche dar; sie sind an solchen Standorten aus planerischer Sicht aufgrund ihres großen Platzbedarfs und der durch sie hervorgerufenen Verkehrsfrequenz u. U. sogar erwünscht. Nicht zentrenrelevante Sortimente sind häufig großteilig und werden überwiegend mit dem Pkw transportiert.

2.2 Kriterien zentren- / nahversorgungsrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente

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

Übersicht 6: Kriterien der Zentrenrelevanz

Kriterium	Prüfmaßstäbe
1. Räumliche Verteilung sowie städtebauliche Zielsetzungen	Anteil der Verkaufsfläche / in den zentralen Versorgungsbereichen, städtebauliche Zielsetzungen
2. Bedeutung für Attraktivität und Branchenmix in den zentralen Versorgungsbereichen	breite Zielgruppenansprache, Beitrag zu einem vielfältigen Branchenmix
3. Magnetfunktion	Bekanntheit, Anziehungseffekte auf Kunden, Erhöhung der Besucherfrequenz
4. Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten	Kopplungseffekte zwischen Sortimenten und anderen Nutzungen des Zentrums
5. Warenbeschaffenheit / Transport	Sperrigkeit, Abtransport
6. Flächenbedarf	Warenpräsentation, Verkaufsflächenbedarf

GMA-Darstellung 2020

- Als erstes Bewertungskriterium ist die aktuelle **Verteilung des Einzelhandelsbesatzes** zu berücksichtigen. Zentrenrelevante Sortimente weisen hierbei i. d. R. einen hohen Anteil der Verkaufsfläche in den zentralen Versorgungsbereichen auf, während nicht zentrenrelevante Sortimente überwiegend außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen an städtebaulich integrierten und nicht integrierten Lagen ansässig sind. Darüber hinaus sind jedoch auch die stadtpolitischen und **städtebaulichen Zielsetzungen** der Stadt Versmold bezüglich der weiteren Einzelhandelsentwicklung zu berücksichtigen.

- Als zweites Kriterium gibt die „**Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt**“ Auskunft über die Zentrenrelevanz eines Sortiments. Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass zentrenrelevante Sortimente eine breite Zielgruppe ansprechen und zu einem vielfältigen Branchenmix in den zentralen Versorgungsbereichen beitragen.

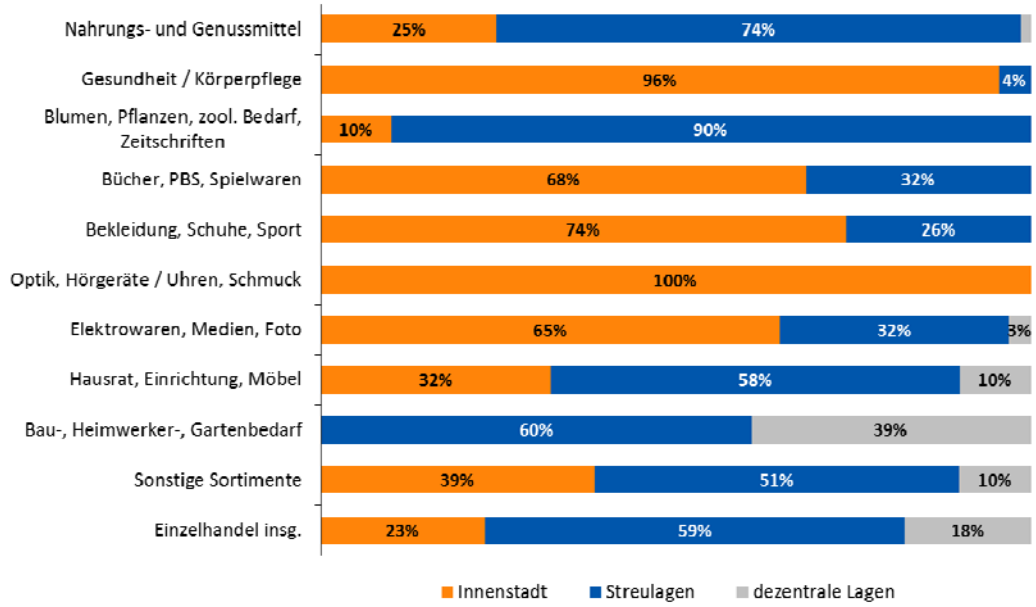
- Das dritte Kriterium **„Magnetfunktion“** bezieht sich auf die Bedeutung des Artikels bzw. Anbieters als Anziehungspunkt für Kunden. Betriebe mit einer hohen Bekanntheit und Attraktivität tragen in erheblichem Maße zur Attraktivität einer Einkaufsinnenstadt bei. Weist ein Sortiment eine hohe Attraktivität für die Allgemeinheit auf bzw. führt dazu, einen Einkaufsstandort erheblich zu stärken, indem Kunden gezielt angezogen werden, kann ihm eine Magnetfunktion zugesprochen werden, welche auf eine Zentrenrelevanz hindeutet. Dies gilt auch für Angebote des kurzfristigen Bedarfs.

- Als viertes Bewertungskriterium gehen die **„Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten“** in die Bewertung ein. Ein Artikel weist Synergieeffekte auf, wenn Kopplungseffekte zu anderen Sortimenten bestehen. Dies kann z. B. für Bekleidung in Verbindung mit Schuhen abgeleitet werden. In der Regel ist bei einer hohen Spezialisierung eines Sortiments davon auszugehen, dass Mitnahmeeffekte für andere Anbieter im Umfeld überschaubar sind, sodass dies ein Hinweis auf die fehlende Zentrenrelevanz eines Sortiments sein kann.

- Das fünfte Kriterium wurde allgemein als **„Warenbeschaffenheit / Transport“** definiert. Dieses schließt neben der Größe des Artikels (Sperrigkeit) auch den Abtransport der Ware durch den Konsumenten ein. Dieser erfolgt bei sperrigen Artikeln i. d. R. mit dem Pkw, wodurch die Zentrentauglichkeit deutlich eingeschränkt ist.

- Das sechste Kriterium **„Flächenbedarf“** zielt auf die Warenpräsentation und den dafür erforderlichen Flächenbedarf ab. Ist aufgrund der Beschaffenheit des Produktes eine hohe Verkaufsflächengröße unumgänglich, weist dies auf eine tendenzielle Nichtzentrenrelevanz hin. Dies liegt z. B. bei sperrigen Artikeln (z. B. Möbeln), aber auch bei Produkten im Freizeitbereich (z. B. Sportgroßgeräte) vor.

Abbildung 30: Verteilung der Sortimente (Verkaufsflächen) in Versmold nach Lagekategorien



GMA-Erhebung 2019

2.3 Sortimentsliste der Stadt Versmold

Die nachfolgende Übersicht stellt die zukünftige Einstufung der Sortimente in zentren-, nahversorgungs- und nicht zentrenrelevante Sortimente in der Stadt Versmold dar. Dabei ist zu beachten, dass sich die Abgrenzung nicht nur an der derzeitigen räumlichen Verteilung des Einzelhandels in Versmold orientiert, sondern auch städtebauliche Zielsetzungen berücksichtigt. So können z. B. Branchen, die derzeit nicht innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angeboten werden bzw. dort nicht ihren Verkaufsflächenschwerpunkt aufweisen, als zentrenrelevant eingestuft werden, sofern entsprechende Ansiedlungen im zentralen Versorgungsbereich möglich erscheinen und dort zu einer maßgeblichen Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes beitragen würden.

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

Die Sortimentsliste beachtet neben den im Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen genannten zentrenrelevanten Leitsortimenten die aktuelle räumliche Verteilung des Einzelhandels in Versmold und die städtebaulichen Zielsetzungen des Konzeptes. Daher ist sie an die lokale Situation angepasst und somit stadtspezifisch.

Tabelle 6: Sortimentsliste der Stadt Versmold (zusammenfassende Darstellung)

Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente*
- pharmazeutische Artikel - Sanitätswaren, medizinische, orthopädische Artikel - Bücher - Spielwaren - Papier-/ Schreibwaren, Schulbedarf - Bastelartikel, Bürobedarf - Bekleidung (Herren, Damen, Kinder / Säuglinge), Wäsche - Sportbekleidung, -schuhe, -artikel, (ohne Teilsortimente Angelartikel, Campinggroßartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitsportartikel und Sportgroßgeräte) - Wolle, Kurzwaren, Handarbeiten, Stoffe - Schuhe, Lederwaren - Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik, Korbwaren - Kunstgewerbe, Bilder / Rahmen / Spiegel - Heimtextilien, Haus- / Tischwäsche, Bettwäsche (Bettbezüge, Laken), Zierkissen, Badtextilien - Uhren, Schmuck - Optik, Akustik - Musikalien, Musikinstrumente - Baby-, Kinderartikel (Kleinteile wie Schnuller, Flaschen, Zubehör zum Füttern, Wickeln) - Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs-, Kommunikationselektronik, Computer, Foto) - Elektro-Haushaltswaren (Kleingeräte wie Mixer, Bügeleisen) (außer Elektrogroßgeräte)	- Tiernahrung, Tierpflegemittel, zoologischer Bedarf - Pflanzen, Pflege, Düngemittel, Gartenartikel, Gartengeräte (z. B. Rasenmäher) - Bau- und Heimwerkerbedarf, Baustoffe, Bauelemente, Beschläge, Eisenwaren und Werkzeuge, Leitern - Sanitärartikel, Fliesen, Installationsbedarf - Rollläden, Sicht- und Sonnenschutz, Markisen, Gardinen und -zubehör - Möbel, Antiquitäten (inkl. Kücheneinrichtungen, Gartenmöbel, Büromöbel, Badmöbel) - Matratzen, Bettwaren (z. B. Steppbettdecken) - Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten - Elektrogroßgeräte - Büromaschinen - Lampen, Leuchten, Beleuchtungskörper - Campinggroßartikel (z. B. Zelte, Campingmöbel) - Sportgroßgeräte - Fahrrad / Zubehör (ohne Bekleidung) - Erotikartikel - Angelartikel, Jagdbedarf, Reitsportartikel, (alle Sortimente ohne Bekleidung) - Kinderwagen, Autokindersitze - Kfz-Handel, Motorräder, Campingfahrzeuge, Reifenhandel, Auto-, Motorradzubehör, Motorradbekleidung
nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente	
- Nahrungs-/ Genussmittel, Getränke, Tabak-, Reformwaren - Gesundheits- und Körperpflegeartikel (Drogeriewaren inkl. Wasch- und Putzmittel, Kosmetika) - Zeitschriften, Zeitungen - Schnittblumen	

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

unterstrichen = zentrenrelevant gemäß Anlage 1 des LEP NRW.

GMA-Empfehlungen 2020, auf Grundlage der erhobenen Standortverteilung

Die Versmolder Sortimentsliste ist an die lokale Situation angepasst und damit **stadtspezifisch**. Zur Einordnung der Sortimente im Vergleich zum Einzelhandelskonzept von 2008 ist auf folgende Aspekte gesondert hinzuweisen:

- Die Versmolder Sortimentsliste 2008 weist Bürobedarf, Organisationsartikel (mit überwiegend gewerblicher Ausrichtung) als nicht zentren- bzw. nahversorgungsrelevantes Einzelhandelssortiment aus. Abweichend von der bisherigen Zuordnung wird nun die Zuordnung der gesamten Warengruppe Bürobedarf zu den zentrenrelevanten Sortimenten empfohlen. Dies geschieht auf Grundlage der im Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) in Anlage 1 festgelegten Zentrenrelevanz dieses Sortimentes.

- Beim Sortiment Fahrräder und Fahrradzubehör (ohne Bekleidung), welches in der Versmolder Sortimentsliste von 2008 als zentrenrelevantes Sortiment eingestuft wurde, wird künftig die Einstufung als nicht zentrenrelevant empfohlen. Derzeit befindet sich lediglich ein Anbieter innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Zwei weitere Anbieter sind außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches in Streulagen ansässig.

- Das Sortiment Anglerbedarf ist in der Versmolder Sortimentsliste 2008 als zentrenrelevantes Einzelhandelssortiment eingestuft. Aufgrund des Fehlens von Anbietern im zentralen Versorgungsbereich sowie im restlichen Stadtgebiet Versmolds wird die Einstufung des Sortimentes als nicht zentrenrelevant empfohlen.

- In der Versmolder Sortimentsliste 2008 werden Leuchten, Lampen als zentren- bzw. nahversorgungsrelevante Einzelhandelssortimente eingestuft. Das Sortiment führt derzeit kein Anbieter in der Versmolder Innenstadt als Kernsortiment. Es existiert lediglich ein Beleuchtungsgeschäft sowie Anbieter mit einem Teilsortiment Lampen und Leuchten in Streulagen bzw. dezentralen Lagen (z. B. Wohnstore Stelter, Hagebaumarkt), sodass die Einstufung des Sortimentes als nicht zentrenrelevant empfohlen wird.

3. Standortkonzept

Ein Standortkonzept soll als räumliche Grundlage für die Einzelhandelsentwicklung dienen. Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt eine Einordnung der bestehenden Einkaufslagen in eine Zentren- und Standortstruktur. Des Weiteren werden sog. zentrale Versorgungsbereiche festgelegt und räumlich abgegrenzt (vgl. Kapitel I., 6.).

3.1 Zentren- und Standortstruktur Versmold

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

- In der Innenstadt von Versmold wird der Bereich der östlichen Münsterstraße / nordwestlichen Ringallee / südlichen Ravensberger Straße / westlichen Berliner Straße sowie z.T. die angrenzenden Stichstraßen (u. a. südliche Gartenstraße, nördliche Altstadt- und Wiesenstraße) als **zentraler Versorgungsbereich Innenstadt** ausgewiesen. Im Vergleich zur Zentrenabgrenzung von 2008 fällt die Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereichs deutlich geringer aus. Aufgrund des geringen Nutzungsbesatzes und den überwiegenden Wohnnutzungen entfallen insbesondere Bereiche im Nord- (v. a. nördlicher Teil der Ravensberger Straße) und Südosten (v. a. südliche Teile der Altstadtstraße, Mittelstraße und Wittensteiner Straße) der ehemaligen Zentrenabgrenzung. Der zentrale Versorgungsbereich gilt als schutzwürdige Einkaufslage gemäß BauGB und BauNVO. Dabei nimmt die Innenstadt von Versmold eine gesamtstädtische Versorgungsfunktion wahr.

- Darüber hinaus ist eine Reihe von Einzelhandelsbetrieben im Stadtgebiet verteilt, die außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches liegen. Hierbei handelt es sich um sog. **sonstige Lagen**, wozu sowohl integrierte Standorte als auch dezentrale autokundenorientierte Lagen zählen. Aufgrund einer fehlenden räumlichen Konzentration handelt es sich hier i. d. R. um Streulagen bzw. Solitärstandorte.

Abbildung 31: Zentren- und Standortstruktur der Stadt Versmold

Zentraler Versorgungsbereich	**Innenstadt Versmold**	i. S. v. § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO
Sonstige Standorte	**städtebaulich integrierte Lagen**	Lagen mit gewichtigem Wohngebietsbezug
	städtebaulich nicht integrierte Lagen	dezentrale Lagen, Wohngebietsbezug lediglich in einer Himmelsrichtung bzw. kein Wohngebietsbezug

GMA-Darstellung 2020

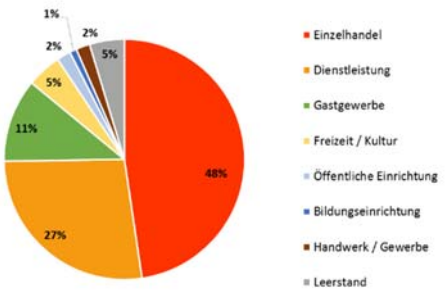
3.2 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Versmold

Ausstattung

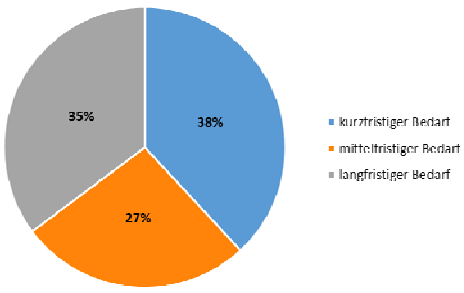
Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche*	
	abs.	in %	abs.	in %
Nahrungs- und Genussmittel	13	25	2.420	27
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	7	14	860	10
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf, Zeitschriften	2	4	145	2
kurzfristiger Bedarfsbereich	**22**	**43**	**3.425**	**38**
Bücher, Schreib- / Spielwaren	1	2	260	3
Bekleidung, Schuhe, Sport	11	22	2.135	24
mittelfristiger Bedarfsbereich	**12**	**24**	**2.395**	**27**
Elektrowaren, Medien, Foto	5	10	320	4
Hausrat, Einrichtung, Möbel	4	8	2.195	24
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	1	2	15	< 1
Optik / Uhren, Schmuck	5	10	425	5
sonstige Sortimente**	2	4	210	2
langfristiger Bedarfsbereich	**17**	**33**	**3.165**	**73**
Nichtlebensmittel insgesamt		75		73
Einzelhandel insgesamt	**51**	**100**	**8.985**	**100**

* bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet
** sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwaren)

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)



strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

▪ 800 bis unter 1.500 m²	Rewe Rädel, Jibi, Dänisches Bettenlager, Möbel Bartels
▪ 400 bis unter 800 m²	Rossmann
▪ bis unter 400 m²	u. a. kik, NKD, Ernsting's family, TEDi, M 1, Buchhandlung, Elektrofachgeschäfte, Optiker, Apotheken, (M 10[56], Gerry Weber[57], Sport total[58])

56 zwischenzeitlich mit dem Bekleidungsgeschäft M 1 zusammengelegt.

57 zwischenzeitlich geschlossen.

58 Schließung zum 01.04.2020 angekündigt.

Foto 1: **Schweinebrunnen (Berliner Straße / Wiesenstraße)**

Foto 2: **Berliner Straße**

Foto 3: **westliche Münsterstraße**

Foto 4: **Potenzialfläche Autohaus Nagel (Münsterstraße)**

Foto 5: **Rewe Rädel (Wiesenstraße)**

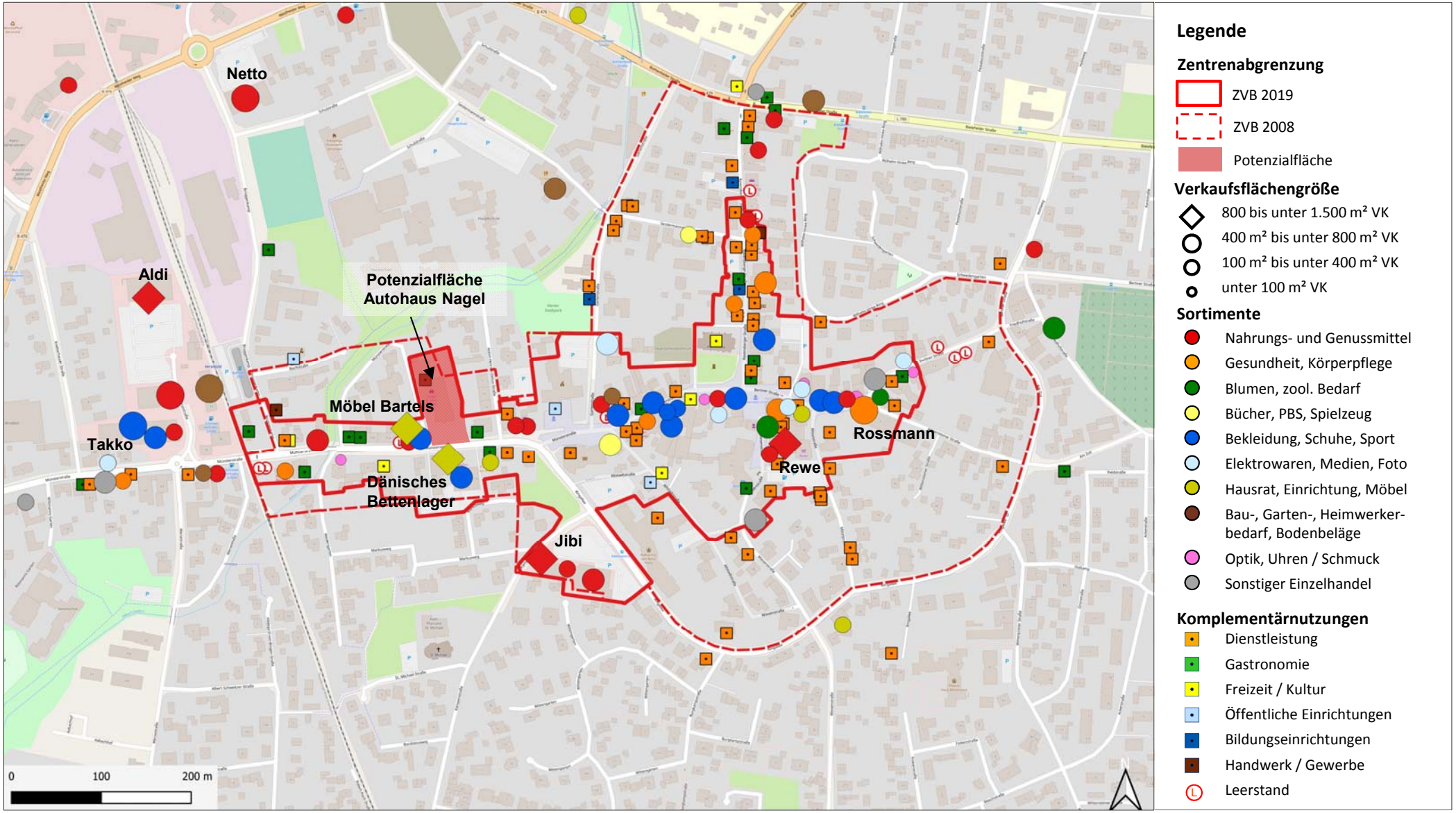
Foto 6: **Jibi (Kämpenstraße)**

Foto 7: **östliche Münsterstraße**

Foto 8: **Ravensberger Straße**

GMA-Aufnahmen 2019

Karte 3: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Versmold



Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Darstellung 2020, Erhebungsstand Mai 2019

Räumliche Situation

- Die **Innenstadt von Versmold** erstreckt sich im Wesentlichen entlang der östlichen Münsterstraße / nordwestlichen Ringallee / südlichen Ravensberger Straße / westlichen Berliner Straße sowie den angrenzenden Stichstraßen (u. a. südliche Gartenstraße, nördliche Altstadt- und Wiesenstraße) (vgl. Karte 3).

- Der **Schwerpunkt des Einzelhandels** zieht sich v. a. entlang der verkehrsberuhigten Zone der östlichen Münsterstraße bzw. der westlichen Berliner Straße. An dieser Hauptachse befindet sich die Mehrheit der Einzelhandelsbetriebe der Innenstadt. Die **räumliche Ausdehnung** in Ost-West-Richtung beträgt ca. 700 – 800 m, in Nord-Süd-Richtung ca. 400 – 500 m.

- Die **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs** ergibt sich im Wesentlichen aus dem aktuellen Einzelhandelsbesatz sowie der Lage ergänzender Komplementärnutzungen. Die **westliche Grenze** des zentralen Versorgungsbereiches stellt die Bahnlinie im Bereich der Münsterstraße dar, welche eine deutliche städtebauliche Zäsur bildet. Westlich der Bahnlinie befindet sich ein Gewerbegebiet mit weiteren z. T. zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben (u. a. Aldi, Hogreve Getränkemarkt, Schuhpark, Takko), welche jedoch nicht mehr dem zentralen Versorgungsbereich zuzuordnen sind, da von hier aus die fußläufige Distanz zum Kern der Innenstadt bereits zu groß ist und die Bahn eine wesentliche Trennung darstellt. Die Münsterstraße östlich der Bahnlinie wird hingegen zum zentralen Versorgungsbereich gezählt, da hier vermehrt Einzelhandel (z. B. Optiker, ethnisches Lebensmittelgeschäft, Schuhgeschäft) sowie verschiedene Komplementärnutzungen (u. a. Pizzeria, Kulturcafé, Wettbüro) ansässig sind und zudem die Passantenfrequenz gegenüber dem Bereich westlich der Bahnlinie höher ist. Hier erfolgte eine weitestgehend parzellenscharfe Abgrenzung, sodass lediglich der Gebäudebesatz in erster Reihe dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet wird. Die **südliche Ausdehnung** des zentralen Versorgungsbereiches reicht entlang des südlichen Gebäudebesatzes der östlichen Münsterstraße, dem Grundstück des Jibi-Marktes an der Ecke Kämpenstraße / Ringallee, der nördlichen Altstadtstraße sowie dem Bereich Wiesenstraße / Mittelstraße / Wittensteiner Straße. Eine weitere Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches in südlicher Richtung wird aufgrund der umliegenden Wohnnutzungen und nur noch vereinzelter Komplementärnutzungen ausgeschlossen. Die **östliche Grenze** des zentralen Versorgungsbereiches wird durch den Kreuzungsbereich Berliner Straße / Wittensteiner Straße markiert. Den Abschluss bilden hier ein ansässiger Juwelier sowie ein Computerfachgeschäft in der Berliner Straße. Östlich dieser Abgrenzung nimmt der Einzelhandels- bzw. Komplementärnutzungsbesatz sowie die Passantenfrequenz deutlich ab.

Auch sind hier Abwertungstendenzen in Form von mindergenutzten und leerstehenden Immobilien festzustellen. In **nördlicher Richtung** verläuft die Abgrenzung des Zentrums entlang des nördlichen Gebäudebesatzes der Berliner Straße und Münsterstraße. Nördlich davon nimmt der Geschäftsbesatz deutlich ab und die Nutzungsstruktur geht größtenteils in Wohnnutzung über. In der Ravensberger Straße wird der zentrale Versorgungsbereich bis zur Gestermannstraße einbezogen. Zwar sind noch im nördlichen Bereich der Ravensberger Straße (bis zur Kreuzung Rothenfelder Straße / Bielefelder Straße) einige Komplementärnutzungen ansässig. Diese übernehmen allerdings keine zentrenprägenden Funktionen und werden nicht dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet.

- Im **Vergleich zur Zentrenabgrenzung von 2008** verringert sich die Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereichs erheblich. Es entfallen v. a. Bereiche im Nord- (v. a. nördlicher Teil der Ravensberger Straße) und Südosten (v. a. südliche Teile der Altstadtstraße, Mittelstraße und Wittensteiner Straße) der ehemaligen Zentrenabgrenzung, welche aufgrund ihrer aktuellen Nutzungsstruktur (überwiegend Wohnnutzung) nicht mehr Teil des zentralen Versorgungsbereiches sind. Der neu abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich konzentriert sich demnach auf Bereiche, die bereits durch Einzelhandel geprägt sind.

- Am Standort des Autohauses Nagel in der Münsterstraße wird eine großflächige **Potenzialfläche** ausgewiesen. Auf der Fläche ist derzeit die Nutzung durch einen Lebensmittelmarkt im Gespräch. Gutachterlich ist eine Verlagerung eines bestehenden Lebensmittelmarktes (Supermarkt oder Discounter) zu empfehlen.

Angebots- und Nachfragesituation

- Mit insgesamt **51 Einzelhandelsbetrieben** und **rd. 8.985 m² Verkaufsfläche** weist die Innenstadt eine große Einzelhandelsbedeutung innerhalb der Stadt Versmold auf.

- In Bezug auf die **Einzelhandelsfunktion** des zentralen Versorgungsbereiches sichern insbesondere die beiden Vollsortimenter Rewe Rädel und Jibi, weitere kleinteilige Lebensmittelanbieter und Bäckereien, der Drogeriemarkt Rossmann sowie mehrere Apotheken die Nahversorgung. Auf den **kurzfristigen Bedarfsbereich** entfallen rd. 38 % der Verkaufsfläche, sodass es sich hierbei knapp um den Verkaufsflächenschwerpunkt des zentralen Versorgungsbereiches handelt.[59] Der **mittelfristige Bedarfsbereich** macht etwa 27 % der Verkaufsfläche aus. Hierbei handelt es sich v. a. um diverse Bekleidungsanbieter (u. a. Kik, M1, NKD, Ernsting's family). Darüber hinaus sind ca. 35 % der Verkaufsfläche im **langfristigen Bedarf** vorhanden. Mehr als die Hälfte dieser

59 Im Nachgang der Bestandserhebung kam es zu einer Neuansiedlung eines ethnischen Lebensmittelgeschäftes in der Ravensberger Straße, welches hier nicht mitberücksichtigt wurde.

Verkaufsfläche entfällt dabei auf die großflächigen Anbieter Möbel Bartels und Dänisches Bettenlager.

- Als wesentliche großflächige **Magnetbetriebe** innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sind die Lebensmittelvollsortimenter Rewe Rädel und Jibi sowie der Einrichtungsfachmarkt Dänisches Bettenlager zu nennen; der mittelflächige Drogeriemarkt Rossman sowie die mittel- bis kleinflächigen Bekleidungsgeschäfte tragen ebenfalls zur Frequenz der Innenstadt bei.

- Das Zentrum übernimmt die **Versorgungsfunktion** für die gesamte Stadt Versmold. Eine stärkere Einkaufsorientierung kann v. a. aufgrund der limitierten Einzelhandelsausstattung sowie der Konkurrenzsituation mit den umliegenden Zentren nicht abgeleitet werden.

- Das Einzelhandelsangebot wird durch **Komplementärnutzungen** ergänzt, dazu zählen Dienstleistungsbetriebe (u. a. Versicherungen, Banken, Ärzte, Friseure, Reisebüro, Rechtsanwalt), Gastronomieangebote (u. a. Restaurants, Imbiss, Café), Kultur- und Freizeitangebote (u. a. Kampfsportschule, Museum) und Handwerksbetriebe.

Städtebauliche Situation

- Die stärkste **Nutzungskonzentration** besteht im verkehrsberuhigten Bereich ab der Kreuzung Gartenstraße / Münsterstraße entlang der Münsterstraße und Berliner Straße bis zum Kreuzungsbereich Berliner Straße / Wittensteiner Straße. Dieser Bereich weist eine spezielle Bepflasterung auf und wird somit auch optisch von den angrenzenden Straßenzügen hervorgehoben. Grundsätzlich bietet das Areal eine hohe Aufenthalts- und Verweilqualität, welche sich nach Beendigung der derzeit stattfindenden städtebaulichen Maßnahmen noch einmal deutlich steigern wird. Im Rahmen der Sanierungsmaßnahmen sollen u. a. der Rathausplatz, der Kirchplatz und die Münsterstraße sowie der Marktplatz und Teile der Berliner Straße funktional aufgewertet werden. Zu den Aufwertungsmaßnahmen zählen eine einheitliche Bepflasterung, neues Stadtmobilar (z. B. Brunnenanlage, Sitzbänke, Radständer, Spielgeräte) sowie die Herstellung der Barrierefreiheit in der Innenstadt.[60] Demgegenüber nimmt die Aufenthaltsqualität im westlichen Bereich des Zentrums (Ringallee / Münsterstraße), aufgrund des dort wesentlich höheren Verkehrsaufkommens, deutlich ab. Erste funktionale Defizite sind in den Randbereichen (östl. Brillerstraße, nördl. Ravensberger Straße) zu erkennen (Leerstände, Zunahme von Dienstleistungsnutzungen).

60 vgl. hierzu Innenstadtkonzept (ISEK) für die Stadt Versmold, Bericht März 2016.

- Im Bereich der Innenstadt bestehen verschiedene **Parkmöglichkeiten** (u. a. Parkplatzanlage an der Stadtsparkasse, Parkplatz des Rewe-Marktes in der Wiesenstraße, Parkplatz des Jibi-Marktes an der Ecke Kämpenstraße / Ringallee sowie z. T. straßenbegleitendes Kurzparken entlang der Münsterstraße). Insgesamt stellt sich das Stellplatzangebot als ausreichend dar, weswegen die Schaffung von zusätzlichen Parkplätzen in direkter Innenstadtnähe nicht erforderlich ist.

- Der zentrale Versorgungsbereich weist zum Stichtag der Erhebung **5 Leerstände** auf. Dies entspricht einer Leerstandsquote von rd. 5 %, welche noch als relativ niedrig eingestuft werden kann. Aufgrund der zwischenzeitlich erfolgten Geschäftsschließungen u. a. von Gerry Weber und M10 und der angekündigten Schließung von Sport total erhöht sich die Leerstandsquote. Weiterhin ist nicht auszuschließen, dass es bedingt durch die derzeit laufenden Sanierungsmaßnahmen und entsprechend rückläufigen Passantenfrequenzen in der Versmolder Innenstadt zu weiteren Geschäftsaufgaben kommen kann. Aktuell befinden sich die leerstehenden Lokale überwiegend in den Randlagen des Innenstadtbereiches (Münsterstraße, Ravensberger Straße).

Entwicklungspotenziale und Ziele

- ➔ Die Ergänzung des Einzelhandelsangebotes ist grundsätzlich in allen Branchen möglich, unter städtebaulichen Gesichtspunkten ist jedoch in erster Linie die Lenkung von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten auf den zentralen Versorgungsbereich zu forcieren.

- ➔ Eine Stärkung des Angebotes ist v. a. in den Sortimenten zu empfehlen, in denen Versmold derzeit Defizite aufweist und die als klassische Sortimente gelten (bspw. Bekleidung, Sport, Schuhe, Haushaltswaren, Elektrowaren).

- ➔ Entwicklung der Potenzialfläche Autohaus Nagel. Die Potenzialfläche sollte für die Ansiedlung oder Verlagerung eines Lebensmittelanbieters genutzt werden.

- ➔ Wiederbelebung der derzeit leerstehenden Ladenlokale zur Steigerung der Attraktivität in der Innenstadt. Kleinteilige Einheiten können für spezialisierte Angebote genutzt werden, die den Einzelhandelsplatz Versmold aufwerten können. Hierzu ist jedoch ein gewisses Maß an Durchhaltevermögen (und Experimentierfreudigkeit) nicht nur auf Seiten möglicher Gewerbetreibenden, sondern v. a. von Seiten der Vermieter notwendig, da solche Konzepte in Städten wie Versmold nur aus dem inhabergeführten Handel kommen können. Sollte dies kurzfristig nicht möglich sein, so ist eine Kaschierung funktionaler Defizite durch Zwischennutzungen vorhandener Leerstände mit Hilfe al-

ternativer Betriebskonzepte (bspw. Pop-Up-Stores, Ateliers) sowie durch gestalterische Maßnahmen zur Aufwertung von leerstehenden Ladenlokalen (z. B. Ausstellungen) anzustreben.

➔ Darüber hinaus ist in den Randbereichen des Zentrums die funktionale Ergänzung durch Komplementärnutzungen sowie in den Bereichen außerhalb des Zentrums (z. B. nördl. Ravensberger Straße, östl. Berliner Straße) die Realisierung bzw. Stärkung der Wohnfunktion in den Erdgeschosslagen zu empfehlen.

➔ Vor dem Hintergrund der zu erwartenden Zunahme der Leerstandssituation in der Versmolder Innenstadt, die sich neben den Randlagen auch auf die Hauptlage der Münsterstraße bezieht, sowie der Tatsache, dass sich die Versmolder Innenstadt jüngst in der Innenstadtleitbranche Bekleidung, Schuhe, Sport negativ entwickelt hat (u. a. Betriebsaufgaben Gerry Weber und Vanity Mode, Zusammenlegung M 1 und M 10, angekündigte Betriebsaufgabe Sport total) (vgl. hierzu Ausführungen in Kapitel II., 4.), sind neben der Aufstellung und Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes als Steuerungskonzept auch weitere Handlungsfelder und Maßnahmen zur Aufwertung der Innenstadt erforderlich. Hierzu können Standortaufwertungsmaßnahmen genauso hilfreich sein wie Veranstaltungen und verkaufsoffene Sonntage. Diese Maßnahmen sind dazu geeignet, die standortbedingten Problemlagen in Teilen zu mildern und somit zu einer Attraktivitätssteigerung der Versmolder Innenstadt beizutragen.

4. Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sind standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben erforderlich.[61] Grundsätzlich kommen verschiedene Stufen zur Begrenzung und zum Ausschluss des Einzelhandels in Betracht:

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

Die Regeln folgen dem zentralen Grundsatz, dass Ansiedlungen bzw. Erweiterungen nicht zu einer Beeinträchtigung der Funktions- und Entwicklungsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche führen dürfen. Außerdem sind bei Ansiedlungen bzw. Erweiterungen die landesplanerischen Vorgaben zu beachten.

Im Folgenden werden auf Grundlage des Sortimentskonzeptes sowie der o. g. Zentren- und Standortstruktur in Versmold branchen- und standortbezogene Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung definiert. Abbildung 32 gibt hierzu einen Gesamtüberblick, der textlich erläutert wird.

Abbildung 32: Steuerungsempfehlungen

Ansiedlung / Erweiterung in ... mit ...		Zentraler Versorgungsbereich	sonstige Lagen	
		Versmold Innenstadt	städtebaulich integrierte Lagen	städtebaulich nicht integrierte Lagen
nahversorgungsrelevantem Kernsortiment	großflächig*	✔	ⓘ	↯
	nicht großflächig	✔	✔	↯
zentrenrelevantem Kernsortiment	großflächig*	✔	↯	↯
	nicht großflächig	✔	ⓘ	↯
nicht zentrenrelevantem Kernsortiment	großflächig*	∿	↯	ⓘ
	nicht großflächig	✔	✔	✔

✔ Grundsätzlich möglich bzw. städtebaulich zu empfehlen / ⓘ Einzelfallprüfung erforderlich bzw. zu empfehlen / ↯ Grundsätzlich nicht möglich / ∿ städtebaulich nicht zu empfehlen / * großflächiger Einzelhandel ab 800 m² Verkaufsfläche

GMA-Empfehlungen 2020

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

4.1 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

Für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sollten keine Beschränkungen hinsichtlich möglicher Einzelhandelsansiedlungen gelten. Das heißt, dass sowohl großflächige[62] Betriebe als auch nicht großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten zulässig und städtebaulich erwünscht sind. Auch die Ansiedlung großflächiger Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist hier grundsätzlich zulässig. Ihre Ansiedlung ist aus städtebaulicher Sicht jedoch nicht zu empfehlen und sie sollte nicht Teil der Ansiedlungspolitik in Versmold sein.[63] Etwaige Flächenpotenziale sollten Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten vorbehalten werden, die für die Innenstadt eine frequenzerzeugende Wirkung haben.

4.2 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels in sonstigen Lagen

Darüber hinaus bestehen Einzelhandelsbetriebe in sonstigen Lagen im Stadtgebiet. Hierzu zählen städtebaulich integrierte Lagen sowie nicht integrierte Standorte in überwiegend autokundenorientierter Lage (z. B. in Gewerbe- und Industriegebieten).

4.2.1 Städtebaulich integrierte Lagen

Bei den städtebaulich integrierten Lagen handelt es sich um Standorte, die keinem zentralen Versorgungsbereich zuzuordnen sind, aber einen gewichtigen Wohngebietsbezug haben.

Für großflächigen Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten (z. B. Lebensmittelmärkte) gilt, dass diese gemäß LEP NRW zunächst außerhalb zentraler Versorgungsbereiche nicht zulässig sind. Jedoch gibt es Ausnahmen:

- Aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen zur wohnortnahen Versorgung (mit Ausweis als Sondergebiet gemäß LEP NRW) oder
- bei Nachweis als nicht sondergebietspflichtiges Vorhaben gemäß Einzelhandelserlass NRW i. V. m. der Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“ (2000) bzw. dem „Leitfaden zum Umgang mit § 11 Abs. 3 BauNVO in Bezug auf Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels“ (Fachkommission Städtebau 2017).

In diesen Fällen kann ein großflächiger Lebensmittelmarkt (auch als Erweiterung) jeweils unter Einhaltung des Beeinträchtigungsverbotes zulässig sein.

62 großflächiger Einzelhandel ab 800 m² Verkaufsfläche

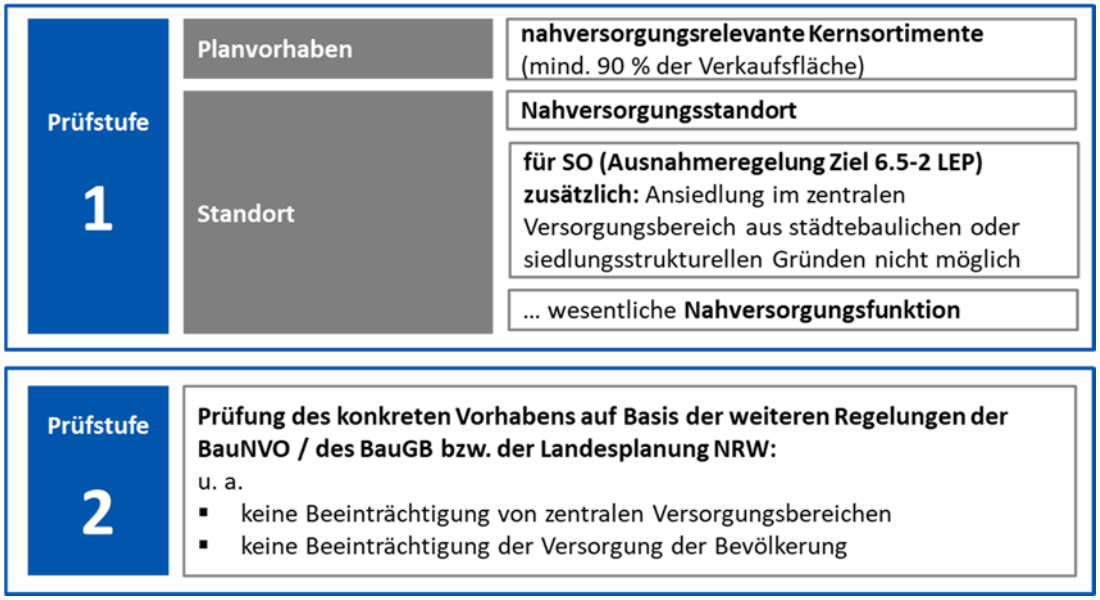
63 Solche Betriebe haben i. d. R. einen hohen Flächenanspruch mit Geschäftsräumen und Parkplätzen. Diese Voraussetzungen sind in der Innenstadt von Versmold nicht gegeben.

Daran anknüpfend wird eine zweistufige Vorgehensweise vorgeschlagen:

1. Prüfung der geeigneten Standortqualität für Lebensmittelmärkte (städtebauliche Integration sowie wesentliche Nahversorgungsfunktion und damit Eignung als Lebensmittelmarkt-Standort).

2. Bei entsprechenden Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben in einer siedlungsräumlich integrierten Lage hat eine Prüfung des konkreten Vorhabens zu erfolgen. Vor allem ist nachzuweisen, ob mit dem Vorhaben wesentliche städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen einhergehen. Dieser Nachweis hat ab 800 m² Verkaufsfläche durch den Antragsteller zu erfolgen.

Abbildung 33: Einzelfallprüfung für Nahversorgungsstandorte



Quelle: GMA-Darstellung 2020

Die Ansiedlung von kleinflächigem nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel soll möglich sein, da hier i. d. R. keine Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche vorliegen. Dabei ist zu differenzieren zwischen kleinteiligen Angeboten wie Bäckereien, Blumenläden, Apotheken usw. und mittelflächigen Fachmarktangeboten wie z. B. Drogeriemarkt, Textilfachmarkt oder eine Agglomeration[64] aus mehreren Fachmärkten. Hier muss im Zweifelsfall der Nachweis erbracht werden, dass keine nachteiligen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich zu erwarten sind.[65]

64 Eine Einzelhandelsagglomeration liegt vor, wenn mehrere selbstständige, auch je für sich nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe räumlich konzentriert angesiedelt sind oder angesiedelt werden sollen (vgl. Begründung zu Ziel 6.5-8, LEP NRW).

65 Auch in diesem Zusammenhang ist darauf zu verweisen, dass bestimmte Baugebiete nach BauNVO klein- und mittelflächige Betriebe bis zu einer Verkaufsfläche von 800 m² VK zulassen, so dass auch hier eine planungsrechtliche Steuerung erschwert ist. Auf Ziel 6.5-8 des LEP NRW ist in diesem Zusammenhang weiterführend zu verweisen.

Großflächige Ansiedlungsvorhaben im zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich sind an städtebaulich integrierten Standorten auszuschließen.

4.2.2 Städtebaulich nicht integrierte Lagen (u. a. Gewerbe- und Industriegebiete)

Gewerbe- und Industriegebiete sollten – ihrer primären Funktion entsprechend – als Flächen für das produzierende und weiterverarbeitende Gewerbe sowie für Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe vorgehalten werden. Aus diesem Grund sowie im Hinblick auf die Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes sollten hier Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten vollständig ausgeschlossen werden. Darüber hinaus sind im Stadtgebiet von Versmold bedarfsgerechte Flächen für Gewerbe- und Industriebetriebe bereitzustellen, weshalb ein genereller Einzelhandelsausschluss (Einzelhandel mit nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimenten) in Gewerbe- und Industriegebieten im Rahmen der Bauleitplanung geboten ist.

In den sonstigen städtebaulich nicht integrierten Lagen sollte zukünftig die Ansiedlung von Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment zur Vervollständigung / Ergänzung des bestehenden Einzelhandelsbesatzes in Versmold grundsätzlich möglich sein.

Bestehende Betriebe, auch mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten, genießen grundsätzlich **Bestandsschutz**. Zur Sicherung des Standortes sowie der wirtschaftlichen Tragfähigkeit ist auch diesen Betrieben eine geringfügige Erweiterungsmöglichkeit einzuräumen. Voraussetzung hierfür ist, dass keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Versmold sowie auf zentrale Versorgungsbereiche in benachbarten Orten hervorgerufen werden. Dies ist ebenfalls im Rahmen einer Einzelfallbetrachtung zu prüfen.

Aufgrund sortiments- und betriebstypenspezifischer Besonderheiten ist eine ergänzende Regelung hinsichtlich der zentrenrelevanten **Randsortimente** bei Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zu empfehlen. Um der Gefahr einer Aushöhlung des Sortimentskonzeptes durch übermäßige Angebote von zentrenrelevanten Randsortimenten zu begegnen, ist bei Ansiedlungen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches eine Randsortimentsbegrenzung im Rahmen der Bebauungsplanfestsetzungen zu empfehlen. **Bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben** (ab 800 m² Verkaufsfläche) mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Möbel-, Bau- und Gartenmärkte) ist eine Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf maximal 10 % der realisierten Gesamtverkaufsfläche, jedoch maximal 800 m² Verkaufsfläche anzuregen. Um sicherzustellen, dass die insgesamt zulässige Fläche nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann, ist im Rahmen einer Einzelfallprüfung die Dimensionierung einzelner Sortimente zu prüfen. Hier ist insbesondere die Verträglichkeit mit dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Versmold zu untersuchen. Auch dies könnte ansonsten zu einer Unterwanderung des Sortimentskonzeptes und letztlich zu Beeinträchtigungen der schutzwürdigen Strukturen in Versmold führen.

5. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

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

- **Beschluss des Einzelhandelskonzeptes durch den Rat der Stadt Versmold** als Teil eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB auf der Grundlage dieses Gutachtens. Damit ist das Einzelhandelskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen und gilt als Dokumentation der kommunalen Planungsabsichten. Insbesondere sind hier von Belang:
  - **Städtebauliche Ziele der Stadt Versmold für die Einzelhandelsentwicklung**
  - **Festlegung der Zentren- und Standortstruktur**
  - **Abgrenzung und Definition des zentralen Versorgungsbereiches**
  - **Sortimentsliste der Stadt Versmold**
  - **Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung**

- **Planungsrechtliche Verankerung im Rahmen der Bauleitplanung**
  Es sollte geprüft werden, wie die Standortempfehlungen möglichst zeitnah in gültiges Baurecht umgesetzt werden können. Festsetzungsmöglichkeiten v. a. im unbeplanten Innenbereich eröffnet der § 9 Abs. 2a BauGB. Hiermit kann verhindert werden, dass an städtebaulich nicht gewünschten Standorten eine Entwicklung entsteht, die den Zielen und Empfehlungen des Einzelhandelskonzeptes entgegensteht. Für die Begründung kann das auf der Grundlage dieses Gutachtens erstellte Einzelhandelskonzept verwendet werden, wenn es durch den Rat beschlossen worden ist.[66]

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

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

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

Verzeichnisse

Seite

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Untersuchungsaufbau	9
Abbildung 2:	Wesentliche Einflussfaktoren der Handelsentwicklung	13
Abbildung 3:	Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes (netto) in Mrd. € in Deutschland (inkl. Onlinehandel; ohne KFZ, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken)	14
Abbildung 4:	Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2002 – 2018	14
Abbildung 5:	Entwicklung des Gesamtumsatzes und der Onlineumsätze im deutschen Einzelhandel	16
Abbildung 6:	Onlineanteil je Branche am jeweiligen Gesamtmarkt 2016 – 2018 in Prozent	17
Abbildung 7:	Konsumtrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers	18
Abbildung 8:	Gegenstromprinzip	20
Abbildung 9:	Regelung gemäß LEP NRW für großflächigen Einzelhandel mit zentrenrelevanten Kernsortimenten	23
Abbildung 10:	Verkaufsflächenvergleich* 2008 / 2019	39
Abbildung 11:	Kaufkraftbindung in Versmold	45
Abbildung 12:	Kaufkraftströme in Versmold	47
Abbildung 13:	Relative Verkaufsflächenausstattung der Stadt Versmold im Vergleich mit anderen Kommunen (Verkaufsfläche in m² pro 1.000 Einwohner)	48
Abbildung 14:	Einzelhandelszentralität der Stadt Versmold	49
Abbildung 15:	Einkaufshäufigkeit in der Innenstadt von Versmold	56
Abbildung 16:	Einkaufsorientierung im kurzfristigen Bedarfsbereich	58
Abbildung 17:	Einkaufsorientierung im mittelfristigen Bedarfsbereich	59
Abbildung 18:	Einkaufsorientierung im langfristigen Bedarfsbereich	61
Abbildung 19:	Gründe für einen Einkauf in der Innenstadt von Versmold	62
Abbildung 20:	Gründe gegen einen Einkauf in der Kerninnenstadt von Versmold	63
Abbildung 21:	Bewertung der Geschäfte, Einkaufsmöglichkeiten, Veranstaltungen und Innenstadtgestaltung	64

Abbildung 22: Entwicklung der Attraktivität der Innenstadt in den letzten 3 – 5 Jahren 65

Abbildung 23: Veränderung der Attraktivität der Innenstadt von Versmold als Einkaufsort (Einzelhändler) 65

Abbildung 24: Geschäftsentwicklung in den letzten und den nächsten 5 Jahren 66

Abbildung 25: Bewertung der Verkehrs- und Parkplatzsituation 67

Abbildung 26: Verbesserungsvorschläge der Haushalte für den Einzelhandel 68

Abbildung 27: Verbesserungsvorschläge der Haushalte im Bereich Sonstiges 69

Abbildung 28: Häufigkeit des Onlineeinkaufs 70

Abbildung 29: Wesentliche Bausteine des Einzelhandelskonzeptes 71

Abbildung 30: Verteilung der Sortimente (Verkaufsflächen) in Versmold nach Lagekategorien 76

Abbildung 31: Zentren- und Standortstruktur der Stadt Versmold 80

Abbildung 32: Steuerungsempfehlungen 89

Abbildung 33: Einzelfallprüfung für Nahversorgungsstandorte 91

Kartenverzeichnis

Karte 1: Lage der Stadt Versmold und zentralörtliche Struktur in der Region 31

Karte 2: Nahversorgungssituation in Versmold und im Umland 42

Karte 3: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Versmold 83

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: GMA-Branchensystematik 11

Tabelle 2: Einzelhandelsbestand nach Branchen (Gesamtstadt Versmold) 33

Tabelle 3: Einzelhandelsbestand nach Ortsteilen mit Einzelhandelsbesatz 34

Tabelle 4: Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Versmold seit 2007 (Gesamtstadt) 37

Tabelle 5: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. € in Versmold 44

Tabelle 6: Sortimentsliste der Stadt Versmold (zusammenfassende Darstellung) 77

Übersichtenverzeichnis

Übersicht 1: Strukturdaten der Stadt Versmold 30

Übersicht 2: Wesentliche Träger der Nahversorgung und Einordnung der Nahversorgungsfunktion (i. S. der fußläufigen Erreichbarkeit) 40

Übersicht 5: Branchenbezogene Entwicklungspotenziale 51

Übersicht 3: Statistische Merkmale der Haushaltsbefragung 54

Übersicht 4: Statistische Merkmale der Einzelhändlerbefragung 55

Übersicht 6: Kriterien der Zentrenrelevanz 74