



Fortschreibung des Einzelhandels- standort- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Waltrop Endfassung zur Beschlussvorlage

Auftraggeber: Stadt Waltrop

Projektleitung Monika Kollmar, Niederlassungsleitung

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

Köln, im Juni 2019

Urheberrecht

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



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

Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

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

Vorbemerkung

Die Stadt Waltrop erteilte der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, den Auftrag zur Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes aus dem Jahr 2008. Die Sortimentsliste wurde zwischenzeitlich im Jahr 2013 fortgeschrieben. Ziel der Analyse ist es, vor dem Hintergrund der bisherigen Einzelhandelsentwicklung sowie vorliegender Anfragen für Erweiterungsvorhaben in der Stadt Waltrop ein Konzept zur Sicherung und Weiterentwicklung der Versorgungsstrukturen zu erarbeiten. Unter Berücksichtigung der Nachfrage- und Angebotssituation des Einzelhandels in der Stadt Waltrop werden Entwicklungsmöglichkeiten für den Einzelhandel sowie Ziele und Grundsätze für die planungsrechtliche Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel aufgezeigt.

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

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, im Juni 2019
KO/LEF-aw

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	6
1. Aufgabenstellung	6
2. Methodische Vorgehensweise	7
3. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung	10
3.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung	10
3.1.1 Starker Rückgang der Einzelunternehmen im Handel	11
3.1.2 Warenhäuser, Fachmärkte und Shoppingcenter	11
3.1.3 Internethandel	12
3.1.4 Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel	13
3.2 Entwicklungen auf Nachfrageseite	14
3.2.1 Demographische Entwicklung	14
3.2.2 Konsumentenverhalten im Wandel	14
3.3 Standortwahl des Einzelhandels und der Kommunen	15
3.4 Mittelfristige Entwicklungstrends	16
4. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel	18
4.1 Bauplanungsrecht	18
4.1.1 Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)	18
4.1.2 Unbeplanter Innenbereich (§ 34 BauGB)	19
4.1.3 Besonderes Städtebaurecht	20
4.2 Landes- und Regionalplanung	20
4.3 Regionales Einzelhandelskonzept	23
5. Standortrahmenbedingungen und wesentliche Strukturdaten der Stadt Waltrop	23
II. Angebots- und Nachfragesituation	27
1. Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt Waltrop	27
2. Einzelhandelsbestand nach Lagen	29
3. Entwicklung des Einzelhandelsbestandes in Waltrop	31
4. Nachfragesituation	33
5. Ausgewählte Versorgungs- und Produktivitätskennziffern	35
5.1 Ausstattungskennziffern	35
5.2 Zentralitätskennziffer	36
III. Auswertung der Einzelhändlerbefragung und der Fachgespräche	38
1. Ergebnisse der Einzelhändlerbefragung	38

2.	Zusammenfassung der Ergebnisse der Fachgespräche	42
IV.	Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Waltrop	44
1.	Entwicklung der Nachfrageseite	44
2.	Branchenbezogene Entwicklungspotenziale	44
V.	Fortschreibung Einzelhandelsstandortkonzept Waltrop	47
1.	Städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung	47
2.	Sortimentskonzept	48
2.1	Kriterien zentren- / nahversorgungsrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente	49
2.2	Sortimentsliste der Stadt Waltrop	51
3.	Standortkonzept	53
3.1	Begriffserklärung „zentraler Versorgungsbereich“	53
3.2	Kriterien zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche	55
3.3	Zentren- und Standortstruktur Waltrop	56
3.4	Zentrale Versorgungsbereiche in der Stadt Waltrop	60
3.4.1	Innenstadt Waltrop (Hauptzentrum)	60
3.4.2	Nahversorgungszentrum Waltrop-Ost	66
4.	Nahversorgungskonzept	70
4.1	Entwicklung der Nahversorgung	70
4.2	Bewertung und Empfehlungen zur Nahversorgungssituation in der Stadt Waltrop	71
5.	Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung	77
5.1	Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche	77
5.1.1	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Hauptzentrum)	77
5.1.2	Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Waltrop-Ost	77
5.2	Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche	78
5.2.1	Städtebaulich nicht integrierte Lagen (v. a. Gewerbe- und Industriegebiete)	78
5.2.2	Städtebaulich integrierte Lagen (z. B. integrierte Streulagen in Wohnquartieren)	79
6.	Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelsstandortkonzeptes	81
	Verzeichnisse	83

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

Die knapp 30.000 Einwohner zählende Stadt Waltrop steuert die Standortstrukturen des Einzelhandels seit vielen Jahren mittels eines kommunalen Zentrenkonzeptes. Vor dem Hintergrund der grundsätzlichen Entwicklung im Einzelhandel (v. a. Onlinehandel), der Veränderungen der Angebots- und Nachfragesituation in Waltrop, veränderter rechtlicher Rahmenbedingungen sowie aktueller Erweiterungsplanungen wird mit dem vorliegenden Gutachten das Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept der Stadt Waltrop aus dem Jahr 2008 aktualisiert und fortgeschrieben. Dabei werden die wesentlichen Aussagen (u. a. Definition und Abgrenzung zentrale Versorgungsbereiche, Sortimentsliste für die Stadt Waltrop) überprüft, deren Grundlagen aktualisiert und bestehende Branchen- und Standortpotenziale herausgearbeitet.

Für die Erarbeitung des vorliegenden Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes standen der GMA Daten der Stadt Waltrop, des Statistischen Bundesamtes, des Statistischen Landesamtes Nordrhein-Westfalen (IT.NRW) sowie von MB Research zur Verfügung. Darüber hinaus erfolgte im März / April 2018 eine Bestandsaufnahme des Einzelhandels im Stadtgebiet sowie im Mai 2018 eine persönliche Einzelhändlerbefragung. Die Ergebnisse der empirischen Untersuchung wurden im Rahmen von zwei Arbeitskreisen mit Teilnehmern aus Politik, Verwaltung, IHK, Regionalverband Ruhr und Stadtmarketing diskutiert. Außerdem wurden mit verschiedenen Akteuren Fachgespräche zur Einzelhandelsituation und -entwicklung in der Stadt Waltrop geführt.

Bei der Erarbeitung wurden zudem weitere aktuelle Konzepte, wie z. B. das integrierte Stadtentwicklungskonzept 2017, berücksichtigt.

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 Waltrop; Entwicklung des Einzelhandelsbesatzes seit 2008
- /// Analyse der gegenwärtigen Nachfragesituation
- /// Bewertung der Nahversorgungssituation
- /// Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebotes
- /// Überprüfung und Anpassung der Zielsetzungen für die Einzelhandelsentwicklung in Waltrop

- /// Überprüfung und Anpassung der Empfehlungen für die Fortschreibung des Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes Waltrop (inkl. Sortimentsliste, Standortkonzeption, branchenbezogene Potenziale)
- /// Überprüfung und Anpassung, Abgrenzung und Begründung der zentralen Versorgungsbereiche
- /// Empfehlungen zur Sicherung der Nahversorgungsstruktur inklusive Steuerungsempfehlungen.

Abbildung 1: Untersuchungsaufbau



GMA-Zusammenstellung 2018

2. Methodische Vorgehensweise

Die vorliegende Untersuchung stützt sich auf eine umfassende Datenbasis. Dabei handelt es sich um überwiegend primärstatistisches Datenmaterial, welches durch die GMA erfasst und ausgewertet wurde. Darüber hinaus standen der GMA sekundärstatistische Daten des statistischen Bundesamtes, von IT.NRW sowie Datenmaterial des Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes der Stadt Waltrop aus dem Jahr 2008¹ zur Verfügung. Nachfolgend werden die im Rahmen

¹ Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Stadt Waltrop, 2008, BBE.

der Erarbeitung des vorliegenden Gutachtens durchgeführten **primärstatistischen Erhebungen** in Kürze vorgestellt.

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

Tabelle 1: GMA-Branchensystematik

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

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

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

Branche	Sortimente
Optik / 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 2018

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

- / zentrale Lagen
 - Lagen in zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Waltrop
- / städtebaulich integrierte Lagen
 - Lagen mit zusammenhängender Bebauung und Wohngebietsbezug mit Gewicht
- / städtebaulich nicht integrierte Lagen
 - Lagen mit keinem bzw. nur geringem Wohngebietsbezug

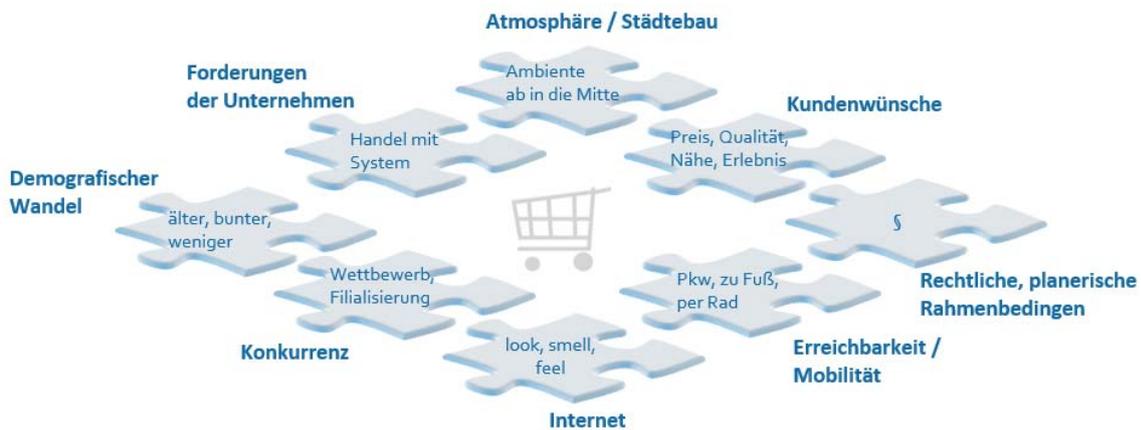
Zur Darstellung wesentlicher Standortlagen des Einzelhandels in der Stadt Waltrop sind über den Einzelhandelsbesatz hinaus weitere Informationen über sonstige innenstadttypische Nutzungsstrukturen von Bedeutung. Zusätzlich zur Einzelhandelserhebung erfolgte eine **Aufnahme der Erdgeschossnutzungen**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

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

3. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

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

Abbildung 2: Wesentliche Einflussfaktoren der Handelsentwicklung

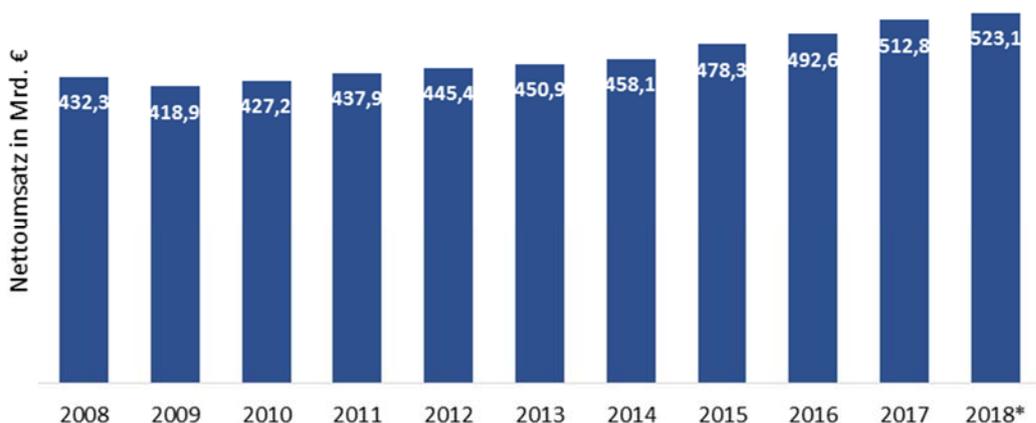


GMA-Darstellung 2018

3.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung

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

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



* Prognose / Quelle: EHI Köln, Handelsdaten aktuell 2018, GMA-Darstellung

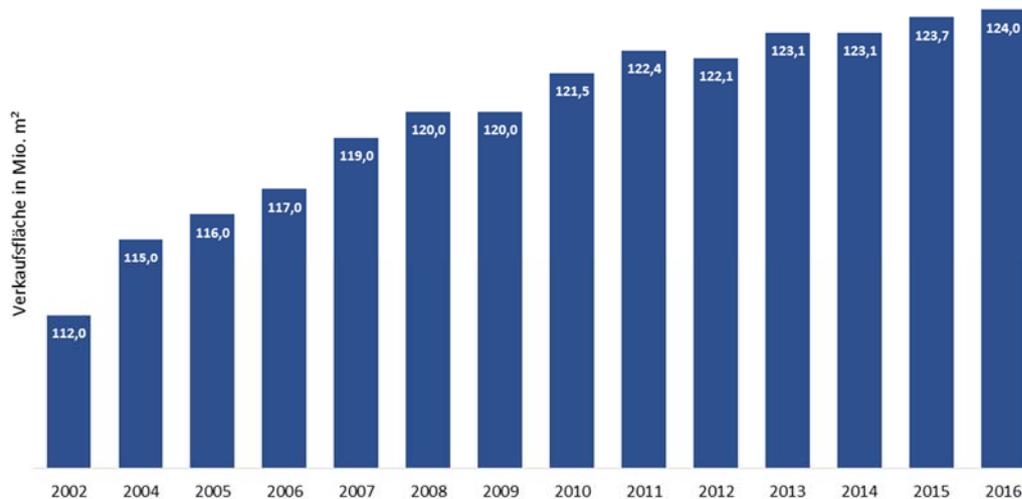
⁴ Quelle: EHI Köln, handelsdaten aktuell 2018.

⁵ Quelle: Destasis, Bruttowertschöpfung nach Wirtschaftsbereichen, 2018.

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

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

Abbildung 4: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2002-2016



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

3.1.1 Starker Rückgang der Einzelunternehmen im Handel

Seit Anfang der 1970er Jahre vollzieht sich im deutschen Einzelhandel ein **Strukturwandel**, der v. a. zu Lasten inhabergeführter Fachgeschäfte geht. Aktuelle Untersuchungen zufolge nahm der Anteil von Einzelunternehmen von rd. 27 % im Jahr 2000 auf aktuell rd. 18 % ab.⁷ Als Gewinner zeigen sich meist filialisierte und discountorientierte Unternehmen sowie Franchisekonzepte, welche ihre größenbedingten, beschaffungsseitigen und logistischen Vorteile nutzen. Der Online-Handel hat den Wettbewerb nochmals intensiviert.

3.1.2 Warenhäuser, Fachmärkte und Shoppingcenter

Die Warenhäuser und der Fachhandel haben ihre Funktion als Leitbetriebe der Innenstädte vielerorts verloren. In den Innenstädten wurden diese durch Handelsmarken (sog. „**Retail Brands**“) aus dem Textilbereich, Elektronikmärkte und neuerdings auch Anbieter des täglichen Bedarfs (Drogeriewaren, auch Nahrungs- und Genussmittel) abgelöst. Auch Neuentwicklungen von **Shoppingcentern** fanden – nicht zuletzt auch aufgrund des restriktiveren Planungsrechts an Grüne-Wiese-Standorten – zunehmend in Innenstädten statt. Betrug der Anteil innerstädtischer

⁷

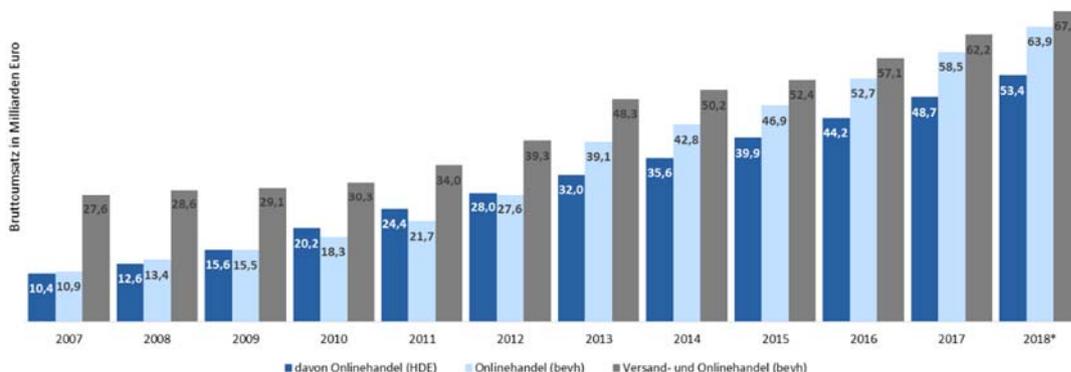
www.statista.de

Shoppingcenter an allen Shoppingcentern bis 1990 ca. 47 %, wuchs ihr Anteil durch Neueröffnungen auf ca. 79 % zwischen den Jahren 2010 und 2017.⁸ Gerade die Shops in den Centern traten in den Wettbewerb mit ähnlichen Textillangeboten in den Warenhäusern, auch für Shoppingcenter zeichnet sich nach 40 Jahren erfolgreicher Marktbearbeitung ein nachlassendes Wachstum und steigender Revitalisierungsbedarf ab.⁹

3.1.3 Internethandel

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

Abbildung 5: Entwicklung der Online-Umsätze in Deutschland



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

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

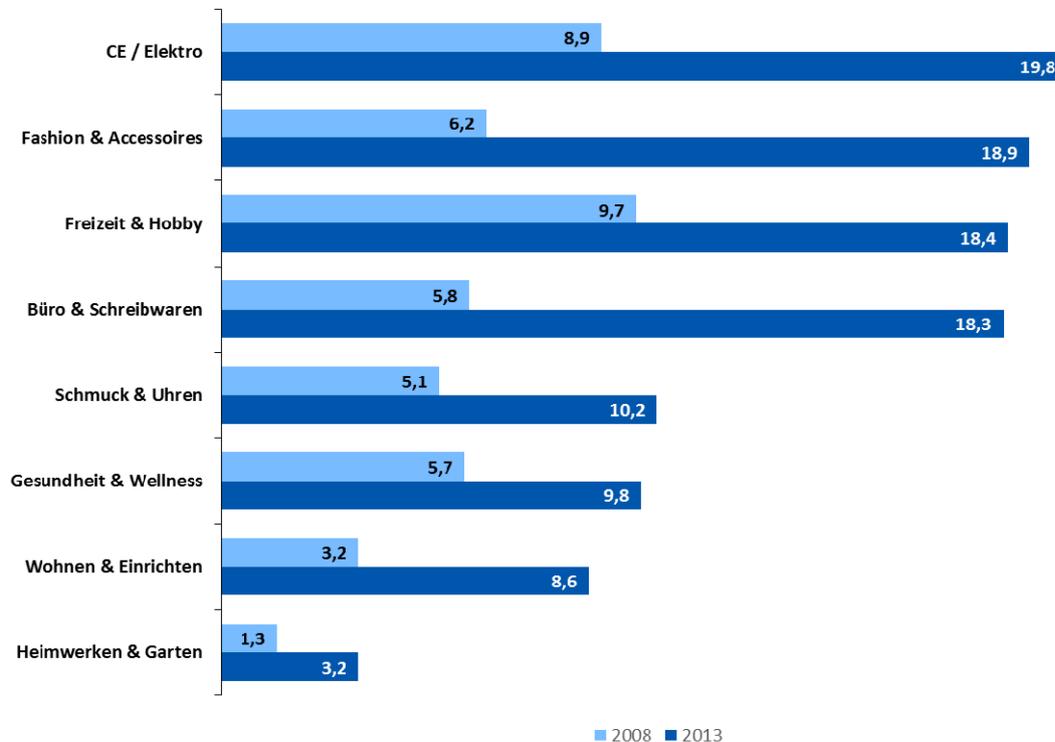
Die Übergänge zwischen Online-Handel und stationärem Einzelhandel sind mittlerweile nicht mehr klar abgrenzbar. Viele (stationäre) Einzelhändler bieten mittlerweile auch Online-Shops an, in denen entweder das Gesamtangebot oder zumindest ausgewählte Artikel verfügbar sind. Ziel der sog. Multi- oder Omni-Channel-Strategien des Einzelhandels ist die Verknüpfung der unterschiedlichen Vertriebskanäle. Weiter ist in Großstädten ist zu beobachten, dass auch bisher reine

⁸ Quelle: EHI Köln, Shopping-Center Report 2018

⁹ Vgl. hierzu: GMA und Sonae Sierra: Shoppingcenter-Revitalisierung in Deutschland, Hamburg 2010.

Online-Händler (sog. Pure-Player) in den vergangenen Jahren ein stationäres Netz aufgebaut haben bzw. aufbauen (z. B. Cyberport, Mymuesli, Fashion For Home, Zalando).

Abbildung 6: Anteil Online-Handel am Umsatz einzelner Branchen



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

3.1.4 Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel

Ergänzend zu Supermärkten und Großflächenkonzepten haben sich in Deutschland discountorientierte Angebotsformen entwickelt und fest etabliert. Dabei handelt es sich um Vertriebskonzepte, die auf eine konsequente Niedrigpreispolitik setzen. Sie verfügen aktuell über einen Marktanteil im Lebensmittelektor von ca. 45 %¹⁰. Die anderen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels haben in den vergangenen Jahren hingegen eine unterschiedliche Entwicklung genommen. Supermärkte expandierten, kleinere Lebensmittelgeschäfte hingegen verzeichneten einen deutlichen Bedeutungsverlust. So verringerte sich die Anzahl der kleinen Lebensmittelgeschäfte von ca. 11.200 im Jahr 2010 auf etwa 8.650 Geschäfte in 2017¹¹.

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. Supermärkte und Discounter orientieren darüber hinaus auch auf verbrauchernahe Standorte. Im Rückblick begünstigte der Strukturwandel im Lebensmitteleinzel-

¹⁰ Quelle: EHI Köln, handelsdaten aktuell 2017.

¹¹ ebd.

handel 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.

Tabelle 2: Standortpräferenzen der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)

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

Quelle: GMA-Standortforschung 2018, ca.-Werte

3.2 Entwicklungen auf Nachfrageseite

3.2.1 Demographische Entwicklung

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

Des Weiteren lässt sich in vielen Regionen Deutschlands eine Land-Stadt-Migration feststellen. So verzeichnen Metropolregionen hohe Zuwanderungsgewinne, viele ländliche Räume hingegen Abwanderungsverluste. Ein weiterer Trend in diesem Kontext ist die Abwanderung aus den neuen in die alten Bundesländer. Nachdem sich der Einzelhandel an der lokalen Nachfrage orientiert, ist der kleinräumlichen Analyse und Prognose der Kaufkraftentwicklung hohe Aufmerksamkeit zu schenken¹².

3.2.2 Konsumentenverhalten im Wandel

Die starke Preisorientierung breiter Bevölkerungsschichten hat zu einer Absenkung des Qualitätsniveaus geführt; gleichzeitig profitieren an machen Standorten auch Anbieter des hochpreisigen

¹² Gerade großräumliche Bevölkerungsprognosen bilden die lokalen Verhältnisse nur unzureichend ab. Zudem hat sich eine Reihe von Einwohnerprognosen der letzten beiden Dekaden als nicht belastbar erwiesen.

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 Discounter. Dies führt – in Kombination mit der zunehmenden Mobilität der Bevölkerung – zu einer deutlichen Reduzierung der Kundenbindung im Einzelhandel, die wiederum alternative Bezugsquellen wie z. B. den Online-Handel begünstigt.

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



GMA-Grundlagenforschung 2018

3.3 Standortwahl des Einzelhandels und der Kommunen

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

- Die **Konzentration** im Einzelhandel führte in Innenstädten und Ortszentren nicht selten zur Uniformität des Betriebs- und Warenangebotes und zu einer Ausdünnung des Versorgungsnetzes auf leistungsfähige, nachfragestarke Standorte. Als Gegenteil lässt sich die Entwicklung von City-Konzepten beobachten; diese funktionieren jedoch nur in stark frequentierten Innenstädten und Ortszentren.
- Die große Bedeutung des Online-Handels hat in den deutschen Innenstädten bereits zu Frequenzrückgängen und einem teilweisen Rückgang einzelner Branchen geführt.

- /// Die 1b- und 1c-Lagen haben mit einem Bedeutungsverlust zu kämpfen. Hier treten verstärkt **Fluktuation, Mindernutzungen** (z. B. durch Spielhallen) **und Leerstandsbildung** auf.
- /// Die mittelständischen Anbieter hatten aus unterschiedlichen Gründen deutlich rückläufige Gesamtmarktanteile.

In vielen Kommunen wird die Handelsentwicklung seit langem mit einem kommunalen Einzelhandelskonzept gesteuert. Es werden die zulässigen Gebiete für den Einzelhandel festgelegt und eine sortimentsgenaue Steuerung der Ansiedlung zusätzlicher Handelsflächen vorgenommen¹³.

3.4 Mittelfristige Entwicklungstrends

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

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

/// **Optimierung der Multi- / Omni-Channel-Konzepte**

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

/// **Erlebniswelten**

Aufgrund des steigenden Konkurrenzdrucks im Einzelhandel besteht für die stationären Einzelhändler immer mehr die Notwendigkeit zusätzliche Anreize für Kunden zu

¹³ vgl. hierzu: W. Spannowsky, S. Holl: Die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland im Lichte der europäischen Niederlassungsfreiheit; Kaiserslautern 2012.

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 Punkt darstellen (z. B. McTrek). Gleichzeitig spielen vor Ort auch digitale Medien (z. B. Tablets) als zusätzliche Informationsträger eine Rolle. Zunehmend wird in vielen Stores kostenfreies WLAN angeboten. Dieses Angebot soll auch die Nutzung der Social-Shopping-Anwendungen, welche über das Smartphone zu bedienen sind, erleichtern.

/// Verkaufsflächen wachsen moderat

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

/// Filialisierungswelle hält an

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

/// Lebensmittelhandel im Wandel

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

/// Fachmärkte und Discounter wachsen weiter

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

4. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel

4.1 Bauplanungsrecht

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

Abbildung 8: Gegenstromprinzip



GMA-Darstellung 2018

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

4.1.1 Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)

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

- / Sie sind zulässig in allgemeinen und besonderen Wohngebieten sowie in Urbanen Gebieten, Dorf-, Misch-, Gewerbe- und Industriegebieten (§§ 4 bis 9 BauNVO),

- in Kleinsiedlungsgebieten und reinen Wohngebieten können sie als Ausnahme zugelassen werden (§§ 2 und 3 Bau NVO).

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

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

4.1.2 Unbeplanter Innenbereich (§ 34 BauGB)

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

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

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

4.1.3 Besonderes Städtebaurecht

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

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

4.2 Landes- und Regionalplanung

Der Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) ist am 25. Januar 2017 im Gesetz- und Verordnungsblatt des Landes Nordrhein-Westfalen veröffentlicht worden und trat am 08. Februar 2017 in Kraft.

„6.5 Großflächiger Einzelhandel

Ziele und Grundsätze

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

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

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

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

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

Zentrenrelevant sind

- die Sortimente gemäß Anlage 1 und

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

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

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

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



GMA-Darstellung 2018

„6.5-3 Ziel Beeinträchtigerungsverbot

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

6.5-4 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche

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

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

Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit

nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen nur dann auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden, wenn der Umfang der zentrenrelevanten Sortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche beträgt und es sich bei diesen Sortimenten um Randsortimente handelt.

6.5-6 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente

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

6.5-7 Ziel Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel

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

6.5-8 Ziel Einzelhandelsagglomerationen

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

6.5-9 Grundsatz Regionale Einzelhandelskonzepte

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

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

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

Neben den landesplanerischen Festsetzungen sind die Vorgaben der Regionalplanung zu berücksichtigen. Seit 2009 liegt die Planungshoheit für die Städte und Gemeinden des Regionalverbandes Ruhr (RVR) bei der Verbandsversammlung des RVR, somit auch für die Stadt Waltrop. Dieser erarbeitet derzeit den „Regionalplan Ruhr“.

Bis zu seiner Inkrafttretung erhält der aktuell gültige Regionalplan Arnsberg – Teilabschnitt Em-scher-Lippe von 2004 seine Rechtskraft.

4.3 Regionales Einzelhandelskonzept

Zur koordinierten Steuerung der Einzelhandelsentwicklung im östlichen Ruhrgebiet wurde ein gemeindeübergreifendes Steuerungskonzept erstellt – das Regionale Einzelhandelskonzept für das östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche (REHK). Ziel des REHK ist eine abgestimmte Ansiedlungspolitik bezüglich der Neuansiedlung oder Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in dessen Geltungsbereich. Dazu zählen:

„Die Stärkung der innerstädtischen Zentren, die Stärkung der Stadtteilzentren und ihrer Grundversorgung, die Notwendigkeit eines ergänzenden Versorgungsnetzes von Sondergebieten mit nicht zentrenrelevanten Angeboten an ausgewählten Standorten auch außerhalb der Zentren zu akzeptieren und eine aktive Flächenpolitik, um mit marktwirtschaftlichen Mitteln Investitionen in die städtebaulich geeigneten Standorte zu lenken.“¹⁴

Zur Abstimmung regional bedeutsamer Einzelhandelsvorhaben wurde der begleitende Arbeitskreis REHK (Plenum) gegründet. Dieser beurteilt ein Vorhaben hinsichtlich definierter Prüfkriterien und stellt im positiven Fall einen sog. „Regionalen Konsens“ fest.

5. Standortrahmenbedingungen und wesentliche Strukturdaten der Stadt Waltrop

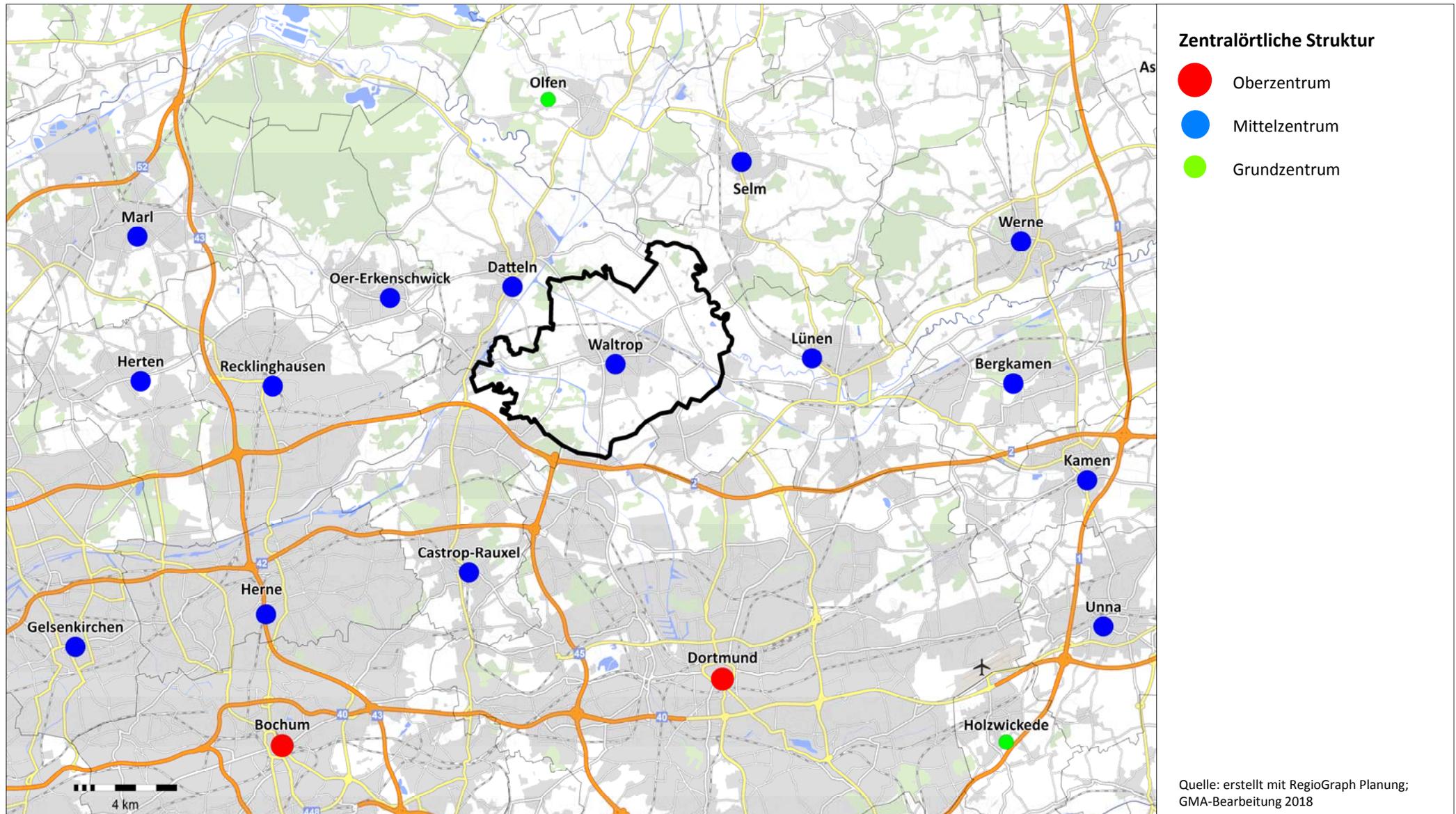
Die Stadt Waltrop liegt im Osten des Kreises Recklinghausen und ist in der landesplanerischen Hierarchie in Nordrhein-Westfalen als **Mittelzentrum** ausgewiesen. Aktuell leben in Waltrop rd. 29.650 Einwohner¹⁵.

Die nächst gelegenen **Oberzentren** befinden sich mit Dortmund unmittelbar südlich angrenzend, Bochum ca. 20 km südwestlich und Münster ca. 40 km nördlich. Die Stadt Waltrop grenzt im Norden an das Mittelzentrum Selm, im Osten an das Mittelzentrum Lünen, in südlicher Richtung an das Oberzentrum Dortmund und das Mittelzentrum Castrop-Rauxel und im Westen an das Mittelzentrum Datteln.

¹⁴ vgl. REHK 2013, Seite 10.

¹⁵ Quelle: Stadt Waltrop, Stand 31.03.2018

Karte 1: Lage der Stadt Waltrop und zentralörtliche Struktur



Die **verkehrliche Erreichbarkeit** der Stadt Waltrop wird im Wesentlichen durch unmittelbare Nähe zur Autobahn A 2 (Oberhausen – Hannover) und A 45 (Dortmund – Aschaffenburg) sichergestellt. Des Weiteren wird die Stadt durch die Landesstraße L 609 geprägt, welche das Waltroper Stadtgebiet von Norden nach Süden durchläuft. Der ÖPNV in der Stadt wird von der Vestischen Straßenbahn GmbH betrieben. Dabei verkehren die Linien 283 und 285 innerhalb des Stadtgebietes. Die Linie SB 24 verkehrt zwischen Recklinghausen und Dortmund Mengede, die Linie 231 verbindet die Stadt Waltrop mit Datteln und Recklinghausen und die Linie 284 mit Lünen Brambauer. Einen Anschluss an das Schienennetz der deutschen Bahn besitzt Waltrop nicht.

Übersicht 1: Strukturdaten der Stadt Waltrop

Merkmal	Daten
Einwohner aktuell¹	29.650
Bisherige Einwohnerentwicklung	2006 – 2016
- Stadt Waltrop ²	- 2,4 %
- Kreis Recklinghausen ²	- 4,1 %
- Land Nordrhein-Westfalen	- 1,0 %
Einwohnerprognose	bis 2025
- Stadt Waltrop ³	- 2,3 %
- Kreis Recklinghausen ³	- 3,1 %
- Land Nordrhein-Westfalen	- 1,0 %
Zentralörtliche Funktion	Mittelzentrum
einzelhandelsrelevanter Kaufkraftniveau 2018 ⁴	Bundesdurchschnitt = 100
- Stadt Waltrop	- durchschnittlich (100,4)
- Kreis Recklinghausen	- unterdurchschnittlich (95,9)
- Land Nordrhein-Westfalen	- durchschnittlich (99,7)
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort 30.06.2017 ⁵	ca. 6.270
Beschäftigtenentwicklung 2007 – 2017 ⁵	
- Stadt Waltrop	- steigend (+ 30,6 %)
- Kreis Recklinghausen	- steigend (+ 17,2 %)
- Land Nordrhein-Westfalen	- steigend (+ 18,2 %)
Pendlersaldo (30.06.2017) ⁵	- 4.419
Arbeitslosenquote Juli 2017 ⁶	
- Stadt Waltrop ⁷	n. n.
- Kreis Recklinghausen	10,5 %
- Land Nordrhein-Westfalen	7,6 %

Quelle: ¹ Stadt Waltrop, Stand 28.02.2018, ² IT NRW Einwohnerstatistik 2006/2016, ³ IT. NRW, Kommunalprofil Stadt Waltrop, Kommunalprofil Kreis Recklinghausen; Stand: jeweils 31.05.2017, ⁴ MBR Research 2018, ⁵ Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2017, ⁶ IT NRW Arbeitslosenquote, Stand 31.12.2017 ⁷ Daten liegen nur auf Landeskreisebene vor.

Die Zahl der **sozialversicherungspflichtig Beschäftigten** am Arbeitsort betrug in Waltrop Mitte 2017 rd. 6.270 Personen. Die Zahl der Auspendler überstieg die Zahl der Einpendler um ca. 46 % (ca. 3.775 Einpendler stehen ca. 8.195 Auspendlern gegenüber). Dies verdeutlicht die hohe Bedeutung der Stadt Waltrop als Wohnort sowie die Nähe zum Oberzentrum Dortmund. Die Verteilung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten auf die einzelnen Wirtschaftszweige zeigt mit ca. 77 % einen Schwerpunkt im Dienstleistungssektor. Im Bereich des produzierenden Gewerbes sind ca. 20 % und im Bereich Land- und Forstwirtschaft, Fischerei ca. 3 % tätig¹⁶. Im Vergleich dazu waren bezogen auf Deutschland gesamt im Jahr 2017 ca. 0,9 % im Bereich Land- und Forstwirtschaft, ca. 25 % im produzierenden Gewerbe sowie ca. 74 % im Dienstleistungssektor tätig.¹⁷

¹⁶ Quelle: Stad Waltrop, Stand: 31.03.2018.

¹⁷ Quelle: Internetseite Statistisches Bundesamt <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/Indikatoren/LangeReihen/Arbeitsmarkt/lrerw014.html> (Zugriff: 13.09.2018)

II. Angebots- und Nachfragesituation

1. Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt Waltrop

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

- /// 126 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Lebensmittelhandwerks¹⁸
- /// ca. 25.865 m² Verkaufsfläche
- /// ca. 98,2 Mio. € Bruttoumsatzleistung p. a.

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

- /// 48 Betriebe (= ca. 38 % aller Betriebe)¹⁹
- /// ca. 10.950 m² Verkaufsfläche (= ca. 42 % der Gesamtverkaufsfläche)²⁰
- /// ca. 51,2 Mio. € Bruttoumsatzleistung (= ca. 52 % des Gesamtumsatzes)²¹

Auf die Hauptwarengruppe **Nichtlebensmittel** entfallen:

- /// 78 Betriebe (= ca. 62 % aller Betriebe)
- /// ca. 14.915 m² Verkaufsfläche (= ca. 58 % der Gesamtverkaufsfläche)
- /// ca. 47,0 Mio. € Bruttoumsatzleistung (= ca. 48 % des Gesamtumsatzes)

¹⁸ Hierbei wurde für den Edeka Markt in der Innenstadt bereits die Verkaufsflächengröße nach der Verlagerung bzw. dem Neubau berücksichtigt.

¹⁹ Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

²⁰ bereinigte Werte, Umsätze und Verkaufsflächen und der Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet.

Tabelle 3: Einzelhandelsbestand nach Branchen (Stadt Waltrop)

Branche	Betriebe*		Verkaufsfläche in m ² **		Umsatz in Mio. €**	
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Nahrungs- und Genussmittel	48	38	10.950	42	51,2	52
Gesundheit, Körperpflege***	14	11	1.540	6	14,1	14
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	3	2	370	1	1,6	2
kurzfristiger Bedarf gesamt	65	52	12.860	50	66,9	68
Bücher, Schreib- / Spielwaren	2	2	350	1	1,4	1
Bekleidung, Schuhe, Sport	18	14	3.710	14	10,2	10
mittelfristiger Bedarf gesamt	20	16	4.060	16	11,6	12
Elektrowaren	9	7	730	3	4,4	4
Hausrat, Einrichtung, Möbel	7	6	4.580	18	9,4	10
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	10	8	2.605	10	2,2	2
Optik / Uhren, Schmuck	7	6	410	2	2,7	3
Sonstiger Einzelhandel	8	6	620	2	1	1
langfristiger Bedarf gesamt	41	33	8.945	35	19,7	20
Nichtlebensmittel insgesamt	78	62	14.915	58	47	48
Einzelhandel insgesamt	126	100	25.865	100	98,2	100

* Bei Mehrbranchenbetrieben wurde die Verkaufsfläche sortimentsgenau aufgeteilt

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

*** Im Sortimentsbereich Gesundheit, Körperpflege beziehen sich die Umsatzzuweisungen bei den Apotheken nur auf die freiverkäuflichen Arzneimittel / Produkte

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

2. Einzelhandelsbestand nach Lagen

Differenziert nach den einzelnen Standortlagen in Waltrop, sind folgende Einzelhandelsbestandsdaten festzuhalten (vgl. Tabelle 4):

Tabelle 4: Einzelhandelsbestand nach Lagen

	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
	Anzahl	in %	in m ²	in %	in Mio. €	in %
Innenstadt	72	57	12.595	49	49,9	51
Waltrop-Ost	10	8	1.320	5	6,2	6
sonstiges Stadtgebiet	44	35	11.950	46	42,0	43
Waltrop gesamt	126	100	25.865	100	98,2	100

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

Bei der Betrachtung nach Standortlagen ist festzustellen, dass der Verkaufsflächenschwerpunkt in der Innenstadt von Waltrop zu finden ist. Insgesamt sind in der Innenstadt²¹ 72 Einzelhandelsbetriebe ansässig, dies entspricht einem Anteil von rd. 57 % aller Betriebe in Waltrop. Dies spiegelt sich auch bei der Verkaufsflächenausstattung sowie beim Umsatz wider. Auf die Innenstadt entfällt rd. 49 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche mit einem Gesamtumsatzanteil von rd. 51 %.

Im östlichen Stadtgebiet von Waltrop kann ein weiterer Einzelhandelsschwerpunkt ausgemacht werden. Diesem kommt – im Vergleich zur Innenstadt – jedoch eine deutlich geringere Versorgungsbedeutung zu. In Waltrop-Ost²² sind aktuell 10 Einzelhandelsbetriebe ansässig (rd. 8 % aller Einzelhandelsbetriebe) mit einem Verkaufsflächenanteil von rd. 5 %; hier wird ein Anteil von rd. 6 % des gesamtstädtischen Umsatzes generiert (vgl. Tabelle 4).

Die sonstigen Einzelhandelsbetriebe befinden sich in sog. Streulagen oder dezentralen Lagen. Hierunter fallen v. a. Standorte der Lebensmittelanbieter Rewe / Aldi / trinkgut (Industriestraße), Rewe (Egelmeer), Aldi (Zum Schacht) und Lidl (Levringhäuser Straße). Des Weiteren ist der Anbieter Manufaktur auf dem Zechengelände zu nennen. Auf die sonstigen Lagen im Stadtgebiet von Waltrop entfallen rd. 35 % aller Einzelhandelsbetriebe, mit rd. 46 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche und einem Gesamtumsatz von rd. 43 % (vgl. Karte 2).

²¹ zentraler Versorgungsbereich vgl. Kapitel V. 3.4.1

²² zentraler Versorgungsbereich vgl. Kapitel V. 3.4.2

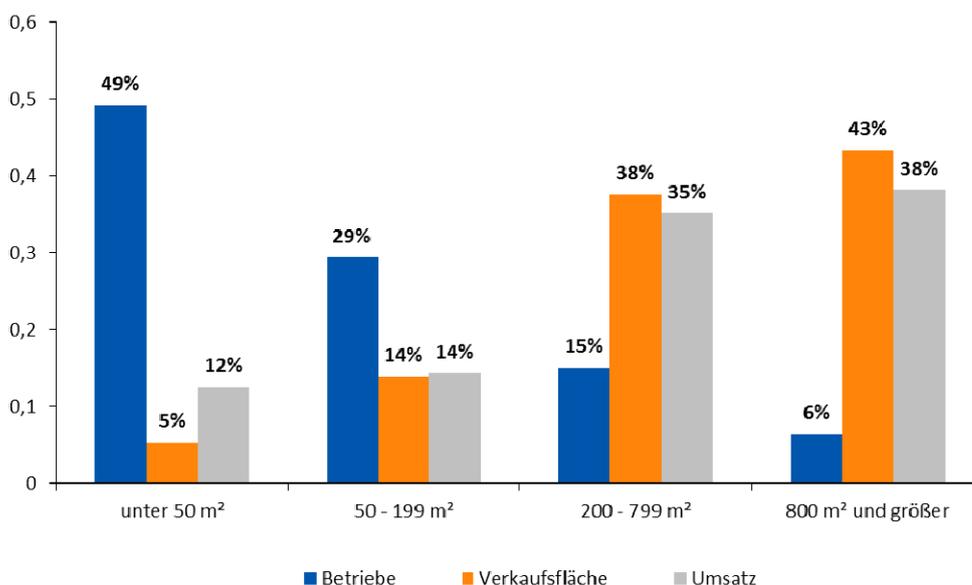
Karte 2: Wesentliche Einkaufslagen in der Stadt Waltrop



Quelle: erstellt mit © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2018

Die Analyse der Größenstruktur macht deutlich, dass der Einzelhandel in Waltrop v. a. von kleinen Geschäften dominiert wird. So weisen 49 % aller Betriebe eine Verkaufsfläche unter 50 m² auf, weitere 29 % eine Verkaufsfläche unter 200 m². Darüber hinaus haben 15 % eine Verkaufsflächengröße zwischen 200 – 799 m², lediglich 6 % aller Einzelhandelsbetriebe in Waltrop verfügen über eine Verkaufsfläche, die über 800 m² liegt.²³ Betrachtet man den Umsatz in Relation zur Verkaufsflächengröße, so ist festzustellen, dass die Betriebe mit einer Verkaufsfläche unter 50 m² nur 12 % des Gesamtumsatzes in Waltrop erwirtschaften. Die Einzelhandelsbetriebe mit 800 m² Verkaufsfläche und mehr erwirtschaften hingegen 38 % des Gesamtumsatzes. Dabei handelt es sich zum einen um die Lebensmittelmärkte, die hohe Flächenleistungen (Umsatz je m² Verkaufsfläche) erzielen, zum anderen um den Anbieter Manufakturum, der seinen Stammsitz in Waltrop hat.

Abbildung 10: Größenklassen der Einzelhandelsbetriebe in Waltrop



GMA-Erhebung und -Berechnungen 2018 (ggf. Rundungsdifferenzen)

3. Entwicklung des Einzelhandelsbestandes in Waltrop

Nachfolgend wird eine vergleichende Betrachtung und Bewertung mit den Einzelhandelsdaten aus dem Jahr 2008²⁴ vorgenommen.

Insgesamt ist in der Stadt Waltrop zwischen den Jahren 2008 und 2018 ein Rückgang der Einzelhandelsbetriebe um ca. -30 % zu beobachten. Während 2008 noch 183 Einzelhandelsbetriebe in

²³ Großflächigkeit gemäß Rechtsprechung.

²⁴ Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Stadt Waltrop, 2008, BBE.

Waltrop vorhanden waren, ging diese Zahl bis 2018 auf 126 Betriebe zurück, im gleichen Zeitraum hat sich die Verkaufsfläche um ca. -2.320 m² verringert. (vgl. Tabelle 5).

Tabelle 5: Veränderungen seit 2008 – Gesamtstadt Waltrop

Daten	2008	2018	Veränderung absolut	
Einwohner	29.749*	29.652**	- 97	↘
Anzahl der Betriebe	183	126	- 57	↘
Verkaufsfläche in m ²	28.185	25.865	- 2.320	↘
Verkaufsfläche in m ² je 1.000 Einwohner***	947	872	- 114	↘
Durchschnittliche Betriebsgröße in m ²	154	205	+ 42	↗
Umsatz in Mio. €	98,7	98,2	- 0,5	↘

* Einwohnerdaten gem. Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Stadt Waltrop 2008,

** Quelle Einwohnerdaten: Stadt Waltrop, Einwohnerstand am 31.03.2018,

*** Bundesdurchschnitt: ca. 1.500 m² Verkaufsfläche / 1.000 Einwohner (Quelle: EHI, Stand: 2016)

Quelle: GMA-Erhebung 2018, Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Stadt Waltrop 2008,

Eine differenzierte Analyse der Verkaufsflächenentwicklung, bezogen auf einzelne Branchen, ist aufgrund unterschiedlicher Erhebungs- und Branchensystematiken nicht durchgängig möglich. Insgesamt kann jedoch festgehalten werden:

- /** Im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** ist seit 2008 die Netto-Filiale in der Innenstadt von Waltrop weggefallen²⁵. Am Standort Zum Schacht hat eine weitere Aldi-Nord-Filiale eröffnet. Beim Edeka-Markt in der Innenstadt hat es einen Betreiberwechsel gegeben. Derzeit befindet sich ein neues Marktgebäude mit einer größeren Verkaufsfläche im Bau. Die Eröffnung am Standort Am Moselbach ist für Anfang 2019 geplant.
- /** In der Branche **Gesundheit / Körperpflege** ist v. a. auf den Wegfall der ehem. vier Schlecker-Filialen sowie des Drogeriemarktes Ihr Platz in der Dortmunder Straße hinzuweisen. Derzeit sind in Waltrop mit dm und Rossmann noch zwei Drogeriemärkte, beide in der Innenstadt, ansässig.
- /** Im Bereich **Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf** hat der ehemalige Raiffeisenmarkt in der Bahnhofstraße / Ecke Riphhausstraße seinen Betrieb eingestellt.
- /** Im Sortiment **Bücher, Schreib- und Spielwaren** ist der Spiel- und Schreibwarenanbieter Brand an der Dortmunder Straße in Waltrop-Ost weggefallen. Gleichzeitig ist in der Innenstadt ein entsprechender Anbieter 2017 hinzugekommen.

²⁵ Dieser Standort soll durch den Nonfooddiscounter Action nachgenutzt werden.

- /// Im Bereich **Bekleidung, Schuhe, Sport** gab es seit 2008 einige Betriebsaufgaben, jedoch auch verschiedene Neueröffnungen. Insgesamt betrachtet ist die Verkaufsflächenausstattung in diesem Bereich rückläufig. Ein Anbieter im Bereich Sportbekleidung ist nicht mehr vorhanden.
- /// In der Branche **Elektrowaren, Medien, Foto** ist insgesamt eine positive Entwicklung festzustellen. Diese resultiert v. a. aus der Eröffnung eines Fachgeschäftes an der Husemannstraße. Die weiteren Anbieter in diesem Bereich befinden sich schwerpunktmäßig in der Innenstadt von Waltrop.
- /// Im Bereich **Hausrat, Einrichtung, Möbel** ist die Verkaufsfläche durch den Wegfall eines Einrichtungshauses an der Levrinhäuser Straße zurückgegangen. Zwar befindet sich am gleichen Standort aktuell ein Küchenstudio, jedoch wurde nur ein Teil der Verkaufsfläche des ehemaligen Einrichtungshauses wiederbelegt.
- /// In den Sortimenten **Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf, Optik, Uhren / Schmuck** sowie bei den **sonstigen Sortimenten** sind keine nennenswerten Änderungen zu verzeichnen.

4. Nachfragesituation

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

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

Aufgrund der starken Wettbewerbssituation in den umliegenden Nachbarkommunen wie Dortmund, Lünen, Datteln und Castrop-Rauxel ist für das Mittelzentrum Waltrop kein regelmäßiges überörtliches Einzugsgebiet festzuhalten; die **Versorgungsbedeutung** beschränkt sich auf das **Stadtgebiet selbst**.

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 Waltrop liegt dieser mit 100,4 im Bundesdurchschnitt.²⁶

Bei Zugrundelegung der aktuellen Einwohnerwerte und des Kaufkraftniveaus errechnet sich in **Waltrop** ein jährliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen von rd. **179,6 Mio. €**.

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

Tabelle 6: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. € in der Stadt Waltrop

Daten Warengruppen	Kaufkraft in Mio. €
Einwohner (2018)*	29.650
Nahrungs- und Genussmittel	65,8
Gesundheit, Körperpflege	13,4
Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	5,9
kurzfristiger Bedarf insgesamt	85,1
Bücher, Schreib- / Spielwaren	7,3
Bekleidung, Schuhe, Sport	21,8
mittelfristiger Bedarf insgesamt	29,1
Elektrowaren, Medien, Foto	16,7
Hausrat, Einrichtung, Möbel	18,3
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	15,5
Optik / Uhren, Schmuck	4,6
Sonstige Sortimente	10,3
langfristiger Bedarf insgesamt	65,4
Nichtlebensmittel insgesamt	113,8
Einzelhandel insgesamt	179,6

* Quelle: Stadt Waltrop, Stand: 31.03.2018 / GMA-Berechnungen 2018 (ca.-Werte, gerundet)

²⁶ Verwendung regionaler Kaufkraftkennziffern von MB Research: Werte über 100,0 deuten auf einen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt höheres Kaufkraftniveau, Werte unter 100,0 auf ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Niveau hin.

5. Ausgewählte Versorgungs- und Produktivitätskennziffern

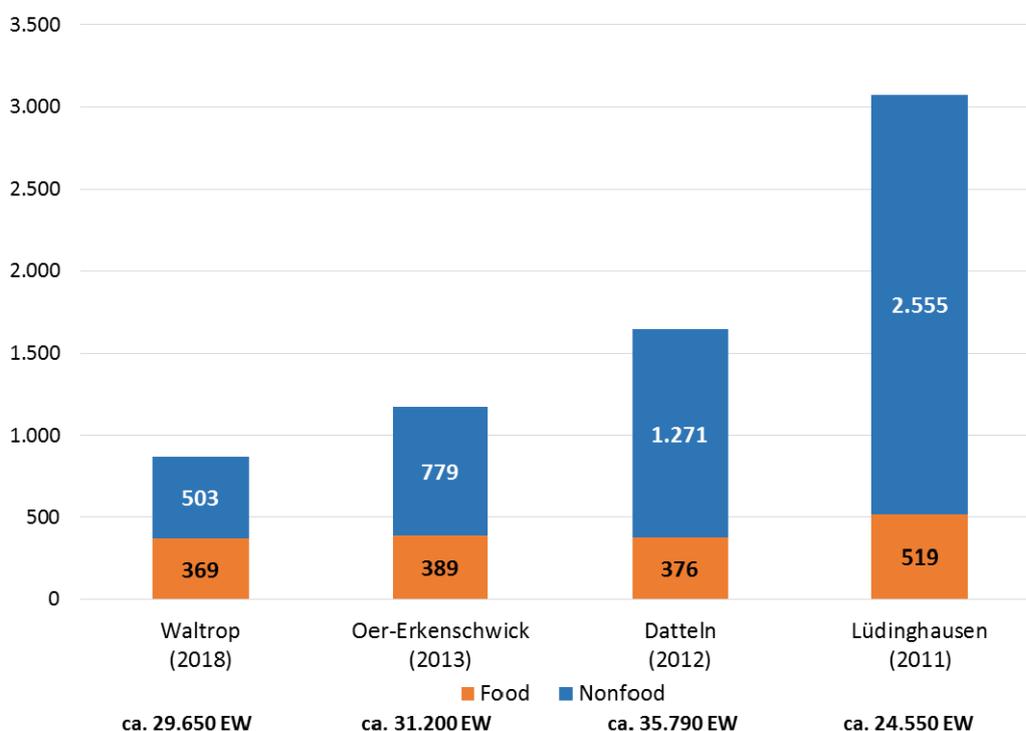
5.1 Ausstattungskennziffern

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

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

Der **Vergleich der Verkaufsflächenausstattung** in Waltrop mit umliegenden Mittelzentren, die über eine ähnliche Einwohnerzahl verfügen zeigt, dass in Waltrop eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung besteht (vgl. Abbildung 11).

Abbildung 11: Verkaufsflächenvergleich je 1.000 Einwohner mit den Nachbarstädten



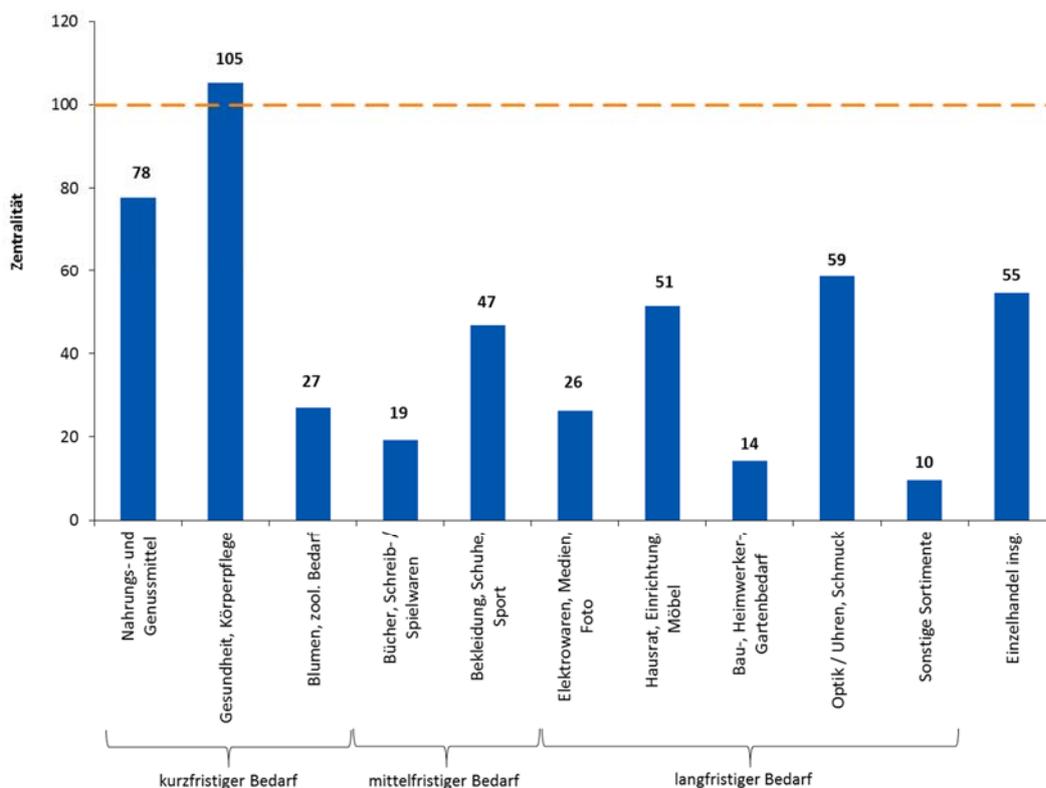
Quelle: GMA-Erhebung 2018; CIMA, Einzelhandelskonzept Oer-Erkenschwick, 2013; GMA, Gutachten zum kommunalen Einzelhandelskonzept für die Stadt Lüdinghausen, 2011; BBE, Konzept: Zentrale Versorgungsbereiche in Datteln, 2012; Einwohnerdaten: Kreis Recklinghausen (Oer-Erkenschwick & Datteln) jeweils 31.12.2016; Kreis Coesfeld (Lüdinghausen) 31.12.2016; Stadt Waltrop 30.03.2018

Im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** (Food) verfügt die Stadt Waltrop über eine Verkaufsflächenausstattung von ca. 369 m² je 1.000 Einwohner und damit über die niedrigste Ausstattung im Vergleich zu den Referenzstädten. Auch im Bereich **Nicht-Lebensmittel** (Nonfood) ist die Verkaufsflächenausstattung mit rd. 503 m² je 1.000 Einwohner als vergleichsweise niedriger Wert zu bewerten. Es ist jedoch zu beachten, dass die Daten der Referenzstädte aus den jeweiligen Einzelhandelskonzepten resultieren, deren Erstellung schon einige Jahre zurückliegt. Den allgemeinen Entwicklungstrends der vergangenen Jahre folgend, dürfte die Verkaufsfläche in den Vergleichsstädten – v. a. durch die Erweiterung von Lebensmittelmärkten – tendenziell jedoch gestiegen sein.

5.2 Zentralitätskennziffer

Die Betrachtung der Einzelhandelszentralität²⁷ zeigt, dass in den meisten Branchen im Vergleich zum örtlichen Kaufkraftvolumen in Waltrop insgesamt weniger Umsätze getätigt werden. Die Einzelhandelszentralität von insgesamt 55 deutet per Saldo auf deutliche Kaufkraftabflüsse in das Umland hin (vgl. Abbildung 12).

Abbildung 12: Einzelhandelszentralität der Stadt Waltrop



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

²⁷ Die Einzelhandelszentralität stellt den in Waltrop getätigten Einzelhandelsumsatz der in Waltrop vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gegenüber. Werte über 100 weisen dabei – per Saldo – auf einen Ausstrahlungsüberschuss hin, Werte unter 100 entsprechend auf einen Kaufkraftabfluss.

- Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** liegt die Zentralität mit Ausnahme der Warengruppe Gesundheit / Körperpflege (105) unter 100 und weist somit auf Kaufkraftabflüsse zu Einzelhandelsstandorten außerhalb von Waltrop hin. Diese dürften zum einen auf den Auspendlerüberschuss (vgl. Kapitel I., 5.) zurückzuführen sein, d. h. viele Arbeitnehmer kaufen auf dem Weg von / zur Arbeit regelmäßig außerhalb von Waltrop ein. Zum anderen sind die Märkte in Waltrop, v. a. die Vollsortimenter, vergleichsweise klein, was ebenfalls zu Kaufkraftabflüssen ins Umland (z. B. Dortmund, Castrop-Rauxel) führen dürfte.
- Auch im **mittelfristigen Bedarfsbereich** zeigen die Zentralitätswerte bei Büchern, Schreib- und Spielwaren (19) und Bekleidung, Schuhe, Sport (47) deutliche Kaufkraftabflüsse auf. Dies liegt zum einen an fehlenden Anbietern in Waltrop, zum anderen aber auch an der starken Wettbewerbssituation im Umland. Die unmittelbare Nachbarschaft zum Oberzentrum Dortmund mit seinen attraktiven Einzelhandelsstandorten, hier vor allem in der Innenstadt bei den typischen innerstädtischen Leitsortimenten Bekleidung und Schuhe, begrenzt das Potenzial von Waltrop deutlich.
- Im **langfristigen Bedarfsbereich** kann bei den Warengruppen Hausrat, Einrichtung, Möbel und Optik, Uhren / Schmuck noch die meiste Kaufkraft gebunden werden, hier werden Zentralitätswerte von 51 bzw. 59 erreicht. In den Sortimentsbereichen Elektrowaren, Medien, Foto (26), Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf (14) und bei den sonstigen Sortimenten (10) werden nur äußerst geringe Zentralitätswerte erzielt, da hier nur ein geringes Angebot in Waltrop vorhanden ist. Dies ist v. a. mit der starken Wettbewerbssituation im Umland zu begründen, aber auch auf eine immer mehr zunehmende Orientierung auf den Online-Handel.

III. Auswertung der Einzelhändlerbefragung und der Fachgespräche

Zur Untermauerung des Konzeptes und zur frühzeitigen Einbindung verschiedener Akteure wurden im Rahmen der vorliegenden Untersuchung im Mai 2018 eine persönliche Einzelhändlerbefragung sowie im August / September 2018 Fachgespräche mit mehreren Schlüsselpersonen durchgeführt.

1. Ergebnisse der Einzelhändlerbefragung

Die Einzelhändlerbefragung wurde größtenteils im Rahmen von persönlichen Gesprächen durchgeführt. Dabei wurde ein vorab mit der Stadtverwaltung abgestimmter Fragebogen verwendet. In Einzelfällen wurde der Fragebogen den Händlern auch ausgehändigt oder per E-Mail zugesandt. Insgesamt wurden 28 Einzelhändler befragt.

Tabelle 7: Strukturmerkmale der befragten Betriebe

Merkmal	Attribut	Anzahl	in %
Befragte	insgesamt	28	100
Bedarfsbereich	kurzfristig	14	50
	mittelfristig	7	25
	langfristig	7	25
Verkaufsfläche	< 100 m ²	12	43
	100 – 399 m ²	13	46
	400 – 800 m ²	2	7
	keine Angabe	1	4
Einzelhändler in Waltrop ansässig seit	< 10 Jahren	12	43
	10 bis 19 Jahren	4	14
	20 bis 49 Jahren	4	14
	50 bis 99 Jahren	3	11
	mehr als 100 Jahren	4	14
	keine Angabe	1	4
Eigentumsverhältnis	Eigentum	11	39
	Miete / Pacht	17	61

GMA-Einzelhändlerbefragung 2018; Befragten, n= 28

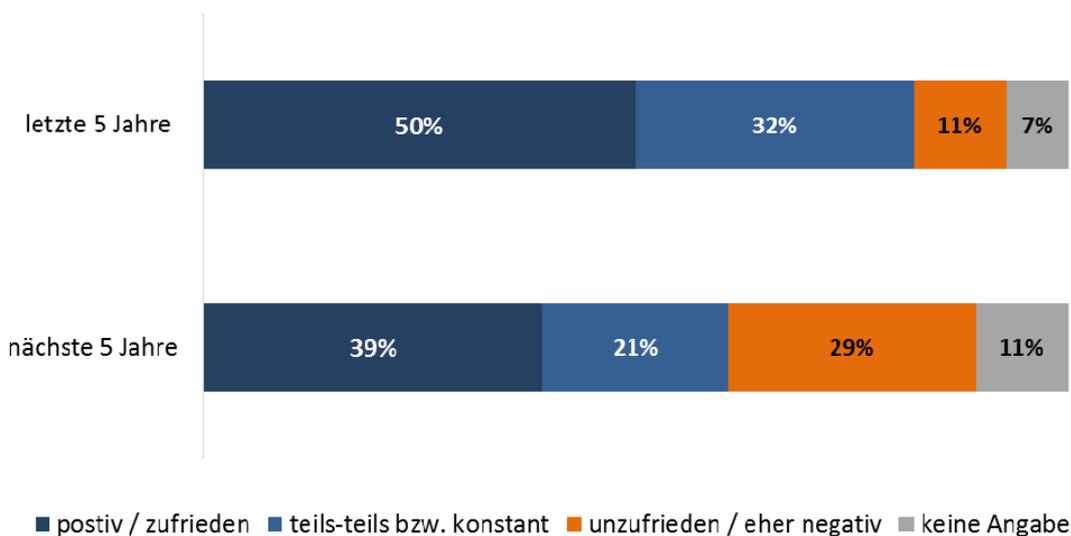
Der Fragebogen enthielt neben grundsätzlichen Fragen zum Betrieb auch Fragen zur Situation und Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Waltrop. Nachfolgend werden zunächst die Daten zu den befragten Betrieben (z. B. betriebliche Entwicklung, Investitionsverhalten) dargestellt, anschließend folgt die Auswertung der Fragen zur Bewertung der Einzelhandelssituation und -entwicklung in der Stadt Waltrop.

Die **Einzelhandelsstruktur** in der Stadt Waltrop ist im hohen Maße durch kleine und mittelständische, inhabergeführte Betriebe zu beschreiben. Ein Großteil der Betriebe (57 %) ist schon seit längerer Zeit in der Stadt Waltrop ansässig. Rund 43 % der befragten Betriebe hat sich in den letzten zehn Jahren in der Stadt Waltrop angesiedelt.

In Bezug auf das **Investitionsverhalten** der ortsansässigen Betriebe bleibt festzuhalten, dass rd. ein Drittel (rd. 36 %) ²⁸ der befragten Händler im Laufe der nächsten fünf Jahre betriebliche Veränderungen planen. Die betrieblichen Veränderungsplanungen sehen bei den einzelnen Betrieben sehr unterschiedlich aus. Die meisten Nennungen erfolgten bei der Antwortkategorie Sortimentsveränderung (rd. 40 %) sowie bei Modernisierungsmaßnahmen (rd. 30 %). Als weitere Investitionsmaßnahme wurden u. a. Personalaufstockung, Geschäftsverlagerung und Vergrößerung der Verkaufsfläche genannt.

Die befragten Betriebe machten auch Angaben zur Einschätzung ihrer **bisherigen und zukünftigen Geschäftsentwicklung** (vgl. Abbildung 13). Demnach waren rd. 11 % der Händler mit der Geschäftsentwicklung in den letzten fünf Jahren unzufrieden, rd. 32 % sahen die Entwicklung ambivalent und rd. 50 % waren zufrieden. Damit ist eine tendenziell positive Einschätzung ablesbar, die sich jedoch mit Blick auf die Zukunft relativiert. Rund 29 % der Befragten erwarten eine tendenziell rückläufige Entwicklung, rd. 21 % gehen von einer konstanten Entwicklung auf dem Niveau der Vorjahre aus, und rd. 39 % blicken positiv in die Zukunft.

Abbildung 13: Zufriedenheit mit der bisherigen und zukünftigen Geschäftsentwicklung

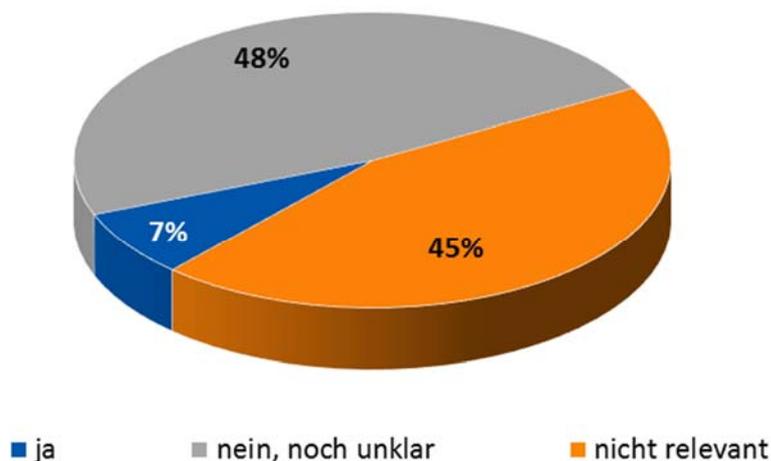


Quelle: GMA-Einzelhändlerbefragung 2018, in % der Befragten, n= 28

²⁸ in Prozent der Befragten, Mehrfachnennungen bei der konkreten Form der Veränderung möglich

Bei rd. 93 % der befragten Händler ist die **Altersnachfolge** im Betrieb (noch) nicht geregelt. Dabei ist für rd. 45 % das Thema (noch) nicht relevant, für rd. 48 % der Betriebe steht die Altersnachfolge bevor, ist jedoch noch nicht geklärt bzw. ist noch kein Nachfolger vorhanden. Demgegenüber weisen rd. 7 % der Betriebe eine geregelte Altersnachfolge auf. Damit ist ein verhältnismäßig hoher Anteil (noch) unklarer Regelungen festzuhalten (vgl. Abbildung 14). Es wird darauf ankommen, Waltrop als Einzelhandelsstandort so zu stabilisieren bzw. attraktivieren, dass er auch für auswärtige Einzelhändler als Geschäftsstandort infrage kommt.

Abbildung 14: Regelung der Altersnachfolge im Betrieb



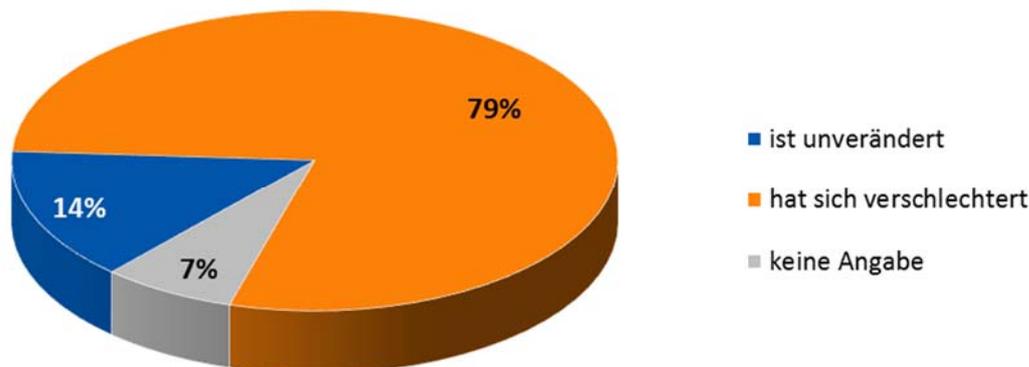
Quelle: GMA-Einzelhändlerbefragung 2018, in % der Befragten, n= 28

Auf die Frage bezüglich einer **Präsenz im Internet** gaben rd. 68 % der befragten Betriebe an, dass sie online auffindbar sind. Eine Vielzahl (rd. 58 %) verfügt über eine eigene Homepage, die weiteren Befragten gaben an, über eine zentrale Homepage im Verbund mit anderen Filialen oder über einen Social Media-Auftritt präsent zu sein. Von den Händlern mit einem Internetauftritt gaben rd. 90 % an, diesen für Informationen über den Betrieb zu nutzen. Als weitere Nutzungen wurden die Präsentation von Produkten oder dem eigenen Sortiment (rd. 53 %) und Informationen über aktuelle Angebote und Aktionen (rd. 47 %) genannt. Lediglich rd. 16 % der Befragten gaben an, einen Online-Shop zu betreiben. Insgesamt zeigt sich, dass auch für die stationären Einzelhändler in Waltrop das Thema Online-Präsenz immer mehr an Bedeutung gewinnt.

Des Weiteren sollten die Einzelhändler die **Veränderung der Attraktivität der Waltroper Innenstadt** in den letzten drei bis fünf Jahren bewerten (vgl. Abbildung 15). Diesbezüglich gaben rd. 14 % an, dass sich die Attraktivität in den letzten Jahren nicht verändert hat und rd. 79 % sehen eine Verschlechterung der Attraktivität. Auffällig ist, dass niemand eine Steigerung der Attraktivität nannte. Die meisten Befragten gaben an, dass die Kundenfrequenz nachgelassen und die Leerstandssituation zugenommen hat. Des Weiteren sehen viele Einzelhändler ein mittlerweile unausgewogenes Verhältnis zwischen Filialbetrieben und inhabergeführten Geschäften, wodurch der Einzelhandelsstandort Waltrop an Individualität einbüßt. Auch die Zunahme von Dienstleistungsunternehmen soll die Attraktivität in der Innenstadt verschlechtern. Außerdem

hat das Angebot an Veranstaltungen in den letzten Jahren nach Meinung der Befragten nachgelassen.

Abbildung 15: Veränderung der Attraktivität der Innenstadt von Waltrop als Einkaufsort



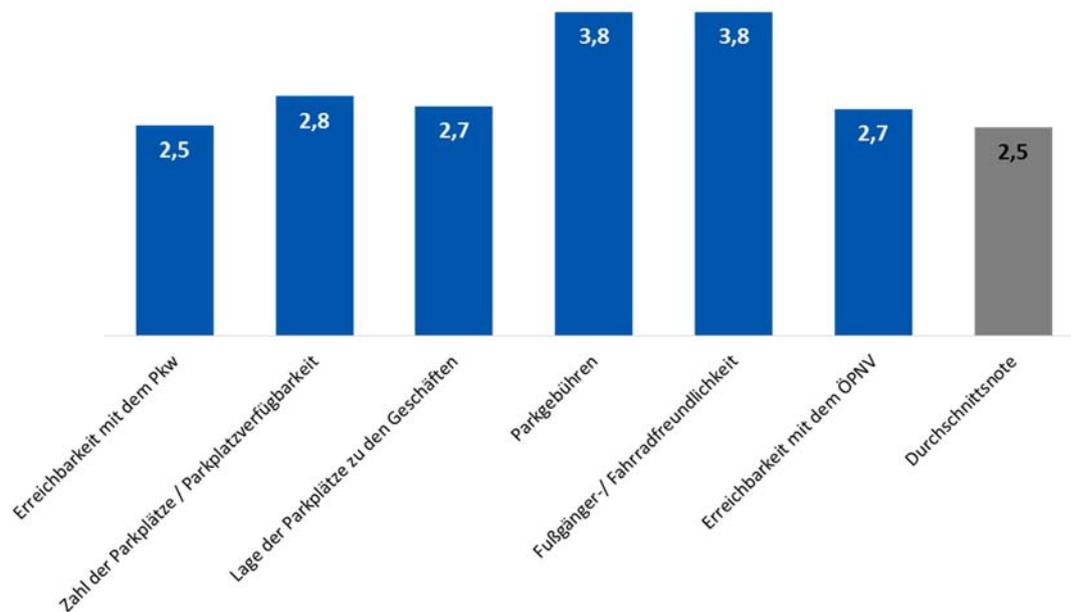
Quelle: GMA-Einzelhändlerbefragung 2018, in % der Befragten, n= 28

Die Händler wurden auch nach **Sortimenten** befragt, die ihrer Meinung nach in der **Innenstadt von Waltrop fehlen**. Hierbei entfielen 17 Nennungen auf das Sortiment Bekleidung, jeweils vier Nennungen auf Haushaltswaren und Spielwaren sowie drei Nennungen auf Sportartikel. Weitere Einzelnennungen entfielen auf die Sortimente Heimtextilien, Möbel, Teppiche. Es wird deutlich, dass v. a. bei den innenstadtprägenden Leitsortimenten wie Bekleidung und Bücher / Spielwaren in der Innenstadt von Waltrop ein zu geringes Angebot vorhanden ist. Dies bestätigen auch die Ergebnisse der Bestandserhebung (vgl. Kapitel II. 1.)

Auf die Frage, was sich in der **Innenstadt von Waltrop verbessern** könnte, entfielen fünf Nennungen auf die Parksituation / Parkgebühren und vier Nennungen auf mehr Vielfalt an Geschäften / Sortimenten. Eine Vielzahl weiterer Verbesserungsvorschläge wurde als Einzelnennung genannt.

Schlussendlich sollten die Einzelhändler noch die **Verkehrs- und Parkplatzsituation** in der Innenstadt von Waltrop anhand des Schulnotensystems bewerten. Die meisten Bewertungskriterien, darunter die Erreichbarkeit mit dem Pkw sowie die Lage der Parkplätze zu den Geschäften, wurde im Bereich der Note 2 (gut) bewertet. Die Kriterien Parkgebühren und Fußgänger- / Fahrradfreundlichkeit wurden jeweils mit 3,8 bewertet. Insgesamt wird die Verkehrs- und Parkplatzsituation von den Einzelhändlern im Durchschnitt mit 2,5 bewertet, viele der Befragten führten jedoch an, dass besonders an Markttagen zu wenige Parkplätze zur Verfügung stehen (vgl. Abbildung 16).

Abbildung 16: Bewertung der Verkehrs- und Parkplatzsituation in der Innenstadt von Waltrop



GMA-Einzelhändlerbefragung 2018, Mehrfachnennungen möglich

2. Zusammenfassung der Ergebnisse der Fachgespräche

Zur Evaluierung des aktuellen Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes 2008 wurden mit Vertretern vom Stadtmarketing, der Industrie und Handelskammer (IHK), der Handwerkskammer (HWK) sowie eines privaten Immobilienbüros aus Waltrop Fachgespräche geführt. Darüber hinaus stand bei den einzelnen Gesprächen die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Waltrop im Fokus. Als wesentliche Ergebnisse können folgende Punkte festgehalten werden:

- / Seit 2008 kann ein Rückgang an Einzelhandelsbetrieben in der Stadt Waltrop und damit verbunden ein Frequenzverlust in der Innenstadt festgestellt werden. Der Rückgang resultiert v. a. aufgrund allgemeiner Entwicklungstrends im Einzelhandel sowie infolge demographischer und gesellschaftlicher Veränderungsprozesse. Wie in vielen anderen Städten vergleichbarer Größenordnung stellt der zunehmende Online-Handel eine erstzunehmende Bedrohung für die Innenstädte dar. Die Entwicklungsmöglichkeiten im Bereich Einzelhandel werden daher sowie aufgrund der Nähe wettbewerbsstarker Nachbarstädte als begrenzt angesehen. Der Fokus der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Waltrop sollte auf dem Erhalt der aktuellen Bestandssituation gelegt werden.
- / Nach Einschätzung der Befragten wurden die im Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept 2008 festgelegten Leitziele bei der Einzelhandelsentwicklung und -steuerung weitgehend berücksichtigt. Diesbezüglich wurde v. a. auf die Verlagerung des Edeka

Marktes innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt hingewiesen. Großflächige Einzelhandelsbetriebe außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche wurden nicht angesiedelt. Nach Meinung der Gesprächspartner sollte dieser Strategie auch in Zukunft gefolgt werden.

- Bezüglich der Nahversorgungssituation in der Stadt Waltrop und der aktuell vorliegenden Erweiterungsanfragen der Lebensmitteldiscounter wurde auf die landesplanerischen Regelungen (LEP NRW) verwiesen.

IV. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Waltrop

1. Entwicklung der Nachfrageseite

Für den Zeitraum zwischen 2006 und 2016 ist – wie in Kapitel I. 5. dargestellt – für die Stadt Waltrop ein Bevölkerungsrückgang (- 2,4 %) zu verzeichnen. Bis zum Jahr 2025 ist weiterhin von einem Bevölkerungsrückgang (- 2,3 %) auszugehen. Die Bevölkerungsprognose für den Kreis Recklinghausen sagt bis zum Jahr 2025 einen Bevölkerungsrückgang um ca. - 3,1 % voraus²⁹.

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

Ziel der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Waltrop sollte der langfristige Erhalt der aktuellen Bestandssituation sein. Dabei steht die Innenstadt als Zentrum mit einer gesamtstädtischen Bedeutung nicht nur für den Einzelhandel sondern auch als ein Ort mit einer sozialen Treffpunkt-funktion im Vordergrund. Darüber hinaus spielt eine qualitativ und räumlich ausgewogene Nahversorgungssituation eine wesentliche Rolle, auch um den Wohnstandort Waltrop attraktiv zu gestalten.

2. Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

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

Kurzfristiger Bedarf:

/// Insgesamt ist im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** aktuell eine quantitativ unterdurchschnittliche Ausstattung festzustellen. Dies verdeutlicht der niedrige Zentralitätswert von 78. Hierin eingeschlossen ist bereits der neue Edeka-Markt in der Innenstadt mit seiner erweiterten Verkaufsfläche. Der Betriebsbesatz mit vier Lebensmittelvollsortimentern sowie vier Discountern ist als ausgewogen zu bezeichnen. Die ansässigen Lebensmitteldiscounter befinden sich alle unterhalb der Großflächigkeit, daher

²⁹ Quelle: IT. NRW, Kommunalprofil Stadt Waltrop, Kommunalprofil Kreis Recklinghausen; Stand: jeweils 31.05.2017.

bestehen für alle Standorte Erweiterungswünsche. Grundsätzlich ist die Modernisierung und ggf. Verkaufsflächenerweiterung einzelner Anbieter in städtebaulich integrierten Lagen zur langfristigen Bestandssicherung anzustreben, insbesondere die Rewe-Märkte weisen einen erheblichen Renovierungsstau auf. Für Empfehlungen zu den einzelnen vorhandenen Anbietern ist auf Kapitel V., 4. zu verweisen.

- /// Im Bereich **Gesundheit / Körperpflege** ist hinsichtlich des ermittelten Zentralitätswertes von 105 ein leicht überdurchschnittliches Angebot zu verzeichnen. In der Innenstadt von Waltrop sind die Drogeriefachmärkte dm und Rossmann ansässig. Hierzu kommen im gesamten Stadtgebiet sieben Apotheken, mehrere Sanitätshäuser sowie eine Parfümerie. Handlungsbedarf zur Ansiedlung weiterer Betriebe besteht aktuell bzw. in den nächsten Jahren nicht; allerdings streben Drogeriemärkte heute üblicherweise größere Verkaufsflächen als die derzeit in Waltrop belegten an.
- /// Die Sortimentsgruppe **Blumen, zoologischer Bedarf** weist eine eher schwache Angebotssituation auf. Differenziert betrachtet sind mehrere Fachgeschäfte für Schnittblumen und Zimmerpflanzen vorhanden, jedoch kein Fachmarkt für zoologischen Bedarf. Somit besteht bei Blumen / Zimmerpflanzen kein akuter Handlungsbedarf, die Ansiedlung eines Fachmarktes mit zoologischem Bedarf wäre jedoch wünschenswert.

Mittelfristiger Bedarf:

- /// Der Sortimentsbereich **Bücher, Schreib- und Spielwaren** weist einen sehr niedrigen Zentralitätswert (19) auf. In der Innenstadt von Waltrop sind eine Buchhandlung sowie ein Schreib- und Spielwarengeschäft vorhanden. Darüber hinaus werden Schreib- und Spielwaren tlw. als Randsortimente der Lebensmittelbetriebe und bei Woolworth geführt. Die Diversifizierung / Erweiterung des Angebotes ist grundsätzlich möglich. Hierbei ist jedoch zu berücksichtigen, dass diese Warengruppe durch die wachsenden Marktanteile des Online-Handels stark unter Druck steht.
- /// Die Angebotssituation im Sortiment **Bekleidung, Schuhe, Sport** ist in Waltrop als unterdurchschnittlich zu bewerten, v. a. im Bereich Sportbekleidung. Weitere Ansiedlungen sollten in der Innenstadt erfolgen. Allerdings besteht eine hohe Konkurrenzsituation durch die umliegenden Mittel- und Oberzentren.

Langfristiger Bedarf:

- /// Im Sortimentsbereich **Elektrowaren** sind in der Innenstadt mehrere kleinteilige, inhabergeführte Fachgeschäfte vorhanden, die z. T. sehr stark spezialisiert sind. Mit dem Elektrofachgeschäft Euronics ist ein Anbieter in der Husemannstraße in integrierter Streulage südlich der Innenstadt ansässig. Insgesamt wäre eine Angebotserweiterung

wünschenswert, jedoch ist die Konkurrenzsituation durch die Nachbarkommunen sowie den Online-Handel als hoch einzustufen.

- /// In der Warengruppe **Hausrat, Einrichtung, Möbel** gibt es verschiedene Anbieter in der Innenstadt (Gardinengeschäft, Matratzen Concord, Kodi) sowie ein großflächiges Küchenstudio an der Levrinhäuser Straße. Zudem führt der Anbieter Manufaktur auf dem ehem. Zechengelände ein umfangreiches Warenangebot im Bereich Haushaltswaren, Heimdekoration und tlw. Kleinmöbeln. Die Ansiedlung eines Anbieters im Bereich Einrichtungsbedarf ist vor dem Hintergrund der zahlreichen Möbelhäuser in den Nachbarkommunen nur schwer darstellbar.
- /// Im Bereich **Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf** sind mehrere Anbieter im Bereich Baustoffe vorhanden, jedoch kein Baumarkt und auch kein Gartenfachmarkt. Das Nachfragepotenzial in Waltrop ist für einen Baumarkt oder Gartenfachmarkt als zu gering zu bewerten. Zudem besteht durch die Nachbarkommunen eine starke Konkurrenzsituation. Spezialanbieter in Verbindung mit Handwerk wären ggf. möglich.
- /// In der Warengruppe **Optik, Uhren / Schmuck** gibt es mehrere Anbieter in der Innenstadt, ein akuter Handlungsbedarf liegt aktuell nicht vor.
- /// Im Bereich **sonstige Sortimente** ist auf mehrere spezialisierte und kleinteilige Fahrradanbieter, einen Fachhändler für Autoteile sowie Manufaktur hinzuweisen. Als Ergänzung wäre die Ansiedlung eines größeren Fahrradfachmarktes darstellbar. Ansonsten besteht kein Handlungsbedarf.

Zusammenfassend ist die Versorgungssituation in der Stadt Waltrop angesichts eines Zentralitätswertes von 55 als unterdurchschnittlich zu bewerten. Die Nahversorgungssituation im Bereich Nahrungs- und Genussmittel ist allerdings gesichert. Gleichwohl ist bei einzelnen Betrieben Modernisierungsbedarf erkennbar (vgl. Kapitel V. 4.2.) In den sonstigen Sortimenten, v. a. im mittel- und langfristigen Bedarf, weist die Stadt Waltrop allgemein ein sehr überschaubares Angebot auf. Mit Blick in die nähere Zukunft ist angesichts des zunehmenden Drucks durch den Online-Handel und der rückläufigen Bevölkerungsentwicklung ein Augenmerk auf eine zielgerichtete und standortadäquate Sicherung des Einzelhandels zu legen. Hierzu dient die nachfolgende Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes.

V. Fortschreibung Einzelhandelsstandortkonzept Waltrop

Zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Waltrop ist die Fortschreibung des Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes aus dem Jahr 2008 zu empfehlen, da es als Grundlage zur Beurteilung von Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben sowie zur Formulierung von Standortprioritäten im Zuge der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung heranzuziehen ist.

1. Städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

Im Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes der Stadt Waltrop aus dem Jahr 2008 wurden folgende Leitziele zur Einzelhandelsentwicklung formuliert:

- /// Stärkung und Sicherung der hervorgehobenen Versorgungsfunktion der Innenstadt als Hauptzentrum der Stadt Waltrop,
- /// Förderung des Zentrums Waltrop-Ost als Nahversorgungszentrum,
- /// Konzentration zusätzlicher Nahversorgungsangebote ausschließlich auf die beiden zentralen Versorgungsbereiche und Standorte mit ausgeprägtem Wohngebietsbezug.
- /// Konzentration des großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten auf städtebaulich geeignete Standorte im Stadtgebiet.

Im Zuge der Fortschreibung des Konzeptes aus dem Jahr 2008 wurden die aufgeführten Leitziele durch zwei Arbeitskreissitzungen sowie mehrere Fachgesprächen mit Schlüsselpersonen evaluiert. Dabei hat sich herausgestellt, dass die Entwicklungsleitlinien im Wesentlichen befolgt wurden und auch weiterhin als aktuell angesehen werden können. Zusammenfassend sind die städtebaulichen Zielsetzungen der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Waltrop für die nächsten Jahre wie folgt zu formulieren³⁰:

- /// Sicherung der mittelzentralen Versorgungsfunktion von Waltrop
- /// Sicherung und Weiterentwicklung der Innenstadt von Waltrop als dominierende Einkaufslage
- /// Sicherung und Weiterentwicklung der wohnortnahen Versorgung.

³⁰ Eine explizite Zielsetzung für den großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel in Waltrop wurde nicht mehr aufgenommen, da dieser in der Praxis kaum eine Rolle in Waltrop spielt (nur zwei Anbieter im Stadtgebiet) und hier perspektivisch keine wesentlichen Entwicklungen zu erwarten sind.

Abbildung 17: Wesentliche Bausteine des Einzelhandelsstandortkonzeptes



GMA-Darstellung 2018

Das Einzelhandelsstandortkonzept umfasst folgende Bausteine (vgl. Abbildung 17):

- Sortimentskonzept:** Die Sortimentsliste definiert stadtspezifisch die nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimente und dient somit als Grundlage für die städtebauliche Beurteilung von Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels.
- Standortkonzept:** Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt die Festlegung und Begründung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB, § 2 Abs. 2, Satz 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO. Auf dieser Basis werden im Rahmen des Zentrenkonzeptes standort- und branchenspezifische Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung formuliert.
- Nahversorgungskonzept:** Im Rahmen des Nahversorgungskonzeptes werden die bestehenden Anbieter in Waltrop hinsichtlich ihrer Leistungsfähigkeit bewertet und Empfehlungen zur räumlichen Weiterentwicklung der wohngebietsbezogenen Nahversorgung getroffen.

2. Sortimentskonzept

Das Sortimentskonzept bildet die branchenbezogene Grundlage für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung bzw. zur bauplanungsrechtlichen Beurteilung zukünftiger Ansiedlungs- / Erweiterungsvorhaben. Dabei ist zu definieren, welche Einzelhandelsortimente hinsichtlich des Ange-

botschafters, 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.

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

Die kommunale Bauleitplanung kann hier zwei Wege wählen:

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

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

2.1 Kriterien zentren- / nahversorgungsrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente

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

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

Demnach sind Sortimente als **zentrenrelevant / nahversorgungsrelevant** einzustufen, wenn sie einem oder mehreren dieser Kriterien genügen:

- /// Magnetfunktion aufweisen und damit zu einer Attraktivitätssteigerung der Innenstadt beitragen
- /// für einen leichten Transport geeignet sind (ohne Pkw)
- /// geringe bis mittlere Flächenansprüche aufweisen
- /// Bestandteil des innerstädtischen Branchenmixes sind
- /// Synergien zu anderen Sortimenten in der Innenstadt aufzeigen (z. B. Schuhe und Bekleidung).

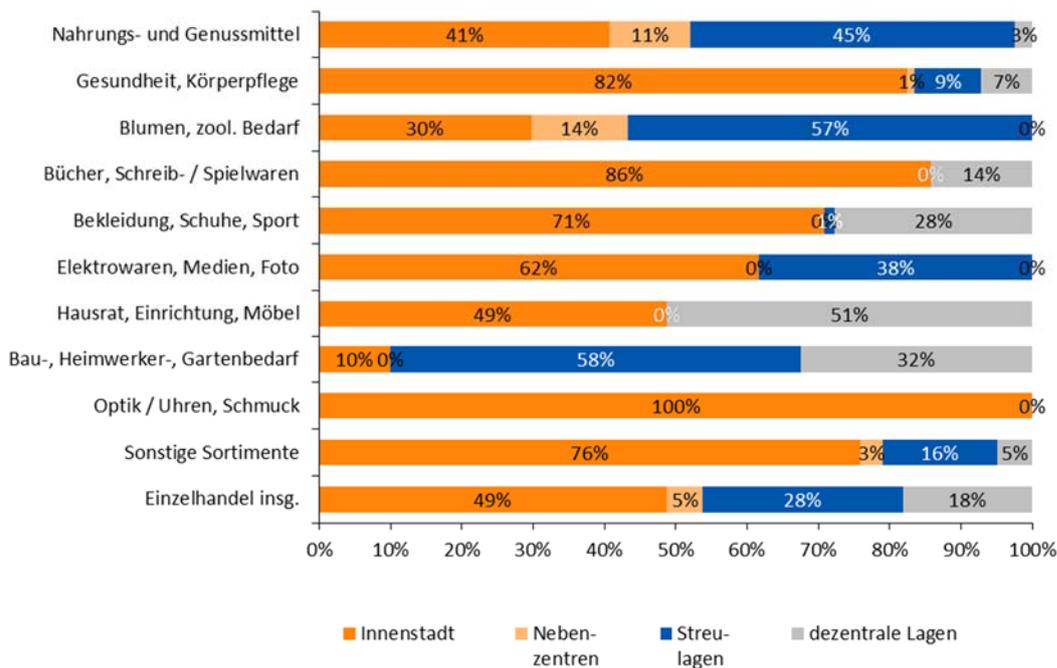
Den **nahversorgungsrelevanten** Sortimenten sind darüber hinaus Warengruppen zuzuordnen,

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

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

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

Abbildung 18: Verteilung der Sortimente (Verkaufsflächen) in Waltrop nach Lagekategorien



GMA-Erhebung 2018

2.2 Sortimentsliste der Stadt Waltrop

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

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

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

Übersicht 2: Sortimentsliste der Stadt Waltrop (zusammenfassende Darstellung)

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

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

unterstrichen = zentrenrelevant gemäß Anhang 1 des LEP NRW.

GMA-Empfehlungen 2018, auf Grundlage der erhobenen Standortverteilung

Die Überprüfung der bereits 2013 fortgeschriebenen Sortimentsliste hat gezeigt, dass keine wesentlichen Modifizierungen erforderlich sind. Einzig das Sortiment „Futtermittel für Heimtiere³¹“ ist nicht weiter als zentrenrelevantes Sortiment eingestuft, da aktuell kein Anbieter in den Zentren vorhanden ist. Die heute expandierenden Unternehmen sind Fachmärkte, die einen hohen Flächenbedarf aufweisen und Stellplätze vor der Türe benötigen, um die z. T. schweren und / oder sperrigen Artikel abtransportieren zu können. Daher wurde dieses Sortiment nicht als zentrenrelevant eingeordnet.

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.

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

3.1 Begriffserklärung „zentraler Versorgungsbereich“

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

Folgende vier Schutznormen erfassen (auch) zentrale Versorgungsbereiche:

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

³¹ Sortimentsbezeichnung vgl. Sortimentsliste 2013, fällt in der aktuellen Sortimentsliste unter Tiernahrung, Tierpflegemittel, zoologischer Bedarf

Einzelhandelsnutzungen auf „Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche“ berufen können.

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

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

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches wurde vom Gesetzgeber als unbestimmter Rechtsbegriff eingeführt. Eine allgemeingültige Definition liegt folglich nicht vor. In den nunmehr knapp zehn Jahren, die z. T. von konträren Diskussionen und in Folge auch Interpretationsunsicherheiten in der Praxis geprägt waren, wurden durch die **Rechtsprechung** die bestehenden Begrifflichkeiten thematisiert und in Teilen konkretisiert³².

Entscheidend ist, dass eine städtebaulich integrierte Einzelhandelslage nach „Lage, Art und Zweckbestimmung“ eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat³³. Der nach städtebaulich-funktionalen Kriterien abgrenzbare Bereich hat Einzelhandelsnutzungen aufzuweisen, die aufgrund ihrer Qualität und ihres Gewichts einen über die eigenen Grenzen und damit über den unmittelbaren Nahbereich hinausgehenden Einzugsbereich haben; die Nutzungen müssen diese zentrale Funktion erfüllen, was sich letztlich auch an der Stadtgröße bemisst³⁴.

Somit können zentrale Versorgungsbereiche sowohl eine umfassende als auch eine auf einen bestimmten örtlich begrenzten Einzugsbereich beschränkte Versorgungsfunktion ausüben. Es ist kein übergemeindlicher Einzugsbereich vorausgesetzt. Auch ein Standort, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlich begrenzten Einzugsbereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherung einer wohnortnahen

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

³³ vgl. u. a. BVerwG Urteil 4 C 7.07 vom 11.10.2007 bzw. Urteil 4 C 2.08 vom 17.12.2009.

³⁴ vgl. u. a. OVG Sachsen, Bautzen, Urteil vom 13.05.2014; AZ 1 A 432 / 10, juris RN 30 ff.

Grundversorgung der im Einzugsbereich wohnenden Bevölkerung. **Ein zentraler Versorgungsbereich muss jedoch einen gewissen über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit funktionalem und städtebaulichem Gewicht haben und damit über den unmittelbaren Nahbereich hinauswirken.**

Auch informelle Planungen können bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche eine Rolle spielen, sofern diese von einer Kommune beschlossen und als Arbeitsgrundlage für ihre Planungen verwendet werden³⁵ und sich die Planungsabsichten bereits konkretisiert haben.³⁶

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

Die Abgrenzung basiert auf der aktuellen Situation (faktische Prägung) und ist weitestgehend parzellenscharf, um eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit zu gewährleisten. In Einzelfällen wurde von der Parzellengrenze abgewichen, z. B. bei tiefen Grundstücken oder wenn sich die baulichen Strukturen vor Ort nicht mit den Parzellenstrukturen decken. Zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches ist die räumliche Konzentration von Versorgungseinrichtungen maßgeblich. Außer dem Einzelhandel sind hier auch Komplementärnutzungen (Dienstleister, Ärzte, Banken, Post, Gastronomie, Freizeit- und Kultureinrichtungen etc.) zu betrachten.

3.2 Kriterien zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche

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

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

³⁵ vgl. OVG Lüneburg, Beschluss vom 30.11.2005, 1ME172/05.

³⁶ d. h., die Umsetzung muss in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erfolgen, vgl. VG München, Urteil vom 07.11.2005, M8K05.1763.

Es ist herauszustellen, dass es sich bei der Festlegung eines zentralen Versorgungsbereiches letztlich immer um eine Abwägung unterschiedlicher Kriterien handelt, wenngleich die Kriterien Integration und zentrale Versorgungsfunktion (= „funktionales Gewicht“, „über den Nahbereich hinaus“) als unverrückbare „**Muss-Kriterien**“ gelten. Die zur Festlegung von zentralen Versorgungsbereichen in Waltrop zugrunde gelegten Kriterien sind im Detail folgender Abbildung 19 zu entnehmen und werden im Folgenden erläutert und operationalisiert.

Abbildung 19: Kriterien zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche

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

GMA-Darstellung 2018

3.3 Zentren- und Standortstruktur Waltrop

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

- /// In der Innenstadt von Waltrop wird der Bereich der östlichen Hochstraße / Hagelstraße / westliche Dortmunder Straße / Am Moselbach sowie der angrenzenden Nebenstraßen als **zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Hauptzentrum)** ausgewiesen. Im Gegensatz zur Abgrenzung von 2008 wurden in den Randbereichen einige Anpassungen vorgenommen (vgl. Kapitel 3.4.1). Der zentrale Versorgungsbereich gilt als schützenswürdige Einkaufslage gemäß BauGB und BauNVO. Dabei nimmt die Innenstadt von Waltrop eine gesamtstädtische Versorgungsfunktion wahr. Im Sinne einer an den voranstehenden Zielsetzungen ausgerichteten Einzelhandelspolitik sollen Neuansiedlungen großflächiger Betriebe (> 800 m² Verkaufsfläche) mit zentrenrelevantem Kernsortiment ausschließlich auf die Innenstadt gelenkt werden. Grundsätzlich gibt es hier

keine Beschränkungen im Hinblick auf mögliche Einzelhandelsansiedlungen, d. h. sowohl großflächige als auch nicht großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten sind grundsätzlich möglich. Die Ansiedlung großflächiger Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist aus städtebaulichen Gründen jedoch nicht zielführend.³⁷

- /// Darüber hinaus wird im östlichen Teil des Stadtgebietes von Waltrop im Bereich der westlichen Dortmunder Straße / Riphausstraße der **zentrale Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Waltrop-Ost** ausgewiesen.³⁸ Auch hier haben sich im Gegensatz zur Abgrenzung von 2008 in den Randbereichen Anpassungen ergeben (vgl. Kapitel 3.4.2). Zur Sicherung und Weiterentwicklung einer wohnortnahen Versorgung und zur Verkehrsentlastung der Innenstadt soll der ausgewiesene zentrale Versorgungsbereich einer Versorgungsfunktion für das östliche Stadtgebiet von Waltrop nachkommen. Der Angebotsschwerpunkt in diesem Zentrum liegt im kurzfristigen Bedarfsbereich. Auch im Nahversorgungszentrum können grundsätzlich alle Sortimente angesiedelt werden, wobei großflächige Betriebe nur mit nahversorgungsrelevantem Sortiment zulässig sein sollten. Das Angebot kann durch kleinteilige Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten ergänzt werden. Hierbei sollte es sich allerdings nicht um Fachmarktformate handeln, um keinen zweiten Standort mit umfangreichem zentrenrelevantem Angebot und damit einen erheblichen Wettbewerb zur Innenstadt zu schaffen. Anbieter mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind im kleinflächig möglich.
- /// Darüber hinaus ist eine Reihe von Einzelhandelsbetrieben im Stadtgebiet verteilt, die außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche liegen. Hierbei handelt es sich um sog. **sonstige Lagen**, wozu sowohl siedlungsräumlich integrierte Standorte als auch dezentrale Bereiche zählen. Aufgrund einer fehlenden räumlichen Konzentration handelt es sich hier i. d. R. um Streulagen bzw. Solitärstandorte. Mit Blick auf die Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Nahversorgung wird unterschieden zwischen Nahversorgungslagen, die aufgrund ihres Wohngebietsbezugs, der Entfernung zu zentralen Ver-

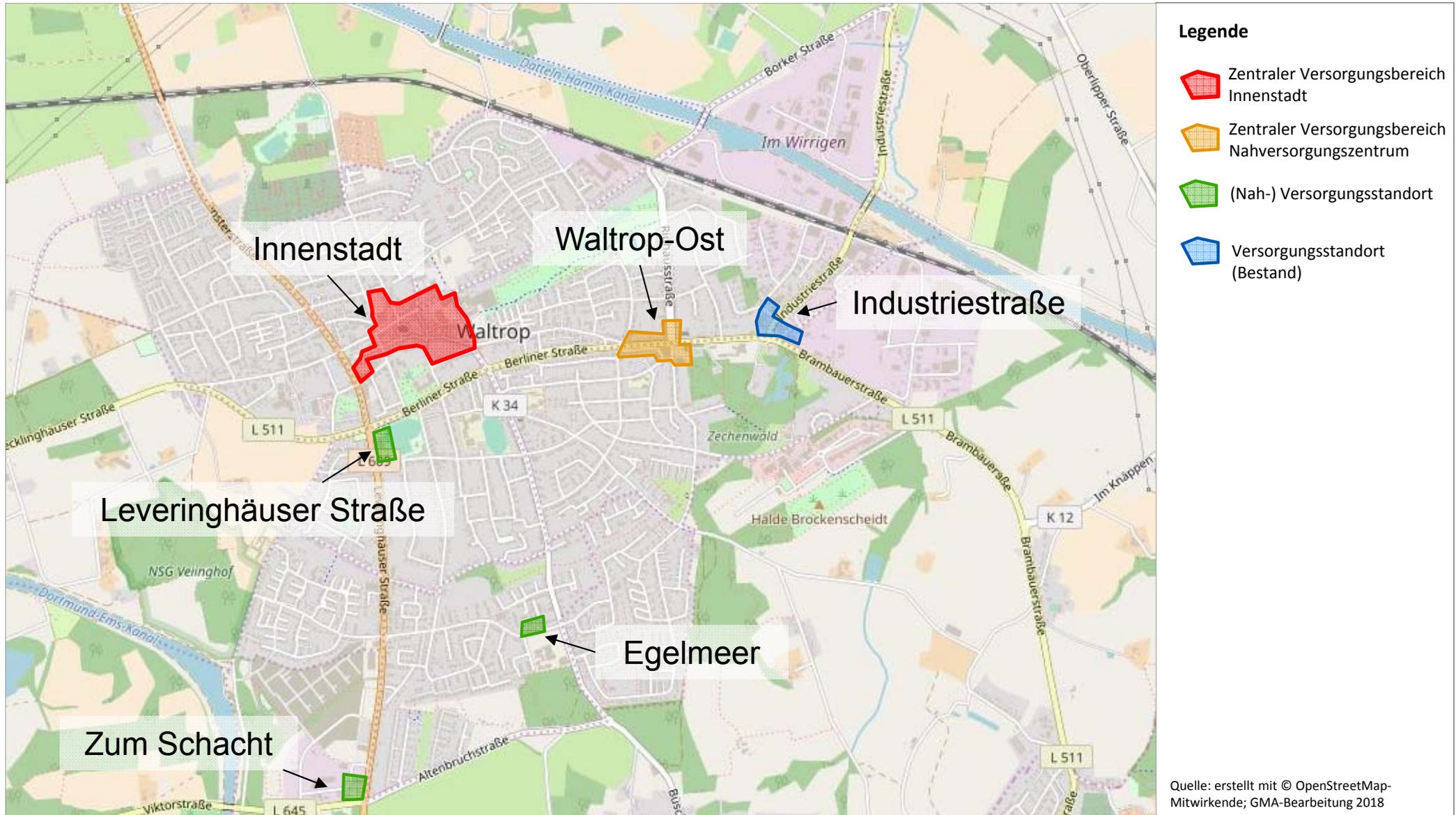
³⁷ Solche Betriebe haben i. d. R. einen hohen Flächenanspruch mit Geschäftsräumen und Parkplätzen. Diese Voraussetzungen sind in der Innenstadt von Waltrop nicht gegeben.

³⁸ Durch eine Kundenwohnorterhebung am Standort Netto als Magnetbetrieb wurde überprüft, ob dem Zentrum ein über den unmittelbaren Nahbereich hinausgehende Versorgungsbedeutung zukommt. Im Rahmen dieser am 25 und 26.01.2019 durchgeführten Kundenwohnorterhebung wurde festgestellt, dass die Kunden dieses Marktes zu etwa 70 % aus Waltrop stammen. Dabei verteilen sich die Wohnorte der Kunden über das gesamte Stadtgebiet. Darüber hinaus kommen Kunden v. a. aus den Bereichen der angrenzenden Nachbarstädte (u. a. Lünen-Brambauer, Dortmund-Mengede) Somit kann eine Versorgungsbedeutung über den unmittelbaren Nahbereich eindeutig nachgewiesen werden.

sorgungsbereichen und der sich hieraus ergebenden Bedeutung für die fußläufige Nahversorgung aus gutachterlicher Sicht weiterentwickelt werden könnten, und Standorten, die weitgehend auf ihren Bestand begrenzt werden sollten.³⁹

³⁹ Die Weiterentwicklung einzelner Standorte und deren Auswirkungen sollte jeweils im Detail untersucht werden (vgl. auch Übersicht 4)

Karte 3: Übersicht Zentren- und Standortstruktur im Stadtgebiet von Waltrop



3.4 Zentrale Versorgungsbereiche in der Stadt Waltrop

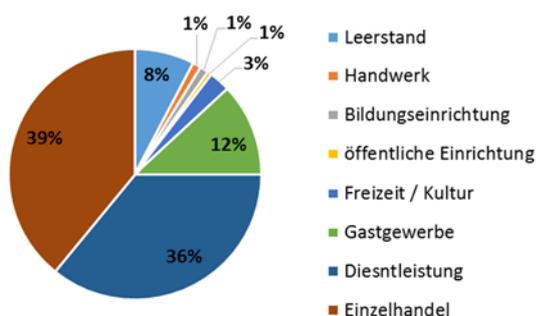
3.4.1 Innenstadt Waltrop (Hauptzentrum)

Ausstattung

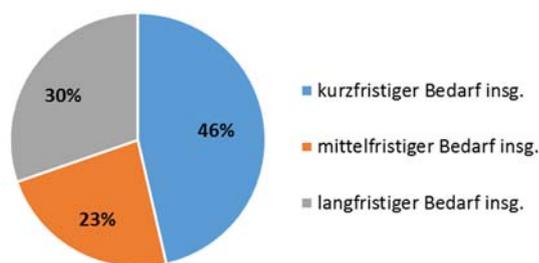
Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs.	in %
Nahrungs- und Genussmittel	17	24	4.465	35
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	9	13	1.270	10
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	1	1	110	1
kurzfristiger Bedarfsbereich	27	38	5.845	46
Bücher, Schreib- / Spielwaren	2	3	300	2
Bekleidung, Schuhe, Sport	16	22	2.630	21
mittelfristiger Bedarfsbereich	18	25	2.930	23
Elektrowaren, Medien, Foto	7	10	450	4
Hausrat, Einrichtung, Möbel	6	8	2.230	18
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	4	6	260	2
Optik / Uhren, Schmuck	7	10	410	3
sonstige Sortimente*	3	4	470	4
langfristiger Bedarfsbereich	27	38	3.820	30
Nichtlebensmittel insgesamt	55	76	8.130	65
Einzelhandel insgesamt	72	100	12.595	100

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

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)



strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

■ größer 1.500 m ²	Woolworth, Edeka
■ 800 bis unter 1.500 m ²	Rewe Supermarkt
■ 400 bis unter 800 m ²	dm, Rossmann, Kodi, Deichmann, Rewe Getränkemarkt
■ bis unter 400 m ²	u. a. Schuhfachgeschäfte, Buchhandlung, Elektrofachgeschäfte, Optiker, Bekleidungsfachgeschäfte

Foto 1: Hochstraße



Foto 2: Übergang Hochstraße / Hagelstraße



Foto 3: Hagelstraße (Fußgängerzone)



Foto 4: Dortmunder Straße (Fußgängerzone)



Foto 5: Woolworth an der Hochstraße

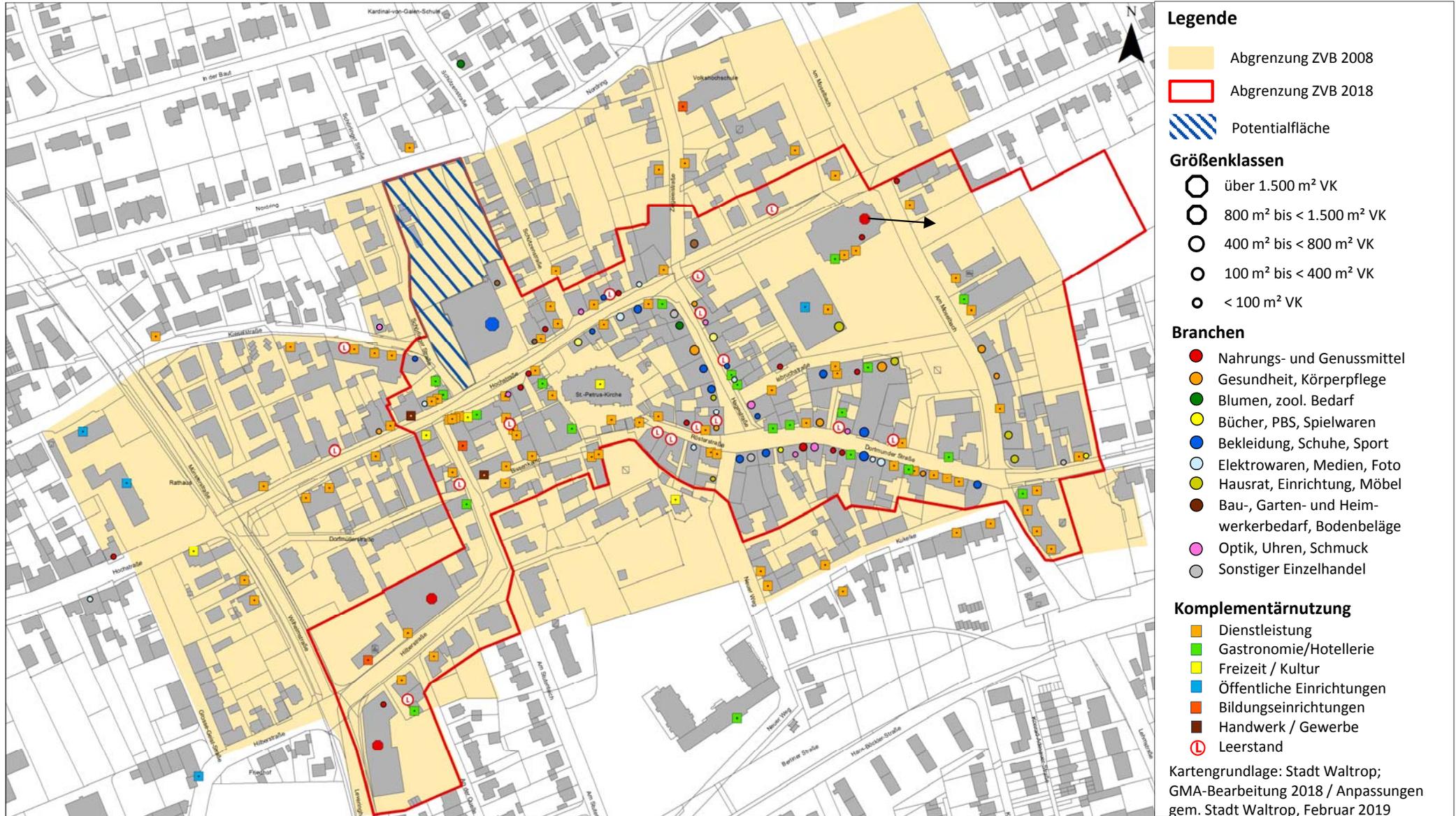


Foto 6: Neubau Edeka Am Moselbach



GMA-Aufnahmen 2018

Karte 4: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Waltrop



Räumliche Situation

- /// Die **Innenstadt von Waltrop** erstreckt sich im Wesentlichen entlang der östlichen Hochstraße / Hilbertstraße / Kirchplatz / Bissenkamp / Hagelstraße / Raiffeisenplatz / westliche Dortmunder Straße / Am Moselbach (vgl. Karte 4).
- /// Der **Schwerpunkt des Einzelhandels** zieht sich v. a. entlang der Hochstraße, Hagelstraße, Dortmunder Straße sowie im Bereich des Raiffeisenplatzes. Die **räumliche Ausdehnung** in Ost-West-Richtung beträgt ca. 500 – 600 m, in Nord-Süd-Richtung ca. 200 – 300 m.
- /// Im Vergleich zur bisherigen **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches** (vgl. Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Stadt Waltrop, 2008) wurde eine **Begrenzung in den Randbereichen** vorgenommen, da in diesen nur noch wenige Einzelhandelsbetriebe und ein lückenhafter Besatz an Komplementärnutzungen vorhanden sind. In westlicher Richtung wurden das Rathaus, die Polizeiwache sowie die angrenzenden Nutzungen aus der Abgrenzung herausgenommen. In nördlicher Richtung wurde die Abgrenzung im Wesentlichen um den Bereich der Volkshochschule sowie die angrenzenden, aktuell unbebauten Flächen reduziert. In südlicher Richtung sind im Wesentlichen die Straße Neuer Weg sowie die angrenzenden Bereiche nicht mehr inbegriffen. Eine weitere Ausdehnung in südwestliche Richtung, bis zur Lidl-Filiale in der Levringhäuser Straße, ist aufgrund fehlender Einzelhandelsnutzungen zwischen dem Rewe Standort und Lidl nicht zu begründen. Außerdem wirkt die Berliner Straße als städtebauliche Zäsur zwischen den beiden Standorten.
- /// Der zentrale Versorgungsbereich weist aktuell **14 Leerstände** auf, diese sind jedoch nicht räumlich konzentriert. Neue Einzelhandelsbetriebe sollten bevorzugt in den aktuell leerstehenden Ladenlokalen angesiedelt werden.

Angebots- und Nachfragesituation

- /// Mit insgesamt **72 Einzelhandelsbetrieben** und **rd. 12.600 m² Verkaufsfläche** weist die Innenstadt von Waltrop eine große Einzelhandelsbedeutung für die Stadt auf.
- /// In Bezug auf die **Einzelhandelsfunktion** des Hauptzentrums sichern die Supermärkte Rewe und Edeka, mehrere Bäckereien und Metzgereien, eine Parfümerie, die Drogeriemärkte dm und Rossmann sowie verschiedene Apotheken und ein Florist die Nahversorgung. Auf den **kurzfristigen Bedarfsbereich** entfallen rd. 46 % der Verkaufsfläche und damit auch Verkaufsflächenschwerpunkt des zentralen Versorgungsbereiches. Auf den **mittelfristigen Bedarfsbereich** entfallen hingegen nur etwa 23 % der Verkaufsfläche. Hierbei handelt es sich v. a. um Anbieter in den Sortimenten Bücher, Schreib- und Spielwaren sowie Bekleidung und Schuhe. Darüber hinaus entfallen ca.

30 % der Verkaufsfläche auf den **langfristigen Bedarf** mit Anbietern in den Sortimenten Elektrowaren, Medien, Foto, Hausrat, Einrichtung und Optik, Uhren / Schmuck.

- /// Als wesentliche großflächige **Magnetbetriebe** innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sind die Supermärkte Rewe und Edeka sowie der Anbieter Woolworth zu nennen; die beiden mittelflächigen Drogeriemärkte dm und Rossmann tragen ebenfalls zur Frequenz der Innenstadt bei.
- /// Das Zentrum übernimmt die **Versorgungsfunktion** für die gesamte Stadt Waltrop. Eine stärkere Einkaufsorientierung kann v. a. aufgrund der starken Konkurrenzsituation in den umliegenden Mittel- und Oberzentren nicht abgeleitet werden.
- /// Das Einzelhandelsangebot wird durch diverse **Komplementärnutzungen** ergänzt, dazu zählen verschiedene Dienstleistungsbetriebe (u. a. Versicherung, Rechtsanwälte, Reisebüro, Bank / Sparkasse, Friseur, Ärzte), Gastronomieangebote (u. a. Restaurant / Imbiss), Kultur- und Freizeitangebote (Stadthalle, Kirche) und Handwerksbetriebe.

Städtebauliche Situation

- /// Die stärkste **Einzelhandelskonzentration** ist im Bereich der Straßenzüge Hochstraße / Hagelstraße / Dortmunder Straße / Isbruchstraße / Raiffeisenplatz festzustellen. Die drei großflächigen Magnetbetriebe verteilen sich über das gesamte Zentrum. So befindet sich Rewe mit seinem Standort an der Levrinhäuser Straße / Hilberstraße im Südwesten, Woolworth an der Hochstraße im Norden sowie der aktuell noch im Bau befindliche Edeka-Markt Am Moselbach im östlichen Teil des zentralen Versorgungsbereiches.
- /// Die **Fußgängerzone** erstreckt sich über die Hagelstraße / Dortmunder Straße und Isbruchstraße. Über die Isbruchstraße gelangt man von der Hagelstraße zum Raiffeisenplatz, auf welchem der Wochenmarkt stattfindet. In der übrigen Zeit fungiert dieser als Parkplatz. Die Fußgängerzone weist eine angenehme Aufenthaltsqualität auf, insbesondere auch durch die Betriebe mit Außengastronomie. Durch die vergleichsweise ebene Topografie ist die gesamte Waltroper Innenstadt fußläufig erlebbar. Der Bereich um die katholische Kirche an der Hochstraße wird durch ein Fachwerkensemble geprägt und lädt zum Verweilen ein. Von dort aus ist die Fußgängerzone über die Rösterstraße in wenigen Minuten fußläufig zu erreichen. Die übrigen Immobilien in der Innenstadt werden durch verschiedene Baustile geprägt.
- /// Ein **Einwicklungspotenzial** weist die Woolworth Immobilie an der Hochstraße sowie der davor befindliche Cesson Sévigné Platz auf. Im Einklang mit Woolworth wäre eine städtebauliche Neuordnung mit der hinter dem Gebäude liegenden weiträumigen

Parkplatzfläche wünschenswert. Der gesamte Bereich inkl. der benachbarten Flächen des Baustoffhandels wird daher als Potenzialfläche ausgewiesen (vgl. Karte 4).

- // Im Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept 2008 wurden weitere Potenzialflächen aufgeführt. Nach Rücksprache mit der Stadtverwaltung stehen diese jedoch in absehbarer Zeit nicht für neue Nutzungen zur Verfügung; z. T. liegen diese Flächen auch außerhalb der aktuellen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches.
- // Der Umbau der Stadthalle am Raiffeisenplatz mit der neuen Filiale von Kodi ist positiv zu bewerten. Der Neubau des Edeka Marktes wird darüber hinaus zu einer weiteren Aufwertung des Gesamtbereiches beitragen.
- // Insgesamt kann für das Zentrum eine aus gutachterlicher Sicht ausreichende **Parkplatzsituation** konstatiert werden. So gibt es – wie bereits erwähnt – an den markt-freien Tagen die Möglichkeit, auf dem Raiffeisenplatz zu parken. Darüber hinaus bestehen Parkmöglichkeiten im Bereich der Volkshochschule (Am Moselbach), an der Stadthalle (Bahnhofstraße) sowie straßenbegleitend an der Hoch- und Bahnhofstraße sowie in den angrenzenden Nebenstraßen. Auch hinter der Immobilie Woolworth besteht eine großzügige Parkplatzanlage. Durch den neuen Edeka-Markt werden zusätzlich etwa 120 Parkplätze in der Innenstadt entstehen.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- ➔ Weitere Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Sortiment sollten im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt stattfinden.
- ➔ Entwicklung der Potenzialfläche im Bereich von Woolworth. Nördlich an die Woolworth-Immobilie angrenzend befindet sich ein weitläufiger Parkplatz. Aufgrund dieses Flächenpotenzials in zentraler Lage innerhalb der Innenstadt sollte künftig versucht werden, in Einklang mit Woolworth eine städtebauliche Neuordnung in diesem Bereich zu entwickeln. Die Grundstücksgröße würde die Ansiedlung weiterer Einzelhandelsbetriebe, z. B. eines großflächigen Lebensmittelmarktes ermöglichen. Denkbar wäre auch die Verlagerung eines bereits in Waltrop ansässigen Betriebs.
- ➔ Wiederbelebung der derzeit leerstehenden Ladenlokale zur Steigerung der Attraktivität in der Innenstadt. Kleinteilige Einheiten können für spezialisierte Angebote und individuelle Konzepte genutzt werden, die den Einzelhandelsplatz Waltrop in Zusammenschau mit den städtebaulichen Rahmenbedingungen der historischen Altstadt 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 Waltrop nur aus dem inhabergeführten Handel kommen können.

3.4.2 Nahversorgungszentrum Waltrop-Ost

Ausstattung

Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs.	in %
Nahrungs- und Genussmittel	7	70	1.235	94
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	1	10	15	1
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	1	10	50	4
kurzfristiger Bedarfsbereich	9	90	1.300	98
mittelfristiger Bedarfsbereich	-	-	-	-
langfristiger Bedarfsbereich	1	10	20	2
Einzelhandel insgesamt	10	100	1.320	100

Foto 7: Dortmundener Straße / Riphahausstraße



Foto 9: Nördlicher Bereich Dortmundener Straße



Foto 8: Lebensmitteldiscounter Netto an der Dortmundener Straße



Foto 10: Südlicher Bereich Dortmundener Straße



GMA-Aufnahmen 2018

Räumliche Situation

- Das **Nahversorgungszentrum Waltrop-Ost** erstreckt sich im Wesentlichen über den Kreuzungsbereich Dortmunder Straße / Riphausstraße.
- Der **Einzelhandelsbesatz** im nahversorgungsrelevanten Sortiment wird durch den Lebensmitteldiscounter Netto, einen ethnischen Lebensmittelanbieter⁴⁰, eine Bäckerei, eine Metzgerei sowie einen Blumenladen geprägt. Darüber hinaus existieren weitere kleinteilige Nutzungen, u. a. Kiosk, Apotheke.
- Die **räumliche Ausdehnung** in West-Ost-Richtung beträgt ca. 220 m, während die Nord-Süd-Ausdehnung im östlichen Teil ca. 170 m und im westlichen Teil ca. 70 m umfasst.

Angebots- und Nachfragesituation

- Im Nahversorgungszentrum sind aktuell insgesamt **10 Einzelhandelsbetriebe** mit **rd. 1.320 m² Verkaufsfläche** vorhanden.
- In Bezug auf die **Einzelhandelsfunktion** des Nahversorgungszentrums liegt der Verkaufsflächenschwerpunkt im **kurzfristigen Bedarf** (rd. 94 %). Im **mittelfristigen Bedarf** ist aktuell kein Angebot vorhanden, im **langfristigen Bedarf** besteht aktuell ein kleinteiliger Betrieb (Fachgeschäft für E-Zigaretten).
- Es ist zunächst davon auszugehen, dass das Zentrum aufgrund seiner Lage im Osten des Waltroper Stadtgebietes schwerpunktmäßig eine **Versorgungsfunktion** für die weitläufigen Wohngebiete nördlich und südlich der Dortmunder Straße / Berliner Straße übernimmt. Die durchgeführte Kundenwohnorterhebung⁴¹ hat jedoch gezeigt, dass Kunden aus dem gesamten Stadtgebiet von Waltrop und darüber hinaus den Standort aufsuchen. Die Versorgungsbedeutung geht somit über den unmittelbaren Nahbereich hinaus, da Netto als Hybrid zwischen Discountern wie Aldi und Lidl und den Supermärkten Edeka und Rewe eine Sonderrolle im Angebotspektrum in Waltrop einnimmt. Das weitläufige Einzugsgebiet des Marktes hängt möglicherweise auch mit der Ende 2017 erfolgten Schließung der Netto-Filiale in der Innenstadt zusammen.
- Des Weiteren ist der ethnische Lebensmittelmarkt der einzige Anbieter dieser Form in Waltrop und wird nach Einschätzung der GMA ebenfalls ein gesamtstädtisches Einzugsgebiet erreichen.

⁴⁰ Zum Zeitpunkt der Erhebung im März / April 2018 war der Markt aufgrund eines Brandschadens geschlossen. Die Wiedereröffnung ist jedoch geplant.

⁴¹ Im Rahmen einer von der GMA durchgeführten Kundenbefragung am 25. und 26.01.2019 wurden 620 Kunden des Netto Marktes an der Dortmunder Straße 134 nach ihrem Wohnort befragt. Etwa 70 % wohnen in Waltrop, wobei sich die Wohnorte über das gesamte Stadtgebiet verteilen. Darüber hinaus kamen Kunden aus den angrenzenden Stadtteilen der Nachbarstädte Dortmund, Lünen und Castrop-Rauxel.

- Das Einzelhandelsangebot wird durch verschiedene **Komplementärnutzungen** ergänzt. Im Bereich Dienstleistungen sind hier v. a. Sparkasse, Friseur, Versicherung, Arzt und Fahrschule zu nennen. Ergänzend gibt es mehrere gastronomische Angebote (Pizzeria, Imbiss) sowie zwei Spielhallen.

Städtebauliche Situation

- Das Nahversorgungszentrum weist mit der Netto-Filiale in der Dortmunder Straße / Velsenstraße sowie den übrigen kleinteiligen Nutzungen entlang der Dortmunder Straße eine **kompakte Struktur** auf.
- Insgesamt wird das Zentrum durch eine hohe **Verkehrsbelastung** an der Dortmunder Straße geprägt. Die Anfahrbarkeit mit dem Pkw, v. a. aus dem östlichen Waltroper Stadtgebiet, ist als sehr gut zu bewerten. Der Standort dient somit auch der Verkehrsentlastung der Innenstadt.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- ➔ Sicherung und Ausbau der Versorgungsfunktion des Zentrums in den nahversorgungsrelevanten Branchen (v. a. Nahrungs- und Genussmittel). Die Modernisierung und Verkaufsflächenerweiterung des ansässigen Lebensmitteldiscounters Netto, die dieser plant, ist zur Attraktivitätssteigerung des gesamten zentralen Versorgungsbereiches zu empfehlen.
- ➔ Aktuell verfügt das Nahversorgungszentrum Waltrop-Ost über keine Potenzialfläche zur Ansiedlung weiterer großflächiger Einzelhandelsbetriebe. Sollte in absehbarer Zeit ein Flächenpotenzial, z. B. durch den Abriss eines Gebäudes entstehen, könnte auf dieser Fläche ein weiterer großflächiger Einzelhandelsbetrieb – vorzugsweise ein Lebensmittelmarkt – angesiedelt bzw. ein bereits vorhandener Anbieter aus Waltrop an diesen Standort verlagert werden. Hierdurch würde die Bedeutung des Zentrums als Versorgungsstandort weiter gestärkt.

Karte 5: Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Waltrop-Ost



4. Nahversorgungskonzept

4.1 Entwicklung der Nahversorgung

Ein wichtiges Ziel der Einzelhandelspolitik in Waltrop stellt die Sicherung und Weiterentwicklung der Nahversorgung im Stadtgebiet dar. Die Lebensmittelmärkte stellen dabei die wesentlichen Träger der Nahversorgung dar, wobei zwischen den in Übersicht 3 dargestellten Betriebstypen zu unterscheiden ist.

Übersicht 3: Wesentliche Träger der Nahversorgung und Einordnung der Nahversorgungsfunktion (i. S. der fußläufigen Erreichbarkeit)

Betriebs- typ	Verkaufsflächen- größe in m ²	Sortimentschwer- punkt ¹	durchschnittli- che Anzahl der Artikel ¹	Einordnung der Nah- versorgungsfunktion
SB-Waren- haus	> 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	1.200 – 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 – 1.500	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 28 %	1.755 (76 %) 265 (9 %) 275 (15 %) Gesamt: 2.295	in Standort- und Anbieterabhängigkeit teils wichtige Nahversorgungsfunktion
Lebens- mittel- handwerk	i. d. R. < 100	Metzgerei- und Bäckereiartikel	keine Angaben	Rückgrat der Nahversorgung, v. a. im ländlichen Raum und in peripher gelegenen Stadtteilen; z. T. inkl. Ergänzungssortimente

¹ in Anlehnung an EHI Handelsdaten aktuell 2018; EHI Retail Institute; GMA-Erfahrungswerte; Werte spiegeln den allgemeinen Markttrend wider. / *Nonfood I-Sortiment: Drogerie, Kosmetik, Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel, Tiernahrung / Tierpflege / **Nonfood II-Sortiment: Sonstiges Nonfoodsortiment (mittel- bis langfristig) / GMA-Darstellung 2018

4.2 Bewertung und Empfehlungen zur Nahversorgungssituation in der Stadt Waltrop

Hinsichtlich der Nahversorgungssituation sind zunächst folgende Aspekte festzuhalten:

- /// Insgesamt sichern aktuell acht Betriebe über 400 m² Verkaufsfläche die Nahversorgungssituation in Waltrop, davon vier Supermärkte und vier Lebensmitteldiscounter. Insgesamt kann somit von einem ausgewogenen Verhältnis der Betriebstypen gesprochen werden.
- /// Ergänzend sind kleine Anbieter in der Innenstadt vorhanden (Lebensmittelhandwerk, Reformhaus, Bioladen, Feinkostladen) sowie im Nahversorgungszentrum Waltrop-Ost einen ethnischen Supermarkt.⁴² Drei Getränkemärkte runden das Angebotsspektrum bei Nahrungs- und Genussmitteln ab.
- /// Die Ausstattung bei Lebensmitteln (Anbieter größer 400 m² Verkaufsfläche) pro 1.000 Einwohner liegt aktuell bei ca. 280 m² Verkaufsfläche⁴³ und damit unter dem Bundesdurchschnitt von 435 m² je 1.000 Einwohner.⁴⁴

Die **Bewertung der räumlichen Versorgungssituation** und die Ableitung von Entwicklungspotenzialen für einzelne Stadträume basiert auf einer Analyse der (fußläufigen) Erreichbarkeit / Nahversorgung der einzelnen Lebensmittelmärkte. Diesbezüglich wurde zunächst kartografisch ein 700 m-Radius um die jeweiligen Hauptanbieter gelegt (vgl. Karte 6).

Da es sich bei der Darstellung nach 700-Meter-Nahversorgungsradien lediglich um eine sehr theoretische Betrachtung der Versorgungssituation handeln würde, bei der topografische sowie örtliche städtebauliche Gegebenheiten (z. B. Autobahnen oder Bahntrassen als Zäsur) unberücksichtigt bleiben würden, wird auch die tatsächliche fußläufige 10-Minuten-Netzabdeckung dargestellt, sodass die tatsächlichen siedlungsstrukturellen Gegebenheiten Berücksichtigung⁴⁵ finden.

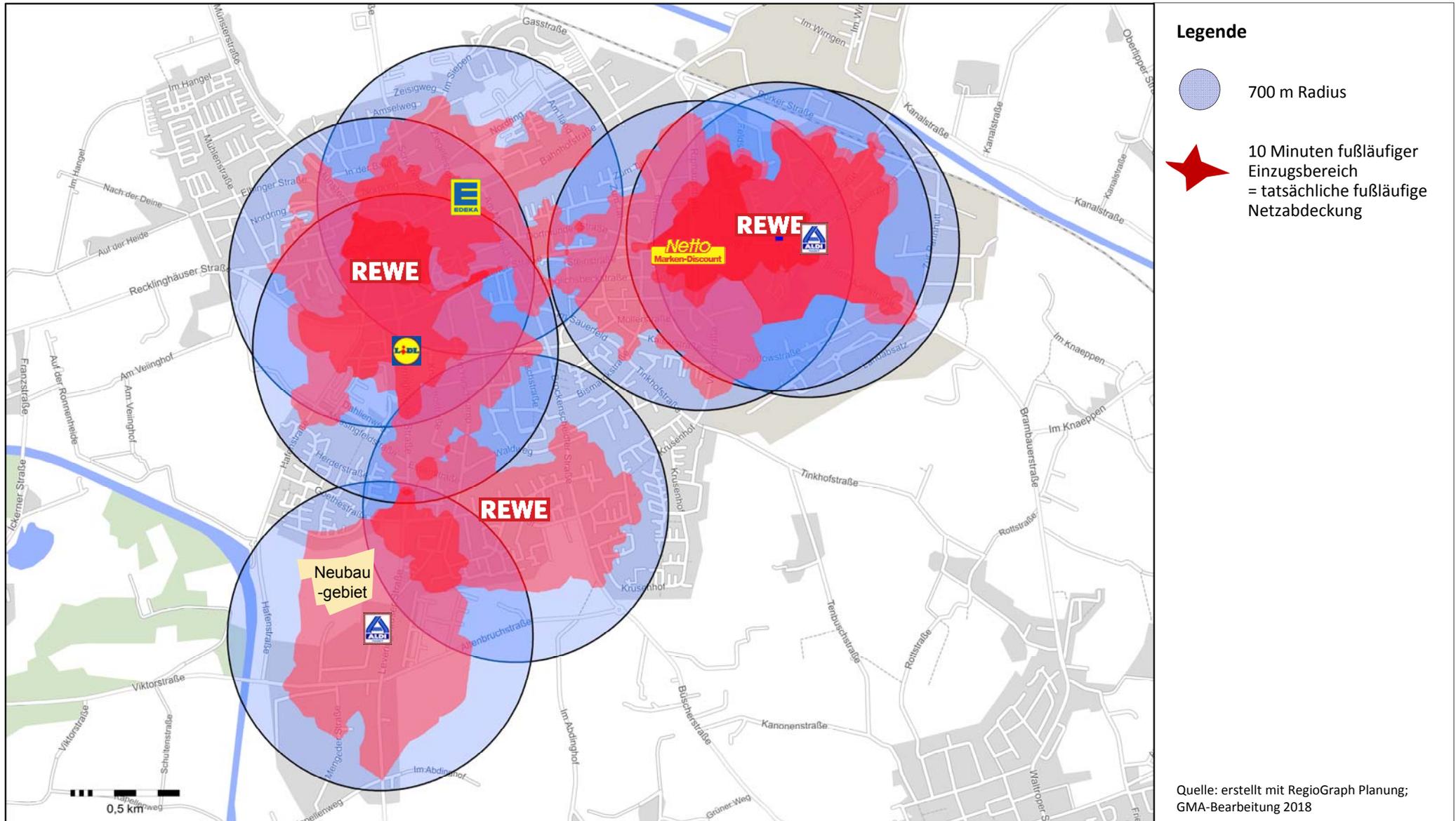
⁴² Zum Zeitpunkt der Erhebung war der ethnische Supermarkt in Waltrop-Ost wegen eines Brandschadens geschlossen. Die Wiedereröffnung ist laut Betreiber für November 2018 geplant.

⁴³ Hierbei ist bereits die Verkaufsfläche des erweiterten Edeka-Marktes, Am Moselbach, berücksichtigt.

⁴⁴ vgl. EHI, handelsdaten aktuell, 2016.

⁴⁵ Die 10 min- fußläufigen Entfernungen werden mit Hilfe einer Geomarketing-Software auf Basis der vorhandenen Straßenzüge berechnet. Dabei werden städtebauliche Gegebenheiten mit einbezogen (z. B. Autobahnen oder Bahntrassen als Zäsur), berücksichtigt werden jedoch größtenteils keine Abkürzen oder „Schleichwege“ (bspw. über Parkflächen oder Grünanlagen).

Karte 6: Nahversorgungssituation in der Stadt Waltrop



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

- /// Räumlich betrachtet, verteilen sich die Lebensmittelbetriebe über das nahezu gesamte Stadtgebiet von Waltrop, sodass die fußläufige Erreichbarkeit von einem Großteil des Siedlungsgebietes aus gegeben ist.
- /// Betrachtet man ausschließlich das fußläufige Einzugsgebiet, so ist festzustellen, dass im Bereich der Brockenscheidter Straße eine größere Versorgungslücke vorzufinden ist.
- /// Im nordwestlichen Teil des Stadtgebietes von Waltrop ist ebenfalls ein nennenswerter Teilraum nicht mehr vom fußläufigen Einzugsgebiet abgedeckt.

Neben der quantitativen sowie räumlichen Bewertung der Nahversorgungssituation in der Stadt Waltrop erfolgt im Nachfolgenden eine qualitative Bewertung der einzelnen Märkte im Stadtgebiet. Aktuell liegen der Stadtverwaltung mehrere Anfragen von Lebensmitteldiscountern zur Modernisierung und Verkaufsflächenerweiterung vor. Gemäß der im Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2008 festgelegten Leitziele (vgl. Kapitel V., 1.) sollen sich großflächige Lebensmittelanbieter ausschließlich auf die zentralen Versorgungsbereiche Innenstadt und Waltrop-Ost beschränken. Dies entspricht auch den Vorgaben der Landesplanung (LEP NRW). Die betrieblichen Anforderungen der einzelnen Handelsketten sehen jedoch mittlerweile großflächigen Filialen vor.

Damit steht die Stadt Waltrop vor der Herausforderung, einerseits die zentralen Versorgungsbereiche und deren Entwicklungsmöglichkeiten zu schützen, andererseits moderne und attraktive Märkte für die fußläufige Nahversorgung im Stadtgebiet bereit zu halten. Im Rahmen von zwei Arbeitskreisen sowie mehreren Fachgesprächen mit Schlüsselpersonen wurde diese Thematik intensiv diskutiert. Insgesamt kann festgehalten werden, dass bei aufkommenden Ansiedlungs- und Erweiterungsanfragen jeweils Einzelfallentscheidungen notwendig sind.

Generell sollte im Sinne der städtebaulichen Leitvorstellungen die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche im Vordergrund stehen:

- /// Im **zentralen Versorgungsbereich Innenstadt** ist eine Potenzialfläche im Bereich von Woolworth an der Hochstraße vorhanden. Langfristig wäre hier eine städtebauliche Neuordnung wünschenswert. Aufgrund des Flächenpotenzials ist in diesem Bereich die Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelbetriebs oder ggf. die Verlagerung eines bereits bestehenden Betriebs möglich. Hierbei wäre ein Discounter zu empfehlen, da mit Edeka und Rewe bereits zwei Supermärkte (Vollsortimenter) ansässig sind.

- Des Weiteren sollte im **zentralen Versorgungsbereich Waltrop-Ost** der ansässige Lebensmittel-discounter Netto zukunftsfähig aufgestellt werden. Eine Verkaufsflächenerweiterung ist an diesem Standort zu priorisieren. Sollten in absehbarer Zeit Flächenpotenziale im zentralen Versorgungsbereich Waltrop-Ost – z. B. durch den Abriss eines oder mehrerer Gebäudes – entstehen, so wäre die Ansiedlung eines weiteren oder die Verlagerung eines bereits ansässigen Lebensmittelbetriebes wünschenswert.

Letztendlich können auch die siedlungsräumlich integrierten Standorte zur Bestandssicherung erweitert werden und in die Großflächigkeit gehen. In diesem Fall ist eine Einzelfallprüfung unter Beachtung der landesplanerischen Vorgaben erforderlich.

So ist im **östlichen Stadtgebiet** der Bestandsstandort Industriestraße anzusprechen, an dem mit Rewe, Aldi und trinkgut drei Betriebstypen des Lebensmittelhandels ansässig sind (Supermarkt, Discounter, Getränkemarkt), die sich überwiegend an Autokunden richten. Da mit dem zentralen Versorgungsbereich Waltrop-Ost hier in unmittelbarer Nähe ein städtebaulich schützenswerter Standort vorhanden ist, sollte diese Lage auf den aktuellen Bestand begrenzt bleiben.⁴⁶

Im **südlichen Stadtgebiet** möchte Aldi Am Schacht erweitern. Dieser Standort übt nach gutachterlicher Einschätzung trotz seiner Ortsrandlage auch eine fußläufige Nahversorgungsfunktion für die östlich der Leveringhäuser Straße gelegenen Wohnquartier aus, ebenso wie für das nordwestlich gerade entstehende Wohnquartier. Die Leveringhäuser Straße übt keine wesentliche Trennwirkung aus, auch zum neuen Wohnquartier gibt es einen direkten Fußgänger- und Fahrradweg, der bereits heute Akzeptanz findet. Da Aldi im südlichen Stadtgebiet keine weiteren direkten Wettbewerber hat - Lidl befindet sich rund 1,3 km, der zentrale Versorgungsbereich rund 1,5 km weiter nördlich - und den Supermarkt am Egelmeer gut ergänzt, ist dieser Standort mit Blick auf eine mögliche Erweiterung anders zu behandeln als der Aldi-Standort im östlichen Stadtgebiet an der Industriestraße.

Eine Schließung der **räumlichen Versorgungslücke im Nordwesten** von Waltrop (Quartiere westlich der Münsterstraße) ist aus Gutachtersicht durch einen modernen Lebensmittelmarkt nicht leistbar, da die dortigen Siedlungs- und Verkehrsstrukturen sehr dicht bzw. eng sind. Hier wäre höchstens ein Standort direkt an der Münsterstraße wirtschaftlich darstellbar, der wiederum in direkten Wettbewerb mit den innerstädtischen Anbietern ginge. Sollte sich diese Frage bezogen auf eine konkrete, städtebaulich integrierte Fläche einmal stellen, wäre dies im Rahmen einer Einzelfallbetrachtung zu klären.

⁴⁶ Nach Kenntnisstand der GMA ist für den Aldi-Markt bauplanungsrechtlich eine maximale Verkaufsfläche von 800 m² möglich, d.h. dieser plant eine Erweiterung um rund 100 m gegenüber der derzeitigen Größe von 700 m² Verkaufsfläche.

Übersicht 4: Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Lebensmittelbetriebe

	Anbieter, Adresse	Lagebezeichnung	Verkaufsfläche in m ²	Bewertung / Empfehlung
	Edeka, Am Moselbach	zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	ca. 2.400 inkl. Mall und Shops	<ul style="list-style-type: none"> Der neue Edeka-Markt befindet sich derzeit noch im Bau; die Eröffnung ist für das Frühjahr 2018 geplant; in absehbarer Zeit kein Handlungsbedarf. Das alte Marktgebäude sollte durch einen Einzelhandelsbetrieb nachgenutzt werden.
	Rewe, Leveringhäuser Straße	zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	ca. 1.250	<ul style="list-style-type: none"> Der Markt erfüllt aktuell sowie zukünftig eine wichtige Magnetfunktion für die Innenstadt. Markt bereits in die Jahre gekommen. Wünschenswert wäre eine Modernisierung seitens des Betreibers. Vorstellbar wären ggf. eine Neugestaltung des Marktgebäudes und die Erweiterung der Verkaufsfläche.
	Rewe, Industriestraße	Streulage, Wohngebietsanschluss in Richtung Westen und an das kleine Wohnquartier Am Schwarzbach, dennoch überwiegend auto-kundenorientierter Standort	ca. 850	<ul style="list-style-type: none"> Marktauftritt ist als durchschnittlich zu bewerten, Renovierungsstau. Als einzigem Vollsortimenter im östlichen Stadtgebiet kommt dem Markt eine wichtige Versorgungsbedeutung zu. Der Erhalt des Marktes ist angesichts fehlender Standortalternativen für einen Vollsortimenter im östlichen Stadtgebiet wünschenswert, allerdings ist die Wettbewerbssituation zum zentralen Versorgungsbereich Waltrop-Ost hoch.
	Rewe, Egelmeer	Standortlage integriert, Wohngebietsanschluss in alle Richtungen	ca. 750	<ul style="list-style-type: none"> Wichtiger fußläufiger Nahversorgungsstandort für die umgebenden Wohngebiete. Vergleichsweise kleine Verkaufsfläche für einen Supermarkt sowie ungünstiger Flächenzuschnitt. Eine Erweiterung ist am Standort aufgrund der dichten Bebauung im Umfeld nicht realisierbar. Der Markt sollte hinsichtlich seiner Nahversorgungsfunktion langfristig erhalten bleiben.

	Anbieter, Adresse	Lagebezeichnung	Verkaufsfläche in m ²	Bewertung / Empfehlung
	Netto, Dortmunder Straße	zentraler Versorgungsbereich Waltrop-Ost	ca. 750	<ul style="list-style-type: none"> Wichtiger Lebensmittelanbieter sowie Magnetbetrieb im zentralen Versorgungsbereich. Immobilie sowie Verkaufsraum sind als durchschnittlich zu bewerten. Eine Attraktivitätssteigerung durch einen Umbau oder ggf. Neubau des Marktgebäudes inkl. Verkaufsflächenerweiterung sollte in absehbarer Zeit erfolgen. Hierfür ist jedoch die Änderung des Bebauungsplans erforderlich.
	Lidl, Leveringhäuser Straße	Standortlage integriert, Wohngebietsanschluss nach Norden, Westen und Süden; im Osten Trennwirkung durch Sportanlage	ca. 800	<ul style="list-style-type: none"> Moderner Lebensmitteldiscounter mit großem Parkplatz; Anbieter strebt Erweiterung an. Markt steht aufgrund der räumlichen Nähe in direktem Wettbewerb zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt. Eine Erweiterung wird daher nicht empfohlen, ist wohl auch landesplanerischer nicht zulässig (Lage außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches, in dem es eine Potenzialfläche gibt, bei gleichzeitiger Überschneidung mit dem fußläufigen Einzugsgebiet des im zentralen Versorgungsbereich ansässigen Lebensmittelmarktes.)
	Aldi, Am Schwarzbach	Streulage, Wohngebietsanschluss nur nach Norden an das kleine Wohnquartier Am Schwarzbach/ autokundenorientierter Standort	ca. 700	<ul style="list-style-type: none"> Das Marktgebäude sowie der Verkaufsraum durchschnittlich; Anbieter strebt Attraktivierung mit Verkaufsflächenerweiterung an. Der Markt steht in direktem Wettbewerb mit dem im zentralen Versorgungsbereich Waltrop-Ost befindlichen Netto Lebensmitteldiscounter, die Verkaufsflächenerweiterung in die Großflächigkeit daher nicht zu empfehlen. Ein vorhabenbezogenen Bebauungsplan befindet sich aktuell in der Aufstellung.
	Aldi, Zum Schacht	Streulage, Wohngebietsanschluss östlich der Leveringhäuser Straße und an das nordwestlich entstehende Neubaugebiet, dennoch autokundenorientiert	ca. 800	<ul style="list-style-type: none"> Moderner Lebensmitteldiscounter Standortumfeld westlich der Leveringhäuser Straße gewerblich geprägt (Konditorei, Fachhandel für Autoteile sowie weitere Gewerbebetriebe), östlich Wohnquartiere Aufgrund der Distanz zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und seiner auch fußläufigen Nahversorgungsfunktion Erweiterung in die Großflächigkeit darstellbar, landesplanerisch nur über eine Ausnahme von Ziel 6.5-2 LEP NRW möglich.

5. Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sind standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben erforderlich.⁴⁷ Grundsätzlich kommen verschiedene Stufen zur Begrenzung und zum Ausschluss des Einzelhandels in Betracht:

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

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

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

5.1 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

5.1.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Hauptzentrum)

Für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sollten keine Beschränkung hinsichtlich möglicher Einzelhandelsansiedlungen gelten. Das heißt, dass sowohl großflächige⁴⁸ 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 Waltrop sein. Etwaige Flächenpotenziale sollten Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten vorbehalten werden, die für die Innenstadt eine frequenzerzeugende Wirkung haben.

5.1.2 Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Waltrop-Ost

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

⁴⁷ Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

⁴⁸ großflächiger Einzelhandel ab 800 m² Verkaufsfläche

sind. Großflächige Betriebe (ab 800 m² Verkaufsfläche) mit zentrenrelevantem Einzelhandel sind unter Berücksichtigung der Vorrangstellung der Innenstadt im Nahversorgungszentrum auszuschließen. Ergänzend können kleinteilige Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten angesiedelt werden. Fachmarktformate mit zentrenrelevanten Sortimenten sollten zur Stärkung und Weiterentwicklung der Innenstadt im Nahversorgungszentrum jedoch nicht realisiert werden, sondern dem Hauptzentrum vorbehalten bleiben. Anbieter mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind im kleinflächigen Bereich möglich.

5.2 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

5.2.1 Städtebaulich nicht integrierte Lagen (v. a. Gewerbe- und Industriegebiete)

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

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

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

Die ausnahmsweise Zulässigkeit des Annexhandels ist auch unter dem Aspekt der Sicherung von Flächen für Handwerk und produzierendes Gewerbe innerhalb der Gewerbegebiete zu verstehen. Unter Berücksichtigung einer deutlichen Beschränkung der angebotenen Produkte sowie

der geringen Verkaufsflächendimensionierungen sind aus gutachterlicher Sicht keine Beeinträchtigungen für eine geordnete Entwicklung des Zentrenkonzeptes der Stadt Waltrop zu erwarten. Sofern alle oben genannten Kriterien zum Vorhandensein eines Annexhandels erfüllt sind, kann dieser zulässig sein. In jedem Fall ist die Gewährung einer Ausnahme im Einzelfall, v. a. im Hinblick auf eine angemessene Verkaufsflächengröße, zu prüfen.⁴⁹

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

Bei den städtebaulich integrierten Lagen handelt es sich um Standorte, die keinem zentralen Versorgungsbereich zuzuordnen sind, aber einen gewichtigen Wohngebietsbezug⁵⁰ haben. Großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten können hier zulässig sein, sofern keine Auswirkungen i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind. Großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment können hier zulässig sein, sofern sie eine Atypik im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 4 aufweisen und keine Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 und 3 hervorrufen.⁵¹ Darüber hinaus muss die Ansiedlung einer Verbesserung der wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dienen. Dabei sind insbesondere folgende Kriterien im Rahmen der erforderlichen Einzelfallbetrachtung zu überprüfen: Netzabdeckung, fußläufige Erreichbarkeit, Einbindung in das ÖPNV-Netz, städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen⁵². Selbstverständlich genießen alle vorhandenen Betriebe Bestandschutz. Um eine Aushöhlung des Einzelhandelsstandortkonzeptes zu verhindern, ist zu empfehlen, bestehende oder neue Standorte, die städtebaulich nicht erwünscht sind, im vorliegenden Sinne zu überplanen.

Die Ansiedlung von nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel unterhalb der Großflächigkeit soll möglich sein, da hier i. d. R. keine Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche vorliegen. Dabei ist zu differenzieren zwischen kleinteiligen Angeboten wie Bäckereien, Blumenläden, Apotheken usw. und mittelflächigen Fachmarktangeboten wie z. B. Drogeriemarkt, Textilfachmarkt oder einer Agglomeration aus mehreren Fachmärkten. Hier muss im Zweifelsfall der Nachweis erbracht werden, dass keine nachteiligen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind.⁵³

⁴⁹ Aus der Begründung zum Bebauungsplan muss eine Verkaufsflächenobergrenze deutlich werden. Empfohlen wird hier die Festsetzung einer absoluten Größe in Verbindung mit einer relativen Beschränkung (z. B. max. 10 % der Geschossfläche des Hauptbetriebes).

⁵⁰ Ein gewichtiger Wohngebietsbezug besteht dann, wenn der Markt einen Großteil seines Umsatzes aus den angrenzenden bzw. umgebenden Wohngebieten erzielen kann.

⁵¹ vgl. zur bauplanungsrechtlichen Prüffolge: OVG NRW, Urteil vom 02.12.2013 – 2 A 1510/12

⁵² Angesichts der topografischen, verkehrlichen und siedlungsstrukturellen Gegebenheiten in Waltrop dürften hier jedoch kaum Standorte für großflächige Anbieter in Frage kommen.

⁵³ 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.

Großflächige Ansiedlungsvorhaben im zentrenrelevanten Sortimentsbereich sind auszuschließen. Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen im Wesentlichen auf Standorte mit ausreichender Flächenverfügbarkeit gelenkt werden.

Abbildung 20: Übersicht Steuerungsempfehlungen

Ansiedlung in ... mit ...		Zentrale Versorgungsbereiche		sonstige Lagen	
		Innenstadt	Nahversorgungszentrum	städtebaulich integrierte Lagen	städtebaulich nicht integrierte Lagen**
nahversorgungsrelevantem Kernsortiment	großflächig*	✓	✓	ⓘ	⚡
	nicht großflächig	✓	✓	✓	⚡ **
zentrenrelevantem Kernsortiment	großflächig*	✓	⚡	⚡	⚡
	nicht großflächig	✓	ⓘ	ⓘ	⚡ **
nicht zentrenrelevantem Kernsortiment	großflächig*	⚡	⚡	⚡	ⓘ
	nicht großflächig	✓	✓	✓	ⓘ

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

Aufgrund sortiments- und betriebstypenspezifischer Besonderheiten ist eine ergänzende Regelung hinsichtlich der zentrenrelevanten **Randsortimente** bei Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zu empfehlen. Um der Gefahr einer Aushöhlung des Sortimentskonzeptes durch übermäßige Angebote von zentrenrelevanten Randsortimenten zu begegnen, ist bei Ansiedlungen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches eine Randsortimentsbegrenzung im 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 Randsortimente⁵⁴ auf maximal 10 % der realisierten Gesamtverkaufsfläche, jedoch maximal 800 m² VK anzuregen. Um sicherzustellen, dass die insgesamt zulässige Fläche nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann, ist im Rahmen einer Einzelfallprüfung die Dimensionierung einzelner Sortimente zu prüfen. Auch dies könnte ansonsten zu einer Unterwanderung des Sortimentskonzeptes und letztlich zu

⁵⁴ Lt. OVG Münster sind als Randsortimente solche Waren zu betrachten, die ein Kernsortiment lediglich ergänzen und eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft zu den Waren des Kernsortiments haben. Gleichzeitig muss das Angebot des Randsortiments in seinem Umfang (Verkaufsfläche) und in seiner Gewichtigkeit (Umsatz) deutlich untergeordnet sein (vgl. OGV NRW, Beschluss vom 26.01.2000, 7 B 2023/99).

Beeinträchtigungen der schutzwürdigen Strukturen in Waltrop führen. Darüber hinaus ist auf die Ansiedlungskriterien des REHK hinzuweisen.

6. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelsstandortkonzeptes

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

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

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

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

Es sollte geprüft werden, wie die Standortempfehlungen möglichst zeitnah in gültiges Baurecht umgesetzt werden können. Festsetzungsmöglichkeiten v. a. im unbeplanten Innenbereich eröffnet der § 9 Abs. 2a BauGB. Hiermit kann verhindert werden, dass an städtebaulich nicht gewünschten Standorten eine Entwicklung entsteht, die den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelsstandortkonzeptes entgegensteht. Für die Begründung kann die auf der Grundlage dieses Gutachtens erstellte Fortschreibung des Einzelhandelsstandortkonzeptes verwendet werden, wenn es durch den Rat beschlossen worden ist.⁵⁵

/// **Ansprache von Investoren und Handelsunternehmen**

Die vorliegende Untersuchung sollte aktiv genutzt werden, um hiermit sowohl Investoren als auch Handelsunternehmen gezielt anzusprechen. Das Einzelhandelsstandortkonzept verdeutlicht zum einen die Ausstattungsdefizite und Entwicklungspotenziale

⁵⁵ Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

im Einzelhandel der Stadt Waltrop und vermittelt zum anderen – durch den Beschluss – Investitionssicherheit. Dies gilt umso mehr, da ohne einen Ausschluss von nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel außerhalb der Stadtkerne eine Entwicklung aus Investoren- bzw. Händlersicht mit höherem Risiko infolge sonst möglicher Wettbewerbsansiedlungen an dezentralen, autokundenorientierten Lagen verbunden wäre.

Das vorliegende Gutachten ist als aktuelle Grundlage der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Waltrop 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	7
Abbildung 2: Wesentliche Einflussfaktoren der Handelsentwicklung	10
Abbildung 3: Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes (netto) in Mrd. € in Deutschland (ohne KFZ, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken)	10
Abbildung 4: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2002-2016	11
Abbildung 5: Entwicklung der Online-Umsätze in Deutschland	12
Abbildung 6: Anteil Online-Handel am Umsatz einzelner Branchen	13
Abbildung 7: Konsumtrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers	15
Abbildung 8: Gegenstromprinzip	18
Abbildung 9: Regelung gemäß LEP NRW für großflächigen Einzelhandel mit zentrenrelevanten Kernsortimenten	21
Abbildung 10: Größenklassen der Einzelhandelsbetriebe in Waltrop	31
Abbildung 11: Verkaufsflächenvergleich je 1.000 Einwohner mit den Nachbarstädten	35
Abbildung 12: Einzelhandelszentralität der Stadt Waltrop	36
Abbildung 13: Zufriedenheit mit der bisherigen und zukünftigen Geschäftsentwicklung	39
Abbildung 14: Regelung der Altersnachfolge im Betrieb	40
Abbildung 15: Veränderung der Attraktivität der Innenstadt von Waltrop als Einkaufsort	41
Abbildung 16: Bewertung der Verkehrs- und Parkplatzsituation in der Innenstadt von Waltrop	42
Abbildung 17: Wesentliche Bausteine des Einzelhandelsstandortkonzeptes	48
Abbildung 18: Verteilung der Sortimente (Verkaufsflächen) in Waltrop nach Lagekategorien	51
Abbildung 19: Kriterien zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche	56
Abbildung 20: Übersicht Steuerungsempfehlungen	80

Fotoverzeichnis

Foto 1:	Hochstraße	61
Foto 2:	Übergang Hochstraße / Hagelstraße	61
Foto 3:	Hagelstraße (Fußgängerzone)	61
Foto 4:	Dortmunder Straße (Fußgängerzone)	61
Foto 5:	Woolworth an der Hochstraße	61
Foto 6:	Neubau Edeka Am Moselbach	61
Foto 7:	Dortmunder Straße / Riphausstraße	66
Foto 8:	Lebensmitteldiscounter Netto an der Dortmunder Straße	66
Foto 9:	Nördlicher Bereich Dortmunder Straße	66
Foto 10:	Südlicher Bereich Dortmunder Straße	66

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage der Stadt Waltrop und zentralörtliche Struktur	24
Karte 2:	Wesentliche Einkaufslagen in der Stadt Waltrop	30
Karte 3:	Übersicht Zentren- und Standortstruktur im Stadtgebiet von Waltrop	59
Karte 4:	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Waltrop	62
Karte 5:	Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Waltrop-Ost	69
Karte 6:	Nahversorgungssituation in der Stadt Waltrop	72

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	GMA-Branchensystematik	8
Tabelle 2:	Standortpräferenzen der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)	14
Tabelle 3:	Einzelhandelsbestand nach Branchen (Stadt Waltrop)	28
Tabelle 4:	Einzelhandelsbestand nach Lagen	29
Tabelle 5:	Veränderungen seit 2008 – Gesamtstadt Waltrop	32
Tabelle 6:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. € in der Stadt Waltrop	34
Tabelle 7:	Strukturmerkmale der befragten Betriebe	38

Übersichtenverzeichnis

Übersicht 1:	Strukturdaten der Stadt Waltrop	25
Übersicht 2:	Sortimentsliste der Stadt Waltrop (zusammenfassende Darstellung)	52
Übersicht 3:	Wesentliche Träger der Nahversorgung und Einordnung der Nahversorgungsfunktion (i. S. der fußläufigen Erreichbarkeit)	70
Übersicht 4:	Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Lebensmittelbetriebe	75